

JARINGAN SOSIAL PADA PENGUSAHA KOPI BUBUK DI KECAMATAN ENREKANG KABUPATEN ENREKANG

Rama Nuhlia
1463141013
rama.nuhlia@gmail.com

Program Studi sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Makassar

ABSTRAK

Rama Nuhlia, 2018. Jaringan Sosial Pengusaha Kopi Bubuk di Kecamatan Enrekang Kabupaten Enrekang. Dibimbing oleh Firdaus W. Suhaeb dan Muhammad Syukur.

Peran jaringan sosial pada pengusaha kopi bubuk yaitu peran yang dilakukan tiap-tiap aktor yang memiliki ketergantungan kepentingan. Masing-masing aktor bertindak sesuai perannya dari latar belakang pekerjaannya. Tiap tindakan yang dilakukan oleh aktor sangat dibutuhkan dan hasilnya mempengaruhi tindakan aktor lain.

Proses kerjasama jaringan sosial kepada pengusaha kopi bubuk dibangun untuk mencapai ekspektasi yang diharapkan. Dalam kerjasama yang dibangun oleh masing-masing simpul akan menimbulkan norma yang dapat mengikat hubungan yang dibangun serta diperkuat dengan adanya kepercayaan.

Simpul yang mengikat pada pengusaha kopi bubuk dengan petani kopi, pedagang kopi, pengusaha kopi lainnya seperti, konsumen, pedagang besar, jasa, pemerintah yaitu simpul *interest*, *power* dan *sentiment*.

ABSTRACT

Rama Nuhlia, 2018. The Social Network of Powder Coffee Entrepreneurs in Enrekang District, Enrekang Regency. Supervised by Firdaus W. Suhaeb and Muhammad Syukur.

The role of social networks in powdered coffee entrepreneurs is the role that each actor has in dependence on. Each actor acts according to his role from the background of his work. Every action taken by an actor is needed and the results affect the actions of other actors.

The process of social network collaboration for powder coffee entrepreneurs is built to achieve the expected expectations. In collaboration built by each node will create norms that can bind the relationships that are built and strengthened by the existence of trust.

The knot that binds to the ground coffee businessmen with coffee farmers, coffee traders, other coffee entrepreneurs such as consumers, wholesalers, services, government, namely nodes of *interest*, *power* and *sentiment*.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kopi Sulawesi Selatan bisa menjadi perhiasan dari Indonesia. Beberapa kopi dari Sulawesi Selatan tumbuh pada ketinggian belum pernah terjadi di pulau-pulau lain di Indonesia. Salah satu tempat dengan dataran tinggi di Sulawesi Selatan adalah wilayah Enrekang.¹ Jenis kopi yang banyak dikembangkan di wilayah ini adalah *Arabica Typica* yang hanya bisa dibudidayakan pada daerah ketinggian 1.500 di atas permukaan laut, bahkan menjadi kopi langka dan tertua di dunia. Kopi Enrekang memiliki cita rasa kopi terbaik dunia. Terbukti setelah melewati kompetisi *Spesialti Coffe Asosiasion of Indonesian* (SCAI) di Jakarta, Bandung hingga Bali, kopi Enrekang menjadi juara 1 terbaik atau “*the best coffee*”. Cita rasa yang unik dari kopi asal daerah ini memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen lokal maupun internasional², sehingga beberapa masyarakat di wilayah Enrekang menjadikan kopi sebagai salah satu usaha. Seperti usaha kopi bubuk yang mulai banyak dikembangkan oleh masyarakat setempat. Salah satunya yaitu di Kecamatan Enrekang. Kecamatan Enrekang merupakan ibukota Kabupaten Enrekang. Pusat dari segala kegiatan, baik kegiatan kemasyarakatan, pemerintahan maupun pembangunan.

Dalam pengembangan usaha kopi bubuk dibutuhkan strategi pengembangan usaha yang baik dan tepat agar supaya usaha dapat maju dan eksistensinya tetap terjaga. Ada beberapa hambatan-hambatan yang dihadapi seperti kekurangan modal, tenaga kerja yang ahli atau terampil, informasi tatacara berwirausaha kurang, dan sebagainya.

Penyebab permasalahan pada pengusaha kopi yaitu kurangnya pendekatan terhadap jaringan sosial atau ketidaktahuan mengenai informasi tentang jaringan sosial yang terkait dengan usaha kopi bubuk. Ini menandakan jaringan sosial dapat berperan dalam pengembangan dan kemajuan usaha dengan memberikan inovasi beserta adopsinya. Jaringan sosial dalam hal ini dapat sebagai gambaran adanya interpenetrasi kegiatan sosial dalam tindakan ekonomi terutama dalam hal ini yaitu pengusaha kopi bubuk. Artinya jaringan sosial memiliki hubungan atau keterkaitan yang sangat diperlukan bagi pengusaha kopi bubuk di Kecamatan Enrekang agar dapat menjadikan kopi bubuk Enrekang menjadi salah satu hasil perhiasan yang selalu dilirik oleh konsumen penikmat kopi baik dari lokal maupun internasional serta mempertahankan eksistensi kopi Enrekang sebagai kopi terbaik Nasional.

1.2. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana peran jaringan sosial dalam pengembangan kemajuan dan pemasaran pada pengusaha kopi bubuk di Kecamatan Enrekang Kabupaten Enrekang?
- b. Bagaimana proses kerjasama jaringan sosial dalam pengembangan kemajuan dan pemasaran pada pengusaha kopi bubuk di Kecamatan Enrekang Kabupaten Enrekang?
- c. Simpul apa saja yang mengikat dalam membangun berkembangnya suatu usaha kopi bubuk di Kecamatan Enrekang Kabupaten Enrekang?

2. Tinjauan Pustaka dan Kerangka Konsep

¹ Rivanle. “Menjelajah Kopi Indonesia ke Bagian Sulawesi”. 22 September 2015.
<http://kopikeliling.com/coffe/menjelajah-kopi-indonesia-ke-bagian-sulawesi.html>.

