

**PENGARUH PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
STARBUCKS TERHADAP SOSIAL EKONOMI PETANI KOPI DI KARO SUMATERA
UTARA**

Eben Ezher Pakpahan

Email : Ezherezher@gmail.com

Pembimbing: Dr. Afrizal S.IP, MA

Bibliografi: 9 Jurnal, 12 Buku, 7 Dokumen Resmi, 28 Website

Jurusan Ilmu Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau

Kampus Bina Widya JL.HR. Subrantas km. 12,5 Simp, Baru Pekanbaru 28294 Telp/Fax 63277

Abstract

This study aims to analyze the effect of Starbucks Corporate Social Responsibility (CSR) program on the socio-economic aspects of coffee farmers in Karo, North Sumatra. The purpose of this research is to find out and illustrate how Starbucks as a multi-national corporation effect the community groups where the company operates.. Indonesia is the 4th largest coffee producing country in the world. However, coffee farming in Indonesia still faces many obstacles so that the social and economic life of coffee farmers is not prosperous. Starbucks is a company with a commitment to making coffee as the first sustainable commodity in the world, this is achieved in various ways, including by ensuring the welfare of coffee farmers.

This research is a qualitative research that explained based on the facts available. Neo-liberalism theory helps to analyze the role of non-state actors namely Multinational Corporation. Other theories used are the Corporate Social Responsibility Theory, and Theory of Effect, and Group Analysis which helps researchers find answers to the research problem. Data collection techniques used in this study were interviews, observation, library research.

The results of this study indicate that two of Starbucks Corporate Social Responsibility programs have had an effect on the socio-economic conditions of coffee farmers in Karo, North Sumatra since the establishment of the Farmer Support Center in 2015. Through the program provided by Starbucks, coffee farmers have been able to increase the quality and quantity of coffee production, opening new business opportunities, increasing income, and supporting social activities of farmers.

Keyword(s) : Starbucks, Effects, Farmer Support Center, Farmers, Karo District, Coffee Industry

PENDAHULUAN

Penelitian ini menganalisis bagaimana program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari *Multinational Corporations* (MNC) dapat memberikan pengaruh terhadap sosial ekonomi suatu kelompok di negara tujuan dimana perusahaan beroperasi. MNC sebagai salah satu aktor dalam hubungan internasional saat ini menjadi menarik untuk diperbincangkan, terutama dalam studi ekonomi politik internasional. Perkembangan MNC semakin pesat dan meluas dari negara maju sampai negara berkembang. Saat ini ada begitu banyak perusahaan asing yang beroperasi di Indonesia, salah satunya adalah Starbucks Corporation. Starbucks Corporation yang berkantor pusat di Seattle, Washington adalah sebuah perusahaan kopi dan jaringan kedai kopi global asal Amerika Serikat. Dengan lebih dari 24.000 kedai yang tersebar di 75 *markets* menjadikan Starbucks sebagai perusahaan kedai kopi terbesar di dunia.¹

Hubungan ideal antara bisnis dan masyarakat menjadi perdebatan terkait kewajiban perusahaan terhadap masyarakat selain mencari keuntungan. Hubungan ini dilakukan melalui program tanggung jawab sosial perusahaan atau secara global lebih dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Dalam melakukan kegiatan bisnisnya sebagai bagian dari masyarakat dan warga korporasi, perusahaan diharapkan memberikan kontribusi dan berpartisipasi aktif dalam menyelesaikan masalah yang terjadi di masyarakat. Khususnya perusahaan-perusahaan asing yang masuk dan beroperasi di Indonesia. Hal ini juga telah ditegaskan dalam Pasal 15b UU No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.²

Pemerintah memanfaatkan CSR sebagai salah satu alternatif dalam

meningkatkan perekonomian masyarakat.³ Melalui berbagai program yang ditawarkan perusahaan, masalah sosial ekonomi masyarakat diharapkan dapat teratasi terutama dalam peningkatan ekonomi dan masalah pendidikan.

Wibisono menjabarkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat atau masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya.⁴

Starbucks memberikan banyak program tanggung jawab sosial dan aktif merilis laporan dari program yang diberikan. Program-program yang diberikan oleh Starbucks secara umum memberikan dampak pada komunitas, lingkungan, dan juga tentunya terhadap pertanian kopi dimana Starbucks beroperasi. Bentuk tanggung jawab yang dilakukan Starbucks Corporation antara lain: Starbucks *Water for Change*, Starbucks *Global Month Service*, *Tackling Climate Change*, Starbucks *#PINKVOICE Campaign*, Starbucks *Drop of Hope*, Pendirian Starbucks *Farmer Support Center* (FSC), dan Starbucks *Art in a Cup Program*.⁵

Program yang langsung menyentuh petani diantaranya adalah dengan membuka Starbucks *Farmer Support Center* (FSC) di 9 lokasi penghasil kopi utama di seluruh dunia yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan petani dalam pertanian kopi serta untuk memberikan hasil produksi yang

¹ <https://www.starbucks.com/business/international-stores> diakses pada 26/10/2019 pukul 21.31 WIB

² <http://www.jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2007/25TAHUN2007UU.htm> diakses pada 26 Oktober 2019 pukul 21.59 WIB

³ Probosiwi, R. (2016). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (*Corporate Social Responsibility in Public Welfare Enhancement*). *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, Vol. 2 No.13.

⁴ Wibisono, Y. 2007. Membedah konsep & aplikasi CSR: *Corporate Social Responsibility*. Gresik: Fascho Pub. Hal. 7

⁵ MBA Annual Report 2017. *Corporate Social Responsibility*. Hal. 104-106 (diakses melalui https://www.idx.co.id/StaticData/NewsAndAnnouncement/ANNOUNCEMENTSTOCK/From_EREP/201804/c2c28c83ba_efc33a3e77.pdf pada 31/10/2019 pukul 21.00 WIB)

lebih baik dengan praktik pertanian berkelanjutan. Salah satu FSC ini terdapat di Berastagi, Kabupaten Karo, Sumatera Utara yang didirikan pada tahun 2015.⁶

Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah dilakukan Starbucks terhadap sosial ekonomi petani kopi di Indonesia, khususnya daerah Kabupaten Karo, Sumatera Utara sebagai lokasi penelitian.

KERANGKA TEORI

a. Prespektif Neo-Liberalisme

Neo-liberalisme merupakan sebuah prespektif dalam hubungan internasional yang menggambarkan mengenai konsep-konsep rasionalitas, kontrak, serta memberikan fokus pada peranan institusi dan organisasi dalam politik internasional.⁷

Perhatian utama neo-liberalisme melibatkan bagaimana untuk mencapai kerjasama antara negara dan aktor lain dalam sistem internasional.

Neo-liberalisme percaya bahwa kerjasama internasional merupakan sebuah solusi utama atas sistem anarki. Neoliberalis percaya bahwa dengan adanya sektor dan rezim yang memiliki keterkaitan dengan perekonomian dapat mempengaruhi atau menjawab sebagian besar kepentingan negara sehingga bila kepentingan negara telah tercapai maka munculnya konflik dapat dihindarkan. Kaum neoliberalis yang mempercayai adanya absolute gains yang memandang bahwa dengan keuntungan yang dibagi rata dalam kerja sama internasional, setiap pihak yang berkontribusi dalam kerja sama tersebut akan mendapatkan suatu keuntungan yang absolut baik dari segi kualitas maupun kuantitas.

b. Tingkat Analisis: Kelompok

⁶ <https://stories.starbucks.com/press/2018/starbucks-farmer-support-centers/> diakses pada 13/02/19 pukul 19.00

⁷ Martin, Lisa L.. 2007. "Neoliberalism" dalam Tim Dunne, Milja Kurki, and Steve Smith (eds.) *International Relations Theories*. Oxford University Press, Hal. 109-126

KJ Holsti menyatakan dalam melakukan kajian internasional, pertama-tama perlu diperhatikan terlebih dahulu apa tingkat/level analisisnya. Ia menyebutkan diantaranya tingkat individu, kelompok, negara, regional dan internasional. Menurut Holsti dengan mengetahui tingkat analisis tersebut maka akan dengan mudah mengidentifikasi permasalahan yang dibahas.

