

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis merupakan sebuah sistem yang dinamis dan terintegrasi, di mana kolaborasi antar berbagai pihak menjadi fondasi utama dalam penciptaan nilai. Dalam ekosistem ini, setiap entitas, mulai dari produsen yang menghasilkan produk atau layanan hingga konsumen yang memanfaatkannya, memainkan peran krusial. Interaksi yang terjalin tidak sekadar transaksi komersial, melainkan juga mencakup aspek inovasi, persaingan yang sehat, serta kemampuan untuk beradaptasi terhadap perubahan tren dan dinamika pasar yang terus bergerak.

Meskipun tujuan utama sebuah bisnis seringkali terfokus pada perolehan keuntungan finansial, dampaknya meluas jauh melampaui sekadar kepentingan pemilik modal. Bisnis yang berhasil tidak hanya mengakumulasi kekayaan secara individual, tetapi juga menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Melalui penciptaan lapangan kerja, bisnis memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan mereka. Dengan demikian, kontribusi bisnis terhadap kemajuan sosial dan ekonomi menjadi signifikan.

Bisnis memiliki peran sentral dalam memenuhi beragam kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa yang berkualitas. Dorongan untuk memenuhi permintaan pasar memicu inovasi dan pengembangan produk-produk baru yang lebih efisien, efektif, dan sesuai dengan perkembangan zaman. Persaingan antar pelaku bisnis juga menjadi katalisator untuk peningkatan kualitas produk dan layanan, sehingga konsumen pada akhirnya diuntungkan dengan pilihan yang lebih beragam dan berkualitas.

Dengan demikian, bisnis tidak hanya sekadar aktivitas ekonomi, melainkan juga sebuah kekuatan sosial yang memiliki potensi besar untuk menciptakan perubahan positif. Melalui interaksi yang cerdas, inovasi yang berkelanjutan, dan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat, dunia bisnis memainkan peran yang tak tergantikan dalam

membangun masa depan yang lebih baik dan lebih sejahtera bagi semua pihak yang terlibat.

Industri kopi saat ini tengah menunjukkan geliat yang luar biasa dan menjadi salah satu sektor yang sangat dinamis. Dalam beberapa dekade terakhir, lanskap dunia perkopian telah mengalami evolusi yang signifikan. Dahulu sekadar minuman pahit, kini kopi bertransformasi menjadi komoditas global dengan jutaan penggemar setia di berbagai penjuru dunia. Ekspansi konsumsi kopi yang pesat ini didorong oleh beragam faktor, termasuk perubahan gaya hidup masyarakat modern, meningkatnya pemahaman akan potensi manfaat kesehatan kopi, serta inovasi yang terus-menerus dalam metode penyajian dan pengembangan cita rasa yang semakin beragam.

Di balik kenikmatan secangkir kopi yang tersaji, terbentang sebuah rantai pasok yang rumit dan melibatkan berbagai pihak dengan peran yang berbeda. Mulai dari para petani kopi yang membudidayakan biji kopi di lahan perkebunan, para pengolah yang melakukan proses pasca panen, hingga perusahaan *roaster* yang memanggang biji kopi dan kedai-kedai kopi yang menyajikannya kepada konsumen akhir. Setiap mata rantai memiliki kontribusi penting dalam menghasilkan kualitas kopi yang optimal.

Perkembangan industri kopi ini tidak terlepas dari peran berbagai pihak, mulai dari petani sebagai garda terdepan produksi, pengolah, eksportir, hingga pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang pengolahan dan penjualan kopi. Kemitraan yang efektif dan berkelanjutan antar aktor dalam rantai pasok kopi menjadi krusial untuk memastikan pertumbuhan industri yang inklusif dan memberdayakan seluruh pihak yang terlibat, terutama para petani di tingkat hulu.

Pertumbuhan konsumsi kopi dalam negeri yang signifikan merupakan salah satu pendorong utama dinamika industri kopi di Indonesia. Peningkatan ini mencerminkan perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia, terutama di kalangan urban, di mana budaya minum kopi telah menjadi bagian dari rutinitas sehari-hari dan interaksi sosial. Fenomena ini didukung oleh menjamurnya kedai kopi dengan berbagai konsep dan inovasi produk kopi yang menarik minat konsumen dari berbagai usia dan preferensi.

Selain itu, peningkatan konsumsi kopi dalam negeri juga memberikan implikasi ekonomi yang positif. Permintaan yang tinggi di pasar domestik dapat membantu menstabilkan harga kopi di tingkat petani, mengurangi ketergantungan pada pasar ekspor yang fluktuatif, dan menciptakan peluang bisnis baru di sektor pengolahan, distribusi, dan penjualan kopi. Dengan pasar domestik yang kuat, industri kopi Indonesia memiliki landasan yang lebih kokoh untuk pertumbuhan yang berkelanjutan.

Berdasarkan data dari berbagai sumber, termasuk Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI), konsumsi kopi per kapita di Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang signifikan dalam 10 tahun terakhir (periode 2013-2023). AEKI mencatat peningkatan konsumsi per kapita dari 1,0 kg/tahun pada 2013 menjadi 1,8 kg/tahun pada 2023.

Kopi sebagai salah satu komoditas perkebunan unggulan di Indonesia memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian nasional melalui berbagai jalur. Sebagai salah satu produsen dan pengeksportir kopi terbesar di dunia, Indonesia menghasilkan devisa yang cukup besar dari penjualan kopi ke pasar internasional. Data dari Kementerian Pertanian menunjukkan bahwa nilai ekspor kopi Indonesia secara konsisten berada di atas satu miliar dolar AS per tahun dalam beberapa tahun terakhir, menjadikannya penyumbang devisa yang penting bagi negara.

