

PERAN MODAL SOSIAL DALAM INDUSTRI KOPI PUNTANG

Yogi Gumilar Saeful Akbar¹, Dewi Nurhasanah²

¹Ilmu Sosial, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung

²Perencanaan Wilayah dan Kota, Institut Teknologi Bandung

email: dewi.nurhsnh@gmail.com

ABSTRAK

Kopi Gunung Puntang, atau lebih dikenal dengan nama Kopi Puntang, merupakan kopi arabika yang terkenal di Indonesia, bahkan di dunia. Kesuksesan petani Gunung Puntang dalam melakukan budidaya kopi yang inovatif dan ramah lingkungan berdampak positif tidak hanya terhadap peningkatan kualitas lingkungan, namun juga pada aspek sosial dan ekonomi. Modal sosial merupakan salah satu komponen utama dalam kesuksesan industri, termasuk industri kopi. Modal sosial menjadi aspek yang menjamin keberkelanjutan lingkungan dan kesejahteraan petani. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana peran modal sosial dalam industri Kopi Puntang dalam mencapai misi ekologi, ekonomi, dan sosial. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara terhadap perusahaan, petani, dan konsumen. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis wacana dari hasil wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek kepercayaan, norma, dan jaringan sebagai pembentuk modal sosial industri Kopi Puntang berdampak pada kualitas buah kopi yang dihasilkan dan bisnis Kopi Puntang.

Kata kunci: modal sosial, industri, kopi puntang,

ABSTRACT

Gunung Puntang Coffee, better known as Puntang Coffee, is Arabica coffee that is famous in Indonesia, even in the world. The success of Gunung Puntang farmers in carrying out innovative and environmentally friendly coffee cultivation has a positive impact not only on improving environmental quality but also on social and economic aspects. Social capital is one of the main components in industrial success, including the coffee industry. Social capital is an aspect that ensures a sustainable environment and farmer welfare. This research was conducted to find out how the role of social capital in the Puntang Coffee industry in achieving its ecological, economic, and social mission. This study used qualitative research methods. Data was collected by interviewing companies, farmers, and consumers. Data analysis in this study used discourse analysis from the results of interviews. The results showed that aspects of trust, norms, and networks as a form of social capital for the Puntang Coffee industry impacted the quality of the coffee cherries produced and the Puntang Coffee business.

Keyword : social capital, industry, puntang coffee

PENDAHULUAN

Sebagai tanaman tropis yang dapat tumbuh subur di berbagai kondisi, kopi menjadi salah satu komoditas perkebunan penting di Indonesia dan mempunyai peran penting dalam kegiatan perekonomian. Komoditas kopi merupakan satu dari sepuluh komoditas ekspor non migas utama (Kementerian Perdagangan, 2021) yang pada tahun 2018 menyumbangkan USD 579.98 kepada devisa negara (Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2020). Industri kopi melibatkan banyak pihak, baik petani perkebunan kopi, perusahaan, pedagang, konsumen, maupun pihak-pihak lainnya seperti eksportir (Candelo et al., 2018; Graeub et al., 2016; Watson & Achinelli, 2008). Rantai pasok dalam industri kopi mulai dari budidaya, pengolahan, maupun dalam mata rantai pemasaran juga berperan besar sebagai penggerak ekonomi. bahkan dalam kondisi pandemi, produksi kopi relatif stabil dengan pemasaran yang tetap tinggi (Badan Pusat Statistik, 2021).

Untuk dapat meningkatkan produksi dan memenuhi permintaan ekspor ke berbagai negara, maka dikembangkan budidaya kopi di Indonesia, baik dari segi produktivitas maupun luas lahan (Wahyudi et al., 2018) salah satunya di Jawa Barat. Daerah perkebunan di Jawa Barat berada di kawasan pegunungan dengan letak geografis yang baik untuk pertumbuhan tanaman kopi, terutama varietas kopi arabika. Perkebunan kopi di provinsi ini berlokasi di beberapa kecamatan di Kabupaten Bandung. Kebun kopi di berbagai area tersebut menghasilkan beragam jenis kopi, salah satunya Kopi Gunung Puntang yang berkesempatan

mewakili Indonesia bersama lima jenis kopi lainnya pada kontes Specialty Coffee Association of America (SCAA) di Atlanta AS pada tahun 2016 (www.puntang.coffee, 2021a). Kopi Gunung Puntang mendapat perhatian khusus karena kualitasnya yang sangat baik. Harga jual pada saat lelang mencapai 55 USD per kilogram dan menjadi penawaran termahal dalam kontes SCAA (www.puntang.coffee, 2021a)