Dalam kajian ini, penulis menggunakan level analisi kelompok disebabkan Starbucks merupakan MNC yang memiliki struktur yang terorganisir dan penulis fokus terhadap kepentingan perusahaan dalam program CSR yang berjalan serta pengaruhnya terhadap masyarakat. MNC juga dibentuk dan dijalankan oleh individu-individu sehingga membentuk paduan yang disebut kelompok.

c. Teori *Corporate Social Responsibility* (CSR)

John Elkington pada tahun 1997 melalui bukunya "*Cannibals with Fork, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*". Elkington mengembangkan konsep triple bottom line dalam istilah *economic prosperity*, *environmental quality* dan *social justice*. Elkington memberikan pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan, harus memperhatikan "3P". Selain mengejar profit, perusahaan juga mesti memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Dalam gagasan tersebut, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi finansialnya saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Hubungan yang ideal antara *profit* (keuntungan), *people* (masyarakat) dan *planet* (lingkungan) adalah

seimbang, tidak bisa mementingkan satu elemen saja.⁸

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Starbucks sebagai MNC

Starbucks membuka toko pertamanya di Seattle, Washington pada 1971 oleh pendirinya yaitu Zev Siegl, Jerry Baldwin dan Gordon Bowker. Pada awal 1980-an, Starbucks telah membuka empat gerai di Seattle, yang membuat mereka terlihat menonjol dari para pesaing utamanya adalah kopi panggang segar berkualitas tinggi yang disajikan oleh Starbucks. Pada tahun 1980 Siegel keluar dari Starbucks dan meninggalkan kedua partnernya, dan Jerry Baldwin mengambil alih peran sebagai presiden perusahaan.

Pada 1981 Howard Schultz bergabung dengan Starbucks sebagai direktur operasi ritel dan pemasaran. Starbucks mulai menyediakan kopi ke restoran mewah dan bar espresso. Schultz kemudian melakukan perjalanan ke Italia, ia terkesan dengan popularitas bar espresso di Milan. Schultz melihat potensi untuk mengembangkan budaya gerai kopi serupa di Seattle. Schultz meyakinkan para pendiri Starbucks untuk menguji konsep gerai kopi di pusat kota Seattle, di mana Starbucks Caffè Latte pertama disajikan. Eksperimen yang sukses ini adalah awal dari sebuah perusahaan yang didirikan Schultz pada tahun 1985. Schultz mendirikan II Giornale, menawarkan kopi yang diseduh dan minuman espresso yang terbuat dari biji kopi Starbucks. Pada tahun 1987 II Giornale mengakuisisi aset Starbucks dengan dukungan dari investor lokal dan mengubah namanya menjadi Starbucks Corporation. Starbucks membuka cabang di Chicago dan Vancouver, Kanada dengan total sebanyak 17 gerai. Starbucks terus berkembang hingga 1992 dan mengeluarkan *initial public offering* (IPO). Kemudian pada 1996 Starbucks membuka toko untuk pertama kali nya di luar Amerika, yaitu di: Jepang dan Singapura. Sejak saat

itu Starbucks semakin mengembangkan bisnisnya ke berbagai negara seperti Filipina, Inggris, Malaysia, Selandia Baru, Taiwan, Thailand, Cina, Kuwait, Lebanon, dan Korea Selatan serta negara-negara lainnya. Pada 1999 Starbucks bermitra dengan *Conservation International* untuk mempromosikan praktik penanaman kopi berkelanjutan, dan memperkenalkan pedoman sumber kopi etis, pedoman ini dikembangkan dalam kemitraan dengan *Conservation International*.⁹

Pada bulan Desember 2015, Starbucks sebagai anggota pendiri bersama dukungan dari 18 mitra awal meluncurkan *Sustainable Coffee Challenge* yang digagas melalui *Conservation International*, upaya di seluruh sektor untuk menjadikan kopi sebagai produk pertanian berkelanjutan pertama di dunia. Tantangannya adalah menggalang sektor untuk mempertahankan pasokan kopi di masa depan sekaligus memastikan kemakmuran dan kesejahteraan petani dan pekerja serta melestarikan alam.¹⁰

Pada 2017 *Sustainable Coffee Challenge* meluncurkan jaringan aksi pertamanya untuk menangani masalah di sekitar pohon yang menua dan fokus untuk mendukung penggantian atau rehabilitasi pohon. Komitmen Starbucks untuk menyediakan 100 juta pohon kepada petani pada tahun 2025 memiliki efek kumulatif ketika ditambahkan pada karya *The Sustainable Coffee Challenge* yang bekerja pada upaya industri untuk menanam kembali 1 miliar pohon kopi.

Starbucks juga meluncurkan program *Global Farmer Fund* (Pinjaman Petani) yang merupakan komitmen \$50 juta untuk memberikan pembiayaan kepada petani kopi. Melalui pinjaman ini, petani dapat mendukung perbaikan agronomi, restorasi dan infrastruktur. Pekerjaan ini secara langsung mempengaruhi kualitas kopi, keberlanjutan dan profitabilitas keseluruhan

⁸ Prastowo dan Huda. 2011. Corporate Social Responsibility Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis. Yogyakarta: Samudra Biru. Hal.27

⁹ <https://wwbw.starbucks.com/about-us/company-information/starbucks-company-timeline> Diakses pada 22/06/2020 pukul 20.00 WIB

¹⁰ <https://www.sustaincoffee.org/partners/starbucks> diakses pada 20/06/2020 pukul 12.00 WIB

untuk seluruh industri kopi. Starbucks mulai berinvestasi dalam pinjaman petani pada tahun 2000, menyediakan akses kredit dengan persyaratan yang wajar merupakan aspek penting dari model dukungan petani yang diberikan Starbucks.

Dengan berinvestasi dalam pinjaman petani, Starbucks membantu koperasi petani mengelola risiko dan memperkuat bisnis mereka. Pada tahun 2019, total komitmen pinjaman petani yang diluncurkan Starbucks telah mencapai angka hingga \$46 juta.¹¹

Starbucks Global Farmer Fund memberikan pinjaman di 13 negara termasuk Peru, Nikaragua, Honduras, Rwanda, Guatemala, Meksiko, Kosta Rika, Kolombia, Kenya, Uganda, Republik Demokratik Kongo, Tanzania dan Indonesia. Bantuan ini diberikan kepada petani kopi yang memasok kopinya ke Starbucks maupun tidak. Penerima pinjaman juga menerima bantuan teknis dalam bentuk praktik terbaik agronomi, perencanaan bisnis dan pelatihan manajemen risiko harga.¹²

Perkembangan Starbucks di Indonesia

Starbucks masuk ke Indonesia dan dioperasikan oleh PT. Sari Coffee Indonesia yang merupakan pemegang hak tunggal untuk memperkenalkan dan memasarkan Starbucks Coffee di Indonesia. Lisensi Starbucks Coffee yang dipegang PT. Sari Coffee Indonesia dapat dicabut oleh pemberi lisensi apabila tidak memenuhi persyaratan-persyaratan yang tertera pada kontrak menyangkut hak pendirian dan pengelolaan. Syarat-syarat tersebut meliputi standarisasi, kualitas produk, pelayanan, kebersihan, penempatan lokasi, desain ruangan, peralatan yang digunakan, strategi pemasaran, laporan keuangan dan pelatihan pegawai-pegawai yang bekerja di Starbucks Coffee. Khusus bahan dasar yang digunakan

untuk semua produk Starbucks dan perlengkapan-perengkapan gerai dari kursi, meja, hingga ornamen-ornamen di dinding diimpor dari Amerika. Bahan dasar yang tidak diimpor hanya susu dan air. Pemegang lisensi Starbucks minimal harus mendirikan 30 outlet di negara tempat perusahaan beroperasi.

