

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi dewasa ini trafik persaingan antar perusahaan semakin melaju pesat. Hal ini dapat terlihat dengan semakin berkembangnya industri dan berkembangnya perekonomian di Indonesia saat ini. Negara Indonesia sendiri dikenal sebagai negara agraris, tentunya dengan ini dapat diketahui dari tersedianya tanah vulkanik yang subur dengan ukuran lahan yang luas, iklim di Indonesia juga sesuai bagi pertumbuhan berbagai tanaman dan curah hujan cukup. Oleh karena semakin tajamnya persaingan, perusahaan berusaha menghadapi persaingan tersebut dengan berbagai macam upaya untuk menguasai pasar dari hasil hasil pertanian yang ada.

Kopi Arabika adalah jenis kopi arabika yang memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan karena memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi, namun kualitas kopi arabika arabika harus tetap dipertahankan seiring dengan meningkatnya kebutuhan ekspor kopi arabika di dunia dan mutu fisik serta citarasa kopi arabika arabika ditentukan berdasarkan proses pengolahannya (Borem, 2012).

Kemudian menurut Kementrian Pertanian (2013), Indonesia menghasilkan tiga jenis kopi arabika berturut-turut berdasarkan volume produksinya yaitu Robusta, Arabika, dan Liberika. Kopi Robusta banyak ditanam pada tanah mineral dengan ketinggian tempat antara 300 – 900 mdpl. Kopi arabika Arabika banyak ditanam pada tanah mineral dengan ketinggian tempat lebih dari 1.000 mdpl, dan Kopi arabika Liberika banyak ditanam pada tanah gambut di lahan pasang surut dan tanah mineral dekat permukaan laut. Menurut Kusumawati (2005), produk Kopi Arabika bernilai tinggi sebagai komoditas ekspor, akan tetapi dalam proses pengolahannya memerlukan tingkat pengolahan yang tinggi pula. Lain halnya dengan jenis Kopi Robusta, pengolahannya lebih mudah tetapi kualitas produk yang dihasilkan lebih rendah.

Kopi arabika Sumatera dari dulu sudah menjadi primadona dunia, bukan hanya di Indonesia. Kopi arabika Indonesia khususnya yang berasal dari daerah Sumatera ini memang paling banyak diminati oleh eksportir dan importir kopi

Arabika dunia. Kopi Arabika Sumatera hadir dengan citarasa dan aroma yang kuat, serta banyaknya pilihan rasa sesuai daerah asalnya membuat kopi Arabika Sumatera ini begitu istimewa, bahkan Starbucks sebagai gerai kopi Arabika ternama menyediakan beragam Kopi Arabika Sumatera yang dijual baik dalam bentuk minuman atau kopi Arabika dalam kemasan.

Kopi Arabika di daerah Sumatera Utara memang penghasil kopi jenis Arabika terbesar, sedangkan daerah Sumatera Selatan sekitarnya adalah penghasil Robusta terbesar. Tahun lalu, daerah Aceh Gayo menjadi penyumbang devisa terbesar negara untuk kopi Arabika. Aceh telah mendominasi ekspor kopi Arabika Indonesia mencapai angka 60%. Kopi Arabika Aceh memang terkenal dengan bentuk yang kuat dan citarasa rempah atau herbal yang unik. Sejarah panjang kopi Arabika Sumatera telah ada sejak zaman Belanda dulu. Sumatera dari dulu memang telah menjadi pusat perdagangan kopi Arabika Indonesia. Sejak zaman Belanda, kopi Arabika Sumatera telah menjadi kopi Arabika terbaik dengan harga jual yang cukup mahal karena pada zaman tersebut, kopi Arabika telah menjadi minuman khusus para bangsawan.

Saat industri kopi Arabika belum berkembang seperti saat ini tepatnya pada lima tahun lalu, kopi Arabika terbaik Sumatera hampir semuanya diekspor ke luar negeri. Masyarakat Indonesia secara ironis justru kebanyakan hanya kebagian kopi Arabika *grade* atau *level* rendah saja. Beberapa tahun lalu, industri kopi Arabika hanya didominasi oleh para pabrik kopi Arabika besar saja. Namun kini keadaan telah berubah, telah banyak UKM kopi Arabika bermunculan. Kualitas yang dijual pun tidak kalah dengan pemain kopi Arabika yang sudah besar, dengan harga yang terjangkau.

PT Sumatera Speciality Coffee (PT SSC) di Silangit, kecamatan Siborongborong, kabupaten Tapanuli Utara, telah membawa dampak positif bagi petani kopi Arabika di daerah itu Sumatera. Hadirnya pabrik pengolahan kopi Arabika milik Pusat Koperasi Unit Desa (Puskud) Sumatera Utara tersebut membawa angin segar bagi para penggiat kopi Arabika di daerah Tapanuli, Sumatera Utara karena selain produk kopi Arabika hasil kebun masyarakat di sana terjamin pemasarannya, karena diserap atau dibeli PT SSC dengan harga

wajar, juga para petani di daerah tersebut mendapat pembinaan dari PT SSC, mengenai caranya berkebun kopi arabika yang baik.