Kopi Gunung Puntang, atau lebih dikenal dengan nama Kopi Puntang, merupakan kopi arabika dengan aroma yang unik, merupakan hasil dari praktik penanaman secara (Amalia, 2018). Proses budidaya Kopi Puntang menggabungkan antara kualitas bibit, ketinggian lahan, kondisi tanah, cuaca, dan cara pengolahan untuk menjaga cita rasa kopi. Hasilnya, kualitas kopi terus terjaga sehingga permintaan kopi puntang masih berangsur angsur naik, walaupun harga Kopi Puntang saat ini terbilang tinggi. Kopi puntang memiliki kelompok konsumennya sendiri, dengan pangsa pasar golongan menengah ke atas.

Upaya meningkatkan produktivitas dan mutu kopi terus dilakukan agar produk kopi Indonesia dapat bersaing di pasar dunia (Rahardjo, 2012). Keberhasilan agribisnis kopi membutuhkan dukungan semua pihak mulai dari budidaya hingga pasca panen yang terdiri dari proses penanaman, pengolahan, dan pemasaran kopi (Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan, 2010). Teknologi budidaya dan pengolahan kopi mulai dari pemilihan bibit kopi unggul, pemeliharaan, pemangkasan tanaman dan pemberian penaung, pengendalian hama dan gulma, pemupukan yang seimbang, pemanenan,

serta pengolahan kopi pasca panen merupakan faktor yang menentukan kualitas dan cita rasa kopi (Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan, 2010). Hal tersebut yang terus dijaga oleh produsen Kopi Puntang.

Praktik budidaya Kopi Puntang terkenal sebagai budidaya yang mengedepankan aspek kesejahteraan petani dan kelestarian alam (Fauzi et al., 2021). Dalam proses budidaya, petani Kopi Puntang tidak menggunakan pupuk dan obat-obatan kimia. Semua tahapan, mulai dari pemanenan buah dengan cara petik merah hingga pengeringan dilakukannya dengan cara-cara yang ramah lingkungan. Berbagai upaya dilakukan di Gunung Puntang untuk menjaga kualitas produk kopi sekaligus meningkatkan taraf hidup petani dan keberlanjutan lingkungan (www.puntang.coffee, 2021b). Kesuksesan upaya dalam meningkatkan kesejahteraan petani dan kelestarian alam sangat bergantung pada modal sosial (Cahyono & Adhiatma, 2016; Puspita, 2020).

Modal sosial didefinisikan sebagai kemampuan masyarakat untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan kelompok (Fukuyama, 1992; Serageldin & Dasgupta, 2001). Beragam aspek mempengaruhi kekuatan modal sosial, diantaranya nilai dan norma kelompok (Cohen & Prusak, 2001; Cox, 1995; Serageldin & Dasgupta, 2001), jaringan (Cox, 1995) kepercayaan (Cohen & Prusak, 2001; Cox, 1995; Hasbullah, 2006), dan saling pengertian (Cohen & Prusak, 2001). Dengan modal sosial yang kuat, suatu kelompok dapat mencapai tujuan bersama secara efektif dan efisien (Cohen & Prusak, 2001) untuk mencapai kehidupan yang lebih baik (Cox, 1995; Hasbullah, 2006). Modal

sosial juga berperan sebagai perekat sosial untuk menjaga kesatuan anggota kelompok (Serageldin & Dasgupta, 2001).

(Adler & Kwon, 2009) menyatakan, dimensi modal sosial merupakan gambaran dari keterikatan internal yang mendasari struktur kolektif dan memberikan kohesifitas dan keuntungan-keuntungan bersama dari proses dinamika sosial yang terjadi di dalam masyarakat. Dimensi modal sosial inheren dalam struktur relasi sosial dan jaringan sosial di dalam suatu masyarakat menciptakan berbagai ragam kewajiban sosial, rasa saling percaya, serta menjadi media penyebaran informasi. Modal sosial menjadi dasar dalam menetapkan norma-norma, serta sanksi-sanksi sosial bagi para anggotanya (Coleman, 1990).

Namun demikian (Fukuyama, 1995) menyatakan bahwa norma-norma dan nilai-nilai bersama yang dipedomani sebagai acuan bersikap, bertindak, dan bertingkah-laku, belum tentu merupakan sebuah modal sosial. Norma-norma dan nilai-nilai yang dapat digolongkan sebagai modal sosial merupakan nilai dan norma bersama yang dibangkitkan oleh kepercayaan. Kepercayaan merupakan harapan-harapan terhadap keteraturan, kejujuran, dan perilaku kooperatif yang muncul dari dalam sebuah komunitas masyarakat yang didasarkan pada norma-norma yang dianut bersama oleh para anggotanya. Norma-norma tersebut bisa berisi pernyataan-pernyataan yang berkisar pada nilai-nilai luhur dan keadilan.

