KOPI PETRUK SEBAGAI AGENSI DALAM PENGUATAN EKONOMI MASYARAKAT LERENG MERAPI

Jurnal Analisa Sosiologi
April 2019, 8(1): 79-93

Purwito Z. Rahmadi[1], Adi Rahman[2], Wahyu Hidayat[3], Ahmad M. Arrozy[4]

Abstract
Building economies based on strengthening the people's economy is absolutely essential to do. Community-based economy is the identity of the Indonesian nation. With the local economy, communities within communities will be bound together as a single economic group. That, the existing problems will be solved jointly through fair economic activity. In the formation of the local economy, it is necessary for the agent as a capable initiator. This research use case study method, with purposive sampling technique that is informant chosen or determined intentionally by researcher by using certain consideration. And informants have similarities with the nature or characteristic of the subject of this study. A Kopi Petruk as a brand of Merapi coffee business provides an alternative in strengthening the community's economy. The business activity of petruk coffee economy which focuses on social motive rather than pure economic motive, brings economic opportunity to the people of Sidorejo Village. Economic activities of coffee farming petruk involving the community in the management of Merapi coffee will be able to realize the real purpose of economic democracy in the community of Sidorejo Village.

Keywords: Economic Democracy, Agency, Coffee Petruk

Abstrak

Membagun ekonomi yang berbasis pada penguatan ekonomi masyarakat merupakan mutlak untuk dilakukan. Ekonomi yang berbasis kemasyarakatan merupakan identitas bangsa Indonesia. Dengan ekonomi lokal, bahwa komunitas di dalam masyarakat akan saling terikat sebagai suatu kesatuan kelompok ekonomi. Bahwa, permasalahan yang ada akan diselesaikan secara bersama melalui kegiatan ekonomi yang adil. Dalam pembentukan ekonomi lokal, diperluakan agen sebagai inisiator yang mampu beragensi. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, dengan teknik *purposive sampling* yaitu informan yang dipilih atau ditentukan secara sengaja oleh peneliti dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Serta Informan memiliki kesamaan dengan sifat atau karakterisitik subjek penelitian ini. Kopi Petruk sebagai merk usaha kopi merapi memberikan altenatif dalam menguatkan ekonomi masyarakat. Kegiatan usaha ekonomi kopi petruk yang menitik beratkan pada motif sosial daripada motif ekonomi secara murni, membawa peluang keadlian ekonomi pada masyarakat Desa Sidorejo. Kegiatan usaha ekonomi kopi petruk yang melibatan masyarakat dalam pengelolaan kopi merapi akan dapat

[1234]Program Studi Magister Sosiologi Universitas Sebelas Maret
[1]purwitozanuar@student.uns.ac.id

mewujudkan tercapainya tujuan dari demokrasi ekonomi secara nyata pada masyarakat Desa Sidorejo.

Kata Kuci: Demokrasi Ekonomi, Agensi, Kopi Petruk

PENDAHULUAN

Membagun ekonomi yang berbasis pada penguatan ekonomi masyarakat merupakan mutlak untuk dilakukan. Ekonomi yang berbasis kemasyarakatan merupakan identitas bangsa Indonesia. Ekonomi kerakyatan merupakan pokok utama pembangunan bangsa Indonesia. Hal tersebut telah diamantkan ke dalam Undang Undang Dasar 1945 dan Pancasila, Pasal 33 UUD 1945 yang menegaskan bahwa perekonomian Indonesia dibentuk sebagai usaha bersama berdasarkan atas asas-asas kekeluargaan. Menurut Swasono (2003) bahwa Pasal 33 UUD 1945 mengamanatkan tugas pelaksanaan cita-cita transformasi ekonomi dan transformasi sosial. kerakyatan dalam sistem ekonomi mengetengahkan pentingnya pengutamaan kepentingan rakyat dan hajat hidup orang banyak, yang bersumber pada kedaulatan rakyat atau demokrasi. Oleh karena itu, dalam sistem ekonomi nasional kita berlaku demokrasi ekonomi. Bahwa, demokrasi ekonomi dalam sistem ekonomi nasional harus berdasar pada dinamika ekonomi kerakyatan, yang bersumber dari rakyat, oleh rakyat dan untuk kesejateraan rakyat.

