

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Temuan Penelitian

Komunikasi dalam sebuah organisasi adalah suatu unsur yang mutlak adanya karena komunikasi dipergunakan untuk menyampaikan sebuah intruksi yang melibatkan semua pihak dalam tubuh organisasi. Bentuk apapun organisasi dipastikan memprioritaskan fungsi komunikasi yang efektif demi menjalankan proses koordinasi yang juga diharapkan efektif. Segala upaya organisasi dalam melibatkan komunikasi di dalamnya tak lain demi sebuah pencapaian tujuan organisasi tersebut.

Dalam bab ini peneliti mencoba memaparkan hasil dari temuan penelitian dari lapangan seputar komunikasi yang dilakukan pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam upaya pembinaan petani kopi lokal khususnya petani daerah Kabupaten Garut. Pimpinan menggunakan fungsi komunikasi untuk menyampaikan suatu pesan tentang visi dan misi dari Koperasi Klasik Beans kepada masyarakat desa khususnya masyarakat yang berprofesi sebagai petani daerah Kab. Garut. Penyampaian pesan tentang kerjasama antara kedua belah pihak dalam upaya peningkatan ekonomi masyarakat desa serta kemandirian masyarakat desa. Koperasi Klasik Beans berdedikasi kepada masyarakat sekitar untuk masyarakat dapat lebih meningkatkan kekayaan sumber alam untuk dijadikan penjamin ekonominya kedepan. Tentu hal semacam ini tidak mudah untuk disampaikan kepada masyarakat awam yang telah terbiasa dengan paham lama mereka.

Kegiatan pembinaan terhadap petani yang merupakan sebuah intruksi langsung dari pimpinan Koperasi Klasik Beans yang bertujuan untuk peningkatan pengetahuan petani kopi dalam segi produktifitas kopi. Pembinaan berupa penyuluhan tentang budidaya kopi yang baik agar kualitas dan kuantitas hasil panen akan maksimal. Masyarakat desa yang berada di sekitaran hutan kaki gunung Kab. Garut kebanyakan berprofesi sebagai petani yang berkebun di hutan-hutan sekitaran gunung. Kebanyakan dari petani tersebut telah lama bertani komoditi sayur-sayuran. Tidak semua dari mereka mengenal tentang bertani berupa komoditi kopi. Mereka tidak tahu akan potensi kopi saat ini di pasar dunia. Para petani masih menganggap bahwa komoditi sayur yang akan terus bergulir mendatangkan mereka rejeki dan mereka tidak percaya akan komoditi tani lainnya selain sayuran. Hal ini merupakan warisan turun-temurun dari orang tua mereka yang juga para petani yang dari dulu hanya mengenal komoditi sayur.

Fenomena ini yang menjadi tantangan pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam meyakinkan masyarakat yang berprofesi sebagai petani ini untuk mencoba sedikit demi sedikit beralih ke komoditi kopi yang lebih dapat menjanjikan peningkatan ekonomi bagi mereka. Tantangan ini merupakan tantangan awal pimpinan koperasi dalam memberi pemahaman baru kepada masyarakat sebelum menjalankan sistem organisasi koperasi ini. Pemahaman lama masyarakat bahwa bertani tidak ada lagi yang menjanjikan selain sayur akan sukar ditembus oleh pimpinan koperasi jika menggunakan cara yang tidak tepat. Perlu adanya pendekatan yang intens yang dilakukan pimpinan koperasi kepada masyarakat. Komunikasi berperan dalam upaya pendekatan pimpinan kepada masyarakat.

Komunikasi yang tepat dipergunakan oleh pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam melakukan penyuluhan dengan para petani. Pimpinan tidak sembarang dalam menentukan komunikasi seperti apa yang harus dipergunakan dalam upaya penyuluhan ini karena latar belakang petani yang secara keseluruhan adalah masyarakat desa dengan paham tradisionalnya. Pemahaman mereka yang masih sangat kuat karena turun-temurun dari pendahulu mereka. Mereka yang sudah nyaman dengan kondisi yang ada. Mereka yang sudah sangat bergantung kepada komoditi sayur tidak akan mudah diusik oleh ide-ide baru. Sangat sulit jika sebuah ide baru yang sebenarnya berpihak kepada mereka tetapi didampai dengan cara mendadak dan terkesan terburu-buru. Pendekatan demi pendekatan dilakukan oleh pimpinan koperasi kepada para petani untuk dapat menyesuaikan kondisi dalam upaya menyampaikan visi awal Koperasi Klasik Beans. Pimpinan Koperasi Klasik Beans sangat mengandalkan fungsi komunikasi untuk berinteraksi secara intens dengan masyarakat yang berprofesi sebagai petani tersebut.

Maksud dan tujuan mengapa kehadiran Koperasi Klasik Beans di tengah-tengah masyarakat tersebut tidak hanya sekedar tentang bisnis komoditi pertanian kopi semata tetapi ada tujuan dasar yang pada akhirnya menjadikan komoditi kopi sebagai jawaban atas sebuah fenomena yang terjadi di Kab. Garut yaitu kerusakan alam yang cukup parah. Para pimpinan Koperasi Klasik Beans mencoba merangkul masyarakat setempat sebagai pelaku aktif dalam upaya mengkonservasi alam sekitar. Tidak lain dan tidak bukan semua ini dilakukan demi kebaikan bersama.

Salah satu pimpinan Koperasi Klasik Beans yang menjadi narasumber adalah Bapak Hamzah

“Jadi disaat saya bertemu dengan Deni dan Pak Eko punya semangat yang sama untuk sunda untuk yang ada di Jawa Barat kita bikin koperasi karena semangat kebersamaan yang tadi kan musyawarah kekeluargaan yang tadi. Nah semangatnya itu adalah kerusakan hutan karena basicnya kita dari pecinta alam. Kerusakan hutan yang ada di Jawa Barat itu sudah tidak terelakan lagi”. (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015)

Ini adalah dasar dari mengapa mereka turun tangan untuk mencari solusi terbaik yang dapat memecahkan masalah yang terjadi di Kab. Garut dan sekitarnya. Solusi untuk mengubah paham masyarakat tentang tata cara bertani yang lama menjadi bertani yang lebih tepat dan berpihak pada ekosistem alam.

Paham mereka tentang bertani sayur yang tidak tepat dilakukan pada daerah hutan yang berada di lereng gunung menjadi dasar ketiga aktivis berkontribusi dalam merubah tatanan itu. Cara mereka bertani cenderung menyebabkan dampak yang tidak menguntungkan alam sekitar dan justru mengakibatkan kerusakan alam yang cukup parah. Tidak semua petani dapat disalahkan karena tidak semua dari mereka juga yang melakukan ini. Ini hanya segelintir oknum tidak bertanggung jawab yang mencoba mengganggu kelestarian alam demi keuntungan pribadi. Oknum yang dengan sengaja membuka lahan tani dengan cara membakar hutan sehingga lahan terbuka lebar dan dipercaya abu sisa pembakaran adalah pupuk alami penyubur tanah sehingga dapat menyuburkan sayuran mereka. Cara lain dengan menebang pohon secara liar untuk dapat membuka lahan sehingga tanaman sayur dapat pencahayaan penuh matahari tanpa terhalangi pohon-pohon

besar dan mereka dapat menjual kayu hasil tebangan mereka yang pada akhirnya mereka mendapat uang tambahan hasil menjual kayu. Mereka pun mendapat lahan yang luas yang dapat mereka pergunakan untuk mereka bertani sayur-sayuran.

Bapak Hamzah dan Bapak Deni selaku aktivis alam yang melihat fenomena ini mencoba mengambil solusi tepat yang dapat menciptakan keberpihakan kepada petani agar tidak terjadi penyimpangan fungsional hutan yang ada di lereng gunung. *“Jadi kita mencari alternatif bagaimana komoditi yang tidak melanggar peraturan tadi”* ujar Bapak Hamzah. Tanaman kopi merupakan solusi dari mereka untuk petani tetap melakukan aktifitas betani tetapi tidak menyalahi aturan yang ada tentang tata tertib bertani pada saat ini. Tanaman kopi merupakan salah satu jenis tumbuhan yang berakar kuat. Tumbuhan kopi yang berakar kuat jelas merupakan tumbuhan yang cocok ditanam di lereng gunung yang riskan terjadi pengikisan tanah. Seperti pernyataan dari Bapak Hamzah mengapa memilih tumbuhan kopi dalam upaya konservasi alam

“Pohon kopi juga bagus akarnya untuk menahan erosi. Pohon kopi juga bagus untuk menghasilkan oksigen. Pohon kopi juga karakternya butuh pohon pelindung sehingga kayu-kayu yang ada di hutan tidak perlu di tebang. Karena butuh cahaya untuk fotosintesis saja untuk perkembangbiakan bunga menjadi buah. Ketika orang menanam pohon kopi di lahan kosong dengan terpaksa dia harus juga menanam pohon pelindung karena itu memang kebutuhan dia untuk menjaga pohon kopinya. Tidak akan terjadi pembakaran hutan dan penebangan hutan. Mereka yang menanam kopi tidak akan merusak kayu-kayu yang ada di hutan”. (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015)

Bapak Hamzah dan Bapak Deni berupaya mencari alternatif atau cara lain untuk segera menyelamatkan hutan di lereng gunung karena komoditi tani yang para petani tanam disana merupakan komoditi tani sayuran yang bukan merupakan jenis tumbuhan berakar kuat yang jelas tidak akan kuat menahan segmen tanah dan tidak kuat menahan erosi tanah.

“Mau itu kopi, mau itu alpukat, mau itu rumput buat sapi, mau itu bunga, mau tanaman apapun tapi bukan tanaman atau pohon yang sifatnya ada pengolahan intensif ketanah kayak sayur itu tidak bisa”. (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015)

Semua itu tidak mungkin diubah dengan seketika karena itu akan ditolak mentah-mentah oleh masyarakat atau petani. Mereka mempertanyakan jika mereka beralih dari komoditi sayur menjadi komoditi kopi apakah dapat menjamin kehidupan mereka. Jika kita melihat kembali banyak fakta yang menyatakan bahwa komoditi kopi adalah salah satu komoditi tani yang menjadi unggulan di Indonesia karena letak geografis yang dimiliki Indonesia memungkinkan tanaman kopi tumbuh subur. Dataran Indonesia yang memiliki ketinggian yang beragam menjadikan tanaman kopi dapat memiliki hasil yang maksimal. Olahan kopi dari hasil tumbuhan kopi di Indonesia memiliki cita rasa terbaik dan terkenal sampai penjuru dunia. Membuktikan pasar kopi yang sangat menjanjikan di pasar global dan ini sesuatu yang sangat menjanjikan untuk komoditi kopi masuk dalam persaingan ekonomi global sebagai komoditi ekspor.

Dalam upaya merealisasikan peralihan komoditi tani di lingkungan masyarakat tani pimpinan koperasi bersama penasehat koperasi berupaya untuk

menembus pasar internasional. Dengan cara membuka jalur distribusi untuk ekspor sebagai barang dagang global. Jalur perdagangan domestik pun ditempuh dan diupayakan untuk mencari pasar-pasar yang pasti. Bertransaksi langsung dengan para pembeli kopi mentah seperti café-café dan kedai-kedai kopi membuat Koperasi Klasik Beans mendapatkan harga yang tinggi karena tidak ada perpanjangan tangan kepada bandar atau pengepul kopi mentah. Menjadi eksportir langsung adalah sebuah peluang Koperasi Klasik Beans dalam menentukan serta mengontrol harga jual kopi.

“Makanya ketika kita bergerak di kopi kita coba untuk mencari pasar bagaimana disaat mereka menanam pohon kopi tapi ada nilai jual jadi ada nilai ekonomi yang tidak murah makanya Klasik Beans tidak menjual ke Kapital perusahaan-perusahaan besar tetapi menjual ke café-café di Singapore, US, Australia, Jepang dll”. (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015)

Menjanjikan kepastian harga merupakan nilai tambah untuk meyakinkan para petani untuk perlahan beralih komoditi tani.

