



MODAL SOSIAL PETANI KOPI SEBAGAI UPAYA MEMUTUS MATA RANTAI TENGGULAK KOPI DI
DESA PETARANGAN
KECAMATAN KLEDUNG KABUPATEN TEMANGGUNG
Hendro Prasetyo Sulistyono, Dr. Silverius Djuni Prihatin, M.Si.

Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

MODAL SOSIAL PETANI KOPI SEBAGAI UPAYA MEMUTUS MATA RANTAI TENGGULAK KOPI DI DESA PETARANGAN KECAMATAN KLEDUNG KABUPATEN TEMANGGUNG

Hendro Prasetyo Sulistyono

Magister Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan
Universitas Gadjah Mada, Indonesia

E-mail : hendroprasetyosulistyono@mail.ugm.ac.id

ABSTRAK

Indonesia menempatkan kopi sebagai komoditas unggulan hasil pertanian sub sektor perkebunan. Jawa Tengah menyumbang 26.179 ton total produksi kopi pada tahun 2020. Kabupaten Temanggung sebagai salah satu daerah produsen kopi dengan produksi 11.126 ton kopi. Perkebunan kopi di Kecamatan Kledung, Temanggung merupakan perkebunan rakyat yang dikelola mandiri dan terkendala akses pasar. Rantai pemasaran yang panjang serta adanya *market power* yang dimiliki oleh perantara menjadi penyebab munculnya kesenjangan harga dalam rantai pemasaran (Juliaviani *et al* 2017). Petani cenderung tidak mampu merespon transformasi pasar namun memiliki peluang jika petani bergerak secara kolektif (Markelova & Mwangi, 2010; Mutonyi, 2019). Relasi kopi di dominasi oleh interaksi antara petani kopi dan tengkulak. Petani kopi memiliki keuntungan dengan mendapatkan pembayaran hasil panen kopi sebelum masa panen. Petani kopi kesulitan mengakses pasar dan kemampuan dalam peningkatan kualitas kopi. Penelitian bertujuan mengetahui manifestasi petani kopi dalam membentuk kelompok kolektif, menggunakan teori modal sosial Robert Putnam dengan metode kualitatif deskriptif untuk melihat fenomena. Perkembangan modal sosial mendorong keterikatan, menjembatani dan menghubungkan. Petani kopi memiliki modal untuk memutus mata rantai tengkulak kopi. Modal sosial khususnya jejaring sosial (*networks*), norma bersama (*norms*), dan kepercayaan (*trust*) berfungsi sebagai mekanisme sosial ekonomi dalam memperkuat posisi petani. Modal sosial tersebut awalnya lebih berfungsi dalam ranah sosial dan belum dimanfaatkan secara optimal untuk kepentingan ekonomi. Pembentukan Petarangan Farm menjadi momentum penting dalam proses institusionalisasi modal sosial, di mana jejaring sosial berkembang menjadi jaringan ekonomi, norma sosial bertransformasi menjadi standar kualitas produksi, dan kepercayaan antarpetani menjadi dasar kerja kolektif dalam pemasaran kopi. Melalui mekanisme *networks–norms–trust* sebagaimana dirumuskan oleh Robert Putnam, petani memperoleh alternatif saluran pemasaran, harga berbasis kualitas, serta transparansi transaksi. Keberadaan Petarangan Farm memperpendek rantai distribusi, meningkatkan posisi tawar petani, dan menggeser relasi ekonomi dari pola asimetris menuju kemitraan kolektif yang lebih setara serta memperlihatkan bahwa modal sosial sebagai manifestasi petani kopi dalam membentuk kolektifitas untuk memutus mata rantai tengkulak kopi di Desa Petarangan, Kecamatan Kledung, Kabupaten Temanggung.

Kata Kunci : petani kopi, tengkulak, modal sosial, kelompok kolektif



COFFEE FARMERS' SOCIAL CAPITAL AS AN EFFORT TO BREAK THE MIDDLEMEN CHAIN IN PETARANGAN VILLAGE, KLEDUNG SUB-DISTRICT, TEMANGGUNG REGENCY

Hendro Prasetyo Sulistyono

Magister Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan
Universitas Gadjah Mada, Indonesia

E-mail : hendroprasetyosulistyono@mail.ugm.ac.id

ABSTRACT

Indonesia considers coffee as one of the leading commodities in the plantation subsector. Central Java contributed 26,179 tons to national coffee production in 2020, with Temanggung Regency as one of the main producing areas, reaching 11,126 tons. Coffee plantations in Kledung District, Temanggung Regency, are predominantly smallholder-managed and face limited market access. Long marketing chains and the market power of intermediaries contribute to price disparities within the coffee value chain (Juliaviani et al., 2017). Farmers tend to have limited capacity to respond to market transformations but possess opportunities to improve their bargaining position through collective action (Markelova & Mwangi, 2010; Mutonyi, 2019). Coffee trading relations are dominated by interactions between farmers and middlemen. While farmers benefit from advance payments before harvest, they face difficulties in accessing markets and improving product quality. This study aims to examine the manifestation of social capital among coffee farmers in forming collective groups as an effort to break the middlemen-dominated marketing chain. Guided by Robert Putnam's social capital theory, this research employs a descriptive qualitative method. The findings indicate that the development of social capital fosters bonding, bridging, and linking relationships. Social capital functions as a socio-economic mechanism in strengthening farmers' bargaining power through social networks, shared norms, and mutual trust. Initially, social capital mainly operated in the social sphere and had not been optimally utilized for economic purposes. The establishment of Petarangan Farm marked a critical moment in the institutionalization of social capital, transforming social networks into economic networks, social norms into production quality standards, and trust into the foundation of collective marketing practices. Through the networks–norms–trust mechanism, farmers gained alternative marketing channels, quality-based pricing, and transaction transparency. The presence of Petarangan Farm shortened distribution chains, enhanced farmers' bargaining position, and shifted economic relations from asymmetric patterns toward more equitable collective partnerships.

Keywords : *coffee farmers, middlemen, social capital, collective group*