



Pemberdayaan Ekonomi Melalui Kelompok Tani Maju Mekar Dalam Menyejahterakan Anggotanya

Ajang Suryana^{1*}, Syamsuddin RS¹, Deden Sumpena¹

¹Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : ajangsuryana125@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pemberdayaan ekonomi, strategi pemasaran produk kopi Boehoen, dan hasil pemberdayaan ekonomi kelompok tani Maju Mekar di Desa Nagawangi. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Hasil pemberdayaan melalui kelompok tani Maju Mekar ini ada tiga kategori yaitu proses pemberdayaan, strategi marketing dan hasil pemberdayaan. Dalam prosesnya ada tiga tahap yaitu penyadaran, tahap transformasi pengetahuan dan tahap peningkatan kemampuan intelektual. Strategi marketing yang digunakan yaitu memperluas jaringan pemasaran, memaksimalkan peluang, bermain dalam segi kualitas, menggunakan media *online*. Berikut hasil pemberdayaan ekonomi yang telah dilakukan yakni memiliki kebebasan mobilitas, kemampuan membeli komoditas kecil, kemampuan membeli komoditas besar, selalu ikut dalam memutuskan yang menyangkut masalah rumah tangga, memiliki kebebasan dominasi keluarga, memahami terhadap aturan pemerintah, ikut terlibat menyuarakan aspirasi, memiliki jaminan secara ekonomi dan berbagi untuk keluarga.

Kata Kunci : Pemberdayaan Ekonomi; Kelompok Tani; Pemasaran

ABSTRACT

This research aims to determine the process of economic empowerment, marketing strategies for Boehoen coffee products, and the results of economic empowerment of the Maju Mekar farmer group in Nagawangi Village. This research is qualitative research using descriptive methods. The results of empowerment through the Maju Mekar farmer group are in three categories, namely the empowerment process, marketing strategy and empowerment results. In the process there are three stages, namely awareness, knowledge transformation stage and intellectual ability improvement stage. The marketing strategy used is expanding the marketing network, maximizing opportunities, playing in terms of quality, using online media. The following are the

results of the economic empowerment that has been carried out, namely having freedom of mobility, the ability to buy small commodities, the ability to buy large commodities, always participating in decisions regarding household matters, having freedom of family domination, understanding government regulations, being involved in voicing aspirations, having legal guarantees. economy and sharing for families.

Keywords : *Economic Empowerment; Farmers; Marketing*

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara agraria yang mengandalkan sektor pertanian baik dalam mata pencaharian maupun dalam menopang pembangunan. Sektor pertanian memegang peranan penting dalam ekonomi nasional dikarenakan hampir sebagian penduduk Indonesia hidup di pedesaan dengan mata pencaharian petani, dengan begitu sektor pertanian memiliki peran terhadap pembangunan Indonesia dalam bidang ekonomi. Selain kontribusi yang cukup besar terhadap pendapatan nasional Indonesia, sebagian ekspor Indonesia juga berasal dari sektor pertanian, sehingga sektor pertanian mempunyai peranan penting dalam penyerapan tenaga kerja dan penyediaan kebutuhan pangan dan sandang bagi penduduk (Sofa, 2015: 3).

Subsektor pertanian pangan, subsektor perkebunan, subsektor peternakan, subsektor perikanan, dan kehutanan adalah lima subsektor yang membentuk industri pertanian Indonesia. Tujuan pembangunan pertanian yang berkaitan dengan pembangunan nasional adalah mewujudkan pertanian yang maju, efisien, dan tangguh. Maksud dan tujuannya adalah untuk memperluas kesempatan kerja dan mendukung pembangunan daerah (Surya, 2013: 89).

Salah satu permasalahan umum yang sering terjadi di sektor pertanian adalah aspek pemasaran. Banyak sekali para petani yang mengalami hal tersebut tentunya membuat para petani rugi mengenai pendapatannya karena terdapat oknum-oknum yang bermain terhadap penjualan hasil produk tani demi mendapatkan keuntungan tanpa memikirkan jerih payah para petani dan nasib seorang petani yang hanya mendapatkan pendapatan yang kecil. Begitu pun dengan para petani yang berada di Desa Nagarawangi mengalami permasalahan tersebut sehingga menyebabkan para petani kopi mengalami kerugian.

Berdasarkan penjelasan di atas merupakan permasalahan umum para petani yang berada di Desa Nagarawangi, maka kiranya melalui kelompok tani Maju Mekar dirasa sangat sesuai untuk menyelesaikan permasalahan atau ketertinggalan yang dialami oleh para petani melalui kegiatan pemberdayaan. Adanya kelompok tani Maju Mekar dapat berperan menjadi wadah bagi para petani yang berada di Desa Nagarawangi untuk saling bertukar pikiran, sebagai wadah dalam mengembangkan skill, meningkatkan hasil pertanian, dan meningkatkan aspek

pemasaran yang dapat menguntungkan berbagai pihak termasuk para petani itu sendiri. Kemudian dengan adanya kelompok tani tersebut diharapkan dapat membantu para petani menjadi lebih mandiri, berdaya dan bisa melawan ketertinggalan.

Fokus penelitian dari latar belakang tersebut yaitu berkaitan dengan proses pemberdayaan yang dilakukan oleh kelompok tani Maju Mekar, strategi pemasaran dan hasil pemberdayaan produk kopi Boehoen, dan hasil pemberdayaan ekonomi kelompok tani Maju Mekar. Fokus penelitian ini jika dirumuskan berdasarkan pertanyaan sebagai berikut: *pertama*, bagaimana proses pemberdayaan ekonomi yang dilakukan kelompok tani Maju Mekar?. *Kedua*, bagaimana pemasaran produk kopi Boehoen yang dilakukan oleh kelompok tani Maju Mekar?. *Ketiga*, bagaimana hasil pemberdayaan ekonomi kelompok tani Maju Mekar?.

Penelitian terdahulu yang sudah dilakukan yaitu oleh Muhammad Hasyim (2022) dengan judul “Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Petani Mangga Melalui Kelompok Tani”. Skripsi ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dilakukan oleh Kelompok Tani Karya Bakti yaitu: 1) Sumber daya anggota, 2) Mendapat pengetahuan lebih dalam pengelolaan pertanian yang lebih, 3) Menghasilkan *link*, relasi dan jaringan bagi para petani untuk mendapatkan donatur, bantuan, menambah wawasan pertanian dan penjualan hasil panen, 4) Masyarakat semakin mandiri dalam melakukan pengelolaan pertanian dengan secara optimal dan maksimal. Selanjutnya oleh Haida Sofa (2015), Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Kelompok Tani. Dalam skripsinya menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Adapun hasil pemberdayaan dari penelitian tersebut adalah menjalankan program-program yang sudah ada. Penelitian terdahulu dari Ari Mahardika (2022) yang berjudul “Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Kelompok Wanita Tani Kencana Lestari”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya Kelompok Wanita Tani Kencana Lestari dalam memberdayakan ekonomi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggota dianggap berhasil apabila indikator-indikator tersebut terpenuhi. Persamaan dari penelitian ini yaitu terdapat peningkatan dalam taraf ekonomi terhadap anggota kelompok tani maupun masyarakat. Adapun yang menjadi perbedaan dengan jurnal ini yaitu dari segi pemasaran yang dilakukan oleh kelompok tani karena dalam skripsi terdahulu tidak membahas mengenai strategi pemasaran.

Landasan pemikiran dalam penelitian ini menggunakan teori pemberdayaan menurut Edi Suharto. Selain itu, dilengkapi dengan landasan konseptual tentang teori pemberdayaan ekonomi, strategi pemasaran dan kelompok tani.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Pada penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu primer dan sekunder. Sumber data primer ini didapatkan dari ketua dan bendahara kelompok tani. Sementara data primer didapatkan dari anggota kelompok tani. Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian kualitatif yang berkaitan dengan aliran post-positivisme. Paradigma ini digunakan untuk mengkaji suatu objek tertentu dengan mengevaluasi fakta-fakta di lapangan dan menggambarkan hasilnya tanpa mengurangi objektivitas yang ada (Sadiah, 2015: 59).

Dalam teknik analisis data peneliti menggunakan beberapa metode yakni: pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi yang nantinya akan digunakan untuk melakukan proses analisis data penelitian. Reduksi data yaitu didasarkan pada penyederhanaan, pemilihan, abstraksi, dan transformasi data mentah yang terjadi dalam catatan lapangan tertulis. Penyajian data, pada tahap ini, peneliti merencanakan bagaimana menyajikan data dalam bentuk teks, grafik, atau tabel. Menampilkan informasi ini berarti mengikat bersama-sama data agar nantinya dapat menggambarkan apa yang sedang terjadi. Metode yang terakhir yaitu penarikan kesimpulan ketika data sudah terkumpul dan informasi penting telah dimasukan maka kesimpulan dapat tarik.