Upaya pencarian pasar merupakan upaya guna terealisasinya tujuan koperasi yaitu kontribusi nyata dalam meningkatkan ekonomi masyarakat desa tani daerah Kab. Garut. Pencapaian bersama sesuai program yang dicanangkan pemerintah tentang pemanfaatan alam sekitar dalam peningkatan ekonomi masyarakat demi kesejahteraan bersama.

“Kebetulan ada program yang dinamakan PHBN pengelolaan hutan bersama masyarakat, jadi masyarakat di setiap daerah yang ada hutannya yang dikelola Perhutani masyarakat dapat menanam pohon yang ada di hutan itu yang memang ada nilai ekonomi buat masyarakat setempat. Itu menjadi esensi dari program PHBM

bahwa masyarakat bisa menggarap hutan bisa menghasilkan nilai tambah buat ekonomi desa hutan. Mereka bisa hidup tapi juga tidak merusak hutan”. (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015)

Tepatnya pada bulan November 2010 Koperasi Klasik Beans didirikan guna merealisasikan semua cita-cita koperasi yang menjadikan masyarakat yang lebih sejahtera dan juga perbaikan hutan yang rusak di Jawa Barat sekaligus pelestarian alam. Sehingga masyarakat dan alam berjalan berdampingan satu sama lain. Dalam mengkomunikasikan semua visi dan misi ini sangat tidak mudah yang dirasakan pimpinan guna mencapai cita-cita dan tujuan koperasi. Pimpinan menilai harus ada proses komunikasi yang dikemas secara efektif untuk mencapai kesepakatan paham dengan masyarakat khususnya para petani. Pada akhirnya proses komunikasi itu di kemas melalui suatu kegiatan pembinaan.

Pembinaan itu berupa penyuluhan tentang budidaya kopi untuk mencapai kualitas hasil panen yang maksimal. Penyuluhan tentang pemahaman sikap dalam melihat fenomena pasar kopi dikancah global. Lalu penyuluhan tentang bentuk kerjasama dalam pelestarian hutan di lereng gunung Kab. Garut dan sekitarnya. Pembinaan ini menjadi agenda tetap dari Koperasi Klasik Beans dan menjadi agenda rutin selama 12 bulan. Pembinaan ini akan terus berputar sesuai dengan musim yang sedang dialami. Dalam pembinaan ini jelas terlihat proses komunikasi yang dilakukan pimpinan dalam menyapaikan pesan Koperasi Klasik Beans kepada para petani. Pembinaan ini dirasa perlu dilakukan karena ini merupakan media untuk berinteraksi langsung dengan petani dalam menyampaikan pesan. Pimpinan koperasi melihat ini sebuah agenda yang perlu dilakukan karena

mengingat sebuah kesimpangsiuran di kalangan masyarakat tani tentang budidaya kopi dan target pasar dalam komoditi kopi dan juga meraka yang awam akan pentingnya menjaga lingkungan hutan lereng gunung demi terhindar dari bencana.

Secara nyata proses komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan Koperasi Klasik Beans sangat berperan menentukan sampai tidaknya kesepahaman pihak koperasi atau tujuan koperasi dengan pencapaian petani. Komunikasi yang intens dan berulang-ulang harus terus dilakukan oleh pimpinan terhadap petani agar sebuah paham dan apa yang dilakukan itu sendiri sejalan antara koperasi dengan para petani. Sebuah kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pimpinan Koperasi Klasik Beans pun serta merta berpihak kepada petani dan tidak hanya memetingkan kepentingan koperasi saja. Tidak akan mungkin terjadi simbiosis-mutualisme antara koperasi dengan petani karena itu adalah kuncinya dimana koperasi dibutuhkan oleh petani dan petani pun dibutuhkan koperasi. Tidak akan terjadi kesepahaman bersama jika sebuah kebijakan yang dikeluarkan oleh pimpinan Koperasi Klasik Beans tidak berpihak pada petani.

Komunikasi yang dilakukan pimpinan menjadi fokus dari peneliti untuk dijadikan bahan penelitian karena ini sesuatu yang menarik. Kondisi yang ada dari masyarakat khususnya yang berprofesi sebagai petani adalah mereka masyarakat desa yang notabene mempunyai latar belakang pendidikan yang rendah. mereka memiliki paham lama tentang budidaya kopi yang selama ini menjadi penyebab dari melemahnya komoditi kopi ditingkat pasar dunia. Menjadi tantangan tertentu bagi pimpinan untuk menyelaraskan maksud atau tujuan dari kehadiran Koperasi Klasik beans di tengah masyarakat tersebut. Ada yang menarik dari proses

komunikasi yang dilakukan pimpinan dalam menyampaikan pesan yang terkandung dalam sebuah pembinaan petani. Terdapat komunikasi yang disesuaikan dengan keadaan maupun kondisi yang ada di masyarakat tersebut.

Poin berikutnya peneliti akan memaparkan temuan-temuan yang menunjukkan bentuk komunikasi yang dilakukan pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam kegiatan pembinaan yang merupakan agenda rutin Koperasi Klasik Beans selama 12 bulan. Pembinaan berupa penyuluhan budidaya kopi yang baik dan benar untuk memaksimalkan hasil panen kopi. Penyuluhan tentang sikap dalam pemasaran kopi dalam kancah global. Lalu bentuk kerjasama koperasi dengan petani dalam pelestarian hutan.

Temuan-temuan komunikasi yang akan dijelaskan pada poin-poin selanjutnya adalah mengenai 1) gaya komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam pembinaan kualitas produk, 2) teknik komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam pembinaan pemasaran produk, 3) Alur komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam membangun kolaborasi koperasi dengan petani.

4.1.1 Gaya Komunikasi Pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam Pembinaan Kualitas Produk

Pembinaan tentang kualitas produk adalah mengenai budidaya kopi yang optimal. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya pembinaan dalam budidaya kopi merupakan agenda rutin dari Koperasi Klasik Beans selama 12 bulan penuh. Kegiatan yang merupakan kebijakan langsung dari pimpinan koperasi dalam upaya peningkatan kualitas produk yaitu komoditi kopi sebagai komoditi dagang

dari koperasi itu sendiri. Pembinaan kualitas ini meliputi penyuluhan langsung kepada petani tentang tata cara bertani tanaman kopi bagaimana menanam, merawat, serta memanen buah pohon kopi secara optimal agar peningkatan kualitas produk tercapai sesuai dengan standar yang diterapkan oleh koperasi.

Pembinaan ini tidak terlepas dari peran dan fungsi komunikasi dalam menyampaikan pesan tentang budidaya kopi. Komunikasi digunakan untuk berinteraksi dengan para petani guna mengetahui faktor apa saja yang dibutuhkan koperasi untuk dapat mengoptimalkan penyuluhan tentang budidaya kopi. Dalam pembinaan ini terdapat satu hal unik yaitu keterlibatan langsung pimpinan koperasi dalam kegiatan penyuluhan kepada petani. Sesuai dengan observasi yang peneliti lakukan dalam kegiatan pembinaan Koperasi Klasik Beans kepada petani di desa Rancasalak Kab. Garut. Peneliti melihat bahwa pimpinan koperasi berinteraksi langsung dengan petani perihal penyuluhan budidaya kopi. Menjadi menarik ketika komunikasi yang dilakukan pimpinan Koperasi Klasik Beans kepada petani ini terdapat gaya kepemimpinan dari pimpinan koperasi untuk menciptakan lingkungan organisasi.

Peneliti akan memaparkan temuan-temuan mengenai gaya komunikasi yang dilakukan pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam pembinaan kualitas produk. Data-data hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada narasumber yaitu Bapak Hamzah sebagai salah satu jajaran pimpinan Koperasi Klasik Beans serta data observasi dan didukung data dokumentasi akan menunjukkan gaya komunikasi pimpinan. Gaya komunikasi pimpinan terpengaruh oleh gaya kepemimpinan dari pimpinan koperasi itu sendiri. Peneliti melihat bahwa

pimpinan koperasi Klasik Beans tidak segan untuk turun langsung untuk berinteraksi dengan para petani. Sebenarnya terdapat divisi khusus yang bertanggung jawab akan mengontrol segi kualitas kopi hasil pembelian dari petani. Tetapi terlihat bahwa pimpinan koperasi tidak melulu berpatokan dengan *jobdesk*. Dirasa penting untuk berinteraksi langsung dengan petani agar mengetahui masalah apa yang terjadi di lapangan. Lalu apa yang dibutuhkan petani sesungguhnya. Pimpinan merasa bahwa itu yang akan menjadi barometer untuk bisa membuat kebijakan-kebijakan yang di terapkan pada koperasi. keterlibatan langsung pimpinan koperasi untuk bisa membaca apa yang dibutuhkan petani untuk bisa menentukan pembinaan seperti apa yang diperlukan dalam rangka peningkatan kualitas produk ini.

Sesuai dengan keterangan dari Bapak Hamzah mengenai pembinaan kualitas produk *“kita punya wilayah sama masyarakat atau petani yang memang beberapa tahun kita konsen pada pembinaan”* (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015). Kegiatan yang memang sudah rutin dilakukan selama beberapa tahun kebelakang ini terjadi sebuah proses komunikasi guna menyampaikan cita-cita organisasi.

Pimpinan koperasi dalam hal pemberian penyuluhan kepada petani akan peningkatan segi kualitas kopi kepada petani dilakukan bertahap sesuai dengan musim yang terjadi. Pembinaan juga dilakukan bertahap sesuai dengan daerah karena desa –desa masyarakat tani terurai lagi menjadi beberapa blok. Sehingga secara bertahap pun melalui kebijakannya kegiatan pembinaan ini dibawah kontrol divisi *quality*. Divisi ini bertugas untuk mengontrol kualitas produk kopi

yang masuk hasil pembelian petani tetapi untuk penyuluhan tentang kualitas kopi itu menjadi tanggung jawab bersama. Pimpinan koperasi pun bertanggung jawab penuh akan kegiatan pembinaan yang menjadi agenda rutin koperasi ini.

“ini salah satu kegiatan rutin kita. Mungkin pada saat ini desa ini kecamatan ini kelompok petani ini. Mungkin setelahnya siapa. Itu menjadi rutin kita sepanjang tahun sesuai program yang ada disesuaikan dengan musim, musim panen, musim hujan, musim kemarau. Itu rutin sudah beberapa tahun kebelakang. Dan jumlah petani terus membesar itu menunjukkan grafik yang positif karena meningkat”. (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015)

Pimpinan koperasi memberi dan berbagai ilmu langsung kepada petani tentang tata cara bertani kopi yang baik dan benar. Peneliti melihat bahwa keterlibatan atau interaksi langsung yang dilakukan pimpinan Koperasi Klasik Beans adalah nilai tambah dan faktor pendukung untuk koperasi mendapat kepercayaan dari petani.

“Lalu kita undang beberapa petani kopi lalu kita ada semacam sekolah lapangan kalo bahasa pemerintah itu. Seperti begini cara membuat bibit kopi yang ideal. Dari mulai pohon induk minimal brapa tahun terus buah yang kita petik untuk bibit lalu bagaimana erlakukan biji itu untuk bibit. Lalu kita simulasi pembuatan bibit. Kita lakukan penyuluhan langsung kepada mereka cara pembuatan bibit itu agar mereka mengerti dan tidak menerka-nerka sendiri harus bagaimana”. (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015)

Menerangkan bahwa pimpinan koperasi turun tangan langsung dalam kegiatan pembinaan dan piminan berbagi ilmu tetang budidaya kopi kepada petani yang diharapkan cara-cara budidaya yang baik ini diikuti oleh para petani.