Selain kontribusi terhadap devisa, industri kopi juga memiliki dampak ekonomi yang luas di tingkat domestik. Sektor ini menyediakan lapangan kerja bagi jutaan petani kopi dan pekerja di berbagai tingkatan rantai pasok, mulai dari perkebunan, pengolahan, hingga distribusi dan penjualan. Dengan demikian, kopi menjadi sumber pendapatan utama bagi banyak keluarga di berbagai daerah di Indonesia, terutama di sentra-sentra produksi kopi seperti Sumatera, Jawa, Sulawesi, dan Bali.

perkembangan industri kopi juga mendorong pertumbuhan sektor-sektor terkait, seperti industri pengolahan kopi, kemasan, transportasi, dan pariwisata (melalui agrowisata kopi). Meningkatnya konsumsi kopi di dalam negeri juga menciptakan pasar yang besar bagi produk kopi lokal, baik dalam bentuk biji, bubuk, maupun produk olahan lainnya, serta mendukung pertumbuhan bisnis kedai kopi dan UMKM di sektor ini.

Dengan demikian, kopi tidak hanya berkontribusi pada neraca perdagangan, tetapi juga menggerakkan roda perekonomian di berbagai lapisan masyarakat.

Dengan potensi yang besar dan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional, pengembangan industri kopi yang berkelanjutan menjadi sangat penting. Upaya untuk meningkatkan kualitas produksi, memperkuat posisi petani dalam rantai pasok, mengembangkan pasar domestik dan internasional, serta menciptakan iklim usaha yang kondusif akan semakin memaksimalkan peran kopi sebagai pilar penting dalam perekonomian Indonesia. Kemitraan yang efektif dan komunikasi yang baik antar aktor dalam industri kopi, termasuk antara petani dan pelaku UMKM seperti yang diteliti dalam skripsi ini, menjadi salah satu kunci untuk mencapai tujuan tersebut.

Indonesia memiliki potensi besar dalam industri kopi yang tercermin dari luas lahan perkebunan kopi yang signifikan, mencapai sekitar 1,25 juta hektar. Luas lahan ini didominasi oleh perkebunan rakyat, yang mengelola sekitar 96% dari total area perkebunan kopi nasional. Dengan hamparan lahan yang luas ini, Indonesia memiliki kapasitas produksi kopi yang cukup besar, yang menjadikannya salah satu pemain kunci dalam pasar kopi global.

Produksi kopi Indonesia juga menunjukkan angka yang substansial, dengan perkiraan mencapai sekitar 761 ribu ton per tahun. Angka ini dapat bervariasi sedikit tergantung pada sumber data dan tahun yang dirujuk, namun secara umum menunjukkan bahwa Indonesia merupakan salah satu produsen kopi terbesar di dunia. Produksi ini mencakup berbagai jenis kopi, termasuk arabika dan robusta, yang ditanam di berbagai wilayah dengan karakteristik geografis yang unik, menghasilkan cita rasa kopi yang beragam dan khas.

Luas lahan yang besar dan tingkat produksi yang tinggi menempatkan Indonesia pada posisi strategis dalam rantai pasok kopi global. Potensi ini dapat dioptimalkan lebih lanjut dengan meningkatkan produktivitas per hektar lahan, mengingat bahwa produktivitas kopi Indonesia masih relatif lebih rendah dibandingkan dengan beberapa negara produsen kopi lainnya. Upaya peningkatan produktivitas, diiringi dengan praktik pertanian yang berkelanjutan dan penguatan posisi petani dalam rantai nilai, akan semakin memperkuat peran Indonesia sebagai pemain utama dalam industri kopi dunia.

Dalam konteks penelitian mengenai komunikasi interpersonal dalam kemitraan bisnis kopi, data mengenai luas lahan dan produksi ini memberikan gambaran tentang skala industri kopi di mana kemitraan antara petani dan UMKM seperti Makmur Jaya beroperasi. Potensi produksi yang besar di wilayah seperti Manglayang Timur menjadi latar belakang penting untuk memahami peluang dan tantangan dalam membangun kemitraan yang efektif dan berkelanjutan, yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan petani dan pengembangan industri kopi lokal.

Manglayang Timur, dengan keistimewaan kopi spesialtinya, sejatinya menyimpan potensi besar untuk mengangkat harkat petani dan memajukan industri kopi lokal. Cita rasa unik kopi Manglayang Timur menjadi modal berharga untuk bersaing di pasar yang kian kompetitif. Namun, di balik potensi yang menjanjikan, para petani kopi di kawasan ini, khususnya Kelompok Tani MATIM di blok Sinapeul, masih menghadapi kendala serius dalam mengoptimalkan produksi dan, yang paling krusial, dalam memasarkan hasil panen mereka.

Meskipun potensi produksi kopi arabika di Manglayang Timur mencapai puluhan ton per musim panen, tantangan utama yang menghantui petani adalah ketidakpastian pasar dan kesulitan dalam menemukan pembeli yang konsisten dengan harga yang adil. Keterbatasan akses terhadap jaringan pasar yang luas, minimnya informasi mengenai permintaan pasar, serta ketergantungan pada perantara seringkali berujung pada kerugian ekonomi. Situasi ini bukan hanya menghambat kesejahteraan petani, tetapi juga memudarkan motivasi mereka untuk berinvestasi dalam peningkatan kualitas kopi.

Akar masalah dari ketidakpastian pasar ini seringkali bermuara pada kurangnya jembatan komunikasi yang efektif dan transparan antara petani sebagai produsen di hulu, dengan para pelaku industri kopi (seperti UMKM Makmur Jaya) di hilir. Petani kerap terisolasi dari informasi pasar yang relevan dan kesulitan membangun hubungan langsung dengan pihak pembeli. Akibatnya, sinergi yang saling menguntungkan tidak tercipta, padahal hubungan langsung bisa memastikan harga yang lebih adil dan penyerapan hasil panen yang optimal.