Sumber daya alam dipandang sebagai sumber daya bersama (*common pool resources*) yang dapat digunakan untuk kepentingan umum (Ishihara &

Pascual, 2009; Lehtonen, 2004), sehingga pengelolaannya dilakukan masyarakat secara kolektif (Pretty & Ward, 2001). Dalam pengelolaan sumber daya dan lingkungan, modal sosial memiliki peran yang sangat penting. Dalam pengelolaan hutan, misalnya, modal sosial berkorelasi positif dengan kelestarian hutan (Ekawati & Nurrochmat, 2014). Peningkatan modal sosial dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menjaga lingkungan (Su et al., 2021; Yildirim et al., 2021). Dengan modal sosial yang kuat, permasalahan dalam pengelolaan lingkungan dapat diatasi dengan kekeluargaan demi mencapai tujuan kelompok yang sama, yaitu untuk menghijaukan lingkungan (Subangkit et al., 2020).

Modal sosial dalam agribisnis merupakan salah satu faktor penentu keberlanjutan bisnis. Norma sosial dan jaringan sosial berpengaruh signifikan terhadap kinerja inovasi UMKM agribisnis (Juniasih et al., 2019; Mursid et al., 2018), begitu pula dengan aspek kepercayaan (Juniasih et al., 2019). Modal sosial juga memiliki pengaruh terhadap petani kopi. Aspek modal sosial seperti kepercayaan, partisipasi, dan norma sosial berdampak signifikan terhadap produktivitas petani kopi (Aminingrum & Tridakusumah, 2022). Kesamaan tujuan dalam kelompok tani menjadi perekat yang meningkatkan persatuan anggota kelompok (Afriliansyah & Bahrein T, 2019) termasuk mempermudah akses anggota kelompok untuk mendapatkan bantuan kredit informal yang menunjang keberlanjutan bisnis UMKM kopi (Samuel et al., 2019).

Kesuksesan petani Gunung Puntang dalam melakukan budidaya kopi yang

inovatif dan ramah lingkungan berdampak positif tidak hanya terhadap peningkatan kualitas lingkungan, namun juga pada aspek sosial dan ekonomi (Ariyanto & Karim, 2019; Fauzi et al., 2021). Berbagai macam program yang dilakukan oleh beragam pemangku kepentingan mendatangkan manfaat yang sangat besar bagi masyarakat Gunung Puntang (Ariyanto & Karim, 2019). Namun, untuk menjamin keberkelanjutan lingkungan dan kesejahteraan petani, diperlukan adanya modal sosial yang kuat di masyarakat. Untuk itu diperlukan penelitian untuk mengetahui peran modal sosial dalam menunjang keberlanjutan industri Kopi Puntang.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Menurut (Creswell, 2013), penelitian kualitatif yaitu metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang-oleh sejumlah individu atau sekelompok orang-dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan.

Dalam penelitian ini. pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan teknik pemilihan sampel berupa *purposive sampling*, yaitu penentuan responden dengan kriteria khusus. Dalam penelitian ini, responden wawancara yang dipilih adalah pihak-pihak yang terlibat langsung dalam industri Kopi Puntang, yaitu perwakilan petani, perusahaan, dan konsumen yaitu kedai kopi yang menggunakan produk Kopi Puntang. Industri Kopi Puntang yang menjadi objek dalam penelitian ini memiliki merk Puntang Coffee Id, produksi koperasi Murbeng Puntang atau KTKP (Kelompok

Tani Kopi Puntang).

Aspek modal sosial yang diteliti dalam penelitian ini mengacu pada (Lawang, 2000) yang terdiri dari aspek kepercayaan, norma, dan jaringan. Operasional parameter penelitian beserta sumber data disajikan pada **Tabel 1**. Parameter tersebut digunakan sebagai dasar wawancara terhadap responden penelitian

Hasil wawancara kemudian diolah menggunakan analisis konten untuk menggali lebih dalam tentang aspek modal sosial. Analisis konten dilakukan untuk mengidentifikasi kata kunci dan menghasilkan data yang akan disusun secara khusus. Analisis ini melibatkan pemeriksaan rinci terhadap kata kunci tertentu dan interpretasi dari keseluruhan isi dokumen untuk membuat kesimpulan yang valid (Krippendorff, 2004; Weber, 1990). Kata kunci yang digunakan dalam analisis konten pada penelitian ini merujuk pada operasional parameter penelitian.