² Aris Awan. “Kopi Benteng Alla Enrekang Juara Nasional”. 5 Mei 2017.
News.rakyatku.com/read/47493/2017/05/05/kopi-benteng-alla-enrekang-juara-nasional

2.1. Teori Jaringan Sosial

Menurut Robert M. Z. Lawang, jaringan (*network*) dimengerti sebagai³ :

- a. Ada ikatan antar simpul (orang atau kelompok) yang dihubungkan dengan media (hubungan sosial) hubungan sosial ini diikat dengan kepercayaan. Kepercayaan itu dipertahankan oleh norma yang mengikat kedua belah pihak.
- b. Ada kerja antar simpul (orang atau kelompok) yang melalui media hubungan sosial menjadi satu kerjasama, bukan kerja bersama-sama.
- c. Seperti halnya sebuah jarring (yang tidak putus) kerja yang terjalin antar simpul itu pasti kuat menahan beban bersama, dan malah dapat “menangkap ikan” lebih banyak.
- d. Dalam kerja jaring itu ada ikatan (simpul) yang tidak dapat berdiri sendiri. Semua simpul menjadi satu kesatuan dan ikatan yang kuat. Dalam hal ini, analogi tidak seluruhnya tepat terutama kalau orang yang membentuk jaring itu hanya dua saja.
- e. Media (barang atau kawat) dan simpul tidak dapat dipisahkan, atau antara orang-orang dan hubungannya tidak dapat dipisahkan,
- f. Ikatan atau pengikat (simpul) adalah norma yang mengatur dan menjaga bagaimana ikatan dan medianya itu dipelihara dan dipertahankan.

Granovetter mengatakan bahwa,

“tindakan ekonomi (misalnya pertukaran atau jual-beli) selalu melekat pada hubungan-hubungan sosial. Hubungan-hubungan sosial dan struktur hubungan sosial (atau jaringan) akan menghasilkan kepercayaan (*trust*) dan mencegah terjadinya penyimpangan (*malfeasance*) oleh aktor ekonomi. Ada alasan mengapa demikian: (a) Dalam hubungan sosial individu akan memberikan informasi lebih murah, (b) informasi tersebut lebih baik, lebih kaya dan akurat, (c) individu yang memiliki hubungan secara terus-menerus akan memiliki motif ekonomi agar dirinya dapat dipercaya, dan (d) hubungan-hubungan ekonomi secara terus-menerus akan disertai dengan isi sosial yang membawa harapan kuat untuk dipercaya dan menghindari oportuniste”⁴

Granovetter juga melukiskan hubungan ditingkat mikro itu seperti tindakan yang “melekat” dalam hubungan pribadi konkret dan dalam struktur (jaringan) hubungan itu. Hubungan ini berlandaskan gagasan bahwa setiap aktor (individu atau kolektivitas) mempunyai akses yang berbeda terhadap sumber daya alam yang bernilai (kekayaan, kekuasaan, informasi).

Empat prinsip inti berikut ini penting pada jaringan sosial dan hasil ekonomi⁵ :

a) Norma dan Kepadatan Jaringan. Ini bergantung pada fakta bahwa semakin padat suatu jaringan, jalur yang lebih unik di mana informasi, ide dan pengaruh dapat melakukan perjalanan antara dua node. Dengan demikian, kerapatan yang lebih besar membuat gagasan tentang perilaku yang tepat lebih mungkin ditemui berulang kali, didiskusikan dan diperbaiki.

b) Kekuatan Hubungan Lemah. Lebih banyak aliran informasi baru kepada individu melalui lemah daripada melalui ikatan yang kuat. Karena teman-teman dekat kita cenderung

³ Damsar, Indrayani. 2016. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Cetakan ke-5. Jakarta: Kencana, hal. 157

⁴ Purwanto, Antonius. *Peranan Jaringan Sosial dalam Klaster Industri*. Jurnal Ilmu Administrasi. 2017. 9 (3). pp. 46-55, Hal. 2

⁵ Granovetter, M. *The Impact of Social Structure on Economic Outcomes*. Jurnal Ekonomi Perspektif-Volume 19, Nomor 1-Winter 2005-Pages 33-50

bergerak di lingkaran yang sama dengan yang kita lakukan, informasi yang mereka terima tumpang tindih dengan apa yang sudah kita ketahui. Kenalan, sebaliknya, tahu orang yang tidak kita kenal dan, dengan demikian, menerima lebih banyak informasi baru. Hasil ini muncul sebagian karena kenalan kita biasanya kurang mirip dengan kita daripada teman dekat, dan sebagian karena mereka menghabiskan lebih sedikit waktu bersama kita. Bergerak dalam lingkaran yang berbeda dari kita, mereka menghubungkan kita ke dunia yang lebih luas. Granovetter menekankan pentingnya ikatan yang lemah namun ikatan yang kuat juga mempunyai nilai dimana orang yang mempunyai ikatan kuat memiliki motivasi yang lebih besar untuk saling membantu dan lebih cepat untuk saling memberikan bantuan.

c) Pentingnya “Lubang Struktural.” Burt (1992) memperluas dan merumuskan kembali argumen “ikatan lemah” dengan menekankan bahwa apa yang penting adalah bukan kualitas dari tertentu melainkan cara bagian-bagian yang berbeda dari jaringan dijumpai.

d) Interpenetrasi Aksi Ekonomi dan Non-Ekonomi. Banyak kehidupan sosial berputar di sekitar fokus non-ekonomi. Oleh karena itu, ketika kegiatan ekonomi dan non-ekonomi saling bercampur, kegiatan non-ekonomi mempengaruhi biaya dan teknik yang tersedia untuk kegiatan ekonomi. Pencampuran kegiatan ini adalah apa yang saya sebut "keterpusatan sosial" ekonomi sejauh mana tindakan ekonomi terkait atau tergantung pada tindakan atau lembaga yang tidak ekonomis dalam konten, tujuan, atau proses.