Fenomena ini menggarisbawahi urgensi komunikasi yang lebih dari sekadar transaksional. Dalam konteks kemitraan bisnis kopi, komunikasi interpersonal menjadi

fondasi krusial untuk membangun kepercayaan, berbagi informasi, menyelesaikan masalah, dan menciptakan kesepahaman. Ketika komunikasi interpersonal tidak berjalan optimal, kesalahpahaman bisa muncul, harapan tidak terpenuhi, dan komitmen kemitraan menjadi rapuh. Padahal, melalui komunikasi yang mendalam, kedua belah pihak dapat saling memahami kebutuhan dan ekspektasi, yang pada gilirannya mendorong kolaborasi jangka panjang.

Proyeksi masa depan industri kopi global dan nasional menunjukkan tren yang kuat menuju keberlanjutan, baik dari aspek bisnis maupun lingkungan. Kesadaran konsumen yang semakin meningkat terhadap isu-isu lingkungan dan sosial mendorong para pelaku industri kopi untuk mengadopsi praktik-praktik yang lebih bertanggung jawab. Hal ini mencakup upaya pelestarian lingkungan dalam budidaya kopi, seperti praktik agroforestri, penggunaan pupuk organik, dan konservasi air, serta praktik bisnis yang adil dan transparan yang memberdayakan petani dan pekerja di sepanjang rantai pasok.

Fokus pada keberlanjutan bisnis juga menjadi semakin penting untuk memastikan kelangsungan industri kopi dalam jangka panjang. Perubahan iklim menjadi ancaman nyata bagi produksi kopi di berbagai wilayah, sehingga inovasi dalam praktik pertanian yang adaptif terhadap perubahan iklim, diversifikasi tanaman, dan pengembangan varietas kopi yang lebih tahan menjadi krusial. Selain itu, keberlanjutan bisnis juga mencakup aspek ekonomi, seperti menciptakan rantai nilai yang adil bagi semua pihak, meningkatkan efisiensi produksi, dan mengembangkan produk-produk kopi bernilai tambah.

Dalam konteks Indonesia, dengan kekayaan sumber daya alam dan potensi kopi yang besar, fokus pada keberlanjutan menjadi peluang sekaligus tantangan. Pengembangan kopi spesialti yang ramah lingkungan, pemberdayaan petani melalui kemitraan yang adil dan transparan (seperti melalui model *direct trade* yang Anda teliti), serta promosi praktik konsumsi kopi yang bertanggung jawab akan menjadi kunci untuk memastikan industri kopi Indonesia dapat terus tumbuh secara berkelanjutan dan memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan yang optimal. Penelitian mengenai komunikasi interpersonal dalam kemitraan bisnis kopi menjadi relevan dalam konteks ini,

karena komunikasi yang efektif adalah fondasi untuk membangun hubungan yang berkelanjutan dan saling menguntungkan antar pelaku industri.

Meningkatkan kualitas kopi secara berkelanjutan akan terus menjadi prioritas utama dalam industri kopi Indonesia. Upaya ini melibatkan berbagai aspek, mulai dari peningkatan praktik budidaya di tingkat petani, perbaikan proses pasca panen, hingga pengembangan teknik pengolahan dan penyajian yang inovatif. Untuk mencapai tujuan ini, riset dan pelatihan memainkan peran yang sangat krusial.

Riset yang berkelanjutan diperlukan untuk menghasilkan bibit kopi unggul yang lebih tahan terhadap penyakit dan perubahan iklim, mengembangkan praktik pertanian yang lebih efisien dan berkelanjutan, serta memahami karakteristik unik dari berbagai jenis kopi Indonesia. Lembaga-lembaga penelitian, universitas, dan pihak swasta diharapkan terus berinvestasi dalam riset untuk mendukung inovasi dalam seluruh rantai pasok kopi. Hasil riset ini kemudian perlu disebarluaskan kepada para petani dan pelaku industri melalui program-program pelatihan yang efektif.

Pelatihan menjadi jembatan penting antara pengetahuan dan praktik di lapangan. Program pelatihan yang dirancang dengan baik dapat membekali petani dengan pengetahuan dan keterampilan terbaru mengenai praktik budidaya yang baik (*Good Agricultural Practices*), teknik panen dan pasca panen yang benar untuk menjaga kualitas biji kopi, serta pemahaman tentang standar kualitas yang dibutuhkan pasar. Selain petani, pelatihan juga penting bagi para pengolah kopi, barista, dan pelaku UMKM untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menghasilkan produk kopi yang berkualitas tinggi dan memiliki nilai tambah.

Fokus yang berkelanjutan pada perbaikan kualitas melalui riset dan pelatihan diharapkan dapat meningkatkan daya saing kopi Indonesia di pasar global, memberikan nilai tambah bagi produk kopi lokal, dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan para petani serta memperkuat posisi Indonesia sebagai produsen kopi berkualitas dunia. Kemitraan yang efektif dan komunikasi yang baik antara berbagai pihak, termasuk antara peneliti, penyuluh, petani, dan pelaku usaha, menjadi kunci keberhasilan dalam upaya peningkatan kualitas kopi ini.

Dalam konteks rantai pasok yang kompleks ini, kemitraan yang terjalin antara petani kopi sebagai produsen di hulu dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial dalam mencapai keberhasilan bersama. Sinergi ini membuka peluang bagi petani kopi untuk mendapatkan akses ke pasar yang lebih luas, termasuk jangkauan konsumen yang lebih beragam, serta potensi untuk memperoleh harga jual yang lebih adil dan menguntungkan.

Sebaliknya, bagi UMKM, kemitraan dengan petani kopi lokal memberikan jaminan pasokan bahan baku kopi yang berkualitas tinggi dan berkelanjutan. Dengan membangun hubungan yang erat dan saling percaya, UMKM dapat memastikan ketersediaan kopi dengan karakteristik unik yang sesuai dengan kebutuhan pasar mereka. Kemitraan yang kokoh antara petani dan UMKM tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada pemberdayaan komunitas petani dan pengembangan industri kopi lokal secara keseluruhan.