PT. Sari Coffee Indonesia merupakan anak perusahaan dari PT. Mitra Adi Perkasa (MAP). Pada tanggal 17 Mei 2002, Starbucks Coffee membuka gerai pertamanya di Indonesia. Gerai tersebut berlokasi di Plaza Indonesia, Jakarta Pusat. Sejak saat itu, perkembangan pasar Starbucks Coffee di Indonesia melaju dengan pesat. Starbucks Coffee kemudian membuka gerainya di kota-kota besar di Indonesia.

Gambaran Umum Kabupaten Karo, Sumatera Utara

Secara Geografis Kabupaten Karo berada diantara 2°50'–3°19' Lintang Utara dan 97°55'–98°38' Bujur Timur dengan luas 2.127,25 Km² atau 2,97 persen dari luas Propinsi Sumatera Utara. Kabupaten Karo terletak pada jajaran Bukit Barisan dan sebagian besar wilayahnya merupakan dataran tinggi. Dua gunung berapi aktif terletak di wilayah ini sehingga rawan gempa vulkanik. Wilayah Kabupaten Karo berada pada ketinggian 200 - 1.500 M di atas permukaan laut.¹³

Kabupaten Karo beriklim tropis dan mempunyai dua musim yaitu musim hujan dan musim kemarau dengan suhu udara berkisar antara 15,6°C sampai 23,0°C.¹⁴

Kabupaten Karo memiliki potensi dalam beberapa aspek yaitu potensi wisata, Industri, pertanian, peternakan, dan perkebunan. Salah satu daerah tujuan wisata utama di Sumatera Utara adalah Kabupaten Karo yang memiliki potensi tidak kalah baik dengan daerah tujuan wisata lainnya di Indonesia. Potensi Obyek Wisata Kabupaten Karo adalah sebagai berikut, obyek wisata

¹¹ 2019 Starbucks Social Impact Report hal. 5 tersedia di

<https://stories.starbucks.com/uploads/2020/06/2019-Starbucks-Global-Social-Impact-Report.pdf> diakses pada 21/06/20 pukul 11.00 WIB

¹²<https://www.starbucks.com/responsibility/community/farmer-support/social-development-investments> diakses pada 21/06/20 pukul 10.30 WIB

¹³ <https://www.Karokab.go.id/id/profil/gambaran-umum> diakses pada 04/07/20 pukul 10.00 WIB

¹⁴ *Ibid.*

alam: Alam Pegunungan, Hutan Raya, Air Terjun. Danau, Air Panas Alam dan Gua. Obyek wisata budaya: Rumah Tradisional Karo, Kesenian Budaya Tradisional Karo, Upacara Ritual dan Pesta Tahunan. Obyek wisata peninggalan sejarah: Museum Karo Lingga, Peninggalan Meriam Putri Hijau, Peninggalan Bangunan Arsitektur Zaman Belanda. Agrowisata: perkebunan Jeruk, tanaman bunga-bunga dan sayur-sayuran.¹⁵ Terdapat beberapa perusahaan maupun usaha industri skala kecil menengah di daerah Karo. Industri ini antara lain: Industri sirup, Industri Selai Nenas dan Strawberry, Industri Manisan Jeruk.¹⁶

Ekonomi Kabupaten Karo sangat didukung oleh pertanian. Tidak kurang dari 75 % penduduk bermata pencaharian sebagai petani. Dari daerah ini diproduksi jenis jenis komoditi hasil pertanian antara lain: sayur mayur, buah-buahan, bunga-bunga dan biji-bijian. Beberapa dari produksi tersebut telah diekspor ke negara tetangga.¹⁷

Pada bidang perkebunan terdapat tiga komoditi utama perkebunan di Kabupaten Karo, antara lain: kemiri, kakao, dan kopi. Tanaman Kopi merupakan salah satu tanaman utama di Sumatera Utara yang banyak diusahakan oleh rakyat termasuk Kabupaten Karo. Tanaman ini merupakan komoditi perkebunan yang penting dalam perekonomian daerah Kabupaten Karo karena dapat menyumbangkan devisa untuk daerah ini. Tanaman kopi di Tanah Karo tersebar di seluruh Kecamatan dan yang paling luas secara berturut terletak di Kecamatan Merek, Tiga Panah, Simpang

Empat, Payung dan Munthe. Kopi yang dikembangkan adalah jenis Arabika.¹⁸

Perkembangan Pertanian Kopi di Kabupaten Karo Sumatera Utara

Dataran tinggi Kabupaten Karo terkenal akan tanahnya yang subur. Suhu udaranya sejuk antara 17-23 derajat Celsius. Terdapat gunung berapi Sibayak dan Sinabung di dataran tinggi (800-1.400 mdpl) Karo ini. Kondisi geografis ini menguntungkan kegiatan pertanian masyarakat Karo sejak lama. Masa kejayaan komoditi pertanian Karo tercatat pada tahun 1950-an. Sayur-mayur sebagai komoditi andalan pada masa itu merambah pasar Singapura dan Malaysia. Namun, kegiatan ini sempat terhenti kisaran tahun 1962 sampai 1965 akibat politik konfrontasi Indonesia-Malaysia kala itu. Pada akhir tahun 1980-an, petani Karo mulai beralih menanam pohon jeruk. Buah jeruk varietas Siam madu menjadi komoditi unggulan. Bahkan ketika krisis moneter terjadi di tahun 1998, buah jeruk primadona petani Karo jadi penyelamat. Guncangan ekonomi yang mempengaruhi daerah lain di Indonesia tak begitu berpengaruh di Karo. Jeruk sempat jadi ikon pertanian daerah pegunungan Karo. Pada masa ini masyarakat kembali menggunakan pupuk kimia dan pestisida secara berlebihan, dan hal ini kemudian mendatangkan hama tanaman jeruk. Selain daun gugur dan batang pohon berlumut, lalat buah (*fruit fly*) adalah hama paling ganas bagi jeruk. Sejak tahun 2005, hama lalat buah menyerang tanaman jeruk petani Karo. Sebagian besar petani jeruk mulai beralih menanam tanaman kopi *Arabica* di sela-sela tanaman jeruk yang sudah meranggas. Namun, kejayaan tanaman jeruk belum bisa ditandingi oleh tanaman kopi ini.