LANDASAN TEORITIS

Teori yang menjadi landasan pada penelitian ini ialah teori pemberdayaan yang di kaitkan dengan teori keberhasilan pemberdayaan yang dilakukan oleh kelompok tani Maju Mekar dalam menyejahterkan anggotanya. Para pakar telah banyak mendefinisikan mengenai pengertian pemberdayaan. Jika dilihat dari akar katanya, daya merupakan kata dasar dari berdaya kemudian ditambah dengan awalan “ber” maka memiliki makna jadi yang mempunyai daya. Kata daya mempunyai makna kekuatan/tenaga maka kata berdaya memiliki makna mempunyai kekuatan/tenaga (Maryani, 2019:1).

Menurut Edi Suharto dalam buku Syamsul Bahri (2013:50) yang berjudul membangun masyarakat memberdayakan rakyat bahwa pemberdayaan merupakan sebuah proses dan tujuan. Maksud sebagai proses disini merupakan serangkaian kegiatan untuk memperkuat kekuasaan atau keberdayaan kelompok lemah dalam masyarakat, termasuk individu-individu yang mengalami masalah kemiskinan. Kemudian maksud sebagai tujuan adalah bahwa pemberdayaan menunjuk pada keadaan atau hasil yang ingin dicapai oleh sebuah perubahan sosial yaitu masyarakat miskin yang berdaya, memiliki kekuasaan atau mempunyai pengetahuan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Pengertian pemberdayaan sebagai tujuan sering digunakan sebagai indikator keberhasilan pemberdayaan sebagai sebuah proses.

Secara konseptual pemberdayaan atau pemberkuasaan (empowerment) berasal dari kata power (kekuasaan atau keberdayaan). Konsep mengenai kekuasaan merupakan ide utama dalam hal pemberdayaan. Kekuasaan sendiri selalu diartikan sebagai kemampuan untuk mengatur orang lain sesuai dengan yang kita inginkan. Pemberdayaan berdasarkan perspektif sosiologi adalah menampilkan peran-peran aktif dan kolaboratif antara masyarakat dan mitranya. Adanya kerja sama yang saling berkesinambungan dan melaksanakan tugasnya masing-masing (Setiawan, 2014: 349).

Konsep pemberdayaan diartikan sebagai proses melepaskan situasi atau keadaan ketidakmampuan, ketidakberdayaan, kehilangan, ketersisihan, dan hal-hal yang berkaitan dengan kelemahan. Melalui arti ini, pemberdayaan dapat dimaknai “mengubah dari yang tidak mampu menjadi mampu” atau “mengubah dari yang tidak berdaya/lemah menjadi berdaya/kuat” (Ridwanullah & Herdiana, 2018: 84).

Pemberdayaan ekonomi merupakan komponen kunci untuk memastikan bahwa masyarakat umum terlindungi dari dampak kemiskinan dan keterbelakangan dengan menegakkan hak-hak mereka dan mempertahankannya. Situasi saat ini adalah hasil dari peningkatan kapasitas masyarakat dan dinamika ekonomi. Untuk berkontribusi pada pengembangan ekonomi rakyat, diperlukan partisipasi aktif dan kreatif dalam masyarakat.

Menurut Kartasasmita dalam bukunya pembangunan untuk rakyat bahwa pemberdayaan ekonomi diartikan sebagai suatu upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kemampuan potensi masyarakat dalam aspek ekonomi guna untuk memenuhi kebutuhan hidup bagi masyarakat individu maupun masyarakat kelompok. Pemberdayaan ekonomi juga diartikan sebagai upaya pengerahan sumber daya untuk bisa mengembangkan potensi ekonomi rakyat agar dapat meningkatkan produktivitas rakyat sehingga sumber daya manusia maupun sumber daya alam yang ada di sekitar dapat ditingkatkan produktivitasnya (Kartasasmita, 1996:142).

Strategi pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain (Assauri. S, 2017:1). Menurut Buchari Alma dalam bukunya yang berjudul kewirausahaan bahwa strategi pemasaran merupakan memilih dan menganalisa pasar sasaran yang dilakukan oleh sekelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan dapat memuaskan pasar sasaran tersebut (Alma. B, 2014:5).

Pada dasarnya pemberdayaan bertujuan untuk menciptakan kemandirian masyarakat. Untuk menciptakan keberhasilan dalam mencapai kemandirian masyarakat tentunya ada beberapa syarat yang harus dilewati dalam pemberdayaan

salah satunya adalah tahapan dalam pemberdayaan.

Menurut Mardikanto & Soebianto (2012:169) strategi sering diartikan sebagai langkah-langkah atau tindakan tertentu yang dilaksanakan demi tercapainya suatu tujuan atau penerima manfaat yang dikehendaki, oleh karena itu, pengertian strategi sering rancu dengan: metode, teknik, atau taktik. Dalam pemberdayaan bisa dilakukan oleh siapa saja, baik itu perorangan, kelompok, maupun lembaga masyarakat. Salah satu yang terlibat pada aksi pemberdayaan adalah kelompok tani. Menurut peraturan menteri pertanian RI kelompok tani adalah kumpulan para petani yang tercipta atas dasar rasa akrab dan memiliki kepentingan yang sama dalam memanfaatkan sumber daya pertanian sebagai upaya untuk meningkatkan produktivitas usaha tani dan mensejahterakan para petani (Permentan No. 67 Tahun 2016 tentang pembinaan kelembagaan petani).

Menurut Sulistiyani untuk melakukan pemberdayaan ekonomi dapat melalui tiga tahap, yaitu: a) Tahap penyadaran dan pembentukan perilaku sadar dan peduli sehingga merasa membutuhkan peningkatan kapasitas diri. Pada tahap ini pihak-pihak pemberdayaan masyarakat berusaha menciptakan prakondisi agar memfasilitasi berlangsungnya proses pemberdayaan yang efektif. Sehingga dapat merangsang kesadaran mereka tentang perlunya memperbaiki kondisi untuk menciptakan masa depan yang lebih baik. Selain itu, pada tahap ini merangsang kemampuan masyarakat agar sadar dan dapat mau untuk belajar. Sehingga masyarakat menjadi terbuka dan merasa membutuhkan pengetahuan dan keterampilan untuk memperbaiki kondisi, b) Tahap transformasi kemampuan berupa wawasan pengetahuan, kecakapan keterampilan agar terbuka wawasan dan memberikan keterampilan dasar sehingga dapat mengambil peran dalam pembangunan. Pada tahap ini masyarakat mengalami proses belajar tentang pengetahuan dan kecakapan keterampilan yang memiliki relevansi dengan apa yang menjadi tuntutan kebutuhan tersebut. Masyarakat hanya memberikan peran partisipasi pada tingkat yang rendah, yaitu sekedar sebagai pengikut atau objek pembangunan saja, belum mampu menjadi subjek pembangunan, dan c) Tahap peningkatan kemampuan intelektual, kecakapan keterampilan sehingga terbentuklah inisiatif dan kemampuan inovatif untuk mengantarkan pada kemandirian. Kemandirian ditandai oleh kemampuan masyarakat dalam membentuk inisiatif, melahirkan kreasi-kreasi, dan melakukan inovasi-inovasi di dalam lingkungannya. Pada tahap ini masyarakat dapat secara mandiri melakukan pembangunan. Dalam konsep pembangunan masyarakat pada kondisi seperti ini seringkali di dudukan dalam subyek pembangunan atau pemeran utama pemerintah tinggal menjadi fasilitator saja (Sulistiyani, 2004:33-34)

Setiap kegiatan yang dilakukan tentunya mempunyai tujuan. Kegiatan tersebut dapat dikatakan berhasil harus memiliki indikator agar mudah untuk mencapai tujuan tersebut. Menurut Sumodiningrat dalam Sulistiyani (2004:23) keberhasilan pemberdayaan masyarakat dapat ditentukan oleh lima indikator yaitu

berkurangnya jumlah penduduk miskin, berkembangnya usaha penduduk miskin melalui pemanfaatan sumber daya yang tersedia sehingga pendapatannya meningkat, peningkatan kesejahteraan dan lingkungan melalui kepedulian masyarakat, kemandirian kelompok menjadi meningkat dengan bertambahnya produktivitas usaha anggota dan kelompok, dan kapasitas dan pemerataan pendapatan masyarakat meningkat ditandai dengan meningkatnya pendapatan keluarga miskin dalam memenuhi kebutuhan pokok dan kebutuhan dasarnya.