Manglayang Timur, sebuah kawasan yang terukir namanya sebagai salah satu produsen kopi spesialti terkemuka di Indonesia, menyimpan potensi luar biasa untuk memajukan industri kopi lokal. Keistimewaan ini tercermin dalam cita rasa unik kopi Manglayang Timur yang memiliki daya saing tinggi di pasar kopi yang semakin kompetitif. Karakteristik rasa yang khas ini menjadi modal berharga untuk menarik perhatian para penikmat kopi dan membuka peluang ekspansi pasar yang lebih luas.

Kendati demikian, di balik potensi yang begitu menjanjikan, para petani kopi di Manglayang Timur masih bergulat dengan berbagai kendala yang menghambat optimalisasi produksi kopi mereka. Tantangan-tantangan ini meliputi aspek teknis budidaya, keterbatasan infrastruktur pendukung, akses terhadap informasi dan teknologi pertanian modern, serta fluktuasi harga pasar yang seringkali tidak menguntungkan bagi petani. Kompleksitas permasalahan ini memerlukan solusi yang komprehensif dan melibatkan berbagai pihak terkait.



Gambar 1.1 : Green House

Di lereng timur Gunung Manglayang, tepatnya di wilayah blok Sinapeul yang berada pada ketinggian antara 1400 hingga 1500 meter di atas permukaan laut, terdapat tujuh petani yang bersatu dalam wadah Kelompok Tani MATIM. Dengan total luas lahan mencapai 20 hektar, kelompok ini dibentuk sebagai upaya kolektif untuk mempermudah proses penjualan hasil panen kopi mereka. Musim panen raya kopi arabika di wilayah ini biasanya berlangsung antara bulan Mei hingga Juli, dengan potensi produksi mencapai sekitar 48 ton *cherry*, meskipun volume ini sangat bergantung pada kondisi iklim yang berlaku setiap tahunnya.

Meskipun potensi produksi kopi di Manglayang Timur tergolong signifikan, tantangan utama yang dihadapi oleh Kelompok Tani MATIM dan petani kopi lainnya di wilayah ini adalah masalah pemasaran dan pencarian pembeli yang bersedia menyerap hasil panen mereka dengan harga yang adil. Keterbatasan akses terhadap jaringan pasar yang luas dan informasi mengenai permintaan pasar seringkali menjadi kendala serius. Situasi ini menyoroti pentingnya membangun jembatan antara petani di hulu dan pasar di hilir untuk memastikan keberlanjutan dan kesejahteraan industri kopi Manglayang Timur.

Ketidakpastian pasar menjadi momok yang terus menghantui para petani kopi di Manglayang Timur. Keterbatasan akses terhadap pembeli dengan komitmen pembelian yang konsisten dan volume yang signifikan merupakan kendala utama yang menghambat perkembangan mereka. Situasi ini seringkali memaksa petani untuk menghadapi kesulitan dalam menjual seluruh hasil panen, yang berujung pada kerugian ekonomi dan menurunkan motivasi untuk meningkatkan kualitas kopi.

Akar permasalahan ketidakpastian pasar ini terletak pada kompleksitas dan kurangnya transparansi dalam rantai pasok kopi. Petani sebagai produsen di hulu seringkali terisolasi dari informasi pasar yang relevan dan kesulitan membangun hubungan langsung dengan konsumen atau industri pengolahan kopi di hilir. Ketergantungan pada perantara seringkali tidak menjamin harga yang adil atau penyerapan seluruh hasil panen, menciptakan jurang pemisah antara produsen dan konsumen.

Kondisi ini menghambat terciptanya sinergi yang saling menguntungkan antara petani dan pasar. Tanpa kepastian pasar, petani menjadi enggan untuk berinvestasi lebih dalam peningkatan kualitas, inovasi praktik pertanian, atau pengembangan produk yang bernilai tambah. Akibatnya, potensi kopi Manglayang Timur yang sebenarnya berkualitas tinggi tidak dapat tersalurkan secara optimal kepada konsumen yang menghargainya.

Oleh karena itu, mengatasi ketidakpastian pasar menjadi krusial untuk memajukan industri kopi di Manglayang Timur. Upaya membangun jembatan komunikasi dan relasi langsung antara petani dan pembeli, memfasilitasi akses informasi pasar, serta mendorong model perdagangan yang lebih adil dan transparan, seperti *direct trade*, menjadi langkah-

langkah penting untuk memberdayakan petani dan memaksimalkan potensi kopi spesialti dari wilayah ini.

Solusi mendasar untuk mengatasi keterbatasan akses pasar yang dihadapi petani kopi adalah dengan membangun jembatan komunikasi yang kuat antara petani di hulu dan para pelaku industri kopi di hilir. Pembentukan saluran komunikasi langsung akan memungkinkan terjadinya pertukaran informasi yang efektif, di mana kedua belah pihak dapat saling memahami kebutuhan,ekspektasi,serta tantangan yang dihadapi masing-masing. Dengan demikian, tercipta pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika pasar secara keseluruhan.

Melalui terbukanya jalur komunikasi langsung ini, petani akan memiliki akses yang lebih baik terhadap informasi mengenai standar kualitas kopi yang diinginkan oleh pasar, preferensi konsumen, serta tren yang sedang berkembang dalam industri kopi. Pengetahuan ini akan memberdayakan petani untuk menyesuaikan praktik budidaya dan pengolahan kopi mereka agar sesuai dengan permintaan pasar, sehingga meningkatkan daya saing produk mereka. Sebaliknya, para pelaku industri kopi akan mendapatkan visibilitas yang lebih jelas terhadap potensi pasokan bahan baku kopi berkualitas dari petani, memungkinkan perencanaan produksi yang lebih baik dan kepastian ketersediaan.

Terjalannya komunikasi yang efektif akan membuka lebar pintu bagi potensi kerjasama yang saling menguntungkan antara petani dan pelaku industri kopi. Petani akan memiliki kepastian pasar untuk hasil panen mereka, yang pada gilirannya akan memberikan insentif dan motivasi yang kuat untuk terus berinvestasi dalam peningkatan kualitas kopi, baik dari segi budidaya, pasca panen,hingga potensi pengembangan produk yang bernilai tambah. Kepastian pasar ini juga akan memberikan stabilitas ekonomi bagi petani dan komunitas mereka.