“kita juga memberi pengetahuan kepada petani bagaimana merawat pohon kopi. Kenapa kita harus petik yang merah kenapa tidak yang hijau atau kuning. untungnya gimana, merusak pohon dan timbangan juga kurang kalau petik bukan merah. Kenapa merah karena kualitas yang bagus itu petik yang merah. Lalu bagaimana perlakuan buat pohon setelah panen. ibarat wanita melahirkan terkuras tenaga. Pohon juga sama ketika panen mereka terkuras tenaga ngambil makanan dari tanah. Kita kasih pupuk kasih lubang-lubang buat jebakan kompos jadi ketika musim hujan datang lubang tersebut yang buat terisi dengan humus jadi humus itu tidak lari ke sungai. Itu semua full satu tahun nanti kembali lagi ke pembibitan”. (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015)

Dari penjelasan Bapak Hamzah di atas menyatakan bahwa segala bentuk penyuluhan yang di lakukan itu dilakukan selama satu tahun penuh. Menunjukkan bahwa pimpinan koperasi terus melibatkan diri dan terus berinteraksi langsung dengan para petani dalam memberikan ilmu tentang budidaya kopi yang baik dan benar dan sesuai standar yang ditetapkan koperasi. peneliti melihat ini bahwa pimpinan Koperasi Klasik Beans terus berupaya hadir ditengah-tengah mereka agar tetap terjalin silaturahmi antara keduanya yang tentunya semua ini dilakukan demi upaya peningkatan kualitas produk.

Dalam wawancara Bapak Hamzah mengatakan bahwa *“Kegiatan pembinaan kita lakukan dengan dua cara. Yang pertama kita lakukan Gathering yaitu dimana kita mengumpulkan masyarakat khususnya petani yang kita tentukan waktu dan tempat pertemuan yang didalam itu dibahas tentang budidaya kopi yang benar. Lalu yang kedua, kita lakukan pembinaan langsung datang ke kebun milik petani dan melihat langsung kondisi kebun mereka sekaligus memberi penyuluhan juga tentang cara merawat pohon kopi yang benar yang kita namakan personal visit dan saya sering datang langsung ke kebun”.* (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015)

Penjelasan Bapak Hamzah diatas menerangkan bahwa ada dua cara pembinaan budidaya kopi yang dilakukan oleh pimpinan koperasi dan sudah menjadi ketentuan dasar Koperasi Klasik Beans dalam melaksanakan pembinaan kepada petani. Yang pertama dengan melaksakan *Gathering* atau pertemuan dengan para petani yang sudah ditentukan waktu serta tempat pertemuan untuk membicarakan peningkatan kualitas kopi. Dalam pertemuan ini terdapat kegiatan membina petani agar mampu memahami segi kualitas seperti apa yang diterapkan oleh Koperasi Klasik Beans. Ini menghindari petani menerka-nerka sendiri seperti apa cara budidaya kopi itu karena memang mereka yang tidak terbiasa bertani kopi sehingga minim ilmu tentang budidaya kopi. Proses komunikasi terjadi antara pimpinan koperasi dengan petani melalui sesi tanya jawab karena para petani diberi kesempatan untuk bertanya perihal budidaya kopi. Lalu dilengkapi pula dengan media proyektor yang menampilkan gambar-gambar yang menjelaskan tentang tahap-tahap budidaya kopi yang baik dan benar kepada petani. Petani terlihat antusias setiap diadakannya kegiatan *Gathering* ini.

Cara yang kedua adalah *personal visit* yaitu mendatangi para petani langsung ke kebun mereka masing-masing tanpa ada kesepakatan janji sebelumnya. Kegiatan ini membuat pimpinan koperasi dapat beriteraksi langsung dengan petani tentang permasalahan yang ada di lapangan sekaligus pimpinan dapat melihat langsung seperti apa permasalahan itu. Kegiatan ini dimanfaatkan oleh pimpinan untuk memberi pembinaan langsung kepada petani dan bersama memecahkan masalah yang ada di kebun milik petani tersebut. Baik itu masalah jalur air dalam kebun untuk menyirami pohon-pohon kopi atau sayur yang

mungkin masih terdapat pada kebun tersebut. Masalah jarak pohon kopi yang ideal untuk pohon kopi dapat tumbuh subur dan optimal, ataupun permasalahan yang lain. Semua itu dapat dipraktekan langsung oleh pimpinan koperasi untuk membina petani dalam budidaya kopi. Dari semua itu ada proses komunikasi langsung antara pimpinan koperasi dengan petani yang tentu saja menimbulkan kedekatan antara keduanya.

Peneliti mengadakan observasi langsung dengan cara mengikuti langsung kegiatan Pembinaan ini baik itu *Gathering* maupun *personal visit*. Peneliti melihat bahwa ada kedekatan emosional antara pimpinan Koperasi Klasik Beans dengan para petani. Hal ini diakibatkan pimpinan yang terjun langsung dalam kegiatan pembinaan ini dan juga kedua cara tersebut membuat pimpinan koperasi dapat terus berinteraksi dengan petani, dapat mendengar permasalahan yang ada, sekaligus berbagi langsung ilmu tentang budidaya kopi kepada petani yang jelas ini menjadi faktor penunjang dalam pencapaian peningkatan kualitas produk yang optimal sesuai standar yang ditetapkan oleh Koperasi Klasik Beans.

4.1.2 Teknik Komunikasi Pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam Pembinaan Pemasaran Produk

Poin ini peneliti memaparkan temuan-temuan mengenai teknik komunikasi yang dilakukan pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam pembinaan pemasaran produk. Pembinaan pemasaran produk sangat berkesinambungan dengan menjaga kualitas yang pada poin sebelumnya sudah dijelaskan. Menjaga kualitas produk berarti menjaga target pasar demi sebuah kepuasan kosumen akan barang kita yang mereka beli. Dalam membina petani terkandung maksud bahwa petani akan

mendapatkan harga tinggi jika mereka mampu menjaga kualitas kopi hasil panen dari kebun mereka.

Pembinaan tentang pemasaran produk dikomunikasikan melalui penyuluhan langsung kepada petani. Terdapat hambatan yang dihadapi oleh pimpinan koperasi dimana ketidakpercayaan petani akan harga kopi yang tidak jelas. Hal ini menjadi tantangan pimpinan untuk bisa memberi bukti nyata kepada petani bahwa pasar kopi dunia saat ini sangatlah menjanjikan dan kopi Indonesia sudah sangat terkenal akan cita rasa yang kuat. Keadaan ini diperkuat oleh pernyataan Bapak Hamzah.

“Ketika kita lima tahun ada di Jawa Barat kebetulan orang-orang di Klasik Beans juga orang sunda semua melihat fenomena yang ada ini menjadi semangat kita bersama untuk merubah tatanan yang ada. Merubah bandar-bandar yang memang setelah puluhan tahun dia membeli kopi panjang rantai. Membeli kopi murah pada akhirnya ke petani murah juga. Mau bagaimana petani semangat kalo harga murah”. (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015)

Pernyataan Bapak Hamzah yang menyindir pembelian kopi mentah yang sangat murah dari para petani yang telah lama dilakukan oleh bandar-bandar kopi. Pendapatnya bahwa ketidakpercayaan petani akan komoditi tani yaitu kopi ada komoditi yang sangat sempit sekali pasarnya sehingga harus ada peran pengepul biji kopi untuk petani mendapatkan keuntungan dari hasil panennya. Jika ada petani yang mencoba bertani tanaman kopi hasil panen yang memang dapat dijual walaupun hanya 2-3 kilogram kepada pengepul tetapi itu sangatlah sedikit keuntungan yang mereka dapat. Maka dari itu tidak heran kebun-kebun yang mereka garap ditanami tumbuhan sayur demi perputaran kegiatan tani mereka dan

juga hasil panen yang menjanjikan setidaknya untuk memenuhi kebutuhan dapur mereka setiap hari.

Peneliti dalam observasinya melihat memang kebun-kebun itu mereka tanami dengan tumbuhan sayur yang notabene tidak dibenarkan dan tidak diijinkan oleh pemerintah tetapi peneliti juga menilai para petani pun manusia yang juga memiliki kebutuhan sehari-hari dan mereka membutuhkan pendapatan yang pasti sehingga tidak heran mereka mengandalkan tumbuhan sayur dalam kegiatan bertani mereka. Paradigma ini yang sebenarnya ingin dipecahkan oleh pimpinan Koperasi Klasik Beans tentang potensi kecil jika petani bertani tumbuhan kopi. Ini hampir bisa menjadi salah satu faktor mengapa kopi Indonesia yang terkenal di dunia akan kualitasnya tidak mampu bersaing dengan negara-negara penghasil kopi yang lain. Untuk bersaing di pasar global mungkin bukan hanya mengenai kualitas kopi yang dimiliki Indonesia saja karena segi iklim Indonesia yang sangat cocok untuk tumbuhan kopi tetapi ini juga masalah kuantitas kopi tersebut.

Meyakinkan petani bukanlah hal yang mudah bagi pimpinan Koperasi Klasik Beans karena masih terdapat keraguan dalam benak para petani. Untuk merubah itu semua harus ada bukti nyata dari pimpinan koperasi tentang pasar kopi saat ini sudah sangat meluas dan ini merupakan kesempatan bagi Indonesia menunjukkan kembali eksistensi sebagai negara penghasil kopi terbaik dunia. Pimpinan membuktikan kepada petani akan kesempatan yang besar dalam perdagangan kopi dalam dunia global. Seperti yang sudah diterangkan pada poin sebelumnya mengenai upaya pimpinan koperasi membuka jalan untuk Koperasi Klasik Beans menjadi eksportir langsung komoditi kopi. Menjadi eksportir langsung akan

membuka kesempatan untuk Koperasi Klasik Beans mendapat harga tinggi dalam penjualan kopi.

“Bagaimana kita mencari pasar diluar petani kita mencari pasar internasional denga cara kita mendapatkan harga bagus yang berimbang kepada petani untuk meyakinkan. Ga mungkin petani merawat kebun jika harga murah logikanya kan seperti itu mungkin dia beralih komoditi kalo seperti itu. Petani itu hanya perlu kepastian harga pasar”. (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015)

Mengenai bagaimana pimpinan Koperasi Klasik Beans membuka peluang seluas mungkin untuk barang kopi mentah hasil petani dapat menembus pasar internasional. Upaya ini petani mungkin tidak dilibatkan untuk mencari pasar langsung karena ini merupakan upaya internal dari Koperasi Klasik Beans. Tetapi ini jelas sangat berimbang kepada petani jika Koperasi Klasik Beans dapat menjual kopi hasil tani masyarakat dengan harga tinggi berarti secara langsung koperasi juga dapat menghargai kopi petani dengan harga tinggi pula.

Memang pada dasarnya kepastian harga adalah yang dibutuhkan oleh petani. Saat peneliti tanyakan kepada Bapak Hamzah bagaimana pimpinan Koperasi Klasik Beans memastikan pasar kopi dan kepastian harga kopi yang tinggi yang dapat dijadikan daya tarik para petani untuk ikut bergabung dengan Koperasi Klasik Beans. Pimpinan Klasik Beans membuat sebuah brand dibawah lisensi Koperasi Klasik Beans untuk menunjukkan identitas dari produk tersebut. Barang yang didagangkan untuk diekspor memenuhi kebutuhan internasional maupun barang yang didagangkan untuk pasar lokal memerlukan sebuah brand.

Dibentuknya brand produk berupa *green beans* atau lebih sering disebut beras kopi akan meyakinkan konsumen akan identitas produk tersebut.

“kita punya hak paten yang kita legalkan di Departemen Kehakiman. Dirjen Hak Kekayaan Intelektual. Kita punya satu: TANAH SUNDA untuk robusta wash kedua: SUNDA HEJO untuk arabika untuk yang ada di sunda. Untuk yang di Bali kita namakan BALI VINTAGE. Untuk yang di Medan kita namakan ULOS BATAK dan TANO BATAK. Untuk kopi Sulawesi kita namakan RANTE MARIO. Jadi kita merek dagang yang kita tawarkan sesuai dengan asalnya kopi”. (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015)

Sesuai dengan penjelasan Bapak Hamzah tentang sebuah brand dibawah lisensi Koperasi Klasik Beans disesuaikan dengan jenis kopi tersebut, baik itu robusta ataupun arabika. Menarik diantara brand atau merek dagang tersebut adalah nama brand yang sengaja diidentikan dengan asal biji kopi tersebut. Sangat terlihat ini sebuah ajang promosi yang tepat dan efektif untuk menarik minat konsumen sekaligus mengangkat daerah-daerah penghasil kopi.