Tabel 1. Operasional Parameter Penelitian

ASPEK KAJIAN	PARAMETER
Kepercayaan	Kejujuran
	Kewajaran
	Sikap egaliter
	Toleransi
	Kemurahan hati
Norma	Nilai-nilai bersama
	Norma dan sanksi
	Aturan-aturan
Jaringan	Partisipasi
	Resiprositas
	Solidaritas
	Kerjasama

Sumber: (Lawang, 2000)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan menjabarkan tentang hasil penelitian terkait dengan kepercayaan, norma, dan jaringan sebagai aspek modal sosial yang diukur terhadap industri Kopi Puntang. Masing-masing aspek tersebut memiliki parameter yang digunakan untuk mengukur besaran modal sosial dalam industri Kopi Puntang.

Kepercayaan

Sebagaimana dijelaskan (Fukuyama, 1995), kepercayaan adalah harapan yang tumbuh di dalam sebuah masyarakat yang ditunjukkan oleh adanya perilaku jujur, teratur, dan kerjasama berdasarkan norma-norma yang dianut bersama. (Cox, 1995) kemudian menjelaskan bahwa dalam masyarakat yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi, aturan-aturan sosial cenderung bersifat positif dan hubungan yang terjadi lebih mengarah pada bentuk kerjasama. Kepercayaan, baik antara petani di dalam kelompok tani, perusahaan sebagai mitra, maupun pemerintah sebagai mitra, merupakan unsur paling utama yang membantu meningkatkan dampak positif bagi petani, contohnya dalam hal peningkatan kesejahteraan (Kawulur et al., 2017; Puspita, 2020; Warsim et al., 2021). Parameter kepercayaan dalam modal sosial terdiri dari kejujuran, kewajaran, sikap egaliter, toleransi, dan kemurahan hati.

Dalam membangun kepercayaan, kejujuran menjadi salah satu parameter dalam memulai bisnis. Dalam industri Kopi Puntang, kejujuran antara perusahaan dan petani dapat terlihat dari saling terbukanya pihak-pihak yang terlibat dalam industri terkait kebutuhan dari setiap pemangku kepentingan. Perusahaan membutuhkan

kopi yang berkualitas dan petani membutuhkan harga beli yang stabil. Kejujuran antara produsen, dalam hal ini perusahaan dengan konsumen Kopi Puntang dapat terlihat dari info yang diberikan kepada konsumen tentang kualitas produk. Produsen Kopi Puntang yang menghasilkan kopi organik memberikan informasi kepada konsumen tentang produk yang ditanam di ketinggian dan suhu yang sesuai dengan karakter pohon kopi, bahan yang dipakai seluruhnya bersifat organik dan produk berasal dari kebun yang digarap oleh petani lokal. Kecocokan antara informasi yang diberikan produsen dengan kualitas produk yang diterima konsumen Kopi Puntang sangat mempengaruhi nilai jual produk.

Parameter yang selanjutnya merupakan kewajaran dan sikap egaliter. Kewajaran yang dimaksud adalah suatu perbuatan yang semestinya dilakukan, sementara egaliter merupakan persamaan derajat. Industri Kopi Puntang menerapkan kewajaran dan persamaan derajat antara perusahaan dan petani dalam konteks pemenuhan hak dan kewajiban. Hak petani menjadi kewajiban bagi perusahaan, dan hak perusahaan dipenuhi oleh petani. Dalam industri Kopi Puntang, hak yang dimiliki perusahaan adalah mendapatkan kopi dengan kualitas yang baik, sementara hak petani mendapatkan harga pembelian buah kopi yang sesuai dan edukasi terkait perkebunan kopi. Kewajiban petani adalah menanam dan menghasilkan biji kopi dengan kualitas yang baik. Perusahaan berkewajiban membeli biji kopi dengan harga yang sesuai dan memberikan pelatihan perkebunan pada petani.

Toleransi menjadi salah satu parameter kepercayaan dalam modal sosial.

Toleransi dalam industri Kopi Puntang dimaknai sebagai suatu sikap saling menghormati dan menghargai antara individu atau antara kelompok dalam industri kopi, dalam hal ini antara perusahaan, petani dan konsumen. Perusahaan menghargai hasil dari petani dan menghormati petani sebagai pejuang agraria yang membudidayakan kopi asli Jawa Barat. Petani menghargai dan menghormati perusahaan sebagai ujung tombak dalam mengolah dan memasarkan produk. Konsumen menghargai dan menghormati produk kopi dari perusahaan lokal yang ditanam secara organik oleh petani lokal.