Menurut Schuler, Hashemi, and Riley, dikutip dalam buku Edi Suharto (2004:38) bahwa indikator yang dapat digunakan untuk memahami tujuan dari pemberdayaan adalah sebagai berikut: a) kelonggaran perpindahan (*freedom of mobility*) yaitu kemampuan bepergian secara mandiri tanpa bantuan pihak yang lain, b) kesanggupan untuk membeli barang kecil yaitu menyangkut kebutuhan sehari-hari dengan menggunakan uang sendiri, c) kesanggupan membeli barang besar yang menyangkut barang-barang sekunder dan tersier dengan menggunakan uang sendiri, d) ikut dalam memutuskan yang menyangkut masalah rumah tangga, e) kelonggaran *relative control* keluarga menyangkut masalah keturunan, pekerjaan, dan kepentingan keluarga lainnya, f) pemahaman terhadap aturan dan politik, g) ikut terlibat menyuarakan aspirasi dan memiliki jaminan secara ekonomi dan berbagi untuk keluarga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Nagawangi mempunyai luas Wilayah 463 Ha, terletak di Kecamatan Rancakalong dan merupakan Pusat Pemerintahan wilayah kecamatan Rancakalong dengan jarak tempuh ± 0.300 Km, berada di pinggir jalan provinsi yang merupakan akses jalan Sumedang–Rancakalong–Tanjungsari dengan batas wilayah yaitu sebelah utara desa pangadegan, sebelah timur desa sukahayu, sebelah selatan desa rancakalong dan pamekaran, dan sebelah barat desa cibunar. Wilayah Desa Nagawangi merupakan perbukitan dengan ketinggian 600 m-700 m diatas permukaan laut dengan suhu udara 25 ° C dengan curah hujan rata- rata Desa Nagawangi memiliki 37 RT, 9 RW, 9 BPD dan 36 Linmas.

Masyarakat Desa Nagawangi memiliki tingkat pendidikan yang terbilang cukup rendah, karena sedikit orang yang melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Oleh karena itu perlu adanya tindakan nyata dari berbagai elemen masyarakat termasuk pemerintah Desa Nagawangi sebagai instrument utama dalam memajukan suatu daerahnya.

Pada penelitian ini peneliti berusaha mendeskripsikan situasi atau kejadian di kelompok tani Maju Mekar mengenai proses pemberdayaan, dan strategi pemasaran yang dilakukan sehingga data yang terkumpul bersifat deskriptif untuk mengidentifikasi lingkungan internal maupun eksternal di Desa Nagawangi. Pengumpulan data yang peneliti gunakan yaitu teknik observasi, wawancara, dan

dokumentasi. Observasi dilaksanakan pada bulan April sebanyak enam kali. Selama melaksanakan observasi terdapat beberapa hal yang peneliti amati yaitu meminta keterangan kepada kelompok tani Maju Mekar untuk mengetahui bagaimana proses pemberdayaan dan strategi pemasaran yang dilakukan sehingga kelompok tani Maju Mekar bisa dikenal sampai ke luar negeri. Setelah peneliti berbincang dengan ketua kelompok tani Maju Mekar terdapat permasalahan yang dialami yaitu dalam aspek pemasaran. Para petani masih kebingungan untuk menjual hasil panennya sehingga terpaksa menjualnya ke tengkulak dengan harga yang murah hal tersebut akan menyebabkan kerugian bagi para petani. Selain itu juga peneliti melihat bahwa di kelompok tani Maju Mekar terdapat potensi yaitu dari segi aspek pemasaran. Kelompok tani Maju Mekar sudah mampu memasarkan kopi hasil olahannya hingga ke mancanegara yaitu ke Australia dan Korea Selatan.

Dalam mendapatkan data penelitian maka peneliti melakukan wawancara kepada ketua dan bendahara kelompok tani Maju Mekar yaitu Bapak Ustadz Sulaeman dan Bapak mumun dan dua orang anggota petani yaitu Bapak Tatang dan Ibu Ais. Pada wawancara tersebut peneliti menggunakan pedoman wawancara sebagai acuan dalam memberikan pertanyaan dengan jumlah pertanyaan sebanyak 26 butir. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah wawancara mendalam yang mana peneliti melemparkan pertanyaan kemudian dijawab oleh narasumber dan diberikan pertanyaan kembali sampai mendapatkan data yang dibutuhkan.

Dalam dokumentasi, peneliti mendapatkan data dari proposal kelompok tani Maju Mekar, profil Desa Nagawangi dan dokumentasi dari berbagai kegiatan di kelompok tani Maju Mekar.

Kelompok tani Maju Mekar merupakan wadah bagi para petani yang berada di Desa Nagawangi untuk saling bertukar pikiran, sebagai wadah dalam mengembangkan skill, meningkatkan hasil pertanian, dan meningkatkan aspek pemasaran yang dapat menguntungkan berbagai pihak termasuk para petani itu sendiri. Kemudian dengan adanya kelompok tani tersebut diharapkan dapat membantu para petani menjadi lebih mandiri, berdaya dan bisa melawan keteringgalan. Dalam perkembangannya produk kopi yang dikelola oleh kelompok tani Maju Mekar dengan brand kopi Boehoen atau *Legend Coffe* sudah memasuki pasar internasional sehingga produk kopi Boehoen ini sudah di kenal di berbagai wilayah baik lokal maupun luar negeri. Adanya perkembangan tersebut membuahkan penghargaan dari bupati Sumedang sebagai role model atau percontohan atas upaya dalam budidaya dan pengolahan kopi Sumedang. kelompok tani Maju Mekar mendapat pendampingan dan bimbingan dari Penyuluh Pertanian Lapangan (PPL) dan Dinas Pertanian Sumedang melalui program penanaman kopi tahun 2010. Kemudian pada tahun 2015 kelompok tani

Maju Mekar mendapat bantuan fasilitas alat pengolahan kopi seperti huller, pulper dan roasting. Dengan bantuan alat tersebut, kelompok tani Maju Mekar mulai mengembangkan sayapnya dengan memproduksi kopi yang memiliki kapasitas lebih besar dan berkualitas. Pada tahun 2019 kelompok tani Maju Mekar mendapatkan kesempatan mengikuti festival kopi tingkat dunia di Taiwan. Produk unggulannya adalah *full wash* dan *specialty*. Diantaranya Kopi Lanang, Kopi Luwak, *Honey*, *Natural* dan *Wine*.

Hasil penelitian ini menemukan beberapa pokok pembahasan, antara lain: proses pemberdayaan ekonomi yang dilakukan oleh kelompok tani Maju Mekar yaitu proses penyadaran, peningkatan transformasi kemampuan berupa wawasan pengetahuan dan kecakapan keterampilan, dan peningkatan intelektual. Pemasaran produk kopi Boehoen diantaranya dengan cara memperluas jaringan pemasaran dan melakukan kerjasama baik dengan kelompok tani yang lain maupun dinas, memaksimalkan peluang dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang ada, bermain dalam segi kualitas, menggunakan media online seperti shopee, tokopedia, reseller, dan buka lapak dan hasil pemberdayaan ekonomi kelompok tani Maju Mekar.

Proses Pemberdayaan Ekonomi Kelompok tani Maju Mekar Kopi Boehoen

Kegiatan pemberdayaan yang dilakukan Kelompok tani Maju Mekar merupakan bagian dari proses pemberdayaan. Hal tersebut sudah dijelaskan di awal bahwa yang dimaksud pemberdayaan menurut Edi Suharto (2013:50) adalah sebagai proses dan tujuan. Pandangan tersebut didukung oleh pendapat Sulistiyani (2004:33-34) bahwa dalam melakukan pemberdayaan terdapat beberapa proses tahapan yaitu tahap penyadaran, tahap transformasi pengetahuan, dan tahap peningkatan kemampuan intelektual.

Dalam proses pemberdayaan yang terjadi di Kelompok tani Maju Mekar setelah peneliti melakukan pengamatan dan wawancara terdapat beberapa tahapan yaitu tahap penyadaran, tahap transformasi pengetahuan dan tahap peningkatan kemampuan intelektual. *Pertama*, tahap penyadaran. Tahap penyadaran yang dilakukan oleh ketua Kelompok tani Maju Mekar terhadap anggotanya yaitu pembentukan pola pikir yang merupakan langkah awal dalam proses pemberdayaan. Dalam tahap ini ketua Kelompok tani Maju Mekar berusaha menciptakan kondisi yang efektif dalam memfasilitasi untuk berlangsungnya proses yang diinginkan. Intervensi yang dilakukan oleh ketua Kelompok tani Maju Mekar terhadap anggotanya fokus pada pembaharuan pola pikir untuk mencapai kesadaran yang diharapkan. Ketua Kelompok tani Maju Mekar berusaha merubah cara pandang masyarakat terhadap potensi yang sudah ada dan dimiliki sehingga anggota dapat memiliki kesadaran untuk bertanggung jawab dalam melestarikan lingkungan melalui penanaman dan pengolahan kopi.