Temuan kali ini mengenai pemasaran produk banyak hal menarik yang menyangkut promosi yang dilakukan. Setelah promosi melalui nama-nama merek dagang yang disesuaikan dengan daerah-daerah penghasil kopinya ada pula cara lain yang lebih dapat menarik konsumen untuk menimbulkan kepenasaran mengenal lebih dekat produk-produk kopi yang dimiliki oleh Koperasi Klasik Beans. Pasar yang sudah dicapai oleh Koperasi Klasik Beans sampai dunia internasional membuat para konsumen mancanegara mengetahui dari mana asal kopi yang memiliki cita rasa yang tinggi tersebut karena melalui media brand yang tadi. Mereka konsumen mancanegara mencoba bertamu dan datang langsung

ke Koperasi Klasik Beans baik yang di Garut maupun di Ciwidey. Ini menjadi kesempatan untuk lebih mempromosikan produk kopi tersebut karena para tamu mancanegara itu dipertemukan langsung dengan para petani yang menjadi aktor dibalik kopi yang memiliki kualitas terbaik tersebut. Pimpinan koperasi memfasilitasi kehadiran mereka serta menjadi penghubung antara petani dengan tamu mancanegara untuk berinteraksi satu sama lain sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang Koperasi Klasik Beans tawarkan. Petani pun merasakan bukti nyata bahwa diluar sana pasar global itu sangat menjanjikan karena mereka sendiri yang berinteraksi langsung dengan para konsumen. Kembali kepada apa yang diharapkan oleh pimpinan Klasik Beans untuk mendapat kepercayaan masyarakat khususnya petani sehingga mereka beralih komoditi tani ke tumbuhan kopi.

“jadi tanpa disadari tamu-tamu atau pembeli kopi kita datang ke Indonesia ke tempat asal kopi, mereka berdiskusi langsung dengan para petani. Kita perhatikan bahwa kopi itu dibawa dari gunung itu dari jarak yang sangat jauh. Kita perhatikan perjuangan petani begitu besar. Kita perhatikan kepada mereka bahwa perkebunan kopi kita berbeda dengan perkebunan kapital. Itu menjadi nilai jual bagi petani supaya pembeli menghargai nilai-nilai tadi dan tanpa disadari mereka juga membuat artikel tentang kita gitu”. (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015)

Memberikan kesempatan kepada petani maupun konsumen saling berinteraksi dan juga berdiskusi yang dilakukan pimpinan Koperasi Klasik Beans merupakan pembinaan pemasaran kepada petani. Terlihat bahwa ini merupakan pendekatan pimpinan koperasi kepada petani untuk terjalin kepercayaan satu sama lain sehingga mengenai pemasaran produk tercipta kesepahaman bersama. Pimpinan

bersifat terbuka mengenai kondisi pasar yang ada di dunia global kepada petani agar mereka melihat sendiri dan menentukan sikap mereka akan fenomena tersebut. Pasar global jelas menjanjikan apabila kembali lagi pada petani untuk meningkatkan kualitas hasil taninya. Hanya kualitas terbaik yang akan menembus pasar internasional dan mendapat harga jual tinggi. Pimpinan memberikan kebebasan pilihan kepada petani *“itu bakal menjadi bimbang tapi tetap menjadi pilihan petani ternyata ini yang lebih menguntungkan kan berbicara ekonomi”*. (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015)

Peneliti melihat bahwa terdapat kedekatan emosional yang dibangun oleh pimpinan antara Koperasi Klasik Beans dengan para petani. Sikap pimpinan koperasi yang kooperatif menciptakan komunikasi yang efektif mengenai pembinaan pemasaran produk sampai mencapai kesepakatan paham.

4.1.3 Alur Komunikasi Pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam Membangun Kolaborasi antara Petani Kopi Lokal dengan Koperasi

Poin ini memaparkan temuan apa saja yang peneliti dapatkan menyangkut alur komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam membangun kolaborasi antara petani kopi lokal khususnya daerah desa Rancasalak Kab. Garut dan sekitar dengan koperasi itu sendiri. Sebuah kolaborasi merupakan bentuk saling ketergantungan satu sama lain dan bekerjasama untuk menggapai cita-cita sebagai tujuan bersama. Koperasi Klasik Beans yang dipelopori oleh Bapak Hamzah dan Bapak Deni hadir ditengah masyarakat dengan suatu tujuan. Suatu tujuan yang sudah diungkit pada poin-poin sebelumnya yaitu tentang menyongsong kesejahteraan masyarakat tani yang ada di Jawa Barat. Berbagai

kesimpangsiuran mendorong kedua aktivis berbuat sesuatu yang menguntungkan bagi masyarakat setidaknya masyarakat cakupan kecil seperti ada lingkungan terdekat. Bukti nyata kepada negara dengan cara berkontribusi dalam kemandirian masyarakat.

Kembali kepada visi misi pertama dari Koperasi Klasik Beans tentang peningkatan ekonomi masyarakat dan penyelamatan hutan di Jawa Barat. Visi misi Koperasi Klasik Beans yang demikian maka pimpinan merasa harus ada hubungan erat dengan masyarakat khususnya petani sebagai pelaku aktif yang bersinggungan langsung dengan masalah ini. Ini menjadi semangat bersama antara keduanya menuju dan mewujudkan tujuan dan cita-cita bersama. Upaya membangun kolaborasi ini tidak hanya upaya dari pimpinan saja tetapi harus mendapat kontribusi dari pihak yang merasa berkepentingan agar bersatu semua sinergi yang akan menjadi kekuatan untuk mewujudkannya. Pimpinan Koperasi Klasik Beans mempunyai wewenang untuk menentukan bentuk kolaborasi seperti apa yang harus dicapai tetapi ini pun harus ada dorongan dari aspek yang lain agar kebijakan pimpinan terealisasi.

Pimpinan Koperasi Klasik Beans menunjukkan keseriusan untuk terus berusaha menyelamatkan hutan yang mengalami kerusakan yang cukup parah. Menjalinkan kerjasama dengan masyarakat itu sendiri adalah cara paling efektif untuk visi penyelamatan alam dan juga peningkatan ekonomi masyarakat tidak akan tercapai jika masyarakat yang tidak ikut serta mengambil sebuah tindakan. Kesepahaman antara koperasi dengan masyarakat tidak akan sejalan dalam mencapai dua misi tersebut maka peneliti melihat suatu daya upaya yang dilakukan pimpinan

koperasi untuk menjalin hubungan dengan masyarakat begitu erat untuk berkolaborasi mencapai sebuah kesejahteraan bersama. Kolaborasi itu menjadi kekuatan Koperasi Klasik Beans dan masyarakat untuk terus menjaga dan mempertahankan ekosistem kehidupan sebagaimana mestinya.

“Cuman kenapa kita bukan CV atau PT kenapa kita koperasi karena koperasi lebih mengedepankan musyawarah, lebih mengedepankan keterbukaan karena jika menjadi rakyat atau sebagai petani beda ketika kedatangan orang koperasi itu ada psikologis yang lebih dekat”. (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015)

Segala bentuk kolaborasi ini diawali dari pembentukan Koperasi Klasik Beans itu sendiri. Bentuk organisasi berupa koperasi sendiri sudah menunjukkan bahwa niat awal Bapak Hamzah dan Bapak Deni serta penasihatnya Bapak Eko adalah menjalin kerjasama dengan petani. Seperti penjelasan Bapak Hamzah dalam wawancara sistem koperasi yang mengedepankan musyawarah dan keterbukaan menjadi modal untuk terjalin hubungan yang harmonis antara koperasi dengan petani. ujar Bapak Hamzah.

Pembuatan koperasi merupakan langkah awal dalam pimpinan membangun kolaborasi antara koperasi dengan petani. Lalu kolaborasi berlanjut pada apa yang menjadi fokus dari visi misi koperasi itu tadi yaitu peningkatan ekonomi rakyat serta penyelamatan kerusakan hutan yang sudah terjadi. Berkaitan dengan poin sebelumnya yang memaparkan tentang pembinaan-pembinaan yang dilakukan pimpinan yang merupakan agenda rutin dari Koperasi Klasik Beans. Pembinaan tentang budidaya produk dan pembinaan tentang pemasaran produk adalah upaya untuk membangun kolaborasi guna menjalankan suatu roda bisnis

komoditi kopi. Kerjasama langsung antara koperasi dengan petani dalam peningkatan kualitas produk koperasi melakukan serangkaian penyuluhan tentang budidaya kopi yang baik dan benar lalu segala bentuk ilmu yang didapat petani direalisasikan kedalam kegiatan bertaninya sehingga mendapat hasil yang optimal dari hasil panen. Semua itu berpengaruh kepada pemasaran produk itu sendiri dimana ada pemenuhan standar kualitas yang diterapkan oleh koperasi dan dilaksanakan dengan baik oleh petani secara otomatis koperasi dapat menghargai tinggi beras kopi yang petani jual kepada koperasi karena koperasi pun memiliki kosumen pasti yang berani membeli harga tinggi dan hanya kualitas yang bisa menembus itu.

“kita juga terus bergerak mencari pasar buat daya tarik petani untuk menanam kopi dan akhirnya itu menjadi sebuah pilihan dan itu menjadi bola salju itu terus membesar”. (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015)

Kolaborasi selanjutnya berkaitan dengan misi penyelamatan hutan yang ada di Jawa Barat. Kerusakan hutan yang tidak dipungkiri terjadi karena tidak sengaja dari oknum yang ingin meraup keuntungan sendiri tanpa menghiraukan dampak apa yang akan terjadi akibat ulahnya. Pembukaan lahan garapan untuk ditanami komoditi tani yang belakangan ini terbukti lahan untuk ditanami komoditi pertanian berupa sayur-sayuran yang merupakan komoditi tidak cocok ditanami di area hutan lereng gunung karena tanaman yang berakar kecil. Semangat yang membuat Bapak Hamzah dan Bapak Deni berupaya mencari solusi penyelamatan hutan yang terlanjur rusak tetapi tidak pula mengganggu kegiatan bertani

masyarakat sekitar yang justru berusaha memberikan alternatif komoditi untuk masyarakat terus bertani tetapi tidak menyalahi aturan.

“Karena mereka belum tahu peluang kopi yang mereka tahu sayur itu lebih cepat panen dan menjanjikan. Mereka berpikir dengan cara membuka lahan hutan dengan cara membakar akan subur untuk tanaman sayur. Mereka tidak menyadari bahwa itu bisa menyebabkan longsor untuk kampungnya bisa menyebabkan kekurangan air juga sampai menyebabkan pemanasan suhu bagi kampungnya”. (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015)

Menunjukkan bahwa tidak mudah mengubah paradigma lama masyarakat dengan seketika. Harus melalui proses yang bertahap dan tepat dalam menerapkan paradigma baru kepada mereka. Menjadi tantang tersendiri bagi pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam merealisasikan ide baru berupa solusi komoditi tani yaitu komoditi kopi yang menjanjikan pasar sekaligus menjadi program konservasi alam. Peneliti melihat fungsi komunikasi yang sangat berperan dalam upaya pimpinan menyampaikan pesan dan ide ini kepada masyarakat.

Pimpinan koperasi ingin sebuah sikap aktif masyarakat dalam menjaga dan memelihara lingkungannya. Masyarakat memiliki peran penuh untuk mewujudkan pola kehidupan yang ramah lingkungan sehingga kehidupan mereka akan berjalan berdampingan dengan alam menuju kesejahteraan bersama. Kolaborasi yang digagas oleh pimpinan koperasi adalah untuk coba mendobrak sebuah cara baru dalam menyikapi alam. manusia dengan alam harus berjalan selaras. Alam jika tetap dijaga dan dipelihara maka tetap akan membawa keuntungan dan kesejahteraan bagi masyarakat karena memperlakukan alam dengan benar. Memanfaatkan alam sekitar untuk di eksplorasi tetapi tetap menjaga ekosistem

yang ada. Visi ini terus diupayakan koperasi agar mengimbangi dengan visi peningkatan ekonomi masyarakat. Kedua visi tersebut akan berjalan beriringan karena terbentuknya kalaborasi atau kerjasama yang baik antara koperasi dengan petani dan ini yang diharapkan oleh pimpinan koperasi Klasik Beans

Kolaborasi yang di upayakan pimpinan berupa berbagi pandangan bahwa kopi adalah tumbuhan yang dapat menghasilkan nilai ekonomi dari hasil panennya. Tetapi pohon kopi pun mampu menjadi tanaman yang dapat menjaga kestabilan tanah di hutan lereng gunung.