Kopi Sebagai Penggerak Ekonomi Baru

Pertanian kopi di Kabupaten Karo, Sumatera Utara mengalami pasang surut, hal ini dimulai dari salah satu warga yang

¹⁵

http://sippa.ciptakarya.pu.go.id/sippa_online/ws_file/dokumen/rpi2jm/DOCRPIJM_1479108450Bab_2_La p_AKHIR_RPIJM_Karo_Rev00.pdf diakses pada 05/07/20 pukul 13.00 WIB

¹⁶<https://www.Karokab.go.id/id/potensi-daerah/perindustrian> diakses pada 05/07/20 pukul 13.15 WIB

¹⁷<https://www.Karokab.go.id/id/potensi-daerah/pertanian/674-potensi-pertanian> diakses pada 05/07/20 pukul 13.30 WIB

¹⁸<https://www.Karokab.go.id/id/potensi-daerah/perkebunan> diakses pada 05/07/20 pukul 13.45 WIB

bernama Ramlan Meliala yang mulai menanam kopi sebagai tanaman utama di kebunnya. Ramlan melihat meski terjadi dampak perubahan lingkungan, hama penyakit tanaman ditambah lagi erupsi gunung Sinabung hanya tanaman kopi yang bertahan. Ramlan menguatkan tekadnya menjadikan kopi sebagai penggerak ekonomi pertanian baru sejak ia banyak melihat pohon kopi masih berdiri tegak di antara tanaman lain yang meranggas terkena debu vulkanik. Ramlan mulai menanam pohon kopi jenis Arabika-Sigararutang sejak tahun 2012, ada sekitar 700 batang di lahan sendiri (ketinggian 1200 mdpl.) yang terletak di Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo. Ramlan kemudian memperlihatkan hasil panen kopi kepada teman-teman di lingkungan terdekatnya pada tahun 2014.

Ramlan Meliala bekerja keras agar kopi menjadi komoditi unggulan Kabupaten Karo. Untuk mencapai hal tersebut, Ramlan dengan senang hati berbagi informasi dan pengetahuan kepada para petani Karo lainnya. Ramlan juga rajin mengikuti berbagai kontes kopi agar kopi Karo semakin dikenal. Menurutnya, ekosistem bisnis kopi berpotensi besar mendorong kebangkitan ekonomi lokal.¹⁹ Kopi mempunyai arti penting dalam aspek kehidupan sosial ekonomi masyarakat Karo, Sumatera Utara (Sumut). Kopi juga menjadi 'ladang' tenaga kerja dan sumber pendapatan utama petani. Ini pun terlihat di daerah-daerah yang kemudian diberi label sebagai daerah sentra kopi.

Permasalahan Pertanian Kopi di Kabupaten Karo Sumatera Utara

Petani kopi masih berhadapan pada banyak permasalahan. Cukup banyak petani yang mengalami permainan harga dari para pengepul, kegagalan panen, hama penyakit, dan banyak lagi. Memang tidak semua petani kopi mengalami hal tersebut, namun masih ada di sebagian daerah produsen kopi

di Indonesia yang mengalaminya. Para petani kopi konvensional di tanah Karo contohnya, peneliti berkesempatan mengunjungi kelompok tani Sinergi Fajar Harapan yang terletak di Desa Suka Mbayak, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo, Sumatera Utara. Dari observasi yang peneliti lakukan serta informasi yang diterima dari ketua kelompok tani Sinergi Fajar Harapan, disimpulkan masih banyak petani kopi di daerah tersebut yang keliru. Diantaranya:

a. Pola Pikir yang Salah Tentang Tanaman Kopi

Pada umumnya petani di Tanah Karo merupakan petani buah dan sayur. Udara yang sejuk dan daerah yang terletak di pegunungan membuat Kabupaten Karo ini sangat sesuai sebenarnya untuk tanaman kopi. Sayangnya tanaman kopi di daerah ini belum banyak yang ditanam secara fokus, disini tanaman kopi hanya ditanam sekadar, bahkan dianggap sebagai tanaman pagar yang mengelilingi tanaman lain seperti buah dan sayur yang mereka jadikan tanaman utama.

b. Bibit Kopi Sembarangan dan Tidak Berkualitas

Terdapat beberapa petani yang sudah menjadi petani kopi turun-temurun, namun wawasan pembibitan ketika pertama kali menanam masih sangat minim. Tidak sedikit petani kopi mengambil kecambah dari buah kopi yang sudah jatuh dari pohon kopi dan menjadi kecambah. Petani tidak dapat memastikan bahwa buah kopi tersebut sudah matang di pohon atau masih hijau. Pembibitan awal yang kurang perhatian ini kemudian membuat kopi yang tumbuh dan menghasilkan buah yang kualitasnya tidak pasti.

c. Minimnya Pengetahuan tentang Teknik Budidaya Kopi

Tidak sedikit petani kopi yang mengeluh ketika pohon kopi tidak berbuah dan tidak menghasilkan panen secara konsisten, akhirnya petani menyerah dan

¹⁹ <https://medantoday.com/kopi-Karo-dari-tanaman-pagar-hingga-ke-komoditi-unggulan/> diakses pada 05/07/20 pukul 14.00 WIB

mencoba menanam tanaman lain di lahan mereka. Hal ini bisa terjadi karena kurangnya wawasan petani kopi di sana untuk merawat dan mengembangkan pohon kopi mereka. Pohon kopi yang ada dibiarkan tumbuh tinggi, bahkan hingga ditumpangi oleh tanaman lain, hal ini membuat tanaman kopi tidak dapat menghasilkan buah secara maksimal karena kurangnya nutrisi, selain itu pohon kopi yang dibiarkan tinggi akan menyulitkan proses panen. Sehingga diperlukan wawasan tentang teknik budidaya kopi yang baik, mulai dari pembibitan, pola tanam, penggunaan kompos, proses panen, dan penanganan pasca panen.

d. Proses Panen yang Sembarangan oleh Juru Petik

Beberapa petani memiliki keseriusan terhadap tanaman kopi dan menjadikan kopi sebagai tanaman utama di lahan mereka. Ketika masuk masa panen, petani kopi tidak terlalu memperhatikan pola petik buah kopi, maka yang terjadi buah kopi yang dipetik sembarangan. Pada umumnya, ketika waktu panen tiba para petani kopi akan menyewa jasa buruh lepas untuk memanen buah kopi, masalahnya buruh lepas yang memetik buah kopi hanya memetik buah secara sembarang, tidak banyak yang memahami bagaimana cara memetik buah kopi yang baik untuk pertumbuhan buah kopi itu sendiri. Teknik memetik buah kopi yang salah dapat menyebabkan tidak ada lagi buah kopi yang tubuh di tempat semula buah kopi dipetik.

e. Penyakit Tanaman Kopi

Penyakit tanaman kopi yang paling populer adalah penyakit karat daun. Penyakit karat daun disebabkan oleh jamur *Hemileia vastatrix* B et Br, karat daun merupakan penyakit penting pada tanaman kopi di dunia yang menyerang kopi Arabika maupun Robusta. Penyakit ini sudah ditemukan di Indonesia sejak tahun 1876 yang merusak sebagian besar perkebunan kopi Arabika. Upaya pengendalian dilakukan dengan merehabilitasi kopi Arabika dengan Robusta, namun penyakit ini masih menjadi masalah di seluruh wilayah penghasil kopi di

Indonesia dan dapat menurunkan produksi 20–70%. Penyakit ini menyerang tanaman kopi di pembibitan maupun tanaman dewasa.²⁰



Gambar 1. Penyakit Karat Daun Kopi
Sumber: <https://alchetron.com/Hemileia-vastatrix>

Gejala penyakit karat daun dapat dilihat pada permukaan atas dan bawah daun, dimana penyakit ini ditandai dengan bercak kuning-jingga seperti serbuk (*powder*). Daun yang terinfeksi kemudian timbul bercak kuning, dan berubah menjadi cokelat. Apabila diamati, pada bagian bawah daun tampak bercak yang awalnya berwarna kuning muda, selanjutnya berubah menjadi kuning tua, pada bagian tersebut akan terlihat jelas tepung yang berwarna oranye atau jingga. Tepung tersebut adalah uredospora jamur *H. vastatrix*. Gejala lanjut pada daun tampak bercak cokelat saling bergabung, menjadi lebih besar, kemudian mengering, dan gugur.