Untuk mencapai tujuan dari demokrasi ekonomi tersebut. Menurut Mahendra (2012), menekankan bahwa pelaksanaan dan sifat-sifat dari demokrasi ekonomi harus bertumpu pada 4 (empat) aspek. Pertama, pelaksanakan demokrasi ekonomi harus bertumpu pada kearifan lokal (*local wisdom*). Kedua, menuju kesejateraan bersama (*coolective gains*) menuntut keterlibatan segenap anggota masyarakat untuk memiliki akses terhadap sumber daya produktif guna menghasilkan kebutuhan dasar yang memadai bagi diri sendiri, keluarga, kelompok, dan masyarakat. Ketiga, keadilan distribusi (*distributional equity*) berlangsung melalui hubungan produksi dan distribusi, dimana jaringan produksi dan distribusi bersifat terbuka yang menjamin setiap anggota masyarakat dapat mengambil bagian pekerjaan dan pendapatan. Keempat, sistem perekonomian yang memprioritaskan kepentingan mayoritas anggota masyarakat.

Di Indonesia, bahwa sifat-sifat yang menjadi tujuan dari demokrasi ekonomi dalam upaya bagi masyarakat untuk mewujudkan kesejateraan masyarakat masih belum dapat dirasakan oleh segenap masyarak Indonesia. Menurut Data BPS (2017) tentang angka kemiskinan, tercata jumlah penduduk miskin di Indonesia mencapai 27,77 juta orang (10,64 persen), bertambah sebesar 6,90 ribu orang dibandingkan Tahun 2016 sebesar 27,76 juta orang (10,70 persen). Hal ini menunjukkan kesejahteraan masih belum merata bagi masyarakat di Indonesia. Perbandingan jumlah penduduk miskin antara kota dan desa di Indonesia. Bahwa tercatat persentasi penduduk miskin di daerah perkotaan selama periode September 2016-Maret 2017, naik sebanyak 188,19 ribu orang dari 10,49 juta orang pada September 2016 menjadi 10,67 juta orang pada Maret 2017. Sementara, di daerah perdesaan turun sebanak 18.129 ribu orang dari 17,28 juta orang pada September 2016 menjadi 17,10 juta orang pada maret 2017 (BPS. Thn 2017).

Perbandinga rasio antara penduduk miskin dan kaya, yang dicatat dalam INFID dan OXFAM (2017), bahwa kesenjangan antara penduduk miskin dan kaya telah terjadi ketimpangan distribusi kekayaan. Problematika ketimpangan ini, Indonesia ada pada peringkat ke-enam terburuk di dunia. Pada tahun 2016, sebayak 1 persen indivudi terkaya dari total penduduknya menguasai hampir separuh (49 persen) total kekayaan. Ketimpangan khususnya di daerah perkotaan semakin meningkat sehingga menjadi ancaman bagi masalah ketimpangan di masa depan karena Indonesia mengalami pertumbuhan urbanisasi tertinggi di Kawasan Asia. Sementara itu, jumlah petani kecil yang banyak hanya menggarap lahan kurang dari seperempat hektar, kurang akses terhadap lahan adalah faktor yang berkontribusi terhadap ketimpangan. Pada umumnya petani kecil di Indonesia menggarap rata-rata kurang dari 0,25 hektar lahan. Perbandingan yang jauh 25 kelompok perusahaan besar menguasai 51 persen dari 5,1 juta hektar perkebunan kelapa sawit di Seluruh Indonesia. Konsentrasi kepemilikan tanah dalam tangan perusahaan-perusahaan besar dan orang-orang kaya, memberikan manfaat dari kepemilikan lahan yang menumpuk pada mereka yang berada di kalangan atas, dan tidak terbagi secara merata.

Akses terhadap lahan yang tidak merata akan mendorong terjadinya ketimpangan yang lebih luas.