Menurut Wuradji yang dikutip oleh Azis Muslim (2009:3) pemberdayaan adalah sebuah proses penyadaran masyarakat yang dilakukan secara transformatif, partisipatif, dan berkesinambungan melalui peningkatan kemampuan dalam menangani berbagai persoalan dasar yang dihadapi dan meningkatkan kondisi hidup sesuai dengan harapan.

Proses penyadaran merupakan langkah awal yang perlu dilakukan dalam membentuk kemandirian masyarakat yang sekaligus menjadi tujuan dalam pemberdayaan. Dalam melakukan pemberdayaan yang harus lebih dahulu dilakukan adalah membentuk kesadaran guna untuk meningkatkan kapasitas dirinya supaya mendapatkan kehidupan yang lebih baik. Ketua Kelompok tani Maju Mekar menyadari mengenai kondisi wilayah dan potensi yang dimiliki masyarakat sehingga dapat dikembangkan menjadi yang lebih bernilai dan ekonomis. Oleh karena itu untuk menumbuhkan kesadaran terhadap anggotanya upaya yang dilakukan oleh ketua Kelompok tani Maju Mekar yaitu memberikan motivasi, pelatihan dari berbagai pihak baik itu dari pengurus kelompok tani maupun oleh lembaga atau dinas.

Dalam proses penyadaran memang susah-susah gampang. Seperti halnya ketika dalam kedisiplinan, malah disiplin selain anggota. Ketika sudah dikasih tau dalam pelatihan akan tetapi anggotanya tidak langsung mengaplikasikannya. Terus saya juga sudah mencontohkan bagaimana cara memetik kopi kepada anggota saya supaya disiplin dalam perawatan pohon kopi agar setelah dipetik bisa berbuah lagi. Memberikan motivasi juga sering kepada anggota baik melalui pelatihan maupun oleh dinas mengenai pasca panen dan pengaktifan anggota. (Hasil wawancara dengan Bapak Ustad Sulaeman sebagai ketua Kelompok tani Maju Mekar, 6 Mei 2023)

Kemudian dalam proses penyadaran berbagai upaya telah dilakukan baik itu dengan cara yang tegas, lemah lembut dan keras. Karena tidak sedikit anggota yang suka mengeyel ketika diberi nasihat dan dikasih tau. Jika hal tersebut dibiarkan terus menerus maka akan berpengaruh pada perilaku. Disamping itu juga dalam proses penyadaran terhadap anggota Kelompok tani Maju Mekar terdapat beberapa hambatan yaitu masih kurangnya disiplin dari anggota dalam mengolah kopi seperti halnya masih ada anggota yang memetik buah kopi secara keseluruhan bukan petik merah. Jika hal demikian terus dilakukan maka akan berpengaruh terhadap kualitas kopi, karena buah kopi yang masih hijau belum bisa diolah. Bahkan ada beberapa anggota ketika sudah diberi kesempatan membuka lahan tidak dimanfaatkan dengan baik, akan tetapi sebagian tanahnya dijual kepada orang lain yang bukan petani kopi. Beberapa hambatan tersebut dapat teratasi dengan cara selalu memberikan nasihat dan motivasi kepada anggota hingga memberikan contoh agar ada perubahan dan kesadaran.

Kedua, tahap transformasi pengetahuan. Pada tahap kedua ini merupakan suatu tahap yang harus dilakukan oleh Kelompok tani Maju Mekar guna untuk meningkatkan wawasan dan keterampilan sehingga dapat berperan dalam pembangunan berkelanjutan. Tahap transformasi pengetahuan dan keahlian ini dapat berjalan dengan baik dan efektif jika pada tahap penyadaran telah berada dalam kondisi yang baik, maka masyarakat akan belajar mengenai kecakapan yang memiliki relevansi dengan apa yang menjadi kebutuhannya tersebut.

Jika pada tahap penyadaran atau tahap pertama telah berada dalam kondisi yang stabil dan baik, maka masyarakat akan belajar mengenai kecakapan yang memiliki relevansi dengan apa yang menjadi kebutuhannya tersebut. Pada tahap kedua ini, masyarakat sekedar menjadi objek pembangunan dan atau pemberdayaan, dan belum menjadi subjek dalam pembangunan menurut Sulistiyaning dalam Rani. M. C dan Ratnasari. WG. Pramita (2021: 84-89).

Pada tahap transformasi pengetahuan yang dilakukan oleh ketua maupun anggota Kelompok tani Maju Mekar, yaitu adanya perubahan dan peningkatan dalam aspek pengetahuan dan keterampilannya bagi setiap individu sehingga dapat memiliki kapasitas diri yang lebih baik dan mandiri. Upaya yang dilakukan untuk mewujudkan anggota yang memiliki pengetahuan dan keterampilan yaitu dengan cara mengadakan pelatihan baik secara mandiri maupun oleh lembaga atau dinas mengenai konservasi alam, penanaman kopi, pengolahan kopi, hingga pemasaran. (Hasil wawancara dengan Bapak Ustad Sulaeman sebagai Ketua Kelompok tani Maju Mekar, 6 mei 2023)

Menurut Widodo dalam Ridhania, dkk (2015:82), pelatihan merupakan serangkaian aktivitas individu dalam meningkatkan keahlian dan pengetahuan secara sistematis sehingga mampu memiliki kinerja yang profesional di bidangnya. Pelatihan adalah proses pembelajaran yang memungkinkan pegawai melaksanakan pekerjaan yang sekarang sesuai dengan standar. Dalam pelatihan tentunya memiliki sebuah tujuan agar pelatihan tersebut dapat menghasilkan sebuah capaian. Adapun tujuan pelatihan menurut Carrel dalam Salinding (2011:15) mengemukakan delapan tujuan utama program pelatihan antara lain: a) memperbaiki kinerja, b) meningkatkan keterampilan karyawan, c) menghindari keusangan manajerial, d) memecahkan permasalahan, e) orientasi karyawan baru, f) persiapan promosi dan keberhasilan manajerial, i) memperbaiki kepuasan untuk kebutuhan pengembangan personel dan j) Bila suatu badan usaha menyelenggarakan pelatihan bagi karyawannya, maka perlu terlebih dahulu dijelaskan apa yang menjadi sasaran dari pada pelatihan tersebut. Dalam pelatihan tersebut ada beberapa sasaran utama yang ingin dicapai.

Selain mengadakan pelatihan-pelatihan, ketua Kelompok tani Maju Mekar selalu mengadakan diskusi atau sharing dengan memanfaatkan relasinya yang sudah bekerjasama seperti kelompok cendekiawan, mahasiswa, morning glory dan

dosen-dosen pembimbing salah satunya dari sekolah SMK PPN dari pertanian. Sehingga dengan melakukan diskusi atau adanya masukan dari kelompok cendekiawan atau orang-orang yang sudah mumpuni dalam bidangnya tentu akan membantu dalam menambah wawasan anggota sehingga lambat laun disamping akan memiliki wawasan yang luas maka akan terbuka juga dari segi pola pikirnya.

Apalagi bapak masuknya dengan kelompok-kelompok cendekiawan terus masukan-masukan dari cendekiawan sangat membantu untuk mengembangkan kelompok tani paling tidak dengan ilmu lah. Sehingga untuk mencapai kopi specialty dari ipb, pertanian lainnya termasuk dari dinas memetikinya harus petik merah karena nantinya akan menghasilkan kualitas yang bagus, kalo yang lainnya kan kan dipetik semuanya sehingga kopi yang belum matang pun ikut dibawa. Dari ilmu tersebut supaya kita menjadi tahu. Dan sekarang alhamdulillah sudah mempunyai 7 SOP dalam pengolahan. Ilmu-ilmu dari perguruan tinggi, dinas atau dari pakar-pakar kopi itu diaplikasikan karena dengan ilmu ngga rugi. Salah satunya bekerjasama dengan morning glory pakar kopi di bandung. (Hasil wawancara dengan bapak Mumun sebagai bendahara Kelompok tani Maju Mekar, 6 Mei 2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas bahwa dengan melakukan kerjasama dengan berbagai pihak tentunya akan menambah pengetahuan dalam bidang pengolahan kopi sehingga dapat menciptakan kopi yang lebih berkualitas dan unggul.

