

Pola Komunikasi Pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam Pembinaan Petani Kopi Lokal

¹Ganesha Luhung, ²Dadan Mulyana

^{1,2}*Prodi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

e-mail: ¹ganeshaluhung@gmail.com, ²dadanmulyana95@yahoo.com

Abstrak. Komunikasi yang merupakan penyampaian pesan dari komunikor ke komunikan terjadi juga pada sebuah organisasi yang juga terjadi penyampaian pesan dari atasan kepada bawahan untuk mencapai kepentingan organisasi yang disepakati bersama. Ini terjadi pada pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam pembinaan petani kopi lokal daerah Kabupaten Garut. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui gaya komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam pembinaan kualitas produk, untuk mengetahui teknik komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam pembinaan pemasaran produk dan mengetahui alur komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam membangun kolaborasi antara koperasi dengan petani kopi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil dari pembahasan tentang gaya komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam pembinaan kualitas produk pimpinan bersikap partisipatif sehingga terjalin kedekatan emosional dengan petani, teknik komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam pembinaan pemasaran produk menggunakan teknik persuasi, alur komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam membangun kolaborasi antara koperasi dengan petani kopi melalui *Downward Communication* berupa kebijakan melestarikan hutan lereng gunung agar ekosistem yang ada di hutan terjaga. Kesimpulannya dari ketiga poin pembahasan tersebut dapat memperlihatkan pola komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans efektif dalam pembinaan petani kopi lokal.

Kata kunci : Pimpinan koperasi dengan petani kopi, komunikasi organisasi, pola komunikasi, pengorganisasian, komunikasi atas-bawah.

Abstract. Communication that is delivering a message from a communicator to a communicant also happens in an organization where there are messages transferred from bosses to assistants to achieve the agreement of organization interests. It happened in the development of local coffee farmers by the Management of "Klasik Beans" Cooperative Company in Garut, West Java. The purpose of this study is to determine the communication style of Leadership of "Klasik Beans" Cooperative in coaching the quality of products, to learn the leader's communication techniques in coaching product marketing, and to learn the leader's communication plot in establishing collaboration between Cooperative and coffee farmers. This research used a qualitative method with case study approach. The result of this research is that the Leader of "Klasik Beans" Cooperative uses *participative* communication style with the farmers in maintaining the quality of the product so that there is emotional closeness involved. The Leader uses *persuasive* communication techniques in developing the marketing of products. The Leader also uses "Downward Communication" plot to communicate with the coffee farmers in building collaboration between Cooperative and farmers through policies such as conserving the mountain slope's forest in order to maintain the forest's ecosystems. The conclusion of the three points in this discussion may reveal the effectiveness of communication pattern of the "Klasik Beans" Cooperative's Leader in developing the local coffee farmers.

Keywords: Cooperative's Leader, coffee farmers, organizational communication, communication patterns, organizing, top-down communication.

A. Pendahuluan

Indonesia mampu berada 5 besar penghasil kopi dunia dan bersaing dengan Negara penghasil kopi lain seperti ; Brazil, Costa Rica, USA. Tetapi, produktivitas kopi di Indonesia masih belum mencapai target. Permintaan pasar yang besar masih belum mampu dibendung oleh Indonesia. Ini yang akan membuat Indonesia akan

kalah bersaing dengan negara penghasil kopi lain yang mampu memenuhi permintaan kopi dunia. Berbagai faktor menyebabkan hal ini mulai dari peralatan produksi kopi yang kurang menunjang dalam produksi skala besar sampai masih terdapat petani kopi yang menggunakan cara dan metode tradisional. “Keberhasilan pertanian kopi di Indonesia harus mendapat perhatian dari pihak yang terlibat mulai dari proses pengolahan sampai pemasaran komoditi kopi Indonesia. Dalam upaya peningkatan produktivitas dan mutu kopi harus terus dilakukan sehingga daya saing kopi di Indonesia dapat bersaing dengan pasar kopi dunia” (Rahardjo, 2012:12). Di tengah wacana tentang produk kopi Indonesia yang kurang mampu bersaing dengan negara penghasil kopi lain dari sektor produktivitas sudah mulai ditanggulangi dan menjadi fokus bersama dalam memperbaikinya. Gerakan ini nyata dilakukan di daerah Garut dimana terbentuk sebuah organisasi yang mewadahi dan mengakomodir pergerakan produksi kopi lokal. Pembinaan terhadap petani adalah sebuah langkah yang sangat dibutuhkan dalam penanganan masalah ketimpangan pengetahuan petani kopi yang masih menganut sistem pertanian tradisional. Ini memerlukan pola komunikasi yang akurat dari pihak pimpinan dalam menentukan pola komunikasi yang diterapkan kepada para petani yang memang harus ada penyesuaian karakter dengan para petani setempat. Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap **“Pola Komunikasi Pimpinan Koperasi Klasik Beans Dalam Pembinaan Petani Kopi Lokal”**.