Teori jaringan bersandar pada sekumpulan prinsip yang berkaitan logis. Berikut prinsipnya menurut Wellman⁶ :

- a. Ikatan antara aktor biasanya adalah simetris baik dalam kadar maupun intensitasnya. Aktor saling memasok dengan sesuatu yang berbeda dan mereka berbuat demikian dengan intensitas yang makin besar atau makin kecil.
- b. Ikatan antara individu harus dianalisis dalam konteks struktur jaringan lebih luas.
- c. Terstrukturnya ikatan sosial menimbulkan berbagai jenis jaringan nonacak. Di satu pihak, jaringan adalah transirif (*transitive*): bila ada ikatan antara A dan B dan C, ada kemungkinan ada ikatan antara A dan C.
- d. Adanya kelompok jaringan menyebabkan terciptanya hubungan silang antara kelompok jaringan maupun antara individu.
- e. Ada ikatan asimetris antara unsure-unsur di dalam sebuah sistem jaringan dengan akibat bahwa sumber daya yang terbatas akan terdistribusikan secara tak merata.
- f. Distribusi yang timpang dari sumber daya yang terbatas menimbulkan baik itu kerja sama maupun kompetisi. Beberapa kelompok akan bergabung untuk mendapatkan sumber daya yang terbatas itu dengan bekerja sama, sedangkan kelompok lain bersaing dan memperebutkannya.

Ditinjau dari tujuan hubungan sosial yang membentuk jaringan-jaringan sosial yang ada dalam masyarakat, dapat dibedakan menjadi tiga jenis jaringan sosial, yaitu⁷ :

- a. Jaringan *interest* (jaringan kepentingan) yaitu hubungan-hubungan sosial yang membentuknya adalah hubungan-hubungan sosial yang bermuatan kepentingan. Jaringan terbentuk atas dasar tujuan yang ingin dicapai oleh para pelaku.
- b. Jaringan *sentiment* (jaringan emosi) yang terbentuk atas dasar hubungan-hubungan sosial yang bermuatan emosi. Pada jaringan emosi hubungan sosial merupakan tujuan tindakan sosial misalnya pertemanan, percintaan atau hubungan kerabat dan sebagainya.

⁶ Ibid. p. 384

⁷ Agusyanto. Op. Cit. Hal 34

- c. Jaringan *power*, dimana hubungan-hubungan sosial yang membentuknya adalah hubungan-hubungan sosial yang bermuatan *power*.

Hubungan jaringan sosial dengan ekonomi dimana Granovetter mengetengahkan gagasan mengenai pengaruh struktur sosial terutama yang terbentuk berdasarkan jaringan terhadap manfaat ekonomis khususnya menyangkut kualitas informasi. Menurutny terdapat empat prinsip utama yang melandasi pemikiran mengenai adanya hubungan pengaruh antara jaringan sosial dengan manfaat ekonomi, yakni⁸ :

- a. Norma dan kepadatan jaringan (*network density*)
- b. Lemah atau kuatnya ikatan (*ties*) yakni manfaat ekonomi yang cenderung didapat dari jalinan ikatan yang lemah. Dalam konteks ini pada tataran empiris, informasi baru misalnya, akan cenderung didapat dari kenalan baru dibandingkan dengan teman dekat yang umumnya memiliki wawasan yang sama dengan individu, dan kenalan baru relatif membuka cakrawala dunia luar individu.
- c. Peran lubang struktur (*struktur holes*) yang berada diluar ikatan lemah ataupun ikatan kuat yang ternyata berkontribusi untuk menjembatani relasi individu dengan pihak luar.
- d. Interpretasi terhadap tindakan ekonomi dan non ekonomi, yaitu adanya kegiatan-kegiatan non ekonomis yang dilakukan dalam kehidupan sosial individu yang ternyata mempengaruhi tindakan ekonominya. Keterlambatan ikatan non ekonomi dalam kegiatan ekonomi sebagai akibat adanya jaringan sosial.

2.2. Pengusaha

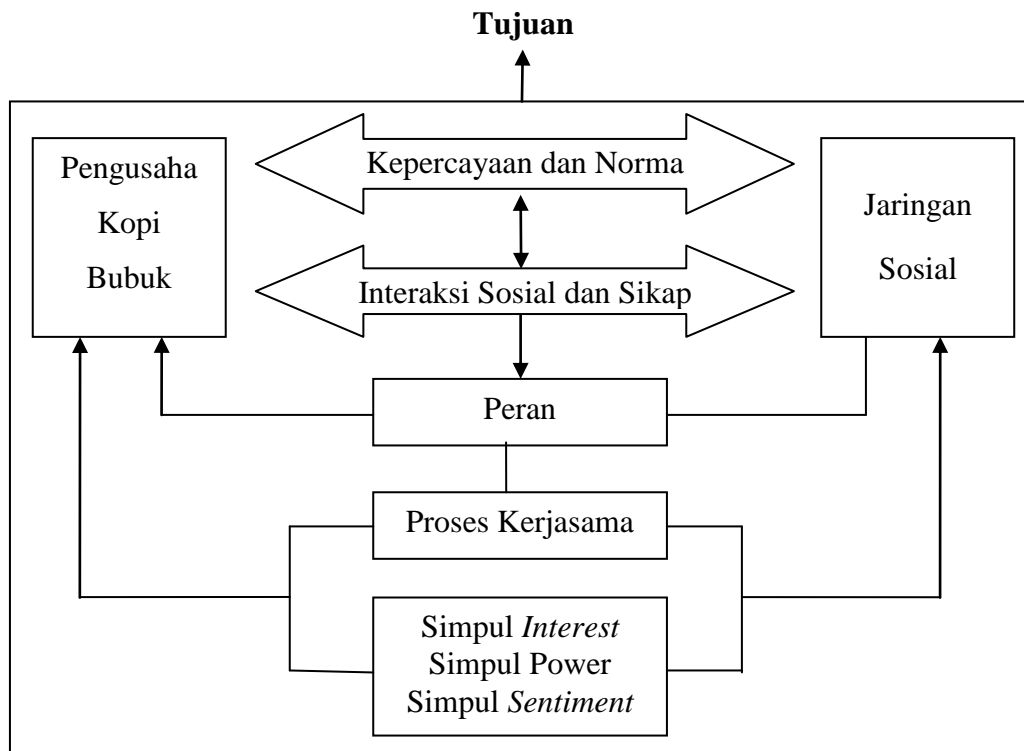
Pada prinsipnya pengusaha adalah yang menjalankan perusahaannya baik milik sendiri ataupun buka. Sebagai pemberi kerja, pengusaha adalah sorang pengusaha dalam hubungan pekerja/buruh. Pekerja/buruh bekerja di dalam suatu hubungan kerja dengan pengusaha sebagai pemberi kerja dengan menerima upah atau imbalan dalam bentuk lain. Sehingga pengusaha adalah orang yang mempekerjakan orang untuk diirnya dengan memberikan upah sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.⁹

2.3. Kerangka Konsep

⁸ Teddy, K. "Teori Jaringan Sosial". 12 Juni 2012.