Di Indonesia Kemiskinan masih menjadi persoalan struktural dan kultural yang multi dimensi, mencakup di dalamnya masalah politik, sosial, ekonomi, aset dan sumberdaya alam, psikologi dan lain-lain. Secara umum masyarakat miskin adalah suatu kondisi masyarakat yang berada dalam kondisi rentan, tak berdaya, terisolasi dan tidak mampu menyampaikan aspirasinya. Kondisi tingginya ketimpangan ekonomi, akibat distribusi kekayaan yang tidak merata di dalam masyarakat Indonesia merupakan adanya ketidak sesuaian dengan tujuan dari demokrasi ekonomi. Hal ini disebabkan karena orientasi dari paradigma pembangunan ekonomi yang condong pada kapitalisme yang digerakkan oleh kekuatan pemilik modal, yang bertabiat akumulatif (pumupukan keuntungan), serta menghendaki persaingan bebas. Menurut Wiradi (khudori, 2004), bahwa ketimpangan sosial-ekonomi, mulai terjadi disebabkan oleh kebijakan orde baru yang mengambil jalan apa yang disebut *by-pass approach* (pendekatan jalan pintas), cara *By-pass approach* ini diabdikan untuk mengoperasikan strategi pembangunan yang digulirkan dengan kaidah pokok; mengandalkan bantuan asing, hutang, dan insvestasi dari luar negeri, serta bertumpu pada yang besar (*betting on the strong*). Sebagai akibatnya, penguasaan agraria bukan malah mereda, tetapi sebaliknya, makin banyak berbiak dimana-mana, disemua sektor, semua wilayah, dan melibatkan lebih banyak lapisan masyarakat. Ini terjadi karena pembangunan dipraktikkan tanpa transisi sosial (*development without social transition*). Dalam pandangan Sajogyo (Wahono. 2006) Kebijakan yang satu arah dari pemerintah kepada petani atau masyarakat desa, cenderung menciptakan kebijakan pembangunan yang berbias-urban. Kebijakan yang bias-urban adalah kebijakan yang ditentukan bukan memandang kondisi kesejahteraan petani, tetapi kepentingan yang lebih menguntungkan konsumen atau masyarakat perkotaan.

Pembangunan perekonomian yang kapitalistik dan sentralistik di masa orde baru, telah mendesak ruang gerak ekonomi lokal, dan telah memunculkan ketimpangan-ketimpangan struktural dengan penguasaan ekonomi yang terpusat pada golongan elit. Industrialisasi merupakan bagian dari proses pembangunan, di mana terdapat pemilik modal sebagai

pemegang kendali utama (Sari dan Bakhri, 2018). Bahwa, hal ini merupakan penyimpangan dari amanat Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 33 sebagai jalan bangsa Indonesia untuk mewujudkan demokrasi ekonomi. Menurut Mahbub (1971) pembangunan ekonomi harus peduli akan harkat manusia dalam lingkup moralitas ekonomi. Etika pembangunan ekonomi harus menolak homo economicus yang melahirkan akhlak homo homini lupus, menolak eksploitasi, pelumpuh¬an (*disempowerment*) dan pemiskinan (*impoverishment*) sosial-ekonomi. Apabila pembangunan ekonomi neoklasikal berorientasi pada pertumbuhan (*growth*), maka pembangunan ekonomi strukturalis lebih mengutamakan masalah redistribusi dan lapangan kerja (*employment*). Dari uraian tersebut, bahwa perubahan orientasi pembanguna ekonomi tersebut, akan lebih menguntungkan bagi pemerataan ekonomi serta terciptanya kesejahteraan bagi masyarakat.

Pembangunan ekonomi memang seharusnya ditekankan pada pencapaian distribusi ekonomi yang merata. Untuk mencapai hal tersebut, maka pembangunan ekonomi nasional harus dikembalikan kepada ekonomi lokal atau kerakyatan. Karena telah terbukti mampu bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi. Dengan ekonomi lokal, bahwa komunitas di dalam masyarakat akan saling terikat sebagai suatu kesatuan kelompok ekonomi. Bahwa, permasalahan yang ada akan diselesaikan secara bersama melalui kegiatan ekonomi yang adil. Keberagaman karaketeristik ekonomi lokal ditentukan dari karakteristik sosial budaya komunitas setempat. Menurut Hanani & Purnomo (2010), bahwa karakteristik ekonomi lokal sangat ditentukan dari letak geografis yang sangat menentukan jenis-jenis tanaman yang dibudidayakan.

Seperti sosial ekonomi komunitas masyarakat dataran rendah akan berbeda dengan komunitas masyarakat dataran tinggi. Pada komunitas masyarakat dataran rendah ditegal misalnya, dalam penelitian Bakhri (2018) Mengenai Resiprositas di Masyarakat Tegal yang merupakan salah satu Kota dan Kabupaten yang terdapat di Provinsi Jawa Tengah. Kota dan kabupaten ini terletak di daerah pantai utara (Pantura) Pulau Jawa. Sejak zaman Belanda Tegal sudah dikenal sebagai pusat perdagangan. Letak geografis yang strategis karena berada di jalur persimpangan jalan Tegal, Jakarta, Semarang dan Purwokerto membuat Tegal menjadi jalur perlintasan

yang padat di jalan pantura utara pulau Jawa. Sehingga banyak bermunculan warung pinggir jalan yang dikenal sebagai warung Tegal (warteg). Selain makanan, *warteg* juga menjual minuman teh khas Tegal yang disajikan dalam sebuah Poci.