Implementasi Program CSR Starbucks Kepada Petani Kopi Di Kabupaten Karo Sumatera Utara

Starbucks melaksanakan banyak program dan kegiatan CSR. Dalam penelitian ini program yang akan dibahas lebih lanjut akan difokuskan pada dua program yang langsung menyentuh petani kopi di daerah Karo, Sumatera Utara, yaitu Pendirian Starbucks *Farmer Support Center*, dan program *Art in a Cup Campaign*.

²⁰ Harni, R., Samsudin, S., Amaria, W., Indriati, G., Soesanthy, F., Khaerati, K., ... & Hapsari, A. D. (2015). *Teknologi Pengendalian Hama dan Penyakit Tanaman Kopi*. Jakarta: IAARD Press. Hal 23

a. Pendirian Starbucks Farmer Support Center dan Pelatihan *C.A.F.E Practices* kepada Petani Kopi Kabupaten Karo Sumatera Utara

Para petani saat ini menghadapi tantangan terus-menerus untuk keberlanjutan produksinya dan Starbucks berkomitmen untuk membantu mereka. Starbucks saat ini mengoperasikan *Farmer Support Center* di negara-negara penghasil kopi utama di seluruh dunia, dari Kosta Rika, Rwanda, Cina, hingga Indonesia. Disana, petani mendapatkan akses gratis ke temuan terbaru dari ahli agronomi terbaik Starbucks, termasuk varietas baru pohon tahan penyakit, dan teknik pengelolaan tanah yang canggih. Tujuannya adalah membangun metode penanaman tradisional untuk membantu para petani terus meningkatkan kualitas tanaman mereka, dan keuntungan mereka, memastikan masa depan kopi berkualitas tinggi untuk semua orang.

Farmer Support Center yang didirikan Starbucks bersifat *open-source agronomy*. "*open-source*" berarti berbagi informasi. "*Agronomi*" berarti "ilmu manajemen tanah dan produksi tanaman." Yang berarti *Farmer Support Center* ini terbuka bagi siapa saja dan kelompok tani mana saja yang mau belajar pada fasilitas yang disediakan Starbucks tersebut. Starbucks percaya dengan melakukan hal itu selama dekade terakhir akan menjaga keberlangsungan produksi dan kualitas kopi. Starbucks berbagi informasi agronomi dari tempat-tempat seperti *Global Agronomy Center* Starbucks di Kosta Rika, dan berbagi alat, praktik terbaik, dan sumber daya dengan petani di seluruh dunia. Selain itu, Starbucks tidak mengikat petani dengan hasil panen, yang berarti hasil panen bebas dijual kepada siapa saja.²¹

Untuk memperluas jangkauan dan bantuan Starbucks kepada petani kopi, Starbucks *Green Coffee Department* telah mendirikan *Farmer Support Center* (FSC) di Kabupaten Karo, Sumatera Utara pada tahun 2015. FSC menyediakan sumber daya untuk petani lokal dan keahlian yang dapat

membantu menurunkan biaya produksi, mengantisipasi hama dan penyakit, dan meningkatkan kualitas kopi sesuai dengan *Coffee and Farmer Equity (C.A.F.E.) Practices* serta meningkatkan hasil kopi premium.

Sebagai bagian dari komitmen untuk mengembangkan masyarakat, Starbucks *Farmer Support Center* yang berlokasi di Berastagi, Kabupaten Karo, Sumatera Utara bekerjasama dengan komunitas petani dan Partner(karyawan) Starbucks untuk meningkatkan pengetahuan petani dalam pertanian kopi dan untuk hasil produksi yang lebih baik serta praktik pertanian berkelanjutan.

Pada 08 September 2016 Starbucks *Farmer Support Center* dan Starbucks Indonesia berkolaborasi dalam melakukan pelatihan pertanian kopi dan edukasi *C.A.F.E Practices* yang melibatkan sekitar 20 petani dari kelompok tani Sinergi Fajar Harapan serta satu ahli agronomi yang berlangsung di Desa Suka Mbayak, Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo, Sumatera Utara . Kegiatan ini dimulai dengan membangun usaha 'Pembibitan Kopi' hingga dilanjutkan dengan kegiatan penanaman dari minggu ke-2 September 2016 sampai Juli 2017.²² Melalui FSC ini Starbucks terus melakukan pembimbingan kepada seluruh kelompok tani yang mau dibina oleh Starbucks.

Meskipun kelompok petani yang berpartisipasi dalam program ini tidak memasok kopi mereka ke Starbucks, namun program ini dapat membantu petani menanam kopi dengan cara yang lebih baik bagi masyarakat dan lingkungan.

Sejak 2015, kopi Starbucks telah diverifikasi sebagai 99% bersumber secara etis dan Starbucks adalah pengecer kopi terbesar. Landasan dari pendekatan sumber etis Starbucks untuk membeli kopi adalah "*Coffee and farmer Equity (C.A.F.E.) Practices*", yang merupakan salah satu set standar sumber etika pertama industri kopi ketika diluncurkan pada tahun 2004. Dikembangkan bersama dengan

²¹<https://www.starbucks.com/responsibility/community/farmer-support/farmer-support-centers> diakses pada 20/06/20 pukul 12.00 WIB

²² <http://www.starbucks.co.id/responsibility/ethical-sourcing/farmer-support> diakses pada 06/07/2020 pukul 15.00 WIB

Conservation International, CAFE Practices adalah sebuah program verifikasi yang mengukur pertanian terhadap kriteria ekonomi, sosial dan lingkungan, semuanya dirancang untuk mempromosikan praktik penanaman kopi yang transparan, menguntungkan, dan berkelanjutan sambil juga melindungi kesejahteraan petani dan pekerja kopi keluarga mereka dan masyarakat mereka.

CAFE Practices telah membantu Starbucks menciptakan persediaan kopi berkualitas tinggi dalam jangka panjang dan berdampak positif terhadap kehidupan dan mata pencaharian petani kopi dan komunitas mereka. Program *open-sourced* dan terdiri dari 200 indikator - dari pelaporan keuangan hingga perlindungan hak-hak pekerja dan konservasi air dan keanekaragaman hayati. Program ini mencakup proses verifikasi pihak ketiga yang diawasi oleh *SCS Global Services*, yang bertanggung jawab untuk memastikan kualitas dan integritas audit.