Kemurahan hati adalah suatu sikap baik yang dilakukan antara individu dan kelompok. Kemurahan hati menjadi poin pelengkap dalam kepercayaan antara perusahaan, petani dan konsumen, bagi tim dan petani sikap tersebut sudah menjadi kebiasaan, mengingat budaya masyarakat puntang yang murah hati, untuk tim dan konsumen hal ini menjadi poin yang juga penting dalam jual beli, dimana kemurahan hati produsen menjadi nilai tambah ketika konsumen membeli produk kopi puntang.

Lima parameter kepercayaan tersebut membuat industri Kopi Puntang berkembang pesat. Dari jumlah petani yang terlibat, terjadi kenaikan signifikan dari 20 petani pada tahun 2013 menjadi 120 petani di tahun 2020. Pertambahan anggota tersebut berdampak pada kenaikan kuantitas biji kopi yang bisa diproduksi sehingga menaikkan kapasitas produksi yang berdampak pada keberlanjutan industri.

Norma

Dalam modal sosial, norma terdiri dari nilai-nilai bersama, norma dan sanksi, serta aturan-aturan. Dalam membangun dan menjalankan usaha atau industri kopi perlu adanya aturan yang dibuat, disepakati dan dipatuhi oleh semua pihak. Norma-norma dibangun dan berkembang berdasarkan sejarah kerjasama di masa lalu dan diterapkan untuk mendukung iklim kerjasama (Fukuyama, 1995; Putnam, 1993). Norma-norma dapat merupakan pra-kondisi maupun produk dari kepercayaan sosial. Dalam industri Kopi Puntang, ketiga parameter dalam norma tersebut saling berkaitan satu sama lain dan dilaksanakan secara berbarengan.

Nilai-nilai bersama yang dianut perusahaan dan petani yaitu nilai budaya dan sosial yang sudah berjalan sedari dulu, seperti tatakrama, sopan santun, tenggang rasa, simpati, dan gotong royong. Nilai bersama ini erat kaitannya dengan salah satu norma yang berlaku dalam bagi perusahaan maupun petani, yaitu kewajiban saling membantu. Terdapat norma, sanksi, dan aturan-aturan lain yang disepakati dan dipatuhi oleh perusahaan dan petani. Aturan tersebut diantaranya patuh terhadap tata cara berkebun, menghadiri rapat dan pengajian rutin setiap bulan, serta mengikuti program yang diselenggarakan oleh koperasi. Program yang wajib diikuti oleh petani diantaranya 1 kepala keluarga 3000 pohon, program finansial pasca panen, dan program pelatihan.

Selain aturan tersebut, terdapat norma lain yang erat kaitannya dengan lingkungan, hukum, sosial, dan bisnis. Dalam aspek lingkungan, misalnya, petani tidak diperbolehkan menggunakan bahan

kimia dalam proses bertani kopi. Perusahaan dan petani juga harus menaati hukum agrarian dan hukum lain yang berlaku. Kedua belah pihak tidak boleh melanggar norma sosial yang ada di masyarakat Gunung Puntang. Dari segi bisnis, transaksi antara perusahaan dan petani harus dituntaskan di awal, sehingga tidak diperbolehkan adanya hutang pembayaran dari perusahaan saat membeli biji kopi dari petani.

Norma yang berlaku tersebut berdampak positif bagi keberlangsungan industri Kopi Puntang karena kualitas produk yang tetap terjaga. Dengan memberlakukan norma-norma tersebut, tujuan industri Kopi Puntang dari segi ekologi, ekonomi, dan sosial, dapat tercapai dengan baik.

Jaringan

Dalam membangun dan menjalankan usaha atau industri kopi perlu adanya jaringan, melalui jaringan ini yang membuat usaha ini berkembang dan membuat usaha ini berkelanjutan. Aspek dinamis dari modal sosial berbentuk jaringan-jaringan kerjasama antar manusia (Putnam, 1993) mendorong terjadinya komunikasi dan interaksi, memungkinkan tumbuhnya kepercayaan yang dapat memperkuat kerjasama. Jaringan dapat terbentuk secara formal maupun informal (Onyx & Bullen, 2000). (Putnam, 1993) berpendapat bahwa jejaring sosial yang erat akan memperkuat keinginan untuk kerjasama para anggotanya. Individu yang berjejaring juga mendapatkan manfaat nyata dari partisipasinya di dalam jaringan. Parameter dalam aspek jaringan terdiri dari partisipasi, resiprositas dan solidaritas.