“pohon kopi itu memiliki dua akar, ada akar tunggal yang kebawah dan ada akar mayang yang berada diatas permukaan tanah. Hal itu jelas-jelas menjaga segmentasi tanah atau besarnya erosi tanah yang ada di lereng gunung sehingga mencegah longsor”. (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015).

Menjelaskan pemilihan komoditi ini tidak hanya mengenai bisnis tetapi pemilihan komoditi yang mampu memberikan dampak langsung kepada lingkungan kearah lebih baik.

Temuan penelitian berlanjut pada observasi yang dilakukan oleh peneliti melihat bahwa jumlah petani yang bergabung menjadi mitra Koperasi klasik Beans. Terlihat petani antusias dalam setiap penyuluhan dengan pimpinan Koperasi Klasik Beans. Intensif membicarakan tentang budidaya kopi serta peluang kopi pada saat ini. Peneliti sempat menanyakan kepada salah satu petani bahwa apa yang membuat ia tertarik bergabung dengan Koperasi Klasik Beans dan mereka secara singkat menjelaskan bahwa mereka mendengar isu bahwa apa

yang menjadi program Koperasi klasik Beans ini memiliki prospek yang bagus dan program yang ramah lingkungan. Dibuktikan melalui wacana orang-orang disekitar mereka bahkan tetangga mereka sendiri yang sudah bergabung dengan Koperasi Klasik Beans merasakan dampak positif. Peristiwa ini terjadi karena ada proses komunikasi dari mulut ke mulut berupa isu mengenai koperasi dilingkungan masyarakat sekitar.

Ketika masyarakat khususnya petani ini banyak yang berminat bergabung dengan Koperasi Klasik Beans maka pimpinan koperasi pun menyambut mereka sebagai mitra koperasi yang memang sudah sangat disiapkan oleh pimpinan karena ini merupakan pengharapan dari pimpinan koperasi. Mereka bergabung dan dimintai data untuk secara resmi menjadi bagian dari Koperasi Klasik Beans sekaligus siap bekerjasama mengikuti program-program koperasi.

“Kita punya wilayah sama masyarakat atau petani yang memang beberapa tahun kita konsen pada pembinaan. Jumlah petani terus membesar itu menunjukkan grafik yang positif karena meningkat”. (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015)

Petani yang sudah menjadi mitra Koperasi Klasik Beans selain didata mereka mendapat gelang yang sarat akan sebuah kampanye dalam bekerjasama dengan koperasi. gelang yang memiliki aksara yang membentuk sebuah kalimat “Petik Merah Saja” yang mengandung arti mengingatkan kepada petani untuk tetap menjaga kualitas buah kopi. Gelang yang berwarna merah mengandung arti mengingatkan kepada petani pada saat mereka memetik buah kopi warna yang mereka harus petik adalah merah saja karena kualitas kopi yang paling terbaik

adalah buah kopi yang berwarna merah yang menunjukkan bahwa buah kopi itu sudah matang. Terlihat bahwa sebuah kebijakan pimpinan terkait dengan pembagian gelang ini adalah mengkomunikasikan pesan untuk tetap menjaga kualitas hasil panen sehingga pasar pun terjaga yang akhirnya kembali kepada kolaborasi antara semuanya pada semua aspek.

Kolaborasi antara Koperasi Klasik Beans dengan petani menunjukkan perkembangan yang signifikan. Pernyataan Bapak Hamzah bahwa peningkatan jumlah petani yang ikut bergabung merupakan perkembangan kearah positif. Melalui program-program melalui serangkaian pembinaan-pembinaan yang dilakukan oleh pimpinan sudah mulai terlihat pencapaian-pencapaiannya walaupun belum seluruhnya tetapi bukti ini sudah menuju kearah positif. Diperkuat oleh pernyataan Bapak Hamzah.

“Dari mulai 2010 kita jual Cuma 700kg ke café California. Sekarang 2015 mungkin kita sudah berkali-kali lipat dari itu. Artinya semakin banyak petani yang jual ke kita. Semakin banyak petani yang berbaik-baik dengan hutan. Semakin banyak petani yang merasakan manfaatnya hubungan dengan kita. Semakin banyak harapan petani dengan tanaman kopi dan semakin banyak hal-hal positif tentang perbaikan hutan di Jawa Barat. Kita melakukan sirkulasi dari apa yang telah dikerjakan seperti musim panen, musim sebelum panen dan itu menjadi tempat yang tidak terkena kebakaran dan juga pencurian kayu, itu dapat dibuktikan di lapangan, ini adalah binaan kita seperti ada tahun 2010 untuk pohon sendiri itu memang belum ada tapi sekarang ada dan muncul tingkat oksigen, serapan air dan kemungkinan longsor pun kita cegah terbukti ada pohon yang umurnya ratusan tahun. Dan itu menjadi bukti sebagai sirkulasi dalam jangka waktu 12 bulan dengan apa yang kita kerjakan, dampaknya pun dirasakan dengan bertambahnya petani, hal itu dikarenakan mereka telah

bekerjasama dengan kita". (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015)

"Intinya kita berbagi dan memberi support apa yang mereka butuhkan kita beri kepada petani misalnya bikin perpustakaan kecil dengan banyaknya buku donasi dari relasi kita, ada juga bangunan yang kita buat dari donasi mereka misalnya mereka menyumbang rak buku, kursi nyumbang buat apa apa seperti yang di bali, ciwidey dan daerah lain, dengan tujuan anak anak bisa membaca adapun mereka belajar bahasa inggris. Itu masuk kepada peningkatan kualitas SDM dan hal itu tidak termasuk dalam aspek dagang". (wawancara dengan Bapak Hamzah, Garut, 30 November 2015)

Ini pula menjadi bukti nyata membangun kolaborasi antara Koperasi Klasik Beans dan petani kopi lokal menciptakan peluang bisnis dengan tetap menjaga kualitas serta pasar agar terwujud upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat. Serta Kolaborasi antara keduanya meneylamatkan hutan yang berada di lereng gunung guna terhindar dari ancaman bencana alam dan juga menjaga ekosistem alam yang ada. Peneliti menilai bahwa alur komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan Koperasi Klasik Beans mulai dari dibentuk koperasi yang berlandaskan musyawarah, lalu penerimaan petani sebagai mitra koperasi, pimpinan mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang harus dijalani oleh semua anggota koperasi. Semua dioptimalkan untuk mewujudkan cita-cita awal Koperasi Klasik Beans.

4.2 Pembahasan Komunikasi Pimpinan Koperasi Klasik Beans

Pada poin ini peneliti akan membahas serta mengkaitkan temuan penelitian berupa fakta, data dan informasi yang telah diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumen pendukung dengan teori komunikasi. Merancu kepada

tinjauan teori yang dipaparkan pada bab 2 peneliti akan mengkaitkan proses komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam pembinaan petani kopi.

Pembinaan yang merupakan program dari Koperasi Klasik Beans ini sangat mengandalkan komunikasi sebagai sarana penyampaian sebuah pesan kepada para petani kopi khususnya Kabupaten Garut. Komunikasi menjadi satu bagian yang penting perannya dalam membangun kerjasama yang sangat diharapkan oleh koperasi dengan para petani sehingga terbentuk kesepakatan bersama. Komunikasi menjadi sarana pimpinan koperasi untuk menyampaikan visi dan misi baik kepada masyarakat khususnya petani maupun kepada stakeholder dan pemerintah. Pesan tidak akan sampai kepada sasaran jika tidak dipergunakan peran komunikasi dalam menyampaikan pesan tersebut. Komunikasi pun harus tepat seperti apa prosesnya sesuai dengan kondisi yang ada dan kepada siapa pesan itu disampaikan. Penggunaan komunikasi yang tidak tepat juga akan mempengaruhi persepsi pesan yang didapat.

Pimpinan Koperasi Klasik Beans menggunakan komunikasi seperti apa yang sesuai dengan kebutuhan petani kopi sebagai penerima pesan agar mereka memahami program-program yang akan diterapkan oleh koperasi. Latar belakang petani yang merupakan masyarakat desa menjadi perhitungan pimpinan koperasi dalam menetapkan bentuk komunikasi yang tepat untuk dipergunakan karena tidak mungkin memaksakan komunikasi yang tidak tepat kepada masyarakat desa. Komunikasi diperhitungkan dari sejauh mana pengetahuan dan budaya masyarakat tersebut untuk menghindari kesalahpahaman dari kedua belah pihak

yang secara langsung tidak akan tersampai maksud yang ingin dicapai koperasi melalui program-programnya.

Mengenai program-program yang dicanangkan oleh pihak Koperasi Klasik Beans adalah buah dari visi dan misi koperasi sebelumnya. Program-program yang dibungkus melalui pembinaan petani kopi perihal budidaya kopi yang baik untuk terbangun kerjasama yang baik dalam mendongkrak kestabilan perputaran perjual-belian produk kopi dan pengetahuan menjaga kelestarian alam sesuai dari misi koperasi. Pembinaan dari koperasi sendiri dilakukan secara berkala mengingat kondisi petani yang masih rendah pengetahuan mengenai budidaya kopi yang baik. Jika pembinaan dilakukan secara sekaligus maka sangat sulit untuk dipahami oleh petani dan akan menimbulkan respon negatif dari petani bahwa ini terkesan memaksa hanya untuk kepentingan koperasi saja. Jelas bukan itu yang dimaksud oleh koperasi karena pada dasarnya pelaku dari terciptanya produk kopi yang baik adalah petani itu sendiri maka disini pihak koperasi secara perlahan melakukan pendekatan kepada petani untuk mengetahui bentuk pembinaan apa yang dibutuhkan oleh petani. Mengawali berjalannya pembinaan ini harus bermodalkan kepercayaan dari pihak petani kepada koperasi berdasarkan bentuk kerjasama yang ditawarkan oleh koperasi. Kepercayaan yang sudah didapat oleh koperasi membuat pembinaan ini sesuai dengan target-target yang sudah ditetapkan. Kepercayaan yang didapat merupakan hasil dari komunikasi yang tepat dari pihak koperasi kepada petani sehingga terwujud sebuah hubungan harmonis pada keduanya. Hubungan yang harmonis antara koperasi dengan petani

akan kembali pada diterimanya program-program koperasi demi tercapainya cita-cita bersama.

Merujuk pada pertanyaan penelitian mengenai bagaimana pola komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam pembinaan petani kopi menyesuaikan dengan pembinaan yang dilakukan oleh koperasi Klasik Beans meliputi berbagai aspek untuk mendukung terwujudnya tujuan bersama yaitu perputaran usaha yang diwadahi koperasi dan kerjasama pelestarian alam. Maka pertanyaan penelitian memfokuskan masalah terhadap: a) bagaimana gaya komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam pembinaan kualitas produk?, b) bagaimana teknik komunikasi yang diterapkan pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam pembinaan pemasaran produk?, c) bagaimana alur komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam membangun kolaborasi antara petani kopi lokal dengan koperasi?. Ketiga pertanyaan tersebut peneliti akan menjelaskan satu persatu pada poin selanjutnya.

4.2.1 Pembahasan Gaya Komunikasi Pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam Pembinaan Kualitas Produk

Pembinaan yang dilakukan koperasi merupakan suatu kebijakan dari pimpinan Koperasi Klasik Beans serta dengan sistem pembinaan yang dirasa tepat. Merealisasikan pembinaan kualitas kopi kepada petani tidak terlepas komunikasi seperti apa yang digunakan pimpinan koperasi agar pesan yang terkandung pada pembinaan tersebut sampai pada komunikan yaitu para petani kopi binaan koperasi.