Selain mendukung petani dengan teknik yang dapat diterapkan di seluruh dunia, pertanian ini juga akan memengaruhi pengembangan varietas kopi dan memberikan wawasan baru tentang praktik pengelolaan tanah. Pekerjaan di pertanian akan mencakup pengembangan bibit pohon kopi hibrida di kebun pembibitan, bekerja sama dengan para pakar industri untuk secara langsung mengatasi dampak perubahan iklim yang dialami industri kopi termasuk meningkatnya insiden karat daun kopi.

b. Bantuan Bibit Unggul Kepada Petani Kopi Karo Melalui Program Starbucks “Art in a Cup Campaign”

Starbucks Indonesia memperkenalkan kampanye 'Art in a Cup' pada 6 Maret 2018, dimana Starbucks menunjukkan kepemimpinan dalam bidang kopi dan ketertarikan pada kopi melalui beberapa varian minuman espresso terbaik. Melalui Kampanye *Art in a Cup*, Starbucks berkomitmen untuk membantu petani kopi di Sumatera. Starbucks Indonesia akan menanam 1 pohon kopi untuk setiap 10 gelas minuman dari varian terpilih yang dijual. Selain itu, 10% dari setiap 'Whole Bean Sumatera' yang terjual akan

digunakan untuk meningkatkan sekolah dan fasilitas rumah di lingkungan perkebunan kopi. Peluncuran kampanye “Art in a Cup” berhasil dilaksanakan di Starbucks Oakwood, Jakarta. Starbucks Indonesia menyumbangkan total Rp 400 Juta dalam bentuk 150.000 bibit pohon kopi kepada petani kopi di Sumatera dari kampanye 'Art in a Cup' yang berlangsung dari bulan Maret hingga April 2018. Bekerjasama dengan Starbucks *Farmer Support Center* (FSC) di Indonesia, upacara serah terima berlangsung di FSC di Berastagi, Kabupaten Karo, Sumatera Utara.²³ Adapun bibit yang diberikan adalah bibit pohon kopi varietas Komasti (Komposit Andung Sari Tiga) yang merupakan bibit unggul hasil temuan kepala agronomis FSC yaitu bapak Surip Mawardi bersama tim selama di Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia.

Selain Kabupaten Karo, benih juga didistribusikan ke kabupaten lain di Sumatera, yaitu Simalungun, Tapanuli Utara dan Humbang Hasundutan di Sumatera Utara; Aceh Tengah di Aceh; dan Kerinci di Jambi. Para petani yang berpartisipasi dalam program ini diharapkan untuk secara aktif menanam dan merawat tanaman kopi mereka, dengan FSC sebagai fasilitas yang memberi pelatihan dan pendidikan.

Pengaruh Program CSR Starbucks Terhadap Sosial Ekonomi Petani Kopi Di Karo Sumatera Utara

Program *Corporate Social Responsibility* yang diberikan oleh Starbucks sebagai MNC kepada para petani kopi di Kabupaten Karo memberikan manfaat dari aspek sosial dan ekonomi diantaranya:

a. Meningkatnya Intensitas Kegiatan Sosial dan Kualitas Sumber Daya Manusia Petani Kopi Kabupaten Karo Sumatera Utara

Hadirnya Starbucks *Farmer Support Center* di Kabupaten Karo Sumatera Utara

²³<http://www.starbucks.co.id/responsibility/community/details/art-in-a-cup-medan> diakses pada 06/07/2020 pukul 13.25 WIB

memberikan kesempatan baru bagi petani kopi di Kabupaten Karo bahkan petani kopi di seluruh Indonesia untuk semakin meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta keahlian dalam melakukan budidaya tumbuhan kopi. FSC yang bersifat *open-sourced* ini memberikan akses kepada siapa saja untuk belajar disana. Tidak hanya petani di daerah Sumatera, bahkan kelompok petani kopi dari daerah Jawa juga melakukan studi banding kepada kelompok petani kopi di Kabupaten Karo dimana kelompok-kelompok ini merupakan binaan dari Starbucks melalui *Farmer Support Center*.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan *Farmer Support Center* serta berbagai program CSR lainnya yang diberikan Starbucks juga berdampak kepada kegiatan sosial diantara petani kopi. Dimana dalam setiap kegiatan yang dilakukan, para petani kopi dari berbagai kelompok tani berkumpul dan saling bertukar informasi.

Berdasarkan informasi yang peneliti terima dari narasumber, saat ini Kelompok Tani Sinergi Fajar Harapan sering dijadikan percontohan bagi kelompok tani yang lain, karena kelompok ini dinilai sukses setelah menerima pembinaan secara intensif dari ahli agronomis yang disediakan Starbucks pada *Farmer Support Center*. Menurut pengakuan salah satu petani kopi binaan Starbucks, bapak Armin Ginting, beliau dibina Starbucks mulai dari tidak tahu tentang budidaya kopi yang benar hingga sekarang menjadi tahu, beliau dan para petani lainnya diajarkan mulai dari proses pembibitan, proses perawatan, proses panen, hingga penanganan pasca panen. bahkan beliau saat ini menjadi narasumber bagi petani-petani lainnya di Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo, Sumatera Utara. Pembinaan dan bimbingan yang diberikan oleh *Farmer Support Center* terbukti dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia petani kopi Kabupaten Karo, hal ini tercapai seiring dengan meningkatnya keahlian petani dalam proses budidaya dan produksi kopi di Kabupaten Karo, Sumatera Utara.

b. Meningkatnya Jumlah Kepala Keluarga (KK) Petani Kopi Kabupaten Karo Sumatera Utara

Kegiatan sehari-hari masyarakat Karo adalah bertani, kegiatan bertani selain menjadi kegiatan produksi maupun pekerjaan juga menjadi kegiatan sosial di kalangan masyarakat Kabupaten Karo. Dengan adanya *Farmer Support Center* (FSC) Starbucks, terjadi perubahan sektor mata pencaharian dari yang sebelumnya petani buah dan sayuran menjadi petani kopi. Hal ini didukung dengan data jumlah Kepala Keluarga (KK) Petani Kopi di Kabupaten Karo yang meningkat pada 2018.

Tahun	Jumlah KK Petani
2012	8,089.00
2013	10,637.00
2014	11,448.00
2015	11,076.00
2016	11,076.00
2017	11,165.00
2018	13,135.00

Tabel 1. Jumlah KK Petani Kopi Kabupaten Karo tahun 2012-2018

Sumber: Dinas Perkebunan Prov. Sumatera Utara (<http://disbun.sumutprov.go.id/>)

Dari tabel 1 diatas dapat kita lihat peningkatan dan penurunan jumlah Kepala Keluarga (KK) Petani Kopi di Kabupaten Karo, Sumatera Utara. Pada tahun 2013 terjadi peningkatan dari tahun 2012 sebesar 31% menjadi 10.637 KK Petani. Pada Tahun 2014 meningkat lagi sebesar 7.62% menjadi 11.448 KK Petani. Pada Tahun 2015 terjadi penurunan jumlah sebesar -3% dibanding tahun 2014 menjadi 11.076 KK Petani Kopi. Mulai dari tahun 2015 hingga 2017 hampir tidak terjadi peningkatan, dimana jumlah KK Petani kopi pada 2017 bertambah tidak sampai 1% dibanding tahun 2015. Jumlah KK Petani Kopi mulai kembali meningkat pada tahun 2018 sebesar 17% dibanding tahun 2017 dengan jumlah sebanyak 13.135 KK Petani Kopi.

c. Meningkatnya Jumlah Areal Lahan dan Produksi Kopi Arabika Kabupaten Karo Sumatera Utara

Tahun	Luas Areal Lahan (Ha)	Jumlah
-------	-----------------------	--------

	TBM	TM	TTM	
2012	1,445.00	4,374.00	399	6,218.00
2013	1,454.00	4,207.00	542	6,203.00
2014	1,315.00	4,452.00	469	6,236.00
2015	1,213.22	4,439.00	424	6,076.22
2016	2,731.00	5,019.00	312	8,062.00
2017	2,590.44	5,755.00	33	8,378.44
2018	2,294.44	6,875.00	9	9,178.44