<https://teddymagister.wordpress.com/2012/016/12/teori-jaringan-sosial/>

⁹ Wibowo, YD. 2008. *Mekanisme Penetapan dan Pelaksanaan Upah Minimum di Perusahaan PT. Daya Manunggal Salatiga*. Hal. 13



3. Metodologi

Metode yang digunakan yaitu kualitatif, dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Kriteria informan yaitu 3 pengusaha kopi bubuk dengan merk yang banyak disukai masyarakat di kecamatan Enrekang dan masing-masing jaringan sosialnya seperti petani kopi, pedagang kopi, dan konsumen. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selanjutnya analisis data dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif dengan tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1. Profil Informan

Informan yang dipilih dalam penelitian ini yaitu pengusaha kopi bubuk yang ada di Kecamatan Enrekang beserta jaringan sosialnya seperti pedagang kopi dan petani kopi yang bekerja sama dengan pengusaha kopi bubuk juga para konsumen/pelanggan dari pengusaha kopi bubuk tersebut. Pemilihan informan penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan. Informannya sebanyak 15 terdiri atas :

- a. 3 dari pengusaha kopi bubuk. Dipilih berdasarkan brand kopi yang populer dan paling banyak disukai dikalangan masyarakat.
- b. 4 dari pedagang kopi biji/mentah. Dipilih berdasarkan yang mempunyai hubungan kerjasama dengan pengusaha kopi bubuk.
- c. 2 dari petani kopi. Yaitu salah satu perwakilan dari petani kopi robusta dan arabika di Kabupaten Enrekang yang mempunyai hubungan kerjasama dengan pedagang kopi biji/mentah dan pengusaha kopi bubuk.
- d. 6 dari konsumen. Yaitu pelanggan dari masing-masing pemilik usaha kopi bubuk.

Setelah informan ditentukan, peneliti kemudian melaksanakan proses wawancara dimana semua informan terlebih dahulu dimintai ketersediaanya untuk meluangkan waktunya

sehingga peneliti tidak memiliki kendala dalam proses penelitian di lapangan. Berikut diuraikan masing-masing profil dari informan penelitian, yaitu sebagai berikut :

a. Pengusaha Kopi Bubuk

Tabel 1. Profil Informan Pengusaha Kopi Bubuk

No	Nama Pengusaha	Umur	Nama Usaha/Merk Kopi Bubuk	Alamat	Tingkat Pendidikan
1	Rono Batjo	66 th.	Enreco	Jl. Industri 74 Enrekang	STM
2	Zainal Abidin	37 th.	Latimojong	Jl. RA Kartini No. 10	STM
3	Hj. Suryani	58 th.	UKM Magfirah Baroko	Bamba Enrekang	SLTA

Sumber: Hasil Wawancara

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa informan pemilik usaha kopi bubuk yaitu diantaranya Rono Batjo dengan dengan merek/nama usaha kopi bubuk Enreco, bertempat di Jl. Industri No. 74 Enrekang. Zainal Abidin dengan merek/nama usaha kopi bubuk Latimojong bertempat di Jl. RA Kartini No. 10, dan Hj. Suryani dengan nama merk/usaha kopi bubuk UKM Magfirah Baroko bertempat di Bamba Enrekang. Dengan masing-masing umur 35 th. keatas. Serta tingkat pendidikan masing-masing SLTA dan STM.

b. Pedagang Kopi Biji (mentah)

Tabel 2. Profil Informan Pedagang Kopi Biji (mentah)

No	Nama Pedagang	Umur	Alamat	Tingkat Pendidikan
1	Hj. Malla	80 th.	Desa Tunga	-
2	Hj. Maniala	80 th.	Desa Tunga	SD
3	Ramida	42 th.	Jl. Industri	SMP
4	Hj. Dala	70 th.	Jl Sungai Saddang	-

Sumber: Hasil Wawancara

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa terdapat 4 pedagang kopi biji/mentah diantaranya Hj. Malla tinggal di Desa Tunga, Hj. Maniala tinggal di Desa Tunga, Ramida tinggal di Jl. Industri, dan Hj. Dala tinggal di Jl. Sungai Saddang. Dengan masing-masing berumur 40 th. keatas. Serta tingkat pendidikan masing-masing yaitu SD dan SMP.

c. Petani Kopi

Tabel 3. Profil Informan Petani Kopi

No	Nama Petani	Umur	Jenis Kopi	Alamat	Tingkat Pendidikan
1	Mutahar	45 th.	Robusta	Desa Basseang	SMA
2	Garman	52 th.	Arabika	Dusun Lapin Desa Tobalu	SLTA

Sumber: Hasil Wawancara

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui terdapat 2 petani kopi yaitu Mutahar berumur 45 th. petani kopi Robusta yang bertempat tinggal di Desa Baruka, dan Garman berumur 50 th. Petani kopi Arabika yang bertempat tinggal di Desa Lapin. Serta tingkat pendidikan masing-masing yaitu SMA dan SLTA. Konsumen/Pelanggan.

Tabel 4. Profil Informan Konsumen/Pelanggan

No	Nama Konsumen	Umur	Satus Pekerjaan	Alamat	Pelanggan dari	Tingkat
----	---------------	------	-----------------	--------	----------------	---------

					Usaha Kopi Bubuk	Pendidikan
1	Lahaba	41 th.	Wiraswasta (Warung Kopi)	Jl. Pattimura	Enreco	SMA
2	Unding	48 th.	Pedagang Ikan	Jl. Minangae Barru	Enreco	SMP
3	April	28 th.	Karyawan (Ardan Masogi)	Desa Ranga	Enreco	S1
4	Rahmat	32 th.	Dosen (STPIP Muhammadiyah Enrekang)	Jl. Industri Enrekang	Latimojong	S2
5	Armin Laduri	26 th.	Wiraswasta	Desa Tangru Kec. Malua	Latimojong	S1
6	Erdi Suarno	26 th.	PANWAS	Curio	Latimojong	S1

Sumber: Hasil Wawancara

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa informan konsumen/pelanggan terdapat 6 orang yaitu 3 dari pelanggan usaha kopi bubuk Enreco yaitu Lahaba pemilik warung kopi tinggal di Jl. Pattimura, Unding pedagang ikan tinggal di Jl. Minangae Barru, dan April seorang Karyawan tinggal di Desa Ranga. Serta 3 pelanggan dari usaha kopi bubuk dengan Latimojong yaitu Rahmat seorang Dosen tinggal di Jl. Industri Enrekang, Armin Laduri seorang wiraswasta tinggal di Desa Tangru Kec. Malua, dan Erdi Suarno seorang PANWAS tinggal di Curio. Masing-masing berumur 25 th. keatas. Serta tingkat pendidikan masing-masing SMP sampai S2.