Segala bentuk pembinaan itu tidak terlepas dari bagaimana komunikasi yang dilakukan pimpinan Koperasi Klasik Beans yang diaplikasikan dalam bentuk kebijakan. Pembinaan kualitas adalah agenda yang disepakati lalu dijadikan suatu program rutin selama 12 bulan lamanya dan berkelanjutan. Pembinaan yang berkelanjutan ini secara otomatis juga akan menciptakan interaksi yang terus-menerus dilakukan pimpinan dengan para petani maka faktor komunikasi yang tepat juga harus dipergunakan pimpinan Koperasi Klasik Beans. Jika hubungan komunikasi antara keduanya terjalin maka akan tercipta suatu hubungan harmonis dan menghindari kesalahpahaman pemicu terjadinya konflik diantara keduanya.

Peneliti akan membahas komunikasi yang dilakukan pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam kegiatan pembinaan petani dari segi peningkatan kualitas kopi. Seperti kegiatan pembinaan berupa komunikasi langsung dengan petani yang membicarakan tentang bagaimana tata cara budidaya kopi mulai dari menanam pohon kopi, memelihara pohon kopi, cara panen yang benar, sampai perlakuan terhadap pohon pasca panen. Sesuai pernyataan dan observasi lapangan yang peneliti lakukan semua itu dikemas melalui pembinaan dengan menggunakan dua cara yaitu *personal visit* dan *gathering*. Mengkaitkan dengan teori komunikasi yang pada bab 2 dijadikan landasa teori maka akan terlihat bagaimana gaya komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam membina para petaninya.

Pada temuan penelitian dijelaskan bahwa pimpinan Koperasi Klasik Beans melibatkan dirinya dalam kegiatan pembinaan baik itu melalui *gathering* maupun *personal visit*. Pimpinan mencoba berinteraksi langsung dan berkomunikasi

langsung dengan para petani. Menanyakan sejauh mana mereka mengerti tentang budidaya kopi, apa yang menjadi masalah mereka dalam budidaya kopi sehingga pimpinan tau pokok permasalahan seperti apa yang dihadapi dalam pembinaan kualitas ini. Lalu pimpinan koperasi bersama-sama dengan petani mencari jalan keluar dan membebaskan petani turut berpartisipasi mengusulkan jika ada saran-saran untuk usaha peningkatan segi kualitas produk. Mereka berdiskusi untuk mencari pemecahan masalah dan proses komunikasi antara keduanya terjadi disini. Dalam segi budidaya kopi yang baik dan benar pimpinan koperasi tidak segan untuk berbagai ilmu langsung kepada petani mulai dari pemupukan, penanaman, sampai panen hasil tani yang baik seperti apa dan ini menyesuaikan dengan standar kualitas yang ditetapkan oleh Koperasi Klasik Beans. Pimpinan pun dalam penyuluhan *personal visit* yang secara langsung datang ke kebun-kebun petani untuk memberikan penyuluhan langsung pada objek lahan yang akan ditanami tumbuhan kopi. Permasalahan yang ada di kebun itu pun akan diketahui sendiri oleh pimpinan. Terselip makna silaturahmi didalam kegiatan itu.

Komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan Koperasi Klasik Beans erat kaitannya dengan tujuan komunikasi organisasi. Menurut Koontz (dalam Ruliana, 2014: 24), dalam arti yang lebih luas, tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk mempengaruhi tindakan kearah kesejahteraan perusahaan. Jelas komunikasi yang dilakukan pimpinan Koperasi KLasik Beans dalam membina para petani untuk mereka dapat memahami budidaya kopi yang baik seperti apa. Setelah pembinaan dilakukan petani menjalankan apa yang sudah dijelaskan pada pembinaan terhadap tumbuhan kopi garapan mereka. Komunikasi

yang dilakukan pimpinan koperasi bermaksud mempengaruhi para petani agar mereka mau mengikuti prosedur budidaya kopi yang diterapkan Koperasi Klasik Beans agar tercapai kualitas kopi terbaik sebagai nilai jual kepada konsumen. Sangat berkaitan dengan pengertian tujuan komunikasi organisasi dari Koontz.

Penjelasan lain dari Liliweri (dalam Ruliana, 2014:24) menyatakan bahwa ada empat tujuan komunikasi organisasi yakni:

1. Menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat
2. Membagi informasi
3. Menyatakan perasaan dan emosi
4. Melakukan koordinasi

Empat tujuan komunikasi organisasi itu mencerminkan kebijakan pimpinan dalam merealisasikan kegiatan pembinaan kepada petani mengenai kualitas kopi. Pimpinan menyatakan sikapnya kepada petani perihal kualitas kopi yang harus dicapai agar petani mengerti bahwa upaya ini untuk keuntungan bersama. Melalui tahap pembinaan pimpinan koperasi membagi informasi berupa pengetahuan mengenai budidaya kopi yang baik dan benar kepada petani. Petani mungkin sangat mengerti bagaimana cara menggarap lahan kebun tetapi tidak dipungkiri petani masih menggunakan ilmu lama dalam bertani. Pimpinan mencoba membagi pengalamannya yang dapat digunakan oleh petani bercocok tanam tumbuhan kopi karena tiap tumbuhan produktif berbeda cara perlakuannya atau pemelahaannya. Peneliti melihat bahwa komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan Koperasi Klasik Beans sudah sesuai dengan dasar tujuan komunikasi organisasi yang diungkapkan Liliweri.

Kemudian mengenai gaya komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam pembinaan petani. Gaya komunikasi pimpinan dalam melakukan pembinaan pun sangat menarik untuk dibahas. Fakta di lapangan menunjukkan komunikasi yang dilakukan pimpinan koperasi sangat intens. Pimpinan memberi arahan kepada pengurus koperasi bahwa komunikasi yang digunakan pada saat pembinaan adalah komunikasi yang intensif karena modal pertama untuk terlaksananya pembinaan adalah sebuah kepercayaan dari petani untuk bersedia bekerjasama dengan koperasi. Penyesuaian komunikasi berdasarkan kondisi karakteristik dari para petani dan untuk mengetahui itu pimpinan terjun langsung dalam penyuluhan budidaya kopi. Melihat apa yang dilakukan oleh pimpinan Koperasi Klasik Beans peneliti melihat terdapat gaya komunikasi yang ada pada diri pimpinan dan ini erat kaitannya dengan teori gaya pemimpin situasional. Pimpinan Koperasi Klasik Beans mampu menyesuaikan terlebih dahulu dan mempelajari kondisi yang terjadi dalam organisasinya.

Menurut Ruliana “Pendekatan kepemimpinan situasional fokus pada fenomena kepemimpinan di dalam suatu situasi yang unik. Premis dari pendekatan ini adalah perbedaan situasi membutuhkan gaya kepemimpinan yang berbeda. Dari cara pandang ini, seorang pemimpin agar efektif harus mampu menyesuaikan gaya mereka terhadap tuntutan situasi yang berubah-ubah” (Ruliana, 2014:131).

Pendekatan kepemimpinan situasional menekankan bahwa kepemimpinan terdiri atas dimensi arahan dan dimensi dukungan. Setiap dimensi harus diterapkan secara tepat dengan memerhatikan situasi yang berkembang. Guna

menentukan apa yang dibutuhkan oleh situasi khusus, pemimpin harus mengevaluasi pekerja mereka dan menilai seberapa kompeten dan besar komitmen pekerja atas pekerjaan yang diberikan.

Jiwa kepemimpinan yang ada pada diri Bapak Hamzah pun mencerminkan bahwa dia adalah pemimpin yang situasional. Pemimpin yang menyesuaikan kondisi yang ada pada organisasinya untuk dijadikan patokan bagi dirinya membuat sebuah kebijakan. Gaya ini pun mempengaruhi terhadap komunikasi seperti apa yang tepat untuk menyampaikan pesan koperasi kepada para petani sehingga tidak terjadi kesalahan persepsi diantara para petani. Kepemimpinan situasional yang Bapak Hamzah miliki akan membuat ia mudah menempatkan dirinya pada lingkungan petani dan terciptanya kedekatan emosional.

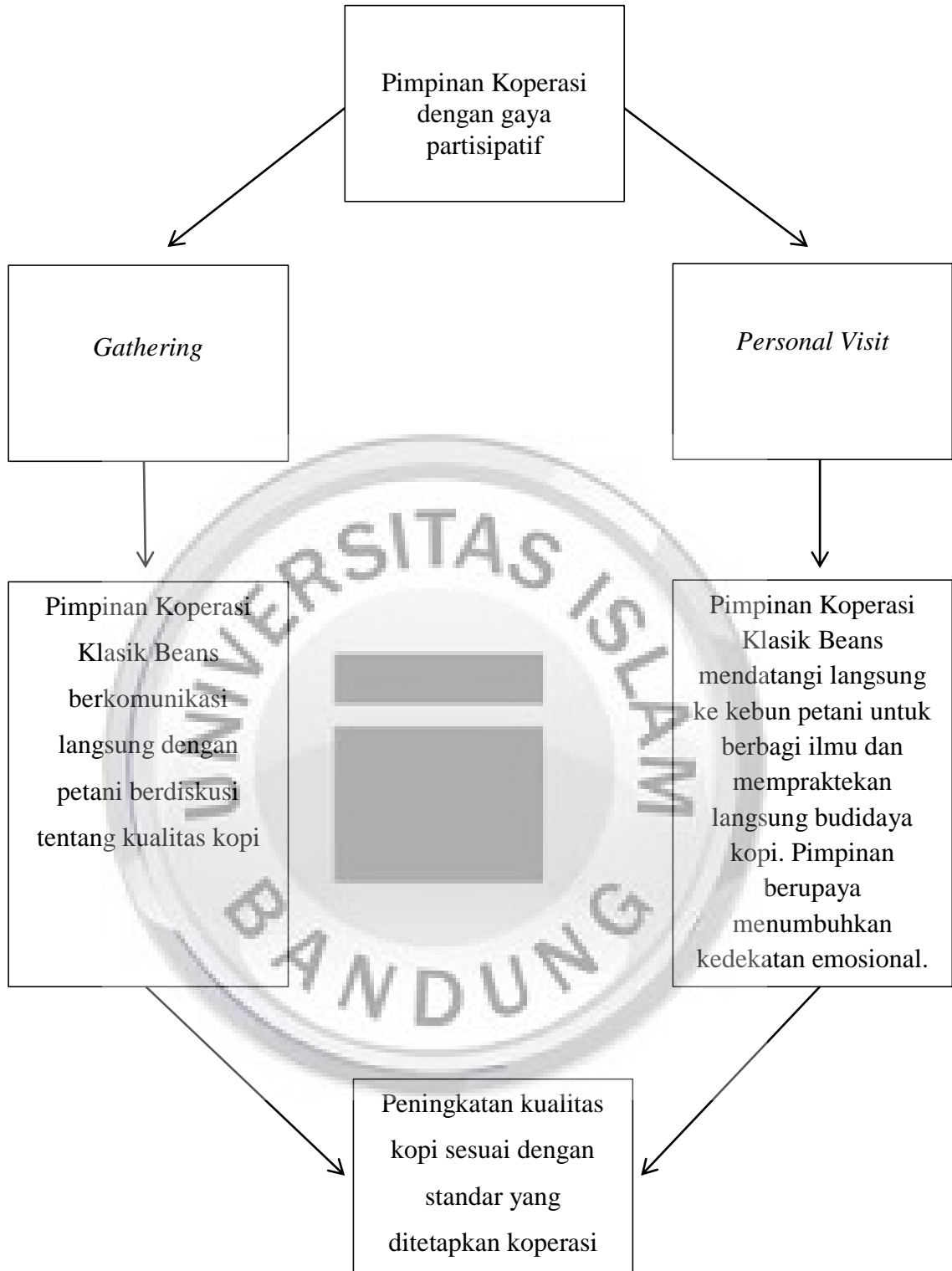
Kepemimpinan situasional terbagi lagi menjadi empat yang melibatkan aneka kombinasi dari perilaku kerja dan perilaku hubungan. Peneliti menilai jika dari segi kombinasi perilaku hubungan, perilaku tersebut antara lain :

5. Gaya memberitahu (*telling*),
6. Gaya mempromosikan (*selling*)
7. Gaya berpartisipasi (*participating*)
8. Gaya mewakilkan (*delegting*)

Maka Bapak Hamzah cocok dengan gaya kepemimpinan *partisipatif*. “Gaya *partisipatif* ditandai oleh pemimpin dan anak buah yang bersama-sama terlibat dalam pembuatan keputusan melalui komunikasi dua-arah yang sebenarnya. Pemimpin lebih banyak terlibat dalam pemberian kemudahan karena anak

buahnya memiliki kemampuan dan pengetahuan untuk menyelesaikan tugasnya”(Pace dan Faules, 2005:287).