B. Landasan Teori

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori pengorganisasian yang di populerkan oleh Weick yang menurutnya proses pengorganisasian menghasilkan apa yang dinamakan organisasi. “Weick memandang struktur sebagai aktivitas dan lebih spesifik lagi, sebagai aktivitas komunikasi. Struktur organisasi ditentukan oleh perilaku-perilaku yang saling bertautan. Menurut konsep Weick, suatu sistem jelas bersifat manusiawi. Manusia tidak hanya menjalankan organisasi; manusia merupakan organisasi tersebut” (Pace dan Faules, 2005: 79)

Weick (dalam Ruliana, 2014: 59) menyebutkan tiga tahap utama dalam proses pengorganisasian, yaitu:

- a. Tahap pemeranan, secara sederhana berarti para anggota organisasi menciptakan ulang lingkungan mereka dengan menentukan dan merundingkan makna khusus bagi suatu peristiwa.
- b. Tahap seleksi, aturan-aturan dan siklus komunikasi digunakan untuk menentukan dan merundingkan makna khusus bagi suatu peristiwa.
- c. Tahap retensi, memungkinkan organisasi menyimpan informasi mengenai cara berorganisasi tersebut memberi respons atas pelbagai situasi.

Pengertian marketing mix menurut pakar marketing dunia yaitu Kotler dan Armstrong pada tahun 1997 (dalam berbunyi :

“Marketing mix as the set of controllable marketing variables that the firm bleeds to produce the response it wants in the target market”

(Marketing Mix adalah sekumpulan variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan, yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam target pemasaran)

Marketing Mix sendiri didalamnya terdapat beberapa elemen marketing kalau jaman dahulu dikenal dengan unsur **4P**, namun seiring berkembangnya jaman dikenal juga dengan istilah **7P** artinya ada penambahan **3P**.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan latar belakang situasi yang telah diuraikan maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut “Pola Komunikasi Pimpinan Koperasi Klasik Beans Dalam Pembinaan Petani Kopi Lokal”. Selanjutnya, pertanyaan besar dalam rumusan permasalahan ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut :

1. Bagaimana gaya komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam pembinaan kualitas produk?
2. Bagaimana teknik komunikasi yang diterapkan pimpinan koperasi Klasik Beans dalam pembinaan pemasaran produk?
3. Bagaimana alur komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam membangun kolaborasi antara petani kopi lokal dengan Koperasi?

Dari hasil penelitian keempat rumusan masalah tersebut dijelaskan lebih terperinci sebagai berikut :

Komunikasi yang dilakukan pimpinan koperasi bermaksud mempengaruhi para petani agar mereka mau mengikuti prosedur budidaya kopi yang diterapkan Koperasi Klasik Beans agar tercapai kualitas kopi terbaik sebagai nilai jual kepada konsumen. Sangat berkaitan dengan pengertian tujuan komunikasi organisasi dari Koontz.

Penjelasan lain dari Liliweri (dalam Ruliana, 2014:24) menyatakan bahwa ada empat tujuan komunikasi organisasi yakni:

1. Menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat
2. Membagi informasi
3. Menyatakan perasaan dan emosi
4. Melakukan koordinasi

Jiwa kepemimpinan yang ada pada diri Bapak Hamzah pun mencerminkan bahwa dia adalah pemimpin yang situasional. Maka Bapak Hamzah cocok dengan gaya kepemimpinan *partisipatif*. “Gaya *partisipatif* ditandai oleh pemimpin dan anak buah yang bersama-sama terlibat dalam pembuatan keputusan melalui komunikasi dua-arah yang sebenarnya. Pemimpin lebih banyak terlibat dalam pemberian kemudahan karena anak buahnya memiliki kemampuan dan pengetahuan untuk menyelesaikan tugasnya”(Pace dan Faules, 2005:287).