Di sisi lain, industri kopi akan mendapatkan jaminan pasokan bahan baku kopi yang lebih terpercaya, berkualitas, dan sesuai dengan standar yang mereka tetapkan. Hubungan langsung dengan petani memungkinkan adanya kontrol kualitas yang lebih baik dan potensi untuk membangun kemitraan jangka panjang yang didasari oleh kepercayaan dan transparansi. Ekosistem bisnis kopi yang dibangun atas dasar komunikasi yang efektif dan transparan akan menciptakan keberlanjutan bagi seluruh

pihak yang terlibat, memberdayakan petani secara ekonomi dan meningkatkan kualitas serta daya saing industri kopi secara keseluruhan.

Dalam *konteks* industri kopi, pemahaman tentang pengalaman sangat krusial. Perusahaan-perusahaan berusaha menciptakan pengalaman yang positif bagi konsumen agar mereka tidak hanya membeli produk atau jasa sekali, tetapi juga menjadi pelanggan setia dan mendorong mereka untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain. Bagi perusahaan atau *roastery* ini membuka peluang mereka untuk mendorong kemitraan yang berkelanjutan guna mendorong jalannya sebuah produk dan penjualan.

Pengalaman bersama membentuk persepsi publik. Ketika banyak orang memiliki pengalaman serupa dengan suatu produk atau isu, mereka cenderung memiliki pandangan yang mirip. Pengalaman ini bisa diperkuat oleh informasi yang kita dapatkan dari media atau lingkungan sosial. (Muhammad Al-Azan, Rahuda, Neneng Hasanah, 2024)

Pengalaman petani kopi dalam berinteraksi dengan berbagai pihak dalam rantai pasok kopi sangat mempengaruhi persepsi mereka terhadap *direct trade*. Pengalaman sebelumnya dalam bermitra dengan tengkulak, atau perusahaan pengolahan kopi, pabrik besar akan membentuk ekspektasi dan kepercayaan mereka terhadap model bisnis yang baru. Selain itu, pengalaman dalam mengelola kebun kopi juga akan mempengaruhi kemampuan petani dalam menyesuaikan diri dengan persyaratan kualitas yang lebih tinggi dalam *direct trade*.

Persepsi ini berujung pada praktek kemitraan yang tidak menjamin kualitas. Petani menjadi terkesan berusaha mengejar kuantiti dan mengesampingkan praktek penanaman dan metode pasca panen yang mengedepankan kualitas . Petani seringkali tidak memiliki insentif untuk menghasilkan kopi berkualitas tinggi karena mereka tidak langsung berhubungan dengan konsumen akhir . Untuk memenuhi permintaan pasar *massal*, pabrik pengolahan seringkali menggabungkan biji kopi dari berbagai sumber dengan kualitas yang bervariasi. Hal ini dapat menurunkan kualitas keseluruhan produk akhir.

Terbatasnya jaringan petani ke pasar dan memasarkan hasil panen ke konsumen ataupun *roastery* membuat Perusahaan besar seringkali menguasai pasar kopi, membuat petani kecil sulit bersaing. seringkali dipaksa menandatangani kontrak dengan syarat yang tidak menguntungkan, seperti harga yang rendah dan tenggat waktu yang ketat. Untuk

mendapatkan akses ke pasar, petani seringkali hanya memiliki satu atau dua pembeli potensial, sehingga mereka tidak memiliki banyak pilihan untuk bernegosiasi.



Gambar 1.2: Petani Wanita

Kondisi ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara potensi dan realitas yang dihadapi petani kopi Manglayang Timur. Meskipun memiliki potensi yang sangat besar, namun petani masih terkendala oleh berbagai faktor yang menghambat pengembangan usaha mereka.

Kemitraan *Direct trade* yang terjadi antara Petani kopi Manglayang Timur dan UMKM Makmur Jaya tidak hanya mengenai transaksi jual beli komoditas tetapi yang paling penting mengenai interaksi sosial yang kompleks. Hubungan sosial antara hulu dan hilir ini dimulai dan menjadi kompleks dari sebuah pertemuan, komunikasi dan pengenalan, dan pertukaran informasi. Pada komunikasi tahap awal ini hanya terbatas pada syarat penjualan, produk biji kopi dan harga. Kemudian berkembang menjadi hubungan yang lebih erat melibatkan hal lain seperti kepercayaan, kerjasama, visi yang sama.

Kemitraan yang terjalin selama empat tahun antara Makmur Jaya dan petani MATIM telah menunjukkan perkembangan signifikan. Makmur Jaya menjamin

pembelian tahunan, memberikan edukasi, dan membantu petani meningkatkan kualitas kopi. Pembelian 800 kg green bean dari blok Sinapeul dengan metode pasca panen Anaerobic Natural pada tahun terakhir menggambarkan keuntungan kemitraan ini, yaitu peningkatan harga per kilogram dan profil rasa yang lebih *fruity* dibandingkan metode tradisional.

Hubungan yang semakin erat antara Makmur Jaya dan petani MATIM telah mengubah fokus petani dari kuantitas menjadi kualitas. Dukungan dalam pemisahan varietas unggul seperti typica dan bourbon, yang dibeli terpisah oleh Makmur Jaya, menjadi bukti nyata. Kemitraan ini memberikan kepastian dan ruang berkembang bagi petani, sementara mereka harus memastikan kualitas kopi melalui pasca panen modern dan varietas unggul. Transparansi dalam segala aspek menjadi kunci keberhasilan kerjasama ini

Komunikasi Interpersonal memiliki peran krusial dalam kesuksesan direct trade yang dilakukan. Komunikasi yang transparan membuka ruang bagi kedua belah pihak dalam menyelesaikan masalah yang mungkin timbul dan meningkatkan kepercayaan. Melalui interaksi ini hulu dan hilir dapat memperkuat komitmen kemitraan jangka panjang yang mengakomodir kebutuhan, ekspektasi, dan tantangan yang akan datang.