Gaya kepemimpinan *partisipatif* sangat cocok dengan Bapak Hamzah yang dimana sangat melibatkan diri untuk ikut dan berkontribusi langsung dalam program koperasi tentang pembinaan kualitas kopi. Melalui media *personal visit* ataupun *gathering* membuktikan keterlibatan Bapak Hamzah untuk langsung berkomunikasi dengan para petani. Sesuai dengan pengertian gaya *partisipatif* Bapak Hamzah memberikan sebuah pengetahuan dengan cara tidak memaksa tapi lebih terkesan berbagi pengalaman. Petani yang juga berpengalaman dalam berkebun memudahkan Bapak Hamzah memberikan serta mencocokkan pandangan dengan para petani. Kesepakatan dalam paham budidaya kopi terbentuk.



Gambar 4.1

Model Gaya Komunikasi Pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam Pembinaan Kualitas Produk

Model gaya komunikasi pimpinan dalam pembinaan petani dari segi kualitas diatas menunjukkan bahwa pimpinan koperasi dalam mengkomunikasikan pesan tentang kualitas produk kepada petani secara rutin dilakukan dengan melalui dua media pertemuan yaitu *Gathering* dan *Personal visit* yang dari kedua cara tersebut pimpinan berinteraksi langsung dengan petani dan memberi kebijakan langsung kepada para petani untuk meningkatkan kualitas budidaya kopi demi meningkatkan kualitas produk.

Gaya partisipatif yang dimiliki pimpinan Koperasi Klasik Beans dapat menjadi daya tarik untuk petani bekerjasama dengan koperasi dalam meningkatkan kualitas produk sesuai standar yang dimiliki Koperasi Klasik Beans. Gaya partisipatif yang dimiliki pimpinan koperasi ditunjukkan melalui keterlibatan langsungnya pimpinan dalam kegiatan *Gathering* dengan mengadakan diskusi terbuka dimana petani diajak untuk berbagi ilmu dan berbagi solusi dalam peningkatan budidaya kopi dan *Personal visit* yang dimana pimpinan datang langsung ke kebun petani dan melakukan penyuluhan secara personal. Pada pertemuan rutin itu maka rutin pula pimpinan dalam menyampaikan pesan kepada petani dari segi peningkatan kualitas produk. Gaya yang dimiliki pimpinan koperasi menciptakan kepercayaan dari para petani sehingga pesan yang diterima petani diterima dengan baik yang pada akhirnya tercapainya peningkatan kualitas produk sesuai dengan standar yang ditetapkan Koperasi Klasik Beans.

4.2.2 Pembahasan Teknik Komunikasi Pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam Pembinaan Pemasaran Produk Kopi

Pembinaan pemasaran ini erat kaitan dengan pembinaan kualitas kopi yang keduanya akan saling membutuhkan. Pemasaran harus didukung kualitas produk agar dapat bersaing dengan produsen lain serta memenuhi kebutuhan pasar. Begitupun sebaliknya kualitas produk yang baik membutuhkan pemasaran yang jelas agar produk kualitas terbaik dapat dijual dengan harga tinggi. Pemahaman itu yang menjadi misi pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam membina para petani kopi. Pemberian pandangan itu membutuhkan sebuah komunikasi yang tepat untuk digunakan oleh pimpinan agar tersampainya pesan itu. Peneliti akan mengkaitkan fakta yang dilakukan pimpinan dalam pembinaan pemasaran produk kepada petani.

Pembinaan pemasaran tentang kepastian harga dan target pasar dapat dikaitkan dengan teori *marketing mix* yang dipopulerkan oleh Kotler dan Armstrong (1997). “*marketing mix* adalah sekumpulan variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan, yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam target pemasaran”.

Marketing mix sendiri didalamnya terdapat beberapa elemen marketing yang sudah menyesuaikan dengan jaman yaitu 7P yakni:

1. Product (produk)
2. Price (harga)
3. Promotion (promosi)
4. Place (tempat)

5. Partisipant or people (partisipan)
6. Proccess (proses)
7. Physical Evidence

Melihat pembinaan pemasaran yang dilakukan Koperasi Klasik Beans kepada petani sudah mewakili beberapa elemen dari teori *marketing mix*. Seperti segi produk yang mendapat perhatian penuh dari tingkat kualitasnya melalui pembinaan kualitas produk kopi yang merupakan program rutin koperasi untuk tetap mengontrol kualitas kopi yang diperjual-belikan. Kualitas kopi yang dijaga sangat mempengaruhi pemasaran produk tersebut karena nilai dari kopi adalah tingkap cita rasa yang menjadi unggulan sehingga menjaga target pasar tetap stabil.

Price atau harga juga dipengaruhi oleh segi kualitas produk yang ditawarkan. Kualitas terbaik tidak akan pernah membohongi harga begitupun sebaliknya. Pimpinan Koperasi Klasik Beans coba memberi pandangan melalui pembinaan tentang cara memasarkan produk dan mematok harga yang layak atas kopi yang berkualitas tinggi. Disaat Koperasi Klasik Beans mendapat harga yang lebih dari harga yang ada dipasaran berarti terdapat sesuatu yang bernilai dari produk yang ditawarkan. Sesuatu yang bernilai lebih itu adalah sebuah kualitas terbaik yang harus dihargai tinggi karena ini merupakan komoditi kopi yang dinilai dari segi cita rasa. Perhitungan harga disesuaikan dengan tingkat kualitas produk tersebut secara pasti ini akan membentuk tingkatan kelas premium atas produk yang dimiliki oleh Koperasi Klasik Beans.

Promotion atau promosi yang dilakukan pimpinan koperasi yang salah satunya mengenalkan kopi-kopi Indonesia dibawah naungan Koperasi Klasik Beans dengan mencantumkan asal daerah dari kopi tersebut. Seperti contoh menggunakan brand kopi arabika yang ada di tataran sunda yaitu Sunda Hejo yang berarti kopi tersebut hasil dari perkebunan kopi yang berada di tataran sunda sehingga itu menjadi nilai tambah dari produk tersebut.

Elemen lain yang dipenuhi oleh Koperasi Klasik Beans yaitu *participant* atau partisipan untuk mendukung pemasaran produk kopi. Partisipan didapatkan dari relasi yang dibangun pimpinan koperasi dengan para stakeholder terkait. Para partisipan tersebut merupakan pihak yang juga mempromosikan produk kopi melalui pameran kopi tingkat nasional maupun internasional. Partisipan ini membantu mendekatkan para kosumen internasional seperti Jepang, Singapore, beberapa negara di eropa, sampai pada negara amerika. Pada akhirnya pelanggan tetap produk kopi Sunda Hejo ialah *coffee shop* yang berada di California, Amerika Serikat.

Pencapaian pemasaran produk kopi Koperasi Klasik Beans dampak dari pembinaan pemasaran yang tepat dari pimpinan koperasi. Berkat komunikasi yang intensif dari pimpinan koperasi maka tercapainya bentuk pembinaan pemasaran yang sesuai harapan dan target koperasi. peneliti melihat bahwa teknik komunikasi yang digunakan oleh pimpinan Koperasi Klasik Beans adalah teknik komunikasi persuasif. Pimpinan terjun langsung untuk melibatkan diri dalam pembinaan petani dengan lansung bertatap muka dengan mereka. Pendekatan secara persuasif yang dilakukan oleh pimpinan para petani merasa sangat

dipedulikan dan diayomi oleh pimpinan koperasi dan menjadi tidak berjarak diantara keduanya. Terciptalah suasana kekeluargaan diantara mereka. Berdasarkan asas kekeluargaan menjadikan hubungan istimewa diantara kedua pihak tersebut. Teknik komunikasi persuasif mendobrak batasan sehingga petani lebih leluasa dalam melontarkan pendapat maupun kritikan kepada pimpinan koperasi yang sangat berguna bagi pimpinan untuk menetapkan kebijakan-kebijakan yang bersifat pro khususnya kepada petani. Dengan begitu terjalin hubungan yang harmonis dan dengan mudah kedua belah pihak mencapai kesepakatan untuk pencapaian cita-cita bersama.



Pembinaan Petani Mengenai Pemasaran Kopi



Gambar 4.2

Model Komunikasi Pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam Pembinaan

Petani Mengenai Pemasaran Kopi

Model teknik komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam pembinaan pemasaran kepada petani memperlihatkan adanya teknik komunikasi secara persuasif kepada petani dari pimpinan. Pimpinan berbagi pandangan kepada petani tentang pasar kopi yang lebih mengglobal pada saat ini dan itu sangatlah menjanjikan jika kita mampu mempertahankan nilai jual produk. Semua kembali pada peningkatan kualitas produk karena yang dapat menjadi nilai jual tinggi dari produk kopi tersebut tidak lain adalah kualitas kopi itu sendiri karena kopi berbicara tentang cita rasa tinggi. Pimpinan melakukan komunikasi secara persuasif kepada petani karena tidak mudah menembus paham lama petani tentang pasar kopi yang tidak jelas, sekali pun ada hanya bandar kopi yang membeli kopi mereka murah. Para petani membutuhkan jaminan pasar yang jelas dan berkelanjutan dan ini lah selanjutnya ditawarkan kepada petani dari pimpinan Koperasi Klasik Beans yaitu kejelasan pasar.

Mendapatkan kejelasan pasar kopi global ditempuh melalui interaksi langsung pimpinan Koperasi Klasik Beans dengan para konsumen yang ada diluar negeri. Konsumen yang rata-rata adalah café-café besar dinegaranya menjadi pembeli tetap produk kopi Koperasi Klasik Beans dengan berbagai merek dagang sesuai selera mereka. Pembeli dari luar negeri itu mampu membeli produk kopi Koperasi Klasik Beans dengan harga tinggi karena tingkat kualitas kopi yang para petani pertahankan. Pada akhirnya dengan berkomunikasi langsung antara pimpinan dengan para pembeli luar negeri dengan menjadi eksportir langsung bereati membuka peluang pasar yang jelas.

4.2.3 Pembahasan Alur Komunikasi Pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam Membangun Kolaborasi Koperasi dengan Petani

Kolaborasi atau kerjasama Koperasi Klasik Beans dengan masyarakat atau petani tidak semata mata pimpinan dapatkan begitu saja. Usaha pimpinan untuk dapatkan kolaborasi itu tidak lah mudah. Penuh dengan rintangan dan tantangan besar menghadang hubungan tersebut sampai akhirnya harmonis. Usaha untuk menyamakan visi misi tidak mungkin seketika dilakukan karena harus melewati beberapa tahapan untuk membuat hal tersebut diterima oleh masyarakat. Pimpinan koperasi melakukan tahapan-tahapan untuk mencapai kolaborasi dengan masyarakat khususnya yang berprofesi sebagai petani. Tahapan-tahapan tersebut dapat kita lihat kembali bahwa pembinaan dari segi peningkatan kualitas dan pemasaran produk itu adalah tahapan awal untuk membangun kolaborasi ini.

Semua tahapan yang dilakukan pimpinan koperasi adalah sesuatu yang akan mencakup semua tujuan dari koperasi. Melakukan pembinaan dari segi produk yang dikelola oleh koperasi yaitu komoditi kopi mulai dari peningkatan kualitas dan pemasaran produk adalah suatu tahapan yang secara otomatis juga melakukan pembinaan terhadap pelestarian alam khususnya hutan yang berada di lereng gunung. Sehingga kolaborasi ini merupakan satu kesatuan dari tahapan yang dilakukan oleh pimpinan untuk mencapai seluruh tujuan Koperasi Klasik Beans.