Parameter pertama yaitu partisipasi, diartikan sebagai keikutsertaan individu dengan individu lainnya dalam suatu kegiatan. Partisipasi antara tim dan petani berupa keikutsertaan dalam seluruh kegiatan yang sudah dibuat oleh KTKP. Partisipasi dalam kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan soft skill dan hard skill anggota koperasi. Dampak dari kegiatan yang diikuti oleh petani adalah bertambahnya kemampuan produksi kopi menjadi lebih baik dan berkualitas. Partisipasi antara perusahaan dan konsumen terlihat dari konsumen yang diundang untuk melihat kebun dan proses produksi kopi untuk membuat konsumen semakin yakin dengan produk yang dibeli.

Resiprositas merupakan hubungan timbal balik yang sama-sama menguntungkan di dalam suatu kerjasama yang dilakukan oleh masyarakat, baik secara berkelompok maupun individu. Resiprositas dapat berbentuk pertukaran yang dilakukan dalam hubungan bermasyarakat yang menciptakan kelanggengan ikatan jaringan sosial yang sudah dibentuk. Resiprositas diantara perusahaan dan petani berupa kerjasama dalam menghasilkan produk yang berkualitas dan dapat diterima oleh konsumen. Resiprositas diantara perusahaan dan konsumen terlihat dari transaksi jual beli, dimana konsumen membeli produk dengan kualitas baik dan perusahaan mendapatkan uang yang sebanding dengan kualitas produk yang mereka jual.

Selain kedua parameter tersebut, terdapat parameter lain yaitu solidaritas yang dimaknai sebagai perasaan emosional dan moral yang terbentuk pada hubungan antar individu atau kelompok berdasarkan rasa saling percaya, kesamaan tujuan dan cita-

cita, adanya kesetiakawanan dan rasa sepenanggungan. Solidaritas menjadi hal menjadi penting dalam menjalani usaha yang dibangun secara kolektif. Hal ini membuat usaha kopi puntang berkembang cepat dan diakui oleh dunia. Selain aspek kepercayaan, solidaritas menjadi hal yang sangat prinsipil yang dilakukan oleh perusahaan dan petani. Terbentuknya solidaritas di antara perusahaan dan konsumen membuat produk memiliki konsumen tetap. Ikatan emosional berpengaruh dalam penjualan Kopi Puntang. Adanya solidaritas antara perusahaan dan konsumen terwujud salah satunya dengan diadakannya diskusi untuk memberi masukan kepada perusahaan.

Ketiga aspek baik kepercayaan, norma, dan jaringan sebagai pembentuk modal sosial industri Kopi Puntang berdampak pada harga dan kualitas buah kopi yang dihasilkan. Harga beli perusahaan terhadap buah kopi yang belum diolah dari petani terbilang tinggi jika dibandingkan dengan pasaran harga buah kopi. Aspek kepercayaan yang dimiliki semua pihak yang terlibat dalam industri Kopi Puntang, norma yang dipegang untuk tetap mengedepankan kopi organik yang berdampak positif bagi kesejahteraan petani dan keberlanjutan lingkungan, serta upaya perusahaan, petani, serta konsumen untuk mempertahankan jejaring yang sudah terbentuk, membuat industri Kopi Puntang tetap dapat menghasilkan produk kopi dengan kualitas yang sangat baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa dalam industri Kopi Puntang modal sosial memiliki peran sangat besar dalam memulai dan menjalankan usaha ini, peran modal sosial dapat terlihat dalam semua aspek dan parameter yang dijelaskan oleh (Lawang, 2000). Inti dari modal sosial terdiri kepercayaan, jaringan sosial dan norma. Peran modal sosial dalam industri Kopi Puntang berdampak pada harga kopi yang cukup tinggi dibandingkan dengan merek kopi lainnya yang ada di Jawa Barat. Kepercayaan membuat industri Kopi Puntang semakin berkembang yang berdampak pada perekonomian petani yang tergabung dalam koperasi, semakin sejahtera. Norma membuat kualitas Kopi Puntang menjadi salah satu yang terbaik di Indonesia bahkan dunia. Jaringan sosial membuat industri Kopi Puntang dapat dinikmati oleh penikmat kopi di Indonesia bahkan di seluruh dunia. Tidak hanya sukses dalam mengelola bisnisnya, industri Kopi Puntang juga turut berperan dalam menjaga alam dengan melakukan praktik produksi kopi secara organik. Untuk lebih memperdalam penelitian mengenai modal sosial dalam industri Kopi Puntang, dapat dilakukan studi lanjutan yang berfokus pada tipologi modal sosial yang terbentuk. Tipologi tersebut dapat menjelaskan ikatan (*bonding*), jembatan (*bridging*), maupun keterkaitan (*linking*) (Adger, 2003; Woolcock & Sweetser, 2002) dalam modal sosial yang terbangun.