1. Melihat pembinaan pemasaran yang dilakukan Koperasi Klasik Beans kepada petani sudah mewakili beberapa elemen dari teori *marketing mix*. Seperti segi produk yang mendapat perhatian penuh dari tingkat kualitasnya melalui pembinaan kualitas produk kopi yang merupakan program rutin koperasi untuk tetap mengontrol kualitas kopi yang diperjual-belikan. Kualitas kopi yang dijaga sangat mempengaruhi pemasaran produk tersebut karena nilai dari kopi adalah tingkat cita rasa yang menjadi unggulan sehingga menjaga target pasar tetap stabil. Peneliti melihat bahwa teknik komunikasi yang digunakan oleh pimpinan Koperasi Klasik Beans adalah teknik komunikasi persuasif. Pimpinan terjun langsung untuk melibatkan diri dalam pembinaan petani dengan langsung bertatap muka dengan mereka. Pendekatan secara persuasif yang dilakukan oleh pimpinan para petani merasa sangat dipedulikan dan diayomi oleh pimpinan koperasi dan menjadi tidak berjarak diantara keduanya.
2. Menjadikan para petani kopi menjadi mitra koperasi adalah bentuk pengorganisasian yang dilakukan oleh pimpinan koperasi karena sesuai dengan

kutipan Weick di atas menunjukkan bahwa pengorganisasian yang dilakukan oleh pimpinan koperasi adalah menempatkan peran petani kopi dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat sekaligus menjaga kelestarian hutan gunung. Suatu bentuk pembinaan terhadap petani pun yang dapat dilihat dari kegiatan penyuluhan kepada para petani kopi dapat dikaitkan dengan teori komunikasi ke bawah (*Downward Communication*). Karena dalam menentukan pola komunikasi terdapat dua jaringan komunikasi yaitu formal dan informal. Salah satu dari jaringan komunikasi formal itu adalah komunikasi ke bawah. Hal ini diterapkan oleh pimpinan agar sebuah informasi berupa gagasan yang diterapkan pimpinan mampu diserap oleh para petani dan dimengerti oleh petani maksud dan tujuannya. Komunikasi ke bawah dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari jabatan berotoritas lebih tinggi kepada mereka yang berotoritas lebih rendah. Ada lima jenis informasi yang biasa dikomunikasikan dari atasan kepada bawahan menurut Katz & Kahn (dalam Pace dan Faules, 2005: 185):

1. Informasi mengenai bagaimana melakukan pekerjaan
2. Informasi mengenai dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan
3. Informasi mengenai kebijakan dan praktik-praktik organisasi
4. Informasi mengenai kinerja pegawai
5. Informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas.

D. Kesimpulan

1. Gaya komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans berpengaruh dari gaya kepemimpinan yang dimiliki. Menjadi pimpinan yang situasional dan bersikap partisipatif membuat ketedekatan emosional antara pimpinan dengan petani serta pimpinan sudah memenuhi tujuan dari komunikasi organisasi. Segala bentuk pembinaan mengenai peningkatan kualitas produk sangat bisa diterima oleh para petani kopi
2. Teknik komunikasi pimpinan menggunakan teknik persuasif dalam membina petani dari segi pemasaran produk. Pimpinan memberikan arahan untuk petani dapat melihat peluang pasar. Keterbukaan pimpinan atas pasar global membuat petani merasa bebas untuk menentukan sikap terhadap pasar yang ada pada komoditi kopi. Mengenai pembinaan pemasaran kebijakan pimpinan erat kaitannya dengan pendekatan *marketing mix*. 7p yang ada dalam teori tersebut hampir semua pimpinan penuhi.
3. Alur komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans dalam membangun kolaborasi petani kopi lokal dengan koperasi dimulai dari pembentukan koperasi, penerimaan petani sebagai mitra koperasi, pecanangan program pembinaan, pembinaan dijadikan media untuk mengkomunikasikan visi misi Koperasi Klasik Beans dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus penyelamatan hutan lereng gunung Jawa Barat. Jawaban atas tiga pertanyaan penelitian memperlihatkan suatu proses komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans yang konsisten dan dilakukan secara berulang-ulang. Terbentuklah pola komunikasi pimpinan Koperasi Klasik Beans yang efektif dalam upaya pembinaan petani kopi lokal yaitu komunikasi.

Daftar Pustaka

- Rahardjo, Pudji. 2012. Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Ruliana, Poppy. 2014. KOMUNIKASI ORGANISASI : Teori dan Studi Kasus. Jakarta: RajaGafindo Persada.
- Pace dan Faules terjemahan Mulyana. 2005. KOMUNIKASI ORGANISASI Strategi

Meningkatkan Kinerja Perusahaan. Bandung: Rosdakarya