Kolaborasi antara koperasi dengan petani akan menciptakan kesinambungan antara keduanya sehingga terjadi *simbiosis-mutualisme* yaitu saling menguntungkan dan membutuhkan satu sama lain. Koperasi dibutuhkan oleh petani sebagai sarana pelindung kegiatan usaha budidaya kopi sampai pemasaran

hasil tani mereka. Petani pun dibutuhkan oleh koperasi guna mendapatkan kopi sebagai komoditi bisnis. Koperasi dengan petani pun saling membutuhkan untuk bersama menjaga kelestarian hutan di lereng gunung sehingga terwujudnya masyarakat yang sejahtera serta aman dan menjadi masyarakat yang bahagia.

Dalam membangun kolaborasi ini pimpinan melakukan suatu pembinaan terhadap berbagai aspek pendukung dan hal ini dilakukan bertahap oleh pimpinan. Peneliti melihat tahapan-tahapan yang dilakukan oleh pimpinan menjadi sebuah alur tindakan hasil dari suatu kebijakan pimpinan terhadap sistem berjalannya roda kerjasama antara koperasi dengan petani. Peneliti menilai bahwa bentuk kerjasama antara Koperasi Klasik Beans dengan petani kopi dengan cara menjadikan para petani ini sebagai mitra bisnis bukan menjadikan para petani ini berstatus sebagai pekerja adalah langkah tepat yang dilakukan pimpinan koperasi.

Melalui kebijakannya pimpinan menjadikan petani kopi sebagai mitra bisnis terkesan para petani ini memiliki strata peran yang sangat penting dalam menjalankan sistem ini. Pimpinan menempatkan para petani kopi pada posisi yang memiliki kepentingan langsung dalam mencapai tujuan dan ini membuat mereka merasa memiliki tanggung jawab juga terhadap sistem. Kebijakan dari pimpinan Koperasi Klasik Beans akan peneliti kaitkan dengan teori pengorganisasian.

Berdasarkan tinjauan teori mengenai teori pengorganisasian yang dipopulerkan oleh Weick yang menurutnya proses pengorganisasian menghasilkan apa yang dinamakan organisasi. “Weick memandang struktur sebagai aktifitas dan lebih spesifik lagi, sebagai aktivitas komunikasi. Struktur organisasi ditentukan oleh perilaku-perilaku yang saling bertautan. Menurut

konsep Weick, suatu sistem jelas bersifat manusiawi. Manusia tidak hanya menjalankan organisasi; manusia merupakan organisasi tersebut” (Pace dan Faules dalam Mulyana, 2005:79). Umat manusia menghadapi lingkungan yang rumit dan sering kali tidak menentu, yang rumit menurut Weick dijadikan alasan untuk pengorganisasian. Menurut peneliti ini juga yang terjadi pada objek tempat penelitian ini berlangsung yaitu Kabupaten Garut tepatnya desa rancasalak dimana terjadi sesuatu yang tidak sesuai dengan keberlangsungan hidup sebagaimana seharusnya. Konflik yang terjadi terhadap kelestarian alam yaitu hutan di lereng gunung membuat suatu tindakan penyelamatan dan ini tidak mungkin tercapai jika masyarakat tidak ikut dilibatkan. Masyarakat yang berprofesi sebagai petani yang berhubungan langsung dengan hutan gunung ikut dilibatkan dengan diberikannya peran oleh pimpinan koperasi untuk ikut andil dalam menjaga kelestarian hutan di lereng gunung. Menempatkan para petani sebagai mitra kerja dan memberi pengetahuan mengenai budidaya kopi yang dapat sekaligus menyelamatkan serta menjaga kelestarian hutan di lereng gunung adalah kebijakan dari pimpinan koperasi yang semata-mata membangun kolaborasi nyata antara keduanya.

Menurut Weick, jasa komunikasi sama dengan jasa pengorganisasian karena keduanya membantu kita untuk menjelaskan efek mutual interaksi antarmanusia yang kurang lebih tergambar melalui garis-garis hubungan dalam struktur organisasi. Dengan pengertian efek mutual itu sekaligus menggambarkan bahwa struktur organisasi menggambarkan pula posisi dan peran serta menghasilkan proses komunikasi yang berkelanjutan (Weick dalam Ruliana, 2014:61).

Jelas bahwa menjadikan para petani kopi menjadi mitra koperasi adalah bentuk pengorganisasian yang dilakukan oleh pimpinan koperasi karena sesuai dengan kutipan Weick di atas menunjukkan bahwa pengorganisasian yang dilakukan oleh pimpinan koperasi adalah menempatkan peran petani kopi dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat sekaligus menjaga kelestarian hutan gunung. Sebuah ketidakjelasan yang dihadapi masyarakat sekitar akan keberlangsungan hidup agar semua berjalan sesuai dengan ekosistem yang seharusnya menjadi dasar untuk melibatkan masyarakat sendiri untuk memecahkan masalah yang terjadi dilingkungannya sendiri. Mereka hanya perlu diberikan pengetahuan bagaimana menyikapi lingkungan sekitar tempat tinggal mereka yang akan secara langsung pun langkah kecil mereka akan turut menjaga dunia.

Suatu bentuk pembinaan terhadap petani pun yang dapat dilihat dari kegiatan penyuluhan kepada para petani kopi dapat dikaitkan dengan teori komunikasi ke bawah (*Downward Communication*). Karena dalam menentukan pola komunikasi terdapat dua jaringan komunikasi yaitu formal dan informal. Salah satu dari jaringan komunikasi formal itu adalah komunikasi ke bawah. Hal ini diterapkan oleh pimpinan agar sebuah informasi berupa gagasan yang diterapkan pimpinan mampu diserap oleh para petani dan dimengerti oleh petani maksud dan tujuannya.

Komunikasi ke bawah dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari jabatan berotoritas lebih tinggi kepada mereka yang berotoritas lebih rendah. Ada lima jenis informasi yang biasa dikomunikasikan dari atasan kepada bawahan menurut Katz & Kahn (dalam Pace dan Faules, 2005: 185):

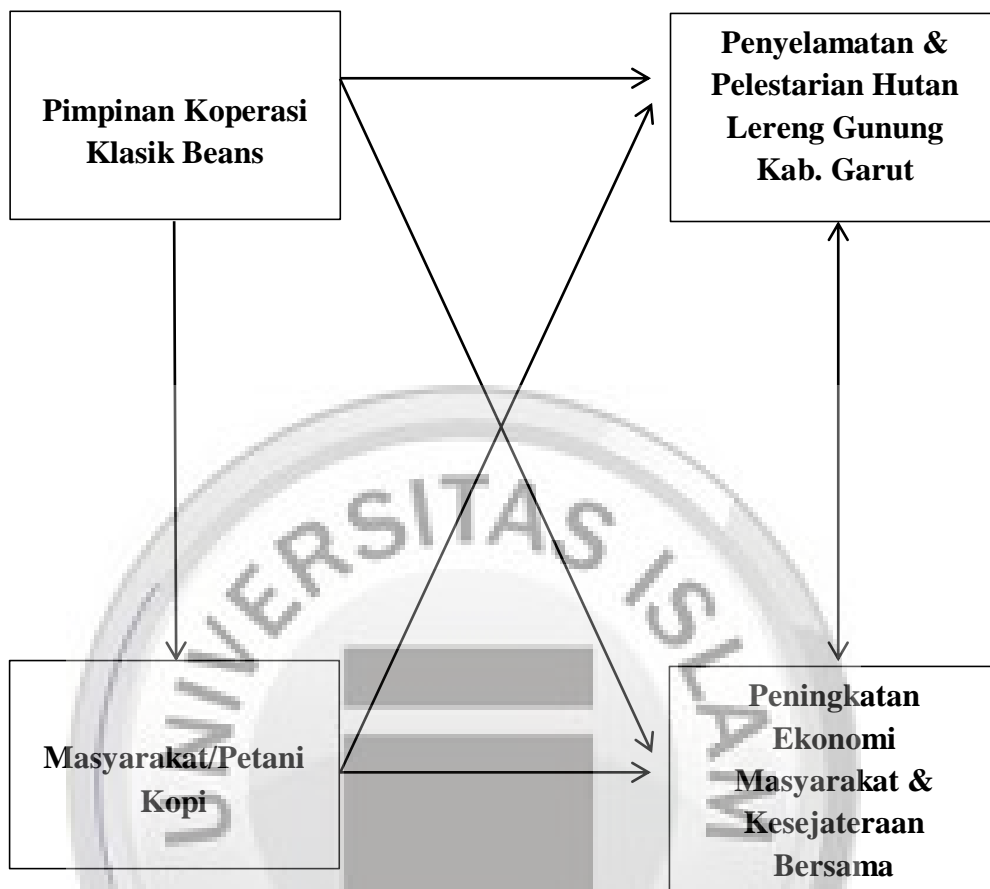
1. Informasi mengenai bagaimana meakukan pekerjaan
2. Informasi mengenai dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan
3. Informasi mengenai kebijakan dan praktik-praktik organisasi
4. Informasi mengenai kinerja pegawai
5. Informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas.

Lima jenis informasi yang biasa dikomunikasikan atasan pada bawahan dapat dilihat bahwa pimpinan Koperasi Klasik Beans juga sama dalam menyampaikan informasi seputar visi dan misi koperasi. pimpinan koperasi mengkomunikasikan segala bentuk maksud dari semua kegiatan pembinaan mulai dari peningkatan kualitas kopi sampai pemasaran kopi serta sekaligus pembinaan pelestarian hutan di lereng gunung. Pembinaan yang dikemas melalui penyuluhan rutin kepada para petani menyampaikan informasi bagaimana melakukan pekerjaan budidaya kopi yang baik dan benar agar tercapai peningkatan kualitas kopi yang secara langsung berdampak pada pemasaran kopi itu sendiri yang pada akhirnya mencapai kestabilan pendapatan koperasi yang pasti menguntungkan pula para petani. Lalu mengkomunikasikan informasi tentang kebijakan-kebijakan yang diterapkan pimpinan koperasi untuk dipatuhi oleh petani dalam bercocok tanam masih memperhatikan keberlangsungan ekosistem hutan meliputi menjaga flora dan fauna yang ada di dalam hutan. Sesuai dengan tujuan awal yaitu pemanfaatan hutan bersama sehingga alam dan manusia dapat berjalan berdampingan daam sebuah kehidupan.

Aliran informasi dari manajemen puncak yang turun ke tingkat operatif merupakan aktivitas yang berkesinambungan dan sulit. Pemilihan cara

menyediakan informasi mencakup tidak hanya pengeluaran sumber daya langsung moneter tetapi juga sumber daya spikis dan emosional. Langkah pimpinan dalam membangun kolaborasi dengan para petani dengan cara membangun hubungan emosional yang erat dengan petani merupakan cara untuk mendapatkan kepercayaan yang digunakan untuk memudahkan penyampaiaan informasi dari koperasi sehingga dapat dimengerti oleh petani. Petani pun merasa memiliki sepenuhnya peran mereka sebagai mitra koperasi yang berupaya mencapai tujuan bersama.





Gambar 4.3
Model Alur Komunikasi Pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam
Membangun Kolaborasi dengan Petani Kopi Lokal

Model diatas menunjukkan alur komunikasi yang dilakukan pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam membangun kolaborasi dengan para petani. Berupa perintah langsung pimpinan koperasi kepada petani untuk menyelamatkan dan melestarikan hutan yang ada di lereng gunung. Hutan-hutan di lereng gunung yang menjadi lahan garapan para petani sangat lah rawan akan bencana alam. Pimpinan Koperasi Klasik Beans menginginkan kemandirian masyarakat khususnya petani untuk dapat memanfaatkan kekayaan alam tetapi tidak merusak kelestarian alam dan mengganggu ekosistem yang ada. Menanam tumbuhan kopi dapat menjadi solusi yang mampu mencapai kedua harapan itu sekaligus yaitu tanaman kopi mampu menjadi komoditi tani pilihan yang dapat menjamin kesejahteraan masyarakat sekitar, tetapi tanaman kopi juga mampu menjadi alternatif komoditi yang ramah lingkungan dan justru menjadi media untuk mengkonservasi alam. Kolaborasi antara Koperasi Klasik Beans dengan para petani untuk menciptakan keharmonisan sesuai dengan apa yang mereka cita-citakan.