Komunitas masyarakat dataran tinggi lereng Gunung Merapi memiliki karakterisitik sosial ekonomi yang tentunya berbeda. Karakteristik ekonomi komunitas masyarakat dataran tinggi lereng Gunung Merapi selain mengandalkan pertanian holtikultura (sayur-sayuran), juga memiliki terdapat tambang pasir tradisional yang mendatangkan *income* (pemasukan) yang besar bagi masyarakat lereng merapi. Namun, pendapatan yang besar dari hasil pertambangan pasir tradisional berdampak pada pola konsumtif bagi masyarakat lereng merapi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Arrozy, dkk (2017) tentang masyarakat konsumtif tradisional di lereng Gunung Merapi Kemalang Klaten, ditemukan bahwa Keperluan dalam kepentingan sosial dari komunitas masyarakat penambang pasir tanpa disadari sebagai kebutuhan palsu. Perubahan kebutuhan komunitas masyarakat lereng Gunung Merepi yang didapatkan akibat kenaikan pendapat (income) dari hasil penambangan pasir tradisional. Propaganda melalui iklan-iklan yang sistematis dan kontinu, terus menerus berkembang dalam komunitas masyarakat penambang pasir sebagai wujud ekspresi gaya hidup. Sehingga, dampak dari pola konsumtif dari komunitas masyarakat lereng Gunung Merapi, menyebabkan eksploitasi terus-menerus terhadap terhadap pasir di Lereng gunung Merapi. Selain itu, kesejahteraan masyarakat menjadi sulit dicapai dengan pola konsumtif yang ada di komunitas masyarakat Lereng Gunung Merapi. Bila kondisi demikian terus terjadi dan tanpa dimunculkan alternatif ekonomi baru. Maka, kerusakan lingkungan di Lereng Merapi akan semakin parah. Hal ini karena pola perilaku konsumtif masyarakat tradisional di Lereng Gunung Merapi, yang akan terus menambang pasir di lereng Gunung Merapi sebagai jalan untuk pemenuhan kebutuhan dan kepentingan yang sejatinya bukan kebutuhan pokok.

Alternatif baru untuk menumbuhkan ekonomi lokal bagi masyarakat di Desa Sidorejo Kemalang klaten. Membangkitkan kembali potensi lokal kopi merapi, dengan adanya tanam kopi yang hampir ada di semua

pekarangan milik masyarakat. Tanaman kopi yang hanya dikesampingkan tanpa nilai lebih bahkan hampir dilupakan oleh masyarakat di Desa Sidorejo Kemalang Klaten. Melalui kegiatan usaha ekonomi yang dilakukan Komunitas Radio Lintas Merapi dengan *brand merk* "Kopi Petruk". Tujuan dari usaha tersebut untuk kembali menempatkan kopi sebagai produk andalan petani di kawasan lereng gunung Merapi. bertujuan untuk menguatkan ekonomi masyarakat yang sejalan dengan kelestarian alam di Kawasan Lereng Gunung Merapi.

Untuk menganalia Kegiatan usaha ekonomi yag dilakukan Komunitas radio Lintas Merapi dalam pembuatan brand merk "Kopi Petruk", sebagai upaya penguatan ekonomi masyarakat yang tinggal di Lereng Gunung Merapi. Bahwa kegiatan usaha tersebut merupakan suatu praktik atau disenbut Agensi, menurut Giddens (2010) bahwa agensi merupakan sebuah keberlangsungan kehidupan sehari-sehari (*duree of day-to-day life*) yang dilakukan dengan sengaja. Dalam Proses agensi berkaitan dengan individu (*agen*) yang bertindak sebagai pelaku, semua proses dari agensi tidak akan terjadi tanpa peran atau tindakan agen. Proses dari agensi di dasarkan pada tindakan yang diketahui atau diyakini oleh individu atau agen sebagai pelaku, bahwa tindakannya akan menghasilkan kualitas atau hasil tertentu dan ketika pengetahuan seperti itu dimanfaatkan oleh pelaku untuk memperoleh kualitas atau hasil yang diinginkan. Hal yang harus ditekankan bahwa, agensi merupakan perbuatan/tindakan dari agen atau pelaku. Menurut (pip, jones, 2010), bahwa agensi dari Giddenss, merupakan konstiuten utama dari eksistensi utama manusia. Proses dalam agensi secara faktual berasal dari reflektifitas agen. Dari uraian di atas, Kopi petruk sebagai usaha ekonomi komunitas radio lintas merapi merupakan bagian untuk mempertahankan eksistensi tanaman kopi di Lereng Gunung Merapi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui praktik agen dalam kegiatan usaha ekonomi kopi Merapi dengan *brand merk* "Kopi Petruk".