Tabel 2. Jumlah Luas Areal Lahan Pertanian Kopi Arabika Kabupaten Karo 2012-2018
Sumber: Dinas Perkebunan Prov. Sumatera Utara (<http://disbun.sumutprov.go.id/>)

Dari table 2 kita dapat melihat jumlah luas areal lahan pertanian kopi arabika di Kabupaten Karo, pada tahun 2012 hingga 2015 luas areal lahan pertanian di Kabupaten Karo berkisar pada angka 6.200 Ha dan tidak banyak mengalami peningkatan maupun penurunan, bahkan tidak mencapai angka 1%. Peningkatan terjadi mulai dari tahun 2015 hingga 2018. Pada tahun 2016 terjadi peningkatan luas areal lahan yang cukup signifikan sebesar 32% mencapai angka 8.062 Ha. Kemudian meningkat sebanyak 3% lagi di 2017 dengan luas 8.378 Ha, dan terus meningkat sebanyak 9% di 2018 hingga mencapai angka 9.178 Ha luas lahan areal pertanian kopi. Luas areal lahan pertanian tentunya juga mempengaruhi jumlah produksi yang dihasilkan.

Tahun	Produksi (Ton)
2012	4,962.03
2013	4,766.63
2014	4,826.84
2015	4,808.05
2016	5,270.00
2017	6,877.02
2018	7,379.74

Tabel 3. Produksi Pertanian Kopi Arabika Kabupaten Karo 2012-2018
Sumber: Dinas Perkebunan Prov. Sumatera Utara (<http://disbun.sumutprov.go.id/>)

Sama halnya dengan luas areal pertanian kopi, produksi hasil pertanian kopi Arabika di Kabupaten Karo mulai tahun 2012 hingga 2015 pun tidak mengalami peningkatan, bahkan cenderung menurun, pada tahun 2013 produksi kopi menurun sebesar 3.9% dibanding tahun 2012. Kemudian sedikit meningkat sebesar 1.26% di tahun 2014 dengan angka 4.826 ton, sedangkan pada tahun 2015 produksi kopi hampir tidak mengalami perubahan dengan tetap berada pada angka 4.808 ton. Peningkatan produksi mulai tahun 2016 sebesar 9% menjadi 5.270 ton, dan meningkat secara signifikan sebesar 30% pada 2017 mencapai angka 6.877 ton. Kemudian produksi kopi meningkat kembali sebesar 7% pada tahun 2018 dengan angka 7.379 ton biji kopi.

Peningkatan luas areal lahan dan produksi pertanian tercatat mulai meningkat mulai tahun 2016, hal ini tentunya merupakan pengaruh yang diberikan Starbucks sejak didirikannya Farmer Support Center pada tahun 2015. Data ini didukung oleh pernyataan yang diperoleh dari narasumber mengenai perkembangan pertanian kopi di Kabupaten Karo, Sumatera Utara. Narasumber menjelaskan bahwa sejak berdirinya Farmer Support Center, masyarakat yang awalnya bekerja sebagai petani sayur dan buah kini beralih menjadi petani kopi, masyarakat mulai banyak membuka lahan dengan tanaman kopi sebagai tanaman utama.

d. Terdaftaranya Indikasi Geografis Kopi Tanah Karo

Kekayaan Intelektual (KI) tidak saja mencakup kekayaan intelektual yang bersifat personal dan konvensional, tetapi juga yang bersifat komunal. Kekayaan intelektual komunal merupakan kekayaan yang dimiliki sepenuhnya oleh suatu kelompok masyarakat yang hidup di suatu tempat secara tetap. Sebagai contoh kekayaan intelektual komunal yang mulai menjadi perhatian saat ini adalah indikasi geografis (IG). Beberapa daerah yang memiliki potensi produk indikator geografis ini telah mendapatkan hasil dari meningkatnya nilai ekonomi terhadap produk indikasi geografis tersebut. Hal ini tentu saja meningkatkan

pendapatan di daerah dan kesejahteraan masyarakat penghasil produk tersebut, produk tersebut tidak hanya menjadi diminati oleh pasar nasional tetapi juga oleh pasar internasional.



Gambar 4.2. Logo Indikasi Geografis Kopi Arabika Tanah Karo

Sumber: Laman Resmi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual

Peningkatan kualitas yang diberikan Farmer Support Center Starbucks pada pertanian kopi di Kabupaten Karo juga menyumbangkan peran yang cukup besar sehingga produksi kopi di Kabupaten Karo telah terdaftar pada Indikasi Geografis. Indikasi Geografis Kopi Arabika Tanah Karo ini diajukan oleh MPIG (Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis) dimana ketua dari MPIG ini adalah Bapak Armin Ginting dan Bapak Masri Bangun sebagai sekretaris umum, Bapak Armin dan Bapak Masri merupakan petani kopi binaan Farmer Support Center Starbucks dari kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo.

Spesifikasi kopi tanah karo dijelaskan dengan lebih rinci pada BRIG (Berita Resmi Indikasi Geografis) Seri - A dengan No. 21/IG/XII/A/2018.²⁴

e. Meningkatnya Skala Usaha Petani dan Terbukanya Peluang Usaha Baru Bagi Petani Kopi Kabupaten Karo Sumatera Utara

Terdapat beberapa peningkatan dalam skala usaha petani kopi mulai dari meningkatnya lahan pertanian hingga munculnya peluang usaha baru. Peluang usaha tersebut adalah didirikannya lokasi pembibitan kopi bagi petani, petani

diajarkan bagaimana proses pembibitan kopi dari awal hingga bibit pohon kopi bisa dijual. Selain itu, peluang usaha lainnya adalah berdirinya usaha kelompok tani Sinergi Fajar Harapan dalam bentuk Kedai Kopi dengan konsep Café seperti yang ada di kota-kota besar.

Selain memberikan bantuan bibit pohon kopi, Starbucks melalui *Farmer Support Center* membangun bisnis kopi berkelanjutan secara partisipatif bersama kelompok tani Sinergi Fajar Harapan. Dalam kerjasama ini *Farmer Support Center* juga memberikan pelatihan dan pemantauan secara berkala kepada para petani bagaimana melakukan pembibitan yang benar mulai dari biji ditanam maupun hingga siap dijual. Sebelum Starbucks memberikan pembinaan, banyak petani kopi mengambil kecambah dari buah kopi yang sudah jatuh dari pohon kopi dan menjadi kecambah. Hanya saja, tidak bisa dipastikan bahwa buah kopi tersebut sudah matang di pohon atau masih hijau sehingga kualitas yang dihasilkan nantinya tidak dapat dipastikan.

Pendirian tempat pembibitan ini menjadi peluang usaha dan sumber pemasukan baru bagi para petani. Melalui pembibitan yang dikembangkan secara partisipatif ini nantinya bibit Komasti dapat semakin tersebar luas ke seluruh daerah di Kabupaten Karo.



sebanyak 10.000 bibit, termin kedua sebanyak 15.000 bibit, dan termin ketiga sebanyak 20.000 bibit, adapun bibit kopi ini diberi harga sebesar Rp.6000/bibit. Sehingga dari penjualan terakhir dari hasil pembibitan ini memberikan pemasukan sebesar Rp. 120.000.000 bagi kelompok tani. Selain pembibitan yang dikembangkan secara partisipatif, saat ini para petani juga sudah mulai melakukan budidaya bibit kopi secara mandiri.