DAFTAR PUSTAKA

- Adger, W. N. (2003). A Computer Movie Simulation Urban Growth in Detroit Region. *Economic Geography*, 79(4), 387–404.
<http://www.sciencemag.org/cgi/doi/10.1126/science.11.277.620>
- Adler, P. S., & Kwon, S. W. (2009). Social capital: The good, the bad, and the ugly. *Knowledge and Social Capital*, January 2009, 89–116.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.186928>
- Afriliansyah, B., & Bahrein T, S. (2019). Analisa Modal Sosial pada Kelompok Tani (Studi Pada Kelompok Tani di Kecamatan Bukit, Kabupaten Bener Meriah). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 4(1).
www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP
- Amalia, W. G. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Cita Rasa Kopi Puntang di Desa Cimaung Kabupaten Bandung*.
www.repository.unpas.ac.id
- Aminingrum, V. A., & Tridakusumah, A. C. (2022). Pengaruh Modal Sosial Terhadap Produktivitas Usahatani Kopi Di Lmdh Karamat Jaya Kecamatan Cisurupan Kabupaten Garut. *Mimbar Agribisnis*, 8(1), 301–310.
- Ariyanto, K. B., & Karim, A. U. (2019). Kajian Dampak Program Masyarakat Peduli Alam Puntang. *Jurnal CARE*, 4(1), 23–35.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik Kopi Indonesia*.
- Cahyono, B., & Adhiatma, A. (2016). Peran Modal Sosial Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Petani Tembakau Di

- Kabupaten Wonosobo. *Conference In Business, Accounting, And Management (CBAM)*, 1(1), 131–144.
- Candelo, E., Casalegno, C., Civera, C., & Mosca, F. (2018). Turning farmers into business partners through value co-creation projects. Insights from the coffee supply chain. *Sustainability (Switzerland)*, 10(4), 15–17. <https://doi.org/10.3390/su10041018>
- Cohen, D., & Prusak, L. (2001). In Good Company: How Social Capital Makes Organizations Work. In *Harvard Business Press*.
- Coleman, J. S. (1990). *Foundations of social theory*. Belknap Press.
- Cox, E. (1995). The 1995 Boyer lectures: A truly civil society. *Melbourne: Australian Broadcasting Corporation, September*.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications, Inc.
- Ekawati, S., & Nurrochmat, D. R. (2014). Hubungan Modal Sosial dengan Pemanfaatan dan Kelestarian Hutan Lindung. *Jurnal Analisis Kebijakan Kehutanan*, 11(1), 40–53.
- Fauzi, M. I., Cahya, C., & Saleh, S. (2021). Tradisi Budidaya Kopi Organik Gunung Puntang Sebagai Bentuk Pengembangan Pariwisata Budaya Berbasis Kearifan Lokal Di Desa Campakamulya Kecamatan Cimaung Kabupaten Bandung. *Jurnal Budaya Etnika*, 4(2). <https://doi.org/10.26742/be.v4i2.1567>
- Fukuyama, F. (1992). *The End of History and the Last Man*. Free Press.
- Fukuyama, F. (1995). *Social Capital and the Global Economy | Foreign Affairs*. <https://www.foreignaffairs.com/articles/1995-09-01/social-capital-and-global-economy>
- Graeb, B. E., Chappell, M. J., Wittman, H., Ledermann, S., Kerr, R. B., & Gemmill-Herren, B. (2016). The State of Family Farms in the World. *World Development*, 87, 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.05.012>
- Hasbullah, J. (2006). *Sosial Kapital: Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia*. MR-United Press.
- Ishihara, H., & Pascual, U. (2009). Social capital in community level environmental governance: A critique. *Ecological Economics*, 68(5), 1549–1562. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2008.11.003>
- Juniasih, I. A. K., Widnyana, D. I. W., Ambarawati, I. G. A. A., & Darmawan, D. P. (2019). The Effects of Social Capital on Performance of Coffee-Based Agribusiness Smes in Tabanan Regency, Bali Province, Indonesia. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 6(6), 5513–5520. <https://doi.org/10.18535/ijsshi/v6i6.05>
- Kawulur, S. K., L. S., B. O., & Loho, A. E. (2017). Modal Sosial Kelompok Tani “Citawaya” Di Desa Talikuran I,