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kulaitiatif, yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala sosial tertentu (Yulius. 2006). Pendekatan penelitian ini menggunakan model studi kasus, menurut (Yin, 2000) menyatakan bahwa penelitian studi kasus adalah penelitian yang dilakukan terhadap suatu obyek yang disebut sebagai kasus yang dilakukan secara seutuhnya, karena dengan sudi kasus dapat dimungkinkan dialog antara peneliti dengan yang diteliti. Menurut Herdiansyah (2010), penelitian studi kasus adalah kejadian atau peristiwa, situasi, proses, program dan kegiatan. Kasus di dalam penelitian studi kasus bersifat kontemporer, masih terkait dengan masa kini, baik yang sedang terjadi, maupun telah selesai tetapi masih memiliki dampak yang masih terasa pada saat dilakukannya penelitian. Dengan demikian penelitian ini lebih mengarah pada proses dan kegiatan yang masih terjadi mengenai usaha ekonomi kopi Merapi brand merk "Kopi Petruk". Dimana, kegiatan usaha ekonomi ini berupaya menularkan pemahaman arti penting kelestarian lingkungan Lereng Gunung Merapi, dan bukan sekedar profit ekonomi. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2016, dengan fokus pada kegiatan usaha ekonomi kopi *brand merk* "Petruk Merapi".

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Lokasi Penelitian

Usaha produksi Kopi *brand merk* Kopi Pteruk teletak di Desa Sidorejo Kecamatan Kemalang kabupaten Klaten. Desa Sidorejo merupakan salah satu desa di Jawa Tengah yang terletak Kecamatan Kemalang Kabupaten Klaten dengan batas desa : sebelah utara : Taman Nasional Gunung Merapi TNGM; sebelah Timur : Desa Tegalmulyo, Desa Tlogowatu; sebelah Selatan : Desa Kendalsari, Desa Bumiharjo; sebelah Barat : Desa Balerante/Kali Woro. Secara geografis terletak ketinggian 900 DPL (Di atas Permukaan laut). Dengan ketinggian tersebut, membuat Desa Sidorejo menjadi cocok untuk tanaman komoditas kopi.

Karakterisitik sosial Ekonomi Desa Sidorejo

Mayoritas penduduk di Desa Sidorejo, bermata-pencaharian sebagai petani sayur sayuran, dengan cara pengolahan lahan yang intensif untuk mempercepat hasil panen petani. Berbagai Sayuran ditanam secara tumpang sari oleh petani, yang ditanam di sela-sela tanaman utama. Cara menanam dengan tumpang sari dilakukan petani selain untuk mensiasati keterbatasan lahan juga untuk mempendek waktu tunggu panen tanaman utama.

Selain bertani, masyarakat desa Sidorejo juga banyak yang bekerja sebagai penambang pasir. Potensi pasir yang melimpah dari gunung Merapi merupakan kuntungan tersendiri bagi masyarakat Desa Sidorejo. Selain itu bekerja sebagai penambang pasir juga menghasilkan pendapatan harian yang menggiurkan. Terutama saat fisik masih muda dan sehat. Seperti dikutip dalam wawancar dari bpk. Marsono (tokoh masyarakat):

> "Pemuda pemuda yang sekolah masih ada, ada pemuda yg kerja keluar. Ada yang putus sekolah lalu kerja di tambang pasir bisa dapat 500.000 . nambang pasir di kali Merapi. Kalau banjir pasir bisa dapat 1000.000. pasir dihitung per truk dengan kisaran 500.000. kalo orang yang sehat kuat bisa satu truk isi sendiri" (19 Desember 2016).