Termotivasi dari Starbucks saat ini kelompok tani kopi Sinergi Fajar Harapan mulai mengembangkan bisnis kedai kopi dengan membuka Sinergi Café. Kedai kopi ini berada di Desa Suka Mbayak, Suka, Tigapanah, Kabupaten Karo, Sumatera Utara. Kedai kopi ini dikelola oleh kader-kader dari kelompok tani Sinergi Fajar Harapan. Secara tidak langsung dengan berdirinya usaha kedai kopi ini juga menyerap tenaga kerja.



Gambar 4. Sinergi Café milik Kelompok Tani Sinergi Fajar Harapan
Sumber: Dokumentasi Observasi Peneliti

Kedai kopi ini didirikan pada bulan 11 tahun 2019 dan mengambil konsep sederhana dengan warna oranye dan dinding kayu yang mengelilingi kedai ini memberikan suasana hangat bagi pengunjung. Kedai ini dilengkapi dengan mesin espresso, adapun menu yang tersedia di kedai ini cukup lengkap mulai dari kopi hitam hingga variasi dari racikan kopi susu yang lebih dikenal dengan istilah *Café Latte*. Harga minuman di kafe ini berkisar mulai

dari Rp.8000 hingga Rp.20.000, dalam satu hari kafe ini rata-rata melayani 20-30 orang pengunjung. Hasil dari usaha kedai kopi ini nantinya akan dimasukkan ke dalam kas kelompok tani.

KESIMPULAN

Besarnya produksi kopi Indonesia tidak serta merta menjamin kesejahteraan para petani kopi sebagai tonggak utama produksi kopi di Indonesia. Sosial ekonomi sebagai bagian dari kesejahteraan para petani menjadi hal yang perlu diperhatikan. Selain itu belum semua petani kopi di Indonesia memiliki pengetahuan yang baik mengenai bagaimana melakukan pertanian kopi dengan tata cara yang benar untuk meningkatkan kualitas dan hasil produksi. Hal ini terbukti dari hasil wawancara dan obeservasi yang peneliti lakukan pada pertanian kopi yang berada di Kecamatan Tiga Panah, Kabupaten Karo, Sumatera Utara.

Dalam menjalankan bisnisnya Starbucks Corporation tidak hanya mencari keuntungan, namun Starbucks juga mengambil peran dalam memajukan dan mengembangkan pertanian kopi dunia. Starbucks berkomitmen untuk menjadi pemimpin dalam menjadikan kopi sebagai komoditas berkelanjutan pertama di dunia. Hal ini dilakukan Starbucks atas kepeduliannya untuk menjamin pasokan kopi dunia tetap ada dan dengan kualitas yang baik. Berbagai cara dilakukan Starbucks baik secara langsung bersentuhan dengan para petani kopi maupun dengan melakukan kemitraan.

Kabupaten Karo sebagai salah satu daerah penghasil kopi di Indonesia menerima manfaat dari komitmen dan program yang diberikan oleh Starbucks Corporation. Dengan dibukanya Starbucks *Farmer Support Center*, para petani kopi di daerah Kabupaten Karo kini mendapat pengetahuan tentang pertanian kopi mulai dari proses pembibitan, proses perawatan, proses panen, hingga penanganan pasca panen. Selain itu, banyak bantuan lain yang diberikan Starbucks kepada petani kopi di Kabupaten Karo seperti melalui program kampanye "*Art in a Cup*", Pembangunan Kopi Arabika secara Partisipatif, dan kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan

Starbucks bersama petani kopi serta perbaikan fasilitas yang ada di lingkungan pertanian kopi.

Berdasarkan hasil wawancara, hasil observasi, serta data yang diperoleh dari dinas perkebunan Provinsi Sumatera Utara yang telah dianalisis dalam pembahasan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Starbucks terhadap Sosial Ekonomi Petani Kopi di Kabupaten Karo memberikan pengaruh yang sangat positif. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya pengetahuan petani dalam produksi kopi, meningkatnya kualitas kopi dan telah tersertifikasi pada Indikasi Geografis, meningkatnya skala usaha petani, serta terbukanya peluang usaha dan lapangan pekerjaan baru bagi petani kopi di Kabupaten Karo yang tentunya juga berdampak pada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan para petani kopi.

REFERENSI

- 2019 Starbucks Social Impact Report hal. 5 tersedia di <https://stories.starbucks.com/uploads/2020/06/2019-Starbucks-Global-Social-Impact-Report.pdf> diakses pada 21/06/20
- Harni, R., Samsudin, S., Amaria, W., Indriati, G., Soesanthy, F., Khaerati, K., ... & Hapsari, A. D. (2015). *Teknologi Pengendalian Hama dan Penyakit Tanaman Kopi*. Jakarta: IAARD Press. https://www.idx.co.id/StaticData/NewsAndAnnouncement/ANNOUNCEMENTSTOCK/From_EREP/201804/c2c28c83ba_efc33a3e77.pdf pada 31/10/2019
- Martin, Lisa L.. 2007. "Neoliberalism" dalam Tim Dunne, Milja Kurki, and Steve Smith (eds.) *International Relations Theories*. Oxford University Press
- MBA Annual Report 2017. *Corporate Social Responsibility*. (diakses melalui
- Probosiwi, R. (2016). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (Corporate Social Responsibility in Public Welfare Enhancement)*. SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial, Vol. 2 No.13.
- Responsibility Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Wibisono, Y. 2007. *Membedah konsep & aplikasi CSR: Corporate Social Responsibility*. Gresik: Fascho Pub. http://sippa.ciptakarya.pu.go.id/sippa_online/ws_file/dokumen/rpi2jm/DOCRPIJM_1479108450Bab_2_Lap_AKHIR_RPIJM_Karo_Rev00.pdf diakses pada 05/07/20
- <http://www.jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2007/25TAHUN2007UU.htm> diakses pada 26 Oktober 2019
- <http://www.starbucks.co.id/responsibility/community/details/art-in-a-cup-medan> diakses pada 06/07/2020
- <http://www.starbucks.co.id/responsibility/ethical-sourcing/farmer-support> diakses pada 06/07/2020
- https://dgip.go.id/images/ki-images/pdf-files/publikasi/publikasi_ig/2018/BRIG%20NO%2021%20KOPI%20ARABIK%20TANAH%20KARO.pdf pada 17/07/20
- <https://medantoday.com/kopi-Karo-dari-tanaman-pagar-hingga-ke-komoditi-unggulan/> diakses pada 05/07/20
- <https://stories.starbucks.com/press/2018/starbucks-farmer-support-centers/> diakses pada 13/02/19
- <https://wwbw.starbucks.com/about-us/company-information/starbucks-company-timeline> Diakses pada 22/06/2020
- <https://www.Karokab.go.id/id/potensi-daerah/perindustrian> diakses pada 05/07/20
- <https://www.Karokab.go.id/id/potensi-daerah/perkebunan> diakses pada 05/07/20
- <https://www.Karokab.go.id/id/potensi-daerah/pertanian/674-potensi-pertanian> diakses pada 05/07/20
- <https://www.Karokab.go.id/id/profil/gambaran-umum> diakses pada 04/07/20
- <https://www.starbucks.com/business/international-stores> diakses pada 26/10/2019
- <https://www.starbucks.com/responsibility/community/farmer-support/social-development-investments> diakses pada 21/06/20

<https://www.starbucks.com/responsibility/community/farmer-support/farmer-support-centers> diakses pada 20/06/20
<https://www.sustaincoffee.org/partners/starbucks> diakses pada 20/06/20