Salah satu bentuk komunikasi yang terjalin baik adalah kunjungan tahunan. Saat panen raya, tim Makmur Jaya mengunjungi kebun petani MATIM untuk mengamati langsung proses panen, pasca panen, dan penjemuran. Petani juga berkesempatan mengunjungi *roastery* Makmur Jaya untuk melihat proses *roasting*. *Cupping* bersama setelah panen raya menjadi ajang penting untuk menentukan kualitas kopi dan membangun komunikasi interpersonal yang erat.

Kepercayaan memiliki peran krusial dalam kerjasama yang berkelanjutan. Proses ini perlu waktu melibatkan setidaknya 3 hal komitmen, komunikasi, transparansi. Dalam konteks kemitraan kedua belah pihak harus merasa terbuka dan saling percaya, petani mendapat harga yang adil dari Makmur Jaya. Sebaliknya petani juga menyediakan pasokan kopi yang sesuai standar ditentukan. (Muhammad Al-Azan, Rahuda, Neneng Hasanah, 2024)



Gambar 1.3: MKMR dan Petani

Seiring dengan pertumbuhan pasar kopi spesialti di tingkat internasional, model bisnis *direct trade* semakin diminati sebagai upaya untuk mempromosikan kualitas biji kopi dan mengatasi isu-isu keberlanjutan dalam industri kopi (Panhuizen & Pierrot, 2018; Pulido, 2017). Para pelaku bisnis di sektor kopi juga mengakui pentingnya keberlanjutan dan berupaya mengintegrasikan praktik-praktik berkelanjutan ke dalam model bisnis mereka (Elisa Reis Guimarães, Antônio Carlos dos Santos, 2020)

Specialty Coffee Association (SCA): mendefinisikan *direct trade* sebagai hubungan langsung antara pembeli dan produsen kopi, di mana pembeli memiliki kendali atas proses pembelian dan pemilihan kopi. Dalam upaya untuk memastikan keberlanjutan dan kualitas kopi, banyak roastery dan perusahaan kopi telah mengembangkan program *direct trade*. Dengan demikian, pemasok biji kopi , *roastery* cenderung mengembangkan program pembelian berkelanjutan internal mereka sendiri,terkadang juga bermitra dengan organisasi yang mengadopsi standar keberlanjutan yang sama (Panhuysen & Pierrot, 2018).

Konsep *direct trade* atau perdagangan langsung muncul sebagai alternatif yang menjanjikan dalam mengatasi ketidakadilan dalam rantai pasok kopi. Munculnya perdagangan langsung berasal dari kekecewaan dengan konsistensi pasokan pasar untuk kopi berkualitas tinggi, terhalang oleh ketersediaannya yang terbatas dan kesulitan mengakses petani karena kurangnya transparansi dan keterlacakan rantai pasok (Watts,

2013). Perdagangan Adil adalah satu-satunya sistem yang menetapkan harga minimum untuk produk dengan tujuan eksplisit untuk meningkatkan harga yang diterima oleh produsen (Elisa Reis Guimarães, Antônio Carlos dos Santos, 2020)

Kenaikan popularitas kopi spesialti di pasar internasional telah mendorong munculnya inisiatif *direct trade* sebagai solusi untuk mengatasi sejumlah tantangan keberlanjutan dalam rantai pasok kopi (Ruerd Ruben , 2012) Selain itu, perusahaan yang terlibat dalam *direct trade* juga memiliki komitmen kuat terhadap praktik-praktik berkelanjutan dalam produksi kopi, sejalan dengan pandangan bahwa aspek keberlanjutan merupakan bagian integral dari bisnis kopi (Ruerd Ruben , 2012)

Dengan memangkas peran perantara yang seringkali mengambil keuntungan yang tidak seimbang, kemitraan *direct trade* memberikan peluang bagi petani untuk memperoleh harga yang lebih adil dan memiliki kendali yang lebih besar atas proses produksi kopi mereka. Program perdagangan langsung semacam ini seringkali berbagi beberapa prinsip perdagangan adil, seperti mempersingkat rantai pasok, memberikan remunerasi yang adil kepada petani kopi, dan memberikan insentif untuk praktik produktif yang baik, tetapi melangkah jauh melampaui itu dalam pelaksanaannya (Joni Valkila , Pertti Haaparanta , Niina Niemi, 2010)

Hubungan ini bukanlah interaksi yang statis, melainkan proses pertukaran sumber daya yang saling menguntungkan. Petani berkontribusi dengan menyuplai produk kopi berkualitas, sementara UMKM Makmur Jaya menyediakan akses ke pasar yang lebih luas, pengetahuan tentang pengolahan kopi, dan seringkali dukungan modal. Pertukaran ini tidak hanya terbatas pada aspek ekonomi, tetapi juga mencakup dimensi sosial seperti pertukaran informasi, pembentukan kepercayaan, dan dukungan sosial. Inti dari teori pertukaran sosial adalah asumsi bahwa individu cenderung terlibat dalam interaksi sosial yang memberikan keuntungan lebih besar daripada biaya. Dalam konteks ini, baik petani maupun UMKM Makmur Jaya akan terus berpartisipasi dalam kerjasama ini selama mereka merasakan adanya keseimbangan antara keuntungan yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan.