Potensi besar dari tambang pasir Gunung Merapi dan keutungan bekerja di dalamnya. Cepat atau lambat telah sedikit demi sedikit merubah kontruktsi masyarakat yang tradisonalis menjadi masyarakat konsumtif. Uang menjadi barometer atau alat ukur baru dalam relasi dikehidupan masyarakat.

Bahwa, karakterisitik sosial ekonomi pada masyarakat di Desa Sidorejo tidak jauh berbeda dengan desa-desa dataran tinggi lainnya di Pulau jawa. Bentang alam dari lereng gunung Merapi yang tampak kehijauan yang sangat asri. Hanya saja, perbedaan mecolok pada potensi pasir merapi yang menjadi andalan bagi keberlangsungan ekonomi masyarakat merapi.

Kopi Petruk sebagai jalan alternatif ekonomi masyarakat Desa Sidorejo

Kegiatan Usaha ekonomi alternatif bagi masyarakat di Desa Sidorejo, untuk menambah tingkat kesejahteraan masyarakat melalui produksi kopi merapi. Inisiator atau penggagas usaha ekonomi ini dirintis oleh Bapak Sukiman Mohtar Pratomo pada tahun 2014. Belalui berupaya menjadikan kopi dari yang semula hanya tanaman sampingan di tegalan masyarakat menjadi salah satu produk andalan warga di Desa Sidorejo.

Sentra Usaha Ekonomi Bersama masyarakat

Motif-motif sosial lebih dominan dalam kegiatan usaha ekonomi kopi merapi *brand merk* "Kopi Petruk" Dalam setiap aktivitas produksi kopi mulai dari awal hingga akhir proses produksi, lebih ditekankan pada aspek kebersamaan dan kekeluargaan. Dalam imajinasi bapak Sukiman yang menjadi inisiator usaha kopi merapi, kedepannya masyarakat secara bersama-sama akan mengolah kopi merapi di rumah masing-masing. Pengolahan kopi merapi yang dilakukannya akan secara bertahap diikuti dan dipelajari oleh masyarakat di sekitar tempat tinggalnya. Harapan atau keinginan tersebut di ungkapkan oleh bapak Sukiman dalam wawancara:

> "Membayangkan nanti kalau warga memliki alat dan membuat kopi seperti ini. Ya model e gitu, harapan saya warga itu bisa sendiri" (6 desember 2016).

Bahwa dalam usaha kopi merapi motif-motif ekonomi untuk memonopili atas penguasaan komoditas kopi merapi bukanlah tujuan dari kegiatan usaha ekonomi produksi kopi *brand merk* "kopi Petruk". Keuntungan ekonomi dari penjualan kopi petruk dan nama besar kopi petruk harus menjadi kebanggaan warga desa Siderejo. Tujuan dari usaha kopi ini, untuk menjadikan petani dan produsen kopi harus sama-sama diuntungkan dalam usaha kopi merapi ini.

Pengenalan dan Pemasaran Kopi Merapi

Kopi Merapi *brand merk* "Kopi Petruk" bukanlah perusahaan dengan modal besar yang mampu mengiklankan kopi produk andalannya di media

masa agar cepat dikenal secara luas. Kopi Merapi *brand merk* "Kopi Petruk", hanya dikenalkan secara mulut-kemulut melalui jaringan komunitas lintas merapi. Kopi Merapi tersebut juga dikenalkan melalui suguhan gratis kepada tamu yang datang ke sekretariatan Komunitas radio lintas merapi. Pemasaran kopi merapi secara getok tular, dimaksudkan kepada konsumen untuk membeli dengan hati bukan atas transaksi pertukaran uang semata. Penghargaan bukan sekedar atas nilai-nilai uang, agar rasa kemanusian kembali tumbuh dalam aktifitas ekonomi masyarakat.

Perawatan Kopi Merapi

Orientasi usaha ekonomi kopi merapi yang menekankan pada keberlanjutan dalam menjaga dan melestarian alam Gunung Merapi. Maka, perawatan dari kopi-kopi yang ditanam di lahan (tegalan) masyarakat di rawat secara organik. Hal ini diungkapkan bpk. Sukiman:

> "Kopi sini tidak ada yang disemprot, pupuk hanya di tletong (kotoran sapi) dan masih alami menyerap unsur dari alam Merapi" (6 desember 2016).