Ketiga, tahap peningkatan kemampuan intelektual. Pada tahap peningkatan kemampuan intelektual yang dilakukan oleh Kelompok tani Maju Mekar yaitu untuk meningkatkan kemampuan, kecakapan dan kemahiran dalam keterampilan sehingga dapat mewujudkan kemandiriannya. Dalam tahap ketiga ini merupakan tahap kemandirian yang ditandai oleh Kelompok tani Maju Mekar dalam kemampuan mengolah kopi yang lebih berkualitas dari mulai penanaman, pengolahan, hingga pemasaran. Untuk menghasilkan kopi yang berkualitas anggota kelompok tani diberikan pengetahuan, pelatihan, kunjungan, dan membangun kedisiplinan dalam mengolah kopi.

Menurut Robbins (2001:46), kemampuan intelektual adalah kemampuan mental yang diperlukan untuk menjalankan kegiatan mental. Dapat disimpulkan bahwa kemampuan intelektual merupakan bagaimana seorang individu menjalankan kegiatan mental serta berpikiran jernih berdasarkan ilmu pengetahuan.

Tahapan ini menurut peneliti merupakan tahap di mana pemberdaya memberikan motivasi, pelatihan dan bimbingan kepada pengrajin kelompok tani Maju Mekar agar dapat meningkatkan kemampuan mereka untuk lebih berdaya

dan mandiri, dan di samping itu keberdayaan mereka harus tetap berlanjut (*sustainable*). Kedudukan masyarakat yang marginal dan tanpa kekuasaan terhadap kebebasan ekonomi dapat menjadi lebih berdaya jika telah melaksanakan proses-proses dalam pendekatan pemberdayaan secara menyeluruh. Pendekatan yang digunakan tersebut sebagai pemberdayaan masyarakat pada dasarnya berupa pokok pikiran dari teori pembangunan yang harus berpusat pada masyarakat (*people centered development*) yang dalam implementasinya dijabarkan melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat yang memberikan kesempatan dan wewenang yang lebih besar kepada masyarakat khususnya kelompok masyarakat lokal untuk mengelola proses pembangunannya (Soetomo, 2011: 15).

Apabila Kelompok tani Maju Mekar telah mencapai tahap ketiga ini diharapkan untuk mencapai proses kemandirian dapat terwujud dalam suatu pembangunan dan pemberdayaan. Disamping itu juga kemandirian yang telah dibentuk harus tetap dijaga dan dilanjutkan dengan baik sehingga dapat membentuk masyarakat yang memiliki sikap kedewasaan dalam kemandirian masyarakat. Tahapan pemberdayaan yang dikemukakan oleh Ambar Teguh ini menurut peneliti merupakan tahapan yang mana pemberdaya dapat memberikan motivasi, pelatihan, dan bimbingan kepada Kelompok tani Maju Mekar guna meningkatkan kemampuan mereka untuk lebih berdaya dan mandiri.

Strategi Pemasaran Produk Kopi Boehoen Kelompok Tani Maju Mekar

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti bahwa keberhasilan yang telah diraih oleh Kelompok tani Maju Mekar yaitu dari segi pemasaran yang mana mereka telah memasarkan produknya hingga ke luar negeri seperti Korea Selatan. Bahkan telah mendapatkan kesempatan mengikuti kegiatan pameran yang di Taiwan dengan produk unggulannya yaitu full wash dan specialty. Salah satu keberhasilan yang diraih oleh Kelompok tani Maju Mekar yaitu mempunyai strategi pemasaran yang baik sehingga dapat menghantarkan produk kopi boehoen terkenal hingga mancanegara dan banyak diminati oleh banyak orang. Ada beberapa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kelompok tani Maju Mekar yaitu, memperluas dan memanfaatkan relasi atau jaringan, memanfaatkan peluang, memberikan kualitas terbaik, dan memanfaatkan media online.

Strategi pemasaran merupakan suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain (Assauri, S, 2017:1). Strategi pemasaran pertama yang dilakukan oleh Kelompok tani Maju Mekar yaitu dengan cara memperluas jaringan pemasaran dan melakukan kerjasama baik dengan kelompok tani maupun lembaga atau dinas. Ketua Kelompok tani Maju Mekar mempunyai inovasi untuk memasarkan produknya dengan memperluas jaringan setelah mengikuti berbagai

kegiatan pertanian seperti pelatihan dan kunjungan. Hal tersebut dilakukan supaya hasil panen dari para petani dapat tersalurkan dengan maksimal.

Menurut Yentri (2009:55) menerangkan bahwa tujuan kerjasama diantaranya: a) Untuk mengembangkan berpikir kritis dalam menyelesaikan masalah, b) mengembangkan kemampuan bersosialisasi dan komunikasi, c) menumbuhkan rasa percaya diri terhadap kemampuan, d) Untuk dapat memahami dan menghargai satu sama lain antar teman.

Bapak mengusulkan bersama rekan-rekan pengrajin kopi bahwa di pertengahan tahun 2023 semua SKPD dinas-dinas tersebut harus menyeduh kopi Sumedang. Sehingga ada harapan untuk para petani kopi dalam aspek pemasaran...akhirnya saat ini sudah akan dijadikan aturan bahkan sudah dimasukan ke PERBUP (Peraturan Bupati). (Hasil wawancara dengan Bapak Mumun sebagai bendahara Kelompok tani Maju Mekar, 5 Mei 2023”

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa yang dilakukan oleh Kelompok tani Maju Mekar dalam memasarkan produknya yaitu dengan memperluas jaringan dan melakukan kerjasama dengan yang lain. Sehingga hal tersebut dapat membantu para petani kopi dalam menjual hasil panennya. Bahkan usaha yang dilakukan oleh pengurus Kelompok tani Maju Mekar yaitu mengusulkan dibuatnya aturan kepada kepada pemerintahan supaya para pegawai dinas untuk menyeduh kopi. Hal tersebut dilakukan dengan berhasil dan peraturan yang telah diusulkan akan dijadikan perbup.

Networking merupakan perihal dibangunnya jaringan serta terpelihara dalam waktu jangka panjang yang menciptakan saling menguntungkan satu sama lainnya. Definisi lainnya disampaikan oleh Kusnandar (2013:67) bahwa networking atau kolaborasi adalah suatu proses partisipasi beberapa orang ataupun kelompok organisasi untuk bekerja sama mencapai hasil tertentu. Ilza (2011:84) menyatakan networking atau kolaborasi adalah bentuk kerjasama untuk mencapai hasil yang diinginkan sekaligus melahirkan kepercayaan di antara pihak yang terkait yang dilakukan oleh dua orang atau sekelompok orang dalam bidang tertentu. Jaringan bisnis sangat dibutuhkan dalam mengembangkan bisnis, karena dengan membentuk jaringan bisnis, maka informasi dapat cepat menyebar. Dengan cepatnya sebaran informasi, aspek lainpun akan cepat pula meluas. Pada masa sekarang hampir setiap perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan kepada customer/client dengan mengikuti kemajuan teknologi baru, seperti melalui pertukaran data yang cepat untuk menunjang kinerja perusahaan.

Selain melakukan kerjasama dalam memperluas jaringan pemasaran, Kelompok tani Maju Mekar juga selalu aktif dalam mengikuti kegiatan pelatihan-pelatihan. Oleh karena itu hasil yang diperoleh dari aktifnya mengikuti kegiatan

pelatihan mereka mendapatkan hasil yang menguntungkan dengan mendapatkan relasi serta informasi. Dengan begitu, dari hasil memperluas jaringan dan bekerjasama dengan berbagai pihak membuat Kelompok tani Maju Mekar dapat berhasil dalam memperluas pemasarannya. Dengan hal tersebutlah dapat menghantarkan pemasaran Kelompok tani Maju Mekar hingga ke luar negeri. Di balik keberhasilannya dalam segi pemasaran tentunya karena ada peran dari ketua yang selalu aktif dengan memaksimalkan perannya dengan membuat berbagai gagasan yang baik untuk menunjang kemajuan Kelompok tani Maju Mekar.

Strategi pemasaran selanjutnya yang dilakukan oleh Kelompok tani Maju Mekar adalah selalu memanfaatkan peluang dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang ada. Hal ini terbukti ketika di tahun 2013 yang masih menggunakan alat manual dalam pengolahan kopi. Akan tetapi dengan keberaniannya mereka dapat mengirimkan sampel kopi ke provinsi sampai siap seduh. Hal tersebut mendapat apresiasi dari provinsi berupa legalitas bahwa produk kopi boehoen layak untuk dipasarkan karena dengan alat manual mereka bisa membuat kopi yang sudah siap seduh bahkan memiliki kualitas rasa yang bagus. Berawal dari diterimanya sampel kopi tersebut oleh provinsi Kelompok tani Maju Mekar mulai mendapat bantuan berupa mesin huller, pulper dan roasting.