Stephen Covey menyoroti pentingnya empati dalam komunikasi efektif. Ia berpendapat bahwa sebelum menyampaikan pesan, seseorang harus berusaha memahami perspektif lawan bicaranya. Dalam konteks penjualan, hal ini berarti manajer perlu

memahami kebutuhan dan pengetahuan calon pembeli terlebih dahulu. Dengan demikian, komunikasi yang terjalin akan lebih efektif dan persuasif. (Ade Masturi , 2010, hal 5)

Program-program ini seringkali mengadopsi prinsip-prinsip perdagangan adil, namun melangkah lebih jauh dengan memberikan fleksibilitas yang lebih besar dalam menjalin hubungan dengan petani. Melalui kemitraan yang kuat, *roastery* dapat memberikan dukungan teknis, akses ke pasar, dan insentif *finansial* kepada petani untuk menerapkan praktik pertanian yang berkelanjutan. Perdagangan Adil dengan sistem harga minimumnya berpotensi memberikan petani bersertifikat harga dasar yang terjamin untuk produk mereka, memberikan keamanan untuk merencanakan masa depan, memastikan bahwa kondisi kerja minimum dan kriteria lingkungan tertentu terpenuhi, dan menyediakan dana untuk pengembangan koperasi petani dan komunitas. (Joni Valkila, Pertti Haaparanta, Niina Niemi, *Journal of Business Ethics* , 2010)

Persepsi dan pengalaman petani sangat mempengaruhi proses komunikasi kepada pasar khususnya para pemilik bisnis kopi di hilir. Komunikasi yang terbuka dan empati dapat membangun kepercayaan antara kedua belah pihak.

Persepsi adalah jendela jiwa. Melalui persepsi, kita membentuk gambaran tentang dunia dan orang lain. Proses ini dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis, seperti pengalaman masa lalu, keyakinan, dan nilai-nilai yang kita anut. Persepsi kita tidak selalu akurat, karena seringkali dipengaruhi oleh bias dan distorsi kognitif. (Siti Ariska Nur Hasanah, Dwi Agustina, 2024)

Proses persepsi ini bersifat sangat personal, sehingga setiap orang dapat memiliki persepsi yang berbeda terhadap suatu peristiwa atau objek yang sama. Hal ini sejalan dengan pendapat (Chaplin dan Sugihartono , 2007) yang menyatakan bahwa persepsi tidak hanya dipengaruhi oleh stimulus fisik semata, tetapi juga oleh faktor-faktor internal seperti emosi, motivasi, keyakinan, dan latar belakang budaya. Perbedaan persepsi ini pada akhirnya akan berdampak pada perilaku dan tindakan seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Dalam kata lain, persepsi adalah lensa kaca mata yang kita gunakan untuk memandang dunia. Lensa ini unik bagi setiap individu dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, sehingga membentuk cara pandang yang khas.



Gambar 1.4 : Ceri Kopi

Komunikasi yang efektif adalah fondasi dari setiap hubungan yang sehat. Teori Atribusi Kelley dapat membantu kita meningkatkan keterampilan komunikasi kita dalam kemitraan. Dengan memahami perspektif mitra, kita dapat menghindari kesalahpahaman dan membangun dialog yang lebih terbuka dan jujur. (Siti Ariska Nur Hasanah, Dwi Agustina, 2024)

Persepsi petani di Wilayah Manglayang Timur, dengan sentra-sentra produksi kopi seperti Dano, Jamuju, dan Sinapeul terhadap kemitraan *direct trade* adalah sebuah konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Pengetahuan , pengalaman , dan faktor keuangan merupakan variabel kunci yang dapat menjelaskan variasi persepsi petani terhadap kemitraan *direct trade*.

Teori *Bottom-Up* menjelaskan bahwa persepsi kita terbentuk dari bawah ke atas. Artinya, pengalaman kita dimulai dari rangsangan yang kita terima melalui indera (seperti melihat, mendengar, atau menyentuh). Otak kita kemudian mengolah informasi ini secara bertahap, mulai dari yang paling sederhana hingga menjadi pemahaman yang lebih *kompleks*. (Siti Ariska Nur Hasanah, Dwi Agustina, 2024)

Petani kopi di daerah Manglayang Timur selama ini hanya menjual hasil panennya kepada tengkulak dengan harga yang rendah. Persepsi awal mereka adalah tidak ada

pilihan lain selain menjual kepada tengkulak. Namun, setelah mengikuti kemitraan dengan Makmur Jaya dan mengetahui tentang *direct trade*, persepsi awal mulai terkikis dan berubah. Petani mulai melihat potensi untuk mendapatkan harga yang lebih tinggi dengan menjual kopi langsung ke pasar spesialti.

Proses terbentuknya persepsi adalah suatu proses yang *kompleks* dan melibatkan berbagai faktor. Mulai dari adanya stimulus di lingkungan, kemudian ditangkap oleh panca indera, dan akhirnya diinterpretasikan oleh otak kita. Interpretasi ini sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor individu seperti pengalaman, motivasi, dan kepribadian. (Siti Ariska Nur Hasanah, Dwi Agustina, 2024)

Menurut Kotler (2005), pengalaman adalah proses pembelajaran yang membentuk diri seseorang. Setiap peristiwa dalam hidup , baik besar maupun kecil, menjadi panutan yang mengajarkan seseorang cara berpikir, merasakan, dan bertindak. Pengalaman bersifat unik bagi setiap makhluk, membentuk kepribadian dan perilaku yang berbeda-beda. Secara lebih sederhana, segala yang kita alami, dari keberhasilan hingga kegagalan, membentuk karakter dan cara kita menjalani hidup.

Persepsi individu terhadap suatu *stimulus* sangat dipengaruhi oleh pengalaman belajar sebelumnya. Pengalaman-pengalaman ini membentuk kerangka kognitif yang memediasi interpretasi dan *respons* terhadap stimulus baru yang serupa. (Muhammad Al-Azan, Rahuda, Neneng Hasanah, 2024)

Studi ini akan menyoroti bagaimana komunikasi interpersonal antar petani kopi di Manglayang Timur (Kelompok Tani MATIM) dengan UMKM Makmur Jaya dapat mempengaruhi keberlanjutan kemitraan bisnis kopi mereka. Dengan memahami dinamika komunikasi yang terjalin, kita dapat mengidentifikasi hambatan-hambatan komunikasi yang mungkin muncul, serta merumuskan rekomendasi untuk memperkuat hubungan kemitraan yang saling menguntungkan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memberikan wawasan mendalam mengenai peran sentral komunikasi interpersonal dalam membangun kemitraan bisnis kopi yang solid dan berkelanjutan di Manglayang Timur.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan dan relevansinya dengan judul "Komunikasi Interpersonal Terhadap Keberlanjutan Kemitraan Bisnis Kopi (Studi

Kasus Petani Kopi di Manglayang Timur dengan UMKM Makmur Jaya)", fokus penelitian ini diarahkan untuk memahami secara mendalam dinamika komunikasi yang terjadi dalam kemitraan tersebut.