Dengan perawatan kopi secara alami memberikan nilai tambah kepada kopi merapi, hal ini menjadi pembeda dari tanaman kopi di perkebunan-perkebunan besar.

Rasionalitas agen tentang Kopi Merapi

Bapak Sukiman sebagai inisiator merasa optimis terhadap usaha ekonomi kopi merapi akan mampu mengakat ekonomi masyarakat di Desa Sidorejo ini. Dalam Perhitungan beliau, mengenai keberadaan kopi merapi yang tidak kalah beda kualitasnya dengan kopi-kopi daerah lain. Dengan kondisi alam yang mendukung serta pengelolaan yang tepat kopi merapi akan memiliki kualitas yang terbaik. Walaupun bukan sebuah perkebunan besar, tanaman kopi merapi yang ditanam masyarakat sebagai tanaman sampingan dengan rata-rata setiap kebun memiliki 50 pohon. Dengan padangan yang optimis dalam melihat peluang kopi merapi, dan kegigihan dalam berusaha supaya masyarakat petani dapat tambahan penghasilan yang besar melalui tanaman kopi yang ditanam di pekarangan (tegalan) milik masyarakat sendiri.

> "Tapi bagaimana caranya pohon dikit Cuma samben tapi dapat uang yang banyak. Disini bagaimana caranya yang untung petani, bukan yng klewatan (pedagangnya) yang untung tapi petaninya"(6 Desember 2016).

Bahwa dalam kegiatan usaha ekonomi kopi merapi ini, tujuannya adalah untuk mencapai kesejahteraan secara bersama-sama, tanpa ada yang dirugikan dalah satu pihak manapun.

Kopi Merapi dan Reflektifitas agen

Refleksifitas agen dalam praktik usaha ekonomi kopi merapi, didapatkan dari pengalaman agen serta pengamatan terhadap lingkungan sosial tempat tinggal agen. hal ini mengacu pada pengamtan agen tentang perubahan perilaku masyarakat yang semakin konsumtif, karena besarnya pendapatan (*income*) yang diterima dari pekerjaan sebagai penambang pasir. Pendapatan (*income*) yang besar, dalm pengamatan agen tidak menjadi kesejateraan dan ketentraman batin. Agen merefleksikan, bahwa pendapatan yang tinggi menjadikan semakin konsumtif. Dari pengalaman agen bahwa kecenderungan pekerja yang ada mendapatkan uang secara rutinan, itu yng menjadi racun. Karena yang dibutuhkan uang dan dihabis di malam minggu. Saat tindakan tersebut terus berulang dan menciptakan perilaku koncumtif. Hal ini ditemukan dalam penelitian dari Arrozy, dkk (2017) bahwa akibat pendapatan yang besar dari tambang pasir, menyebabkan masyarakat berperilaku konsumtif.

Indentitas tujuan Usaha Kopi Merapi

Hadirnya berbagai jenis kopi di Indonesia yang mampu dikenal dunia, mendorong Bpk. Sukiman dan Komunitas radio Lintas Merapi untuk membentuk identitas kopi merapi dengan *brand merk* "kopi Petruk". Konsistensi agen untuk terus memperkenalkan kopi petruk sebagai kopi merapi, dapat diamati dari perilaku dan sikap agen kepada tamu yang datang ke tempat tinggalnya, dan menawarkan kopi merapi hasil produksi sendiri kepada tamu

Dengan mejaga identitas kopi petruk sebagai kopi merapi, melalui aktivitas dimanampu agen untuk memperkenalkan kepada khalayak umum

baik ditempat tinggalnya maupun keluar daerah. Dengan begitu indentitas tersebut tidak akan hilang dan terlupakan. Dalam wawancara diungkapkan mengenai kehendak bapak Sukiman untuk membentuk identitas kopi merapi:

> "Dari hal hal kecul kita awalai untuk menjadi identitas kita sendiri yang jawa jadi jawa yang sumatra jadi sumatra" (6 Desember 2016).

Dengan suatu identitas kopi petruk sebagai kopi merapi, akan menjadikan kopi petruk mudah diingat dan dikenali oleh khalayak umum penikmat kopi. Serta mampu mengangkat kopi rakyat dari Lereng Merapi.