4.2. Peran Jaringan Sosial dalam Pengembangan Kemajuan dan Pemasaran pada Pengusaha Kopi Bubuk

Masing-masing aktor bertindak menjalankan perannya masing-masing diikat oleh norma berupa aturan yang telah disepakati dan diperkuat oleh kepercayaan yang terbentuk oleh sikap dari masing-masing aktor. Hubungan-hubungan yang terbentuk dari sikap masing-masing aktor dalam jaringan sosial yang berlangsung /bersifat permanen akan menimbulkan kepercayaan. Kepercayaan terbentuk oleh adanya informasi dari jasa yang lebih murah, lebih baik, lebih kaya, dan akurat. Kepercayaan juga dapat terbentuk karena masing-masing memiliki kepentingan yang sama, karena ekspektasi masing-masing terpenuhi. Dan hal ini berlangsung secara terus-menerus dalam jangka waktu yang lama.

Dari setiap aktor memiliki perannya masing-masing dalam mengolah sumber daya alam dengan akses yang berbeda. Seperti petani kopi memiliki peran dalam mengolah kopi berkualitas dan bermutu dengan akses yang dimiliki sebagai seorang petani. Pedagang kopi yang berperan dalam mengolah kopi dengan menyortir yang baik dengan akses yang mereka punya sebagai seorang pedagang. Pengusaha yang berperan dalam memproduksi kopi bubuk yang bercitarasa dan aroma yang terbaik dengan akses berupa informasi, dan bantuan alat-alat dari pemerintah maupun pedagang besar. Jadi masing-masing aktor memiliki cara yang berbeda dalam mengolah sumber daya alam (kopi) menjadi nilai jual yang berbeda dengan akses yang bernilai untuk pengembangan peran dalam membangun usaha.

4.3. Proses Kerjasama Jaringan Sosial dalam Pengembangan Kemajuan dan Pemasaran pada Pengusaha Kopi Bubuk

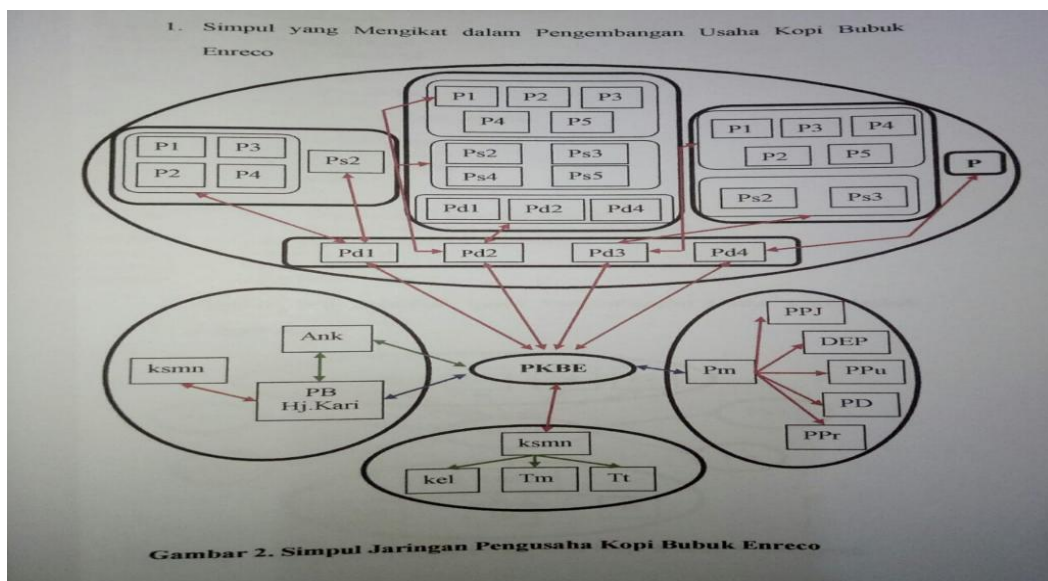
Pengusaha kopi bubuk Enreco bekerjasama dengan pedagang kopi, pemerintah, pelanggan/konsumen, keluarga/anak, dan pedagang besar. Dari proses kerjasama yang dibangun pengusaha kopi bubuk Enreco dengan pedagang kopi sebagai sumber bahan baku utama dari eksisnya suatu usaha. Terdapat keuntungan dari masing-masing aktor yaitu adanya persetujuan dalam kecocokan harga dan barang yang sesuai ekspektasi. Proses kerjasama yang dibangun dengan pemerintah lebih kepada sosialisasi seperti penyuluhan dalam

memberikan informasi mengenai cara menjadi pengusaha yang baik dan maju serta bantuan alat. Keuntungan kedua belah pihak dimana dengan adanya bantuan pemerintah mampu meringankan beban pengeluaran maupun informasi yang berguna bagi pengusaha, dan untuk pemerintah dengan adanya kemajuan pengusaha yang dukung mampu membangun kemandirian bangsa. Proses kerjasama dengan pedagang besar H. Karim lebih kepada pemasaran kopi dengan lebih luas ke luar daerah. Keuntungan yang diperoleh pun lebih kepada proses produksi kopi bubuk yang lebih banyak.