Secara spesifik, penelitian ini akan berfokus pada:

1. Mengidentifikasi pola dan bentuk komunikasi interpersonal yang terjalin antara petani kopi di Manglayang Timur (Kelompok Tani MATIM binaan Mang Ihsan) dan UMKM Makmur Jaya dalam konteks kemitraan bisnis kopi.
2. Menganalisis persepsi dan pengalaman petani kopi terhadap implementasi komunikasi interpersonal dalam program *direct trade* yang dijalin dengan UMKM Makmur Jaya, termasuk faktor-faktor yang mendukung dan menghambat komunikasi tersebut.
3. Menganalisis dampak komunikasi interpersonal terhadap kepercayaan dan keberlanjutan kemitraan bisnis kopi antara petani dan UMKM Makmur Jaya, serta implikasinya terhadap pemberdayaan petani dan peningkatan kualitas kopi Manglayang Timur.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Bagaimana atribusi petani kopi di Manglayang Timur terhadap peran UMKM Makmur Jaya dalam membantu pemasaran produk mereka?
- b. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan implementasi komunikasi interpersonal dalam kemitraan antara petani dan UMKM?
- c. Bagaimana komunikasi interpersonal dapat berkontribusi terhadap kesejahteraan petani kopi di Manglayang Timur?

1.4 Tujuan penelitian

- a. Menganalisis dinamika hubungan interpersonal antara petani kopi Manglayang Timur dan UMKM Makmur Jaya dalam konteks kemitraan *direct trade* serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.

- b. Mengevaluasi dampak kemitraan direct trade terhadap peningkatan kemandirian dan kemampuan petani kopi Manglayang Timur dalam mengelola usaha tani mereka.
- c. Menyelidiki sejauh mana Strategi komunikasi interpersonal yang dapat diterapkan untuk mengatasi perbedaan dalam membangun pemahaman yang lebih baik antara kedua belah pihak.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan Persepsi dan Pengalaman petani di Manglayang Timur dalam hubungan kemitraan direct trade dengan UMKM Makmur Jaya

a. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis , pengetahuan, dan gambaran Persepsi dan Pengalaman Petani Kopi Manglayang Timur dalam Membangun Kemitraan Direct Trade dengan UMKM Makmur Jaya.

b. Kegunaan Praktis

Diharapkan dapat bermanfaat bagi para petani yang sedang melakukan direct trade dalam industri kopi agar dapat bersama memiliki komitmen dalam kemitraan guna mencapai kemandirian dan pertanian yang berkelanjutan.

1.6 Sistematika Penulisan

- BAB I PENDAHULUAN , terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian , rumusan masalah , tujuan penelitian , kegunaan penelitian , sistematika penulisan skripsi , lokasi dan waktu penelitian.
- BAB II TINJAUAN PUSTAKA, terdiri dari rangkuman teori , kajian/penelitian terdahulu yang relevan , dan kerangka pemikiran.
- BAB III METODE PENELITIAN , terdiri dari pendekatan penelitian , subjek dan objek penelitian , informan kunci , teknik pengumpulan data , teknik analisis data, dan teknik keabsahan data
- BAB IV PENUTUP , terdiri dari simpulan dan rekomendasi

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di dua lokasi utama yang saling berkaitan dalam konteks kemitraan bisnis kopi. Lokasi pertama adalah wilayah Manglayang Timur, tepatnya di Blok Sinapeul, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, tempat para petani kopi binaan Mang Ihsan (Kelompok Tani MATIM) berada dan menjalankan aktivitas budidaya serta pascapanen kopi. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada keberadaan petani yang menjadi subjek penelitian dan potensi kopi spesialti dari wilayah tersebut. Lokasi kedua adalah kantor atau tempat operasional UMKM Makmur Jaya yang menjadi mitra bisnis para petani, berlokasi di Jl Soka no 17, Kota Bandung. Penentuan kedua lokasi ini krusial untuk mendapatkan gambaran komprehensif mengenai dinamika komunikasi interpersonal dari kedua belah pihak yang terlibat dalam kemitraan.

Penelitian ini direncanakan akan berlangsung selama kurang lebih tiga bulan, terhitung sejak bulan Januari hingga Maret 2025. Alokasi waktu ini mencakup seluruh tahapan penelitian, mulai dari persiapan (koordinasi izin dan akses), pengumpulan data lapangan (wawancara mendalam dan observasi), hingga proses analisis data dan penyusunan laporan akhir penelitian. Fleksibilitas waktu akan disesuaikan dengan ketersediaan subjek penelitian untuk memastikan data yang terkumpul optimal.



BAB II

KAJIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi

Secara fundamental, komunikasi dapat dipahami sebagai sebuah proses dinamis yang melibatkan interaksi dua arah, di mana terjadi tindakan penyampaian pesan dari satu pihak dan penerimaan pesan oleh pihak lainnya. Definisi ini secara eksplisit menyoroti keberadaan dua peran utama yang esensial dalam setiap proses komunikasi, yaitu komunikator, yang bertindak sebagai pengirim pesan, dan komunikan, yang berperan

- Narasumber 1 menuturkan :

"Dulu, sekitar tahun 2021, kami sebagai petani sempat khawatir banget waktu Makmur Jaya tiba-tiba minta