KESIMPULAN

Pembangunan ekonomi memang seharusnya ditekankan pada pencapaian distribusi ekonomi yang merata. Untuk mencapai hal tersebut, maka pembangunan ekonomi nasional harus dikembalikan kepada ekonomi lokal atau kerakyatan. Karena telah terbukti mampu bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi. Dengan ekonomi lokal, bahwa komunitas di dalam masyarakat akan saling terikat sebagai suatu kesatuan kelompok ekonomi. Bahwa, permasalahan yang ada akan diselesaikan secara bersama melalui kegiatan ekonomi yang adil.

Kopi Petruk sebagai merk usaha kopi merapi memberikan altenatif dalam menguatkan ekonomi masyarakat. Kegiatan usaha ekonomi kopi petruk yang menitik beratkan pada motif sosial daripada motif ekonomi secara murni, membawa peluang keadlian ekonomi pada masyarakat Desa Sidorejo. Kegiatan usaha ekonomi kopi petruk yang melibatan masyarakat dalam pengelolaan kopi merapi akan dapat mewujudkan tercapainya tujuan dari demokrasi ekonomi secara nyata pada masyarakat Desa Sidorejo. Melalui identias kopi petruk sebagai kopi merapi, akan menjadikan Desa Sidorejo dikenal sebagai daerah yang memproduksi kopi.

DAFTAR PUSTAKA

Arrozy, dkk (2017). *Masyarakat Konsumtif Tradisional (Studi Fenomenologi Terhadap Penambang Pasir).* Surakarta: Makalah Sosiologi Ekonomi Program Magister Sosiologi Universitas Sebelas Maret.

Bakhri, S. (2018). RESIPROSITAS DALAM SUNAT POCI DAN MANTU POCI MASYARAKAT TEGAL. *Jurnal Analisa Sosiologi*, *7*(1).

BPS, 66/07/Th. XX, 17 Juli 2017.

BPS. Sensus Pertanian tahun 2013.

Giddens, Anthony. 1991. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late.*

Giddens, Anthony. 2010. *TEORI STRUKTURASI Dasar-Dasar Pembentukan Struktur Sosial Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hanani, Nuhfil, dan Mangku Purnomo. 2010. *Perubahan Struktur Ekonomi Lokal*. Malang: Universitas Brawijaya Press.

Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.

INFID & OXFAM, *Menuju Indonesia Yang Lebih Setara laporan Ketimpangan Indonesia*. 2017.

Jones,Pip. 2010. *Pengantar Teori-Teori Sosial Dari Fungsionalisme hingga Post- modernisme.* Jakarta: yayasan Pustaka Obor Indonesia.

K.Yin, Robert.2000. *Studi Kasus*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Khudori. 2004. *Neoliberalisme Menumpas Petani*: Menyingkap kejahatan Industri Pangan. Yogyakarta: Resist Book.

Mahbub ul Haq *"... we were tought to take care of GNP as this will take care of poverty. Let us reverse this and take care of the poverty*…" (yang dimaksud melalui employment, pen.) as this will take care of GNP", lihat Mahbub ul Haq, "*Employment and Income Distribution in the 1970's: A New Perspective*", *Development Digest, October* 1971, hlm. 7.

Sajogyo, ed: Wahono, Francis, dkk. 2006. *Ekososiologi Deideologisasi Teori, Restrukturasi Aksi (Petani dan Perdesaan Sebagai kasus Uji).* Yogyakarta: Cindelaras Pustaka rakyat Cerdas.

Sari, W. T., & Bakhri, S. (2018). STRATEGI DAN TANTANGAN PENGRAJIN LURIK KEMBANGAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA INDUSTRI LURIK DI YOGYAKARTA. *EQUILIBRIA PENDIDIKAN: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, *2*(1), 11-18.

Slamet, Yulius. 2006. *Metode Penelitian Sosial*. Surakarta: UNS Press.

Swasono, Sri-Edi. 2003. *Kemandirian Ekonomi: Menghapus Sistem Ekonomi Subordinasi Membangun Ekonomi Rakyat*. Bukittinggi: diajukan dalam Kongres Kebudayaan V.

Wahyucahyani, Nurrohmawati. Vol. 5 (2) 2016. *Unit Usaha Ekonomi Produktif Di Panti Sosial Hafara (Pendidikan Karakter Kewirausahaan Pada Anak Asuh).* Surakarta: Jurnal Analisa Sosiologi UNS.

Wijaya, Mahendra. Mei 2012. *Demokrasi Ekonomi Lokal*. Yogyakarta: Jurnal pemikiran Sosiologi Volume 1 No.1. UGM.