Seperti yang kita bersama ketahui melalui banyaknya contoh kasus yang terjadi di berbagai negara saat ini, terlihat adanya masalah dalam hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Beberapa perusahaan hanya memeras sumber daya alam di suatu daerah tanpa memperhatikan lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan. Sehubungan dengan banyaknya masalah seperti ini, tanggung jawab sosial perusahaan menjadi isu sentral di berbagai negara termasuk Indonesia. Usaha pemerintah Indonesia menyelesaikan masalah ini adalah dengan membuat peraturan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan. Peraturan ini menuntut perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya.

Perusahaan yang bergerak pada agribisnis seperti PT Sumatera Speciality Coffee, perlu menerapkan berbagai upaya maupun strategi untuk mengembangkan dan mempertahankan perusahaan. Strategi perusahaan bisa dalam bidang pemasaran, pengembangan sumber daya manusia, dan strategi kemitraan usaha. Strategi dalam membangun jaringan bisnis atau kemitraan usaha dengan perusahaan lain merupakan hal yang penting untuk mengembangkan perusahaan, bersamaan dengan menjalani tanggung jawab sosial perusahaan yang penulis sebutkan sebelumnya.

Perusahaan akan mengalami semakin banyak tantangan di masa depan, sehingga perusahaan perlu untuk menyesuaikan dengan perkembangan yang terjadi di setiap aspek. Hal ini terjadi karena perusahaan dirasa perlu untuk melakukan perubahan-perubahan yang bertujuan untuk mengembangkan perusahaan; salah satunya dengan cara memperluas hubungan kemitraan usaha untuk menghadapi berbagai tantangan dimasa yang akan datang. Perusahaan yang menjalin hubungan kemitraan dapat bersama-sama meminimalisir resiko kerugian di semua pihak. Kerjasama penting dilakukan bagi suatu organisasi maupun individu. Kerjasama atau kemitraan bisa memberikan keuntungan di setiap pihak yang terlibat dalam jaringan kerjasama.

Organisasi yang berdiri sendiri bisa lebih mudah mendapat masalah atau ancaman dari pesaingnya. Oleh karena itu, organisasi perlu menjalin kerjasama dengan perusahaan lain untuk menghadapi ancaman di masa yang akan datang. Suatu kerjasama kelompok akan menimbulkan rasa kepedulian untuk saling mengingatkan dan membantu. Semakin terbuka dalam bekerjasama bisa membuat organisasi lebih mudah dalam mengatasi masalah. Oleh karena itu, perkembangan hubungan kemitraan dalam organisasi perlu terus dikembangkan. Berdasarkan Undang-Undang No. 9 tahun 1995, kemitraan usaha adalah kerjasama antar usaha kecil dengan usaha menengah atau usaha besar yang disertai dengan memperhatikan prinsip saling membutuhkan, memperkuat, dan menguntungkan (Putri, 2015).

Pemerintah telah menciptakan berbagai program dan pola-pola kemitraan untuk pengusaha atau perusahaan kecil. Hal ini dibuat oleh pemerintah untuk mendorong dan mengembangkan perusahaan kecil yang lebih tangguh dan bisa bersaing di era *modern*. Perusahaan kecil bisa menjadi sumber kekuatan ekonomi rakyat dan bisa semakin memperkuat perekonomian Indonesia sebagai negara berkembang, seperti Indonesia.

PT Sumatera Speciality Coffee merupakan salah satu perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan melalui program kemitraan. Program kemitraan ini bertujuan untuk mendukung usaha kecil masyarakat. Sehubungan dengan hal ini, peneliti melakukan penelitian tentang pelaksanaan program kemitraan tersebut PT Sumatera Speciality Coffee. Dari hasil penelitian dapat diketahui, pelaksanaan Program Kemitraan sudah dijalankan sesuai dengan harapan PT Sumatera Speciality Coffee dalam meningkatkan usaha mitra binaan sehingga program kemitraan tersebut dapat memperluas lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat.

Kemitraan merupakan cara kerja sama dengan menggunakan prinsip-prinsip antara dua pihak yang mana dalam hal ini antara pihak perusahaan dengan masyarakat, yang diciptakan untuk menguntungkan semua pihak yang bertujuan untuk pengamanan dan penghematan uang dalam pengadaan sarana

dan prasarana serta memberikan kepuasan pelayanan kepada konsumen (Ekowanti, 2017).

Kolaborasi antara para aktor ini menggunakan pendekatan *stakeholder* (pemangku kepentingan) yang menunjukkan bahwa pihak yang terkait termasuk pemerintah, mitra lain, konsumen, masyarakat, investor, dan lembaga sosial bersama-sama mendukung pelaksanaan sebuah program. Diharapkan dengan adanya kolaborasi antar aktor, kemitraan memiliki daya dukung yang lebih besar untuk mencapai tujuan program. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kemitraan adalah kerjasama usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah dan usaha besar dengan memperlihatkan prinsip saling memerlukan, memperkuat dan menguntungkan.