Pengusaha kopi bubuk Latimojong bekerjasama dengan petani, jasa, penusaha kopi Majao, pemerintah dan konsemen. Proses kerjasama dengan pengusaha kopi majao lebih kepada menemukan cita rasa kopi yang pas. Hal ini menguntungkan kedua pihak karena mampu mengkolaborasikan cita rasa kopi menurut pendapat masing-masing sehingga menciptakan rasa yang khas daerah Enrekang. Proses kerjasama dengan pemerintah berupa pemasaran (pameran) dan persuratan. Keuntungan buat keduanya yaitu lebih mengenalkan kopi Kabupaten Enrekang ke luar daerah maupun mancanegara. Proses kerjasama dari segi jasa yaitu mendapatkan informasi bahan baku yang bermutu, pengelolaan kopi yang baik, serta strategi pemasaran. Keuntungan yang diperoleh yaitu mendaatkan informasi yang kaya ilmu, murah, akurat dan terjangkau.

Pengusaha kopi bubuk UKM Magfirah Baroko bekerjasama dengan LIPI (Politani Pangkep), pemerintah, pebgusaha kopi lainnya, petani, dan konsumen. proses kerjasama dengan pemerintah yaitu pengeurusa UKM (Usaha Kecil dan Menengah) serta bantuan beberapa alat, persuratan. Dari kerjasama tersebut menimbulkan kerjasama yang mengikat antara UKM yang dibentuk dibawah penelitian LIPI (Politani Pangkep). Kerjasama yang dibangun yaitu proses pemasaran dengan pameran keluar daerah, bantuan alat maupun kemasan serta penyuluhan mengenai strategi pemasaran, dan tehnik pemilihn kopi dan penyangraian yang baik. Serta proses kerjasama dengan sesama penguusaha dimana terdapat hubungan emosi atau kekeluargaan yang menimbulkan kerjasama saling tukar pikiran mengenai dunia usaha kopi bubuk.

4.4. Simpul yang Mengikat dalam Membangun Berkembangnya suatu Usaha Kopi Bubuk



Keterangan :

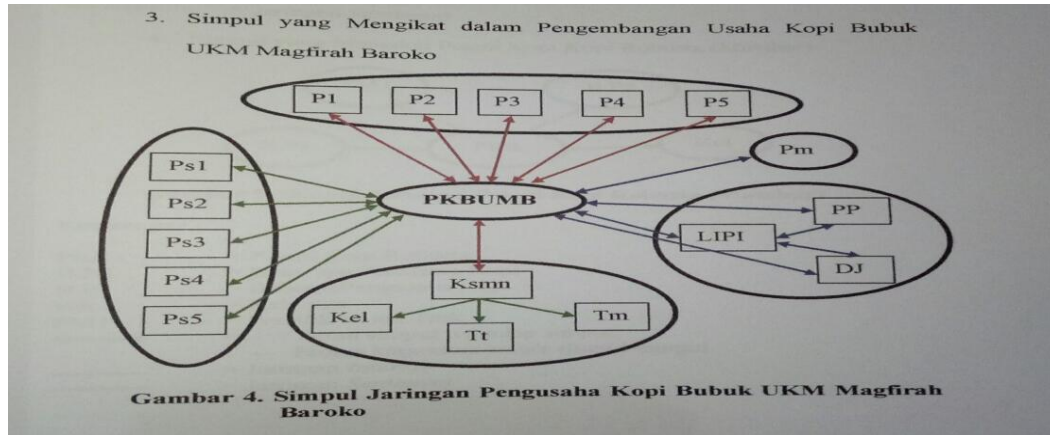
- PKBE = Pengusaha Kopi Bubuk Enreco
- P = Petani Kopi
- P1-P5 = Petani Kopi
- Pd1-Pd5 = Pedagang Kopi
- Ps1-Ps4 = Pengusaha Kopi
- Ank = Anak
- Ksmn = Konsumen
- PB = Pedagang Besar
- Pm = Pemerintah
- PPJ = Perdagangan Pusat Jakarta
- DEP = DEPERINDA
- PPu = Pemerintah Pusat
- PD = Pemerintah Daerah
- PPr = Pemerintah Provinsi
- Kel = Keluarga
- Tm = Teman
- Tt = Tetangga
- ↔ = - Peran simpul terhadap simpul
- Proses kerjasama antara simpul-simpul
- = Menginformasikan/mengenalkan
- (red) = Jaringan *Interest*
- (blue) = Jaringan *Power*
- (green) = Jaringan *Sentiment*



Keterangan :

- PKBL = Pengusaha Kopi Bubuk Latimojong
- P1-P5 = Petani Kopi
- P.S = Pak Sutarjo
- P.C = Pak Candra
- PKM = Pengusaha Kopi Majao
- Ksmn = Konsumen
- Pm = Pemerintah
- Kel = Keluarga
- Tm = Teman
- Tt = Tetangga
- ↔ = - Peran simpul terhadap simpul

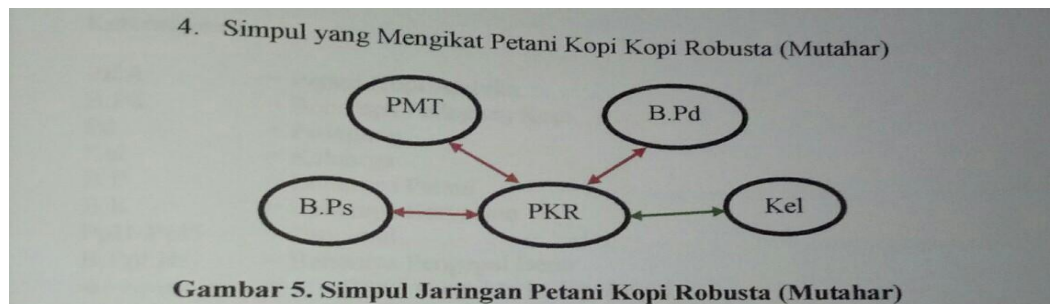
- Proses kerjasama antara simpul-simpul
- = Menginformasikan/mengenalkan
- (red) = Jaringan *Interest*
- (blue) = Jaringan *Power*
- (green) = Jaringan *Sentiment*



Keterangan :