Dulu ketika membentuk sekitar tahun 2010 belum ada apa-apa masih menggunakan alat manual. Kemudian pada tahun 2013 baru mengolah kopi sebelum ada mesin pulper dan roasting. Untuk mengelola kopi masih menggunakan alat manual yaitu chery dimasukan ke jubleg kemudian ditumbuk dijadikan beras, di sangria di wajan dan di tumbuk di jubleg bat uterus diayak kemudian dikirim ke provinsi untuk sampel. Kemudian ditanya betul ada kelompok di rancakalong sumedang? Kemudian data kelompok dan produknya di kirim. Setelah itu di cek dan dinyatakan bahwa di rancakalong ada kelompok tani bahkan dengan menggunakan alat manual sudah berani kirim sampel kopi yang siap sampel ke provinsi. Setelah diakui akhirnya mendapat bantuan seperti pulper, huller dan roasting. Setelah itu mulai melakukan studi banding ke berbagai daerah. (Hasil wawancara dengan Bapak Ustad Sulaeman sebagai ketua Kelompok tani Maju Mekar, 4 Mei 2023)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut menunjukan bahwa Kelompok tani Maju Mekar selalu memanfaatkan peluang yang akan meningkatkan produksi dan pemasaran dengan segala keberaniannya dalam mencoba. Berawal dari memberanikan diri dalam menguji sampel tersebut dapat mendatangkan keberkahan berupa bantuan dan berbagai tawaran kerjasama, sehingga akan lebih memudahkan dalam memasarkan kopi.

Setelah mendapatkan bantuan dari berbagai pihak kopi boehoen yang diolah oleh kelompok tani maju semakin memiliki kualitas yang baik. Oleh karena

itu semakin banyak orang-orang yang memesan dari berbagai daerah seperti Bekasi, Yogyakarta, Toraja, Kalimantan, dan Bandung. Dengan semakin banyaknya pesanan tentunya membuat Kelompok tani Maju Mekar harus memaksimalkan potensi para petani dan anggota yang ada untuk mengolah dan menanam kopi di setiap lahannya.

Strategi pemasaran selanjutnya yaitu Kelompok tani Maju Mekar bermain dalam segi kualitas dengan memberikan kualitas yang terbaik kepada setiap konsumennya. Kopi yang di oleh Kelompok tani Maju Mekar saat ini banyak dipesan dari berbagai daerah karena dari segi kualitasnya yang bagus. Mulai dari penanaman hingga pengolahan saja mereka melakukannya dengan penuh kehati-hatian sehingga kopi yang dihasilkan pun memiliki kualitas yang bagus. Seperti halnya dari cara panen, ketika para petani memetik buah tidak dipilih maka buah kopi yang masih hijau akan terbawa dan jika buah kopi yang warna hijau terbawa maka akan berpengaruh kepada aroma dan rasa kopi. Cara yang tepat dalam memanen kopi adalah dengan petik merah. Kopi yang diambil hanyalah kopi yang berwarna merah saja supaya aroma dan rasa kopinya tetap memiliki kualitas bagus.

Dari cara panen aja kebiasaan yang dulu jadi masih melekat yaitu panen parol. Kan sekarang sudah harus dipilih satu-satu yang merahnya aja nah itu tuh bukan hanya satu kali panen bisa berhasilnya tuh sampe dua sampai tiga tahun untuk menyadarkan hal tersebut. Kita dalam memproduksi kopi itu supaya bagus, enak dan tidak menjadi penyakit. Terus selain itu juga supaya harganya mahal kalau kita dalam panennya disiplin. Kemudian pohonnya juga kalau dipetik dengan sistem parol akan merusak pohon kopi tapi kalau dipetik merah di pilih yang merah saja maka pohon kopi akan semakin tumbuh dengan baik dan akan muncul kopi lagi. Sehingga kopi dalam satu pohon akan menghasilkan dengan lebih banyak. (Hasil wawancara dengan bapak Mumun sebagai bendahara Kelompok tani Maju Mekar, 6 Mei 2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa Kelompok tani Maju Mekar sangat disiplin dari mulai menanam, panen hingga mengolah kopi agar dapat menghasilkan kualitas kopi yang bagus dan enak untuk dinikmati. Selain itu juga supaya terhindar dari penyakit.

Strategi pemasaran selanjutnya yaitu dengan menggunakan media online seperti shopee, tokopedia, reseller, dan bukalapak serta café-café roastery. Kelompok tani Maju Mekar mampu memanfaatkan teknologi sehingga produk kopi yang diolahnya bisa dipasarkan ke berbagai pelosok.

Iyah kita juga menggunakan shopee. Kadang2 lewat reseller atau ada juga yang langsung pesan melalui wa. Terus kadang-kadang dari Sulawesi juga pesen kesini. Kalo dari bekasi, Bandung, jakarta, Cirebon udah biasa. Terus kemarin-kemarin juga ada yang dari Yogyakarta beli kopi sebanyak satu

Pemberdayaan Ekonomi Melalui Kelompok Tani Maju Mekar Dalam Menyejahterakan Anggotanya kuintal setengah. Ke Jakarta dan bekasi sekitar 3 kwintal/ 575rb menggunakan JNE cargo. Terus rata-rata yang membeli kopi orang-orang yang tahu kopi. (Hasil wawancara dengan bapak Mumun sebagai bendahara Kelompok tani Maju Mekar, 6 Mei 2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa Kelompok tani Maju Mekar dapat memanfaatkan media online dalam memasarkan produk kopinya sehingga dapat tersebar di berbagai daerah bahkan lintas provinsi dan mancanegara seperti Sulawesi dan Yogyakarta. Banyaknya pemesanan hingga dari berbagai daerah dikarenakan kualitas kopi yang bagus dan tidak sedikit yang kopi ke Kelompok tani Maju Mekar adalah orang-orang yang mengerti terhadap kopi.

Selain dari kualitas yang baik, hal yang menjadi faktor pendukung unggulnya kopi yang diolah Kelompok tani Maju Mekar adalah menggunakan teori menurut Kurtz strategi pemasaran dari marketing mix yaitu produksi, distribusi, dan harga yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Berikut ini strategi marketing menurut pandangan Kurtz (2008:42) sebagai berikut: *Pertama*, Produk. Produk yang digunakan oleh Kelompok tani Maju Mekar adalah kopi. Pada awalnya kopi bukan menjadi komoditas utama di daerah rancakalong Rancakalong, namun setelah Kelompok tani Maju Mekar mengembangkan kopi hingga pemasarannya ke luar negeri sehingga masyarakat sekitar ikut menanam kopi karena harga kopi saat ini sedang melambung tinggi. Kemudian salah satu alasan kelompok tani Maju Mekar memilih kopi yaitu karena dalam proses penanamannya tidak terlalu ribet. Kedua, harga. Harga yang diambil oleh Kelompok tani Maju Mekar untuk kopi berbeda tergantung jenis kopi yang dijualnya. Harga untuk jenis kopi robusta yaitu 20 ribu/gram. Kopi robusta juga memiliki banyak jenis yaitu bohong wet dengan harga 25 ribu/100gr, bohoen honey/ori 30 ribu/100gr, bohoen natural 35 ribu/100 gr, bohoen wine 40 ribu/100gr. Dan bohoen lanang 60 ribu/100gr. Sedangkan harga untuk kopi Arabica wine 40 ribu, Arabica natural 35 ribu, Arabica honey 30 ribu, Arabica ori 30 ribu, dan Arabika wet 25 ribu. Ketiga, distribusi. Pendistribusian produk yang sudah jadi ini terbagi tiga yaitu pendistribusian secara langsung, semi langsung dan tidak langsung. Pendistribusian secara langsung yaitu Kelompok tani Maju Mekar mengirim produk baik berupa green bean atau kopi siap seduh kepada konsumen secara langsung baik melalui whatsapp atau kontak langsung. Kemudian pendistribusian semi langsung merupakan penyaluran produk melalui badan perantara toko sendiri. Kelompok tani Maju Mekar menyalurkan produknya melalui café yang telah didirikannya, nama café tersebut yaitu café Bochoen. Kemudian pendistribusian tidak langsung yaitu produsen menyalurkan produknya melalui perantara. Kelompok tani Maju Mekar menyalurkan produknya melalui media online seperti tokopedia, shopee, dan bukalapak. Ada juga penyalurannya melalui reseller, café-café, dan gerai /toko.