Kebijakan program kemitraan merupakan salah satu strategi pembangunan andalan pemerintah yang berpihak kepada pengusaha kecil dan menengah. Kebijakan ini meliputi: aturan main, jaminan hak serta kewajiban perusahaan inti dan plasma, pola hubungan sinergi antara perusahaan inti dan plasma, serta mendudukan peranan pemerintah sebagai pembina dan fasilitator sekaligus pendukung dana pada program kemitraan. Kebijakan yang dikeluarkan dalam bentuk Peraturan Pemerintah tersebut diharapkan dapat meningkatkan investasi pembangunan ekonomi dengan melibatkan usaha-usaha kecil dan menengah yang bertujuan untuk: membuka kesempatan kerja baru, meningkatkan pendapatan dan pemerataan pendapatan masyarakat. Secara politik dari sisi pembangunan sektor pertanian, program ini merupakan upaya pemberdayaan petani dan pengurangan kesenjangan ekonomi antara perusahaan besar agroindustri dan petani kecil. Bagi petani dan UMKM, program kemitraan merupakan harapan untuk meningkatkan kegiatan usaha dan pendapatan serta memperbaiki tingkat kesejahteraan, sedangkan bagi perusahaan inti, program kemitraan merupakan peluang pengembangan usaha pada kondisi keterbatasan lahan dan modal (Zakaria, 2015).

Tujuan dari kemitraan dilihat dari empat aspek: pertama, dari aspek ekonomi untuk meningkatkan pendapatan para petani kopi arabika,

meningkatkan perolehan nilai tambah bagi pelaku kemitraan dan meningkatkan pemerataan dan pemberdayaan petani kopi arabika. Jika dilihat dari aspek sosial dan budaya, yakni kemitraan usaha yang dirancang sebagai bagian dari upaya pemberdayaan petani kopi arabika, pembinaan dan pembimbingan kepada para petani kopi arabika yang mana diharapkan dapat tumbuh dan berkembang sebagai komponen ekonomi yang tangguh dan mandiri. Hal ini akan berdampak pada tumbuh kembangnya kemitraan usaha yang disertai dengan tumbuhnya pusat-pusat ekonomi baru sehingga dapat terjadi pemerataan pendapatan sehingga dapat mencegah kesenjangan sosial. Dari aspek teknologi, kemitraan dapat membantu para petani kopi arabika dalam melaksanakan pembinaan dan pengembangan terhadap hasil lahan para petani kopi arabika, hal ini meliputi memberikan bimbingan teknologi. Berdasarkan pemaparan tersebut, akan dilihat apakah kemitraan PT Sumatera Speciality Coffee ini sesuai dengan tujuan tersebut.

Dengan adanya program kemitraan yang dilaksanakan di PT Sumatera Speciality Coffee, para petani kopi arabika yang ada di sekitar wilayah PT Sumatra Speciality Coffee yang ikut ambil bagian dalam program tersebut diharapkan dapat berkembang menuju kearah yang lebih baik. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti bagaimana kinerja kemitraan antara PT Sumatera Speciality Coffee dengan para petani kopi arabika di daerah penelitian

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis jabarkan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan, yaitu:

1. Apa peran dan kinerja kemitraan PT Sumatera Speciality Coffee dengan para petani kopi arabika di daerah penelitian?
2. Kendala apa saja yang terdapat pada kemitraan PT Sumatera Speciality Coffee dengan para petani di daerah penelitian?
3. Bagaimana evaluasi kemitraan PT Sumatera Speciality Coffee dengan para petani di daerah penelitian?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pokok permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui peran dan kinerja kemitraan PT Sumatera Speciality Coffee dengan para petani kopi arabika di daerah penelitian
2. Untuk mengetahui kendala apa saja yang terdapat pada kemitraan PT Sumatera Speciality Coffee dengan para petani kopi arabika di daerah penelitian
3. Untuk mengevaluasi kemitraan PT Sumatera Speciality Coffee dengan para petani kopi arabika di daerah penelitian

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini berjudul “Evaluasi Kemitraan PT Sumatera Speciality Coffee dengan Para Petani Kopi Arabika Di kecamatan Siborongborong Kabupaten Tapanuli Utara”. Adapun manfaatnya antara lain:

1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini untuk menambah wawasan peneliti serta merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Institut Pertanian Stiper Yogyakarta

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan ilmu dan informasi mengenai kemitraan sebuah perusahaan yang akan menguntungkan tidak hanya perusahaan tersebut, namun lapisan masyarakat yang terlibat dalam program kemitraan, sehingga masyarakat bisa memahami bahwa apabila semua perusahaan melakukan program kemitraan ini maka akan menunjang kesejahteraan masyarakat secara luas.

3. Bagi Akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya. Peneliti juga berharap agar hasil dari penelitian ini mampu mendorong berkembangnya penelitian-penelitian yang

membahas program kemitraan yang dapat menguntungkan bagi perusahaan dan masyarakat.