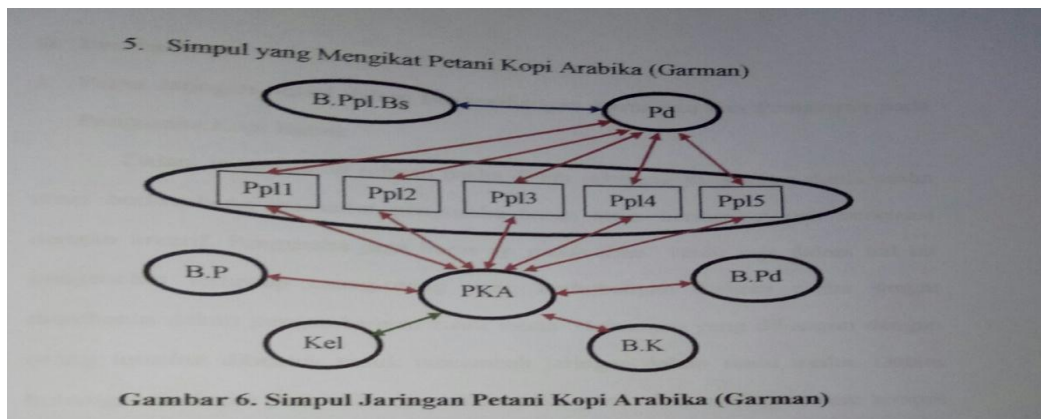
- PKBUMB = Pengusaha Kopi Bubuk UKM Magfirah Baroko
- P1-P5 = Petani Kopi
- Ps1-Ps5 = Pengusaha Kopi
- DJ = Dosen Jepang
- LIPI = Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia
- PP = Politani Pangkep
- Ksmn = Konsumen
- Pm = Pemerintah
- Kel = Keluarga
- Tm = Teman
- Tt = Tetangga

- ↔ = - Peran simpul terhadap simpul
- Proses kerjasama antara simpul-simpul
- = Menginformasikan/mengenalkan
- (red) = Jaringan *Interest*
- (blue) = Jaringan *Power*
- (green) = Jaringan *Sentiment*



Keterangan :

- PKR = Petani Kopi Robusta
B.Pd = Beberapa Pedagang Kopi
B.Ps = Beberapa Pengusaha Kopi
Kel = Keluarga
PMT = Pemilik Mobil Truk
↔ = - Peran simpul terhadap simpul
- Proses kerjasama antara simpul-simpul
— (red) = Jaringan *Interest*
— (green) = Jaringan *Sentiment*



Keterangan :

- PKA = Petani Kopi Arabika
B.Pd = Beberapa Pedagang Kopi
Pd = Pedagang
Kel = Keluarga
B.P = Beberapa Petani
B.K = Beberapa Karyawan
Ppl1-Ppl5 = Pengepul
B.Ppl.Bs = Beberapa Pengepul Besar
↔ = - Peran simpul terhadap simpul
- Proses kerjasama antara simpul-simpul
— (red) = Jaringan *Interest*
— (blue) = Jaringan *Power*
— (green) = Jaringan *Sentiment*

Hubungan yang dibangun antar simpul kaitannya dengan jaringan kepentingan yaitu hubungan yang didapat dari ikatan jalinan yang lemah namun dapat berkontribusi dari segi pemberian barang, juga dapat menjadi jembatan antara pengusaha dengan konsumen di luar daerah, maupun informasi yang *up grade* seperti simpul pemerintah, pedagang besar, beberapa pedagang kopi, dan pengusaha kopi. Hubungan yang dibangun dengan jaringan emosi seperti simpul keluarga dan teman seperti jasa yang memberikan informasi dan bantuan dengan kegiatan-kegiatan non ekonomis namun mempengaruhi tindakan ekonomis dari aktor tiap simpul. Simpul ini merupakan jalinan ikatan yang kuat dan permanen. Seperti uraian berikut ini :

Tabel 5. Jaringan Pengikat pada Pengusaha Kopi Bubuk

Pengusaha kopi bubuk	Pengusaha kopi bubuk Enreco	Pengusaha kopi bubuk latimojong	Pengusaha kopi bubuk UKM Magfirah Baroko	Hibungan Interpenetrasi Aksi Ekonomi dan Non-Ekonomi.
Jaringan				
Petani kopi	Tidak ada jaringan	Hubungan bersifat interest	Hubungan bersifat interest	Hubungan dibentuk dengan adanya kepentingan ekonomi
Pedagang kopi	Hubungan bersifat interest	Tidak ada jaringan	Tidak ada jaringan	Hubungan dibentuk dengan adanya kepentingan ekonomi
Anak	Hubungan bersifat sentiment	Tidak ada jaringan	Tidak ada jaringan	Hubungan dibentuk tanpa adanya kepentingan ekonomi
Pemerintah	Hubungan bersifat power	Hubungan bersifat power	Hubungan bersifat power	Hubungan dibentuk dengan adanya kepentingan ekonomi
Konsumen	Hubungan bersifat interest	Hubungan bersifat interest	Hubungan bersifat interest	Hubungan dibentuk dengan adanya kepentingan ekonomi
Pedagang besar	Hubungan bersifat power	Tidak ada jaringan	Tidak ada jaringan	Hubungan dibentuk dengan adanya kepentingan ekonomi
Teman (Pak Sutarjo dan Pak Candra)	Tidak ada jaringan	Hubungan bersifat sentiment	Tidak ada jaringan	Hubungan yang dibentuk tanpa adanya kepentingan ekonomi
Pengusaha kopi	Tidak ada jaringan	Hubungan bersifat power	Hubungan bersifat sentiment	- Untuk pengusaha kopi Latimojong hubungan dibentuk dengan adanya kepentingan ekonomi - Untuk pengusaha kopi UKM magfirah Baroko hubungan yang dibentuk tanpa adanya kepentingan ekonomi
Dosen Jepang	Tidak ada jaringan	Tidak ada jaringan	Jaringan bersifat power	Hubungan dibentuk dengan adanya kepentingan ekonomi
Lembaga Ilmu Pengetahua Indonesia	Tidak ada jaringan	Tidak ada jaringan	Jaringan bersifat power	Hubungan dibentuk dengan adanya kepentingan ekonomi
Politani Pangkep	Tidak ada jaringan	Tidak ada jaringan	Jaringan bersifat power	Hubungan dibentuk dengan adanya kepentingan ekonomi