Hasil Pemberdayaan Ekonomi Kelompok tani Maju Mekar Kopi Boehoen

Menurut Shaddlow dalam Alrasyid (1998: 25) bahwa pemberdayaan pada hakikatnya membicarakan mengenai manusia, kelompok atau komunitas yang berusaha mengatur kehidupannya sendiri dan berusaha membentuk masa depan yang sesuai dengan keinginan dan tujuannya. Dengan demikian tujuan pemberdayaan yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan dalam suatu masyarakat melalui potensi yang dimilikinya supaya mampu meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik melalui kegiatan swadaya (Fauzi, 2012:16).

Hal tersebut selaras dengan pemberdayaan yang dilakukan oleh Kelompok tani Maju Mekar dengan memanfaatkan potensi lahan yang ditanami kopi sebagai konservasi keanekaragaman hayati dengan memperhatikan peningkatan potensi produksi dengan pengelolaan yang ramah lingkungan hidup serta menjamin terciptanya kesempatan yang merata dan adil bagi semua orang (Suhartini:199-205). Kopi merupakan komoditas ekspor penting bagi Indonesia yang mampu menyumbang devisa yang cukup besar (Permentan, 2014 : 1). Agar tujuan tersebut dapat tercipta, Margules mengungkapkan perlunya strategi konservasi dengan memilih daerah yang dialokasikan untuk produksi yang cocok untuk pengembangan perekonomian dan juga daerah yang khusus untuk perlindungan (Margules & Pressey 2000: 405). Kopi Dengan adanya Kelompok tani Maju Mekar yang terletak di wilayah Desa Nagarawangi, kecamatan Rancalong, Kabupaten Sumedang dapat membantu para anggota petani untuk meningkatkan kapasitas dirinya agar mampu meningkatkan taraf kehidupannya terutama dalam sektor ekonomi yang lebih baik.

Dilihat dari sudut pandang ekonomi, pemberdayaan Kelompok tani Maju Mekar memiliki dampak dan hasil yang dapat meningkatkan kemampuan ekonomi bagi para anggota petani. Dalam mengukur keberhasilan tersebut peneliti menggunakan teori menurut Schuler, Hashemi, and Riley, dikutip dalam buku Edi Suharto (2004:38) disebutkan bahwa *empowerment index* atau indeks pemberdayaan dengan delapan indikator keberhasilan dalam pemberdayaan.

Pertama, kebebasan mobilitas yaitu kemampuan bepergian secara mandiri tanpa bantuan pihak yang lain. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti bahwa anggota Kelompok tani Maju Mekar telah menjadi lebih mandiri dan mampu melakukan aktivitas di luar rumah tanpa bantuan orang lain. Kebebasan bergerak ini digunakan untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan mereka, memungkinkan mereka bersosialisasi dengan baik di lingkungan sosial di luar rumah.

Kedua, kemampuan membeli komoditas kecil yaitu menyangkut kebutuhan sehari-hari baik kebutuhan sendiri maupun keluarganya dengan menggunakan uang yang merupakan hasil dari kegiatan tersebut. Para anggota Kelompok tani

Maju Mekar setelah melewati tahap-tahap pemberdayaan, memiliki kemampuan untuk dapat membeli keperluan yang diperoleh dari pengolahan kopi baik yang bertugas mengelola kebun ataupun yang mengolah kopi tanpa meminta kepada orang lain. Salah satu komoditas kecil yang mampu dibeli oleh anggota Kelompok tani Maju Mekar seperti alat-alat dapur. (Anggota Kelompok tani Maju Mekar, 22 Mei 2023)

Ketiga, kemampuan membeli komoditas besar yang menyangkut barang-barang sekunder dan tersier sebagai penunjang dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya dengan menggunakan uang sendiri. Anggota Kelompok tani Maju Mekar sudah mampu membeli komoditi besar seperti motor bekas. Hal tersebut sangat membantu sekali dalam melakukan berbagai aktivitas seperti mengantar ke sekolah, ke pasar, ke kebun dan ke berbagai tempat yang perlu dikunjungi. (Hasil wawancara dengan Bapak Tatang anggota Kelompok tani Maju Mekar, 22 Mei 2023)

Keempat, ikut dalam memutuskan yang menyangkut masalah rumah tangga. Merupakan suatu kondisi individu memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan secara mandiri maupun bersama suami dalam menyelesaikan keputusan yang akan mempengaruhi anggota keluarganya, seperti renovasi rumah, pemilihan tempat pendidikan anak atau sekolah, mengangsur kredit barang-barang atau membuat tabungan. Anggota Kelompok tani Maju Mekar telah berada dalam indikator ini yang ditandai bahwa mereka sudah mampu membuat buku tabungan untuk keperluan jangka panjang serta sebagai simpanan jika suatu saat membutuhkan uang dalam keadaan terdesak dapat memanfaatkan tabungan tersebut. (Anggota Kelompok tani Maju Mekar, 22 Mei 2023)

Kelima, Kelonggaran relative control keluarga menyangkut masalah keturunan, pekerjaan, dan kepentingan keluarga lainnya. Dalam artian memiliki kebebasan untuk mencurahkan masalah yang berada dalam keluarganya. Anggota kelompok tani maju kini sudah memiliki kebebasan dalam menyampaikan masalahnya di dalam keluarganya sehingga dengan adanya kebebasan komunikasi di keluarga dapat terbuka dan dapat menciptakan keluarga yang harmonis.” (anggota Kelompok tani Maju Mekar, 11 Mei 2023)

Keenam, pemahaman terhadap aturan dan politik. Mengetahui salah seorang dari pegawai pemerintah desa/kelurahan, anggota DPRD setempat, dan nama presiden. Dalam indikator ini anggota Kelompok tani Maju Mekar dapat mengetahui unsur pemerintahan setempat sehingga jika terjadi sesuatu mereka sudah mengetahui jalur koordinasinya. (Anggota Kelompok tani Maju Mekar, 22 Mei 2023)

Ketujuh, ikut terlibat menyuarakan aspirasi. Jika ia pernah terlibat dalam kampanye atau bersama orang lain melakukan protes, misalnya terhadap suami

yang memukul isteri; isteri yang mengabaikan suami dan keluarganya; gaji yang tidak adil; penyalahgunaan bantuan sosial; atau penyalahgunaan kekuasaan polisi dan pegawai pemerintah. Anggota Kelompok tani Maju Mekar sudah aktif menyampaikan aspirasi atau kritiknya kepada pemerintah setempat seperti RT dan RW. Salah satu contohnya ketika terjadi pada saat pembagian bantuan sosial dari pemerintah yang tidak merata, mereka dengan tugasnya menyampaikan kritiknya kepada RT atau RW. (anggota Kelompok tani Maju Mekar, 11 Mei 2023)

Kedelapan, memiliki jaminan secara ekonomi dan berbagi untuk keluarga. Kondisi jaminan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan distribusi dalam keluarga merupakan investasi jangka panjang yang dimiliki oleh individu secara sendiri atau dari pasangannya. Salah satu yang menjadi kebiasaan Kelompok tani Maju Mekar ialah suka menabung walaupun hanya 5000 sampai 1000 ribu per harinya. Akan tetapi hal tersebut dapat membantu ekonomi keluarganya terutama ketika pada saat keadaan terdesak. (Anggota Kelompok tani Maju Mekar, 11 Mei 2023)

Berdasarkan pemaparan diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa pemberdayaan ekonomi melalui Kelompok tani Maju Mekar dalam menyejahterakan anggotanya bisa dikatakan berhasil berdasarkan delapan indikator yang sudah dijelaskan. Selain itu, kaitannya dengan ekonomi bahwa kegiatan Kelompok tani Maju Mekar telah memberikan kontribusi dalam peningkatan ekonomi bagi anggotanya.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai pemberdayaan ekonomi melalui kelompok tani Maju Mekar dalam menyejahterakan anggotanya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Proses pemberdayaan ekonomi melalui Kelompok tani Maju Mekar terdapat tiga proses yaitu tahap penyadaran, tahap transformasi pengetahuan dan tahap peningkatan kemampuan intelektual.