- Kecamatan Sonder, Kabupaten Minahasa. *Agri-Sosioekonomi*, 13(3), 31.
<https://doi.org/10.35791/agrsosek.13.3.2017.17942>
- Kementerian Perdagangan. (2021). *Monthly Trade Figures Indonesia*.
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha. (2020). Penelitian Pelaku Usaha dan Struktur Pasar Pada Komoditas Kopi. *Jurnal Komisi Pengawas Persaingan Usaha*, 10(02), 1–12.
- Krippendorff, K. (2004). Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. In *Physical Review B* (2nd Editio, Vol. 31, Issue 6). Sage Publications, Inc.
- Lawang, R. M. Z. (2000). *Kapital Sosial dalam perspektif Sosiologik (Suatu Pengantar)*. FISIP UI Press.
- Lehtonen, M. (2004). The environmental-social interface of sustainable development: Capabilities, social capital, institutions. *Ecological Economics*, 49(2), 199–214.
<https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2004.03.019>
- Mursid, S., Suharno, S., & Priatna, W. B. (2018). The Effect of Social Media on the Innovation Performance of the Small-Middle Scaled Enterprises of Agribusiness in Bogor Regency. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 4(1), 22–36.
<https://doi.org/10.17358/ijbe.4.1.22>
- Onyx, J., & Bullen, P. (2000). Measuring Social Capital in Five Communities. *Journal of Applied Behavioral Science*, 36(1), 23–42.
<https://doi.org/doi:10.1177/0021886300361002>
- Pretty, J., & Ward, H. (2001). Social Capital and The Environment. *World Development*, 29(2), 209–227.
- Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan. (2010). *Budidaya dan Pasca Panen Kopi* (1st ed.). Eska Media.
- Puspita, Y. (2020). Modal Sosial Dan Kesejahteraan Kelompok Tani Tebu. *Media Trend*, 15(1), 29–40.
<https://doi.org/10.21107/mediatrend.v15i1.5774>
- Putnam, R. D. (1993). *The Prosperous Community: Social Capital and Public Life* (13th ed.). The American Prospect.
- Rahardjo, P. (2012). *Kopi: Panduan Budi Daya dan pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*. Penerbar Swadaya.
- Samuel, G. M., Mukulu, E., & Odhiambo, R. (2019). Influence of Access to Entrepreneurial Finance and Performance of Coffee Smallholders ' Micro and Small Agribusinesses in Murang ' a County , Kenya. *Journal of Entrepreneurship & Project Management*, 3(2), 17–34.
- Serageldin, I., & Dasgupta, P. (2001). *Social capital: a multifaceted perspective*. World Bank Publications.
- Su, F., Song, N., Shang, H., Wang, J., & Xue, B. (2021). Effects of social capital, risk perception and awareness on environmental protection behavior. *Ecosystem Health and Sustainability*,

- 7(1).
<https://doi.org/10.1080/20964129.2021.1942996>
- Subangkit, A., Yanti, D. F., Kusnadi, L. M., & Sonuari, M. I. (2020). Modal Sosial Dalam Pengembangan Urban Farming Di Kampung Hidroponik Kelurahan Pengadegan, Jakarta Selatan. *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 8(2), 154–160.
<https://doi.org/10.15408/empati.v8i2.14691>
- Wahyudi, E., Martini, R., & Suswatiningsih, T. E. (2018). Perkembangan Perkebunan Kopi di Indonesia. *Jurnal Masepi*, 3(1).
- Warsim, Titirloloby, P., & Ambarita, E. (2021). Loyalitas Petani Tebu Terhadap Keberlanjutan Usaha Tani Tebu di Cirebon. *Paradigma Agribisnis*, 4(September), 1–10.
- Watson, K., & Achinelli, M. L. (2008). Context and contingency: The coffee crisis for conventional small-scale coffee farmers in Brazil. *Geographical Journal*, 174(3), 223–234.
<https://doi.org/10.1111/j.1475-4959.2008.00277.x>
- Weber, R. P. (1990). Basic content analysis: Second edition. In *Sage Publications*.
- Woolcock, M., & Sweetser, A. T. (2002). Social Capital: The Bonds that Connect. *ADB Review*, 34(2), 26–27.
- www.puntang.coffee. (2021a). *Kopi Gunung Puntang dari Jawa Barat Juara Kontes SCAA di Atlanta, Amerika Serikat - Puntang Coffee*.
<https://www.puntang.coffee/kopi-gunung-puntang-dari-jawa-barat-juarai-kontes-scaa-di-atlanta-amerika-serikat/>
- www.puntang.coffee. (2021b). *Tentang Kami - Puntang Coffee*.
<https://www.puntang.coffee/about/>
- Yildirim, J., Alpaslan, B., & Eker, E. E. (2021). The role of social capital in environmental protection efforts: evidence from Turkey. *Journal of Applied Statistics*, 48(13–15), 2626–2642.
<https://doi.org/10.1080/02664763.2020.1843609>