Sumber : Hasil Wawancara

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jaringan yang bersifat power dan interest memiliki hubungan yang dibentuk dengan adanya kepentingan ekonomi karena pada jaringan jenis interest dibentuk oleh hubungan-hubungan yang bermakna pada tujuan-tujuan tertentu atau khusus seperti berupa barang dan tujuan tersebut selalu berulang, begitupun dengan jenis jaringan power yang dibentuk oleh hubungan-hubungan sosial yang bermuatan kekuasaan. Dari kedua jenis jaringan ini aktor yang terlibat didalamnya sama-sama memiliki kepentingan ekonomi dimana mereka memiliki kewajiban yang sama dalam memperoleh sumber daya yang dipertukarkan juga relative sama. Sedangkan jaringan yang bersifat sentiment memiliki hubungan yang dibentuk tanpa adanya kepentingan ekonomi karena hubungan didalamnya mengalir informasi dari satu pihak ke pihak yang lain sehingga terjadi pertukaran informasi yang bersifat sukarela, dekat dan berlangsung dalam waktu yang lama.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti dapat menyajikan beberapa poin kesimpulan yang ditarik berdasarkan rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Peran jaringan sosial dalam pengembangan kemajuan dan pemasaran pada pengusaha kopi bubuk yaitu suatu tindakan dari masing-masing aktor dalam jaringan sosial yang dipilih untuk mengembangkan tiap usaha yang dijalani. Peran dibantu oleh norma sehingga mampu menentukan harapan. Peran dari masing-masing aktor yang dijalani tersebut menimbulkan sikap ketergantungan terhadap aktor lain.
- b. Proses kerjasama jaringan sosial dalam pengembangan kemajuan dan pemasaran pada pengusaha kopi bubuk diantaranya proses kerjasama yang dibangun dengan saling mensosialisasikan diri masing-masing guna menghasilkan sebuah norma yang diperkuat dengan kepercayaan yang timbul dari sikap dan interaksi yang ada pada diri masing-masing aktor. Kerjasama dibentuk karena adanya ketergantungan kepentingan masing-masing aktor, dan saling mengharapkan ekpestasinya tercapai dengan kerjasama tersebut.
- c. Simpul yang mengikat dalam membangun berkembangnya suatu usaha kopi bubuk petani kopi, pedagang kopi, pemerintah, pengusaha kopi lainnya, konsumen, jasa, pedagang besar yaitu simpul *interest*, simpul *power* dan simpul *sentiment*.

Daftar Pustaka

- Agusyanto, R. 2007. *Jaringan Sosial dalam Organisasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Damsar & Indrayani. 2016. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Emzir. 2011. *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Field, J. 2014. *Modal Sosial*. Perum Siduarjo Bumi Indah (SBI) Blok F 155: Kreasi Wacana.
- Jhonson, D. P. 1986. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lawang, R.M.Z. 2005. *Kapital Sosial dalam Perspektif Sosiologik*. UniversitasIndonesia: FISIP UI PRESS.
- Muis, I. Dkk. 2016. *Kewirausahaan*. Makassar: UNM.
- Kamsir. 2009. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Perry, M. 2000. *Mengembangkan Usaha Kecil dengan Memanfaatkan Berbagai Bentuk Jaringan Kerja Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ritzer, G & Goodman, D.J. 2004. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana.
- Ritzer, G. 2013. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: PT Rajawali Pers.

- Sulistiawati, Asri. dkk. 2014. *Analisis Jaringan Sosial dalam Gabungan Kelompok Tani (GAPOKTAN) Tani Berkah*. ISSN : 2302-7517.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- A.N. Afifah. 2016. *Pola Interaksi Pondok Pesantren Modern Al-Amanah dengan Masyarakat Sekitar Desa Junwangi Kecamatan Krian Kabupaten Siduarjo (Tinjauan Sosiologi Interaksi Sosial Teori Tindakan Sosial Max Weber)*.
- Granovetter, M. 2005. *The Impact of Social Structure on Economic Outcomes*. Jurnal Ekonomi Perspektif-Volume 19, Nomor 1-Winter-Pages 33-50
- Purwanto, Antonius. 2017. *Peranan Jaringan Sosial dalam Kluster Industri*". Jurnal Ilmu Administrasi.
- Renowati. 2013. *Jaringan Sosial Gereja Kristen Jawi Wetan (GKJW) dengan Pondok Pesantren di Malang Jawa Timur*. Jurnal Analisis Pengkajian Masalah Sosial Keagamaan. Volume 20.
- Syukur. *Basis Jaringan Sosial-Ekonomi Penenun Bugis-Wajo*. Sosialisasi Pendidikan FIS-UNM. Hal.67
- Wibowo, YD. 2008. *Mekanisme Penetapan dan Pelaksanaan Upah Minimum di Perusahaan PT. Daya Manunggal Salatiga*.
- Aris Awan. "Kopi Benteng Alla Enrekang Juara Nasional". 5 Mei 2017.
[News.rakyatku.com/read/47493/2017/05/05/kopi-benteng-alla-enrekang-juara-nasional](http://news.rakyatku.com/read/47493/2017/05/05/kopi-benteng-alla-enrekang-juara-nasional)
- Bagas Yusuf Kausan, "Jaringan Sosial dalam Pasar" 20 Juli 2016.
<http://cerdassosiologi.blogspot.co.id/2016/12/jaringan-sosial-dalam-pasar.html>
- Komodity Kopi Jawa Barat AP2KJB. "Asosiasi Petani Pengusaha Kopi Jawa Barat (AP2KJB)" 28 Juni 2018.
<http://komodity-kopi-jawa-barat-ap2kjb-asosiasi-petani-pengusaha-kopi-jawa-barat.html>
- Rivanle. "Menjelajah Kopi Indonesia ke Bagian Sulawesi". 22 September 2015.
<http://kopikeliling.com/coffe/menjelajah-kopi-indonesia-ke-bagian-sulawesi.html>.
- Rizwal Source. "Apakah Kopi Enrekang itu Kopi Toraja". 28 September 2016.
RizwalSource.blogspot.co.id/2016/09/apakah-kopi-enrekang-itu-kopi-toraja.html?m=1
- Teddy, K. "Teori Jaringan Sosial". 12 Juni 2012.
[Https://teddymagister.wordpress.com/2012/016/12/teori-jaringan-sosial](https://teddymagister.wordpress.com/2012/016/12/teori-jaringan-sosial).