Pertama, pada tahap penyadaran upaya yang dilakukan oleh ketua Kelompok tani Maju Mekar ialah membentuk pola pikir sebagai langkah awal dalam proses pemberdayaan melalui pemberian motivasi, pelatihan dari berbagai pihak. Dalam tahap ini ketua Kelompok tani Maju Mekar berusaha menciptakan kondisi yang efektif dalam memfasilitasi untuk berlangsungnya proses yang diinginkan. Intervensi yang dilakukan oleh ketua Kelompok tani Maju Mekar terhadap anggotanya fokus pada pembaharuan pola pikir untuk mencapai kesadaran yang diharapkan. Ketua Kelompok tani Maju Mekar berusaha merubah cara pandang masyarakat terhadap potensi yang sudah ada dan dimiliki sehingga anggota dapat memiliki kesadaran untuk bertanggung jawab dalam melestarikan lingkungan melalui penanaman dan pengolahan kopi

Kedua, dalam tahap transformasi pengetahuan ketua Kelompok tani Maju Mekar mengadakan pelatihan baik secara mandiri atau dari lembaga serta mengadakan panel diskusi dengan orang-orang yang mumpuni dalam bidangnya. Pada tahap transformasi pengetahuan yang dilakukan oleh ketua maupun anggota Kelompok tani Maju Mekar, yaitu adanya perubahan dan peningkatan dalam aspek pengetahuan dan keterampilannya bagi setiap individu sehingga dapat memiliki kapasitas diri yang lebih baik dan mandiri. Upaya yang dilakukan untuk mewujudkan anggota yang memiliki pengetahuan dan keterampilan yaitu dengan cara mengadakan pelatihan baik secara mandiri maupun oleh lembaga atau dinas mengenai konservasi alam, penanaman kopi, pengolahan kopi, hingga pemasaran.

Ketiga, dalam tahap peningkatan kemampuan intelektual ini terlihat adanya kemampuan dalam mengolah kopi. Kemudian Strategi yang dibangun oleh Kelompok tani Maju Mekar hingga bisa mencapai ke luar negeri yakni dengan cara memperluas jaringan pemasaran dan melakukan kerjasama baik dengan kelompok tani yang lain maupun dinas, memaksimalkan peluang dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang ada, bermain dalam segi kualitas, menggunakan media online seperti shopee, tokopedia, reseller, dan buka lapak. Selain itu juga mengimplementasikan dari Kurtz tentang marketing mix yaitu produk, harga dan distribusi. Produk yang diolah di Kelompok tani Maju Mekar adalah kopi, kemudian harga kopi yang dijual sudah ada ketentuan harganya sesuai harga pasar, dan pendistribusiannya yaitu langsung kepada konsumen, ke café-café, gerai, dan reseller.

Adapun hasil pemberdayaan melalui Kelompok tani Maju Mekar yakni pertama, memiliki kebebasan mobilitas telah menjadi mandiri dalam berkeputusan dan mampu keluar dari rumah sendiri untuk pemenuhan keperluan pribadi dan keluarga tanpa bantuan orang lain. Kedua, kemampuan membeli komoditas kecil yang ditandai anggota Kelompok tani Maju Mekar mampu membeli kebutuhan rumah tangga seperti alat-alat dapur. Ketiga, anggota kelompok tani mampu membeli komoditi besar seperti motor bekas yang menjadi penunjang dalam melakukan aktivitasnya. Keempat, anggota Kelompok tani Maju Mekar selalu ikut dalam memutuskan yang menyangkut masalah rumah tangga seperti membuat buku tabungan. Kelima, anggota Kelompok tani Maju Mekar memiliki kelonggaran relative control keluarga menyangkut masalah keturunan, pekerjaan, dan kepentingan keluarga lainnya seperti memiliki kebebasan komunikasi dalam menyampaikan masalah keluarga. Keenam, anggota kelompok tani memahami terhadap aturan pemerintah yang dibuktikan dengan mengetahuinya aparat pemerintah desa. Ketujuh, anggota Kelompok tani Maju Mekar ikut terlibat menyuarakan aspirasi seperti halnya ketika terjadi ketimpangan bantuan sosial. Kedelapan, anggota Kelompok tani Maju Mekar memiliki jaminan secara ekonomi dan berbagi untuk keluarga seperti selalu menyisihkan uang agar ketika dalam dibutuhkan pada saat mendesak ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2006). *Kewirausahaan* (Ed. rev. c). Jakarta: Alfabeta.
- Boon, Kurtz (2008). *Contemporary Marketing*. New York: Sount-West Cengage Learning.
- Bahri. S. Eefri. (2013). *Pemberdayaan Masyarakat Konsep dan Aplikasi*. FAM Publishing
- Carrel, Salinding, (2011). *Analisis Pengaruh Pelatihan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. Erajaya Swasembada Cabang Makasar*, Universitas Hassanudin Makasar.
- Departemen Pertanian, (1997). *Pedoman Pembinaan Wanitatani-Nelayan, pusat Penyuluhan Pertanian Departemen Pertanian*, Jakarta.
- E. Harahap. *Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Ekonomi Untuk Mewujudkan Ekonomi Nasional yang Tangguh dan Mandiri*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. 3(2), 78-96.
- Fauzi. Y. (2012). *Kelapa Sawit*, Edisi Revisi, Penebar Swadanya, Jakarta
- Imamilkhoir, N., RS, S., & Herdiana, D. (2023). *Pemberdayaan Masyarakat melalui Peran UKM Batik Canting Bekasi*. Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam, 7(1), 1–20. <https://doi.org/10.15575/tamkin.v7i1.24379>
- Ilza, M., Syahrul, dan T. Laksono. 1999. *Pengaruh cara pemasakan terhadap mutu tepung ikan*. Laporan Penelitian. Lembaga Penelitian Universitas Riau. Pekanbaru.
- Kartasasmita, G. (1996). *Pembangunan untuk rakyat: memadukan pertumbuhan dan pemerataan*. Pustaka Cidesindo
- Kusnandar. (2013). *Networking*. Jakarta: Rajawali Press.
- Mardikanto, T., & Soebianto, P. (2012). *Pemberdayaan masyarakat dalam perspektif kebijakan publik*. Alfabeta.
- Marlina, Y. 2021. “Peningkatan Hasil Belajar IPS Melalui Model Guided Discovery Learning Dalam Materi Kerja Sama Pada Siswa Kelas V SD Negeri 133 Halmahera Selatan.” Jurnal Pendidikan Dasar 3(1):55.
- Margules, C.R. & Pressey, R.L., (2000). *Systematic conservation planning*. Nature, 405(6783), pp.243–53.
- Muslim. A. (2009). *Metodologi Pembangunan Masyarakat*. Yogyakarta. Teras.
- Permentan. (2014). *Pedoman Teknis Budidaya Kopi Yang Baik*. (d. Hadi, Ed.) Retrieved from Peraturan Mentri Pertanian Republik Indonesia: Peraturan Mentri Pertanian Nomor 49/OT.140/4.
- Ridwanullah, A. I., & Herdiana, D. (2018). Optimalisasi Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Masjid. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 12(1), 82–98. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v12i1.2396>
- Ridhania. A, Sudadio, and Fauzi. A. (2019). Hubungan Pelatihan Kepemimpinan Dan Motivasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan PT Krakatau Steel Kota Cilegon. *Jurnal Eksistensi Pendidikan Luar Sekolah (E-Plus)* 4(2):176.
- Robbins, Stephen P. (2001). *Perilaku Organisasi Jilid I*. Yogyakarta: Aditya Media.

- Rani, M.C, and WG. Pramita Ratnasari. (2021). Pemberdayaan Perempuan Melalui Pemanfaatan Potensi Budaya Lokal. *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial* 10(1):84–89. doi: 10.15408/empati.v10i1.21505.
- Sofjan, A. (2017). *Manajemen pemasaran : dasar, konsep & strategi*. Rajawali Perss.
- Sofa. (2015). *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Kelompok Tani. Skripsi*. Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Setiawan, A. I. (2014). Dakwah Berbasis Pemberdayaan Ekonomi dan Peningkatan Kesejahteraan Mad'u. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 6(2), 347. <https://doi.org/10.15575/jid.v6i2.342>
- Sulistiyani. A. T. (2004). *Kemitraan dan Model-model Pemberdayaan* (Ed.1, Cet.). Gava Media.
- Suharto. E. (2004). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat* (cet. 5). Refika Aditama.
- Suhartini, (2009). Peran Konservasi Keanekaragaman Hayati Dalam Menunjang Pembangunan Yang Berkelanjutan. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian, Pendidikan dan Penerapan MIPA*, pp.199– 205.
- Yami, A., Solahudin, D., & Herdiana, D. (2021). *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Kelompok Tani*. Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam, 6(1),4346.[https://peraturan.bpk.go.id/Home/Download/153490/Permen tan%20Nomor%2067%20Tahun%202016.pdf](https://peraturan.bpk.go.id/Home/Download/153490/Permen%20tan%20Nomor%2067%20Tahun%202016.pdf)
- Alrasyid, M. H. (2007). Konstruksi Model Pemberdayaan Keluarga Berbasis Jaringan.http://portalgaruda.org/download_article.php?article=19507&val=1231. [21 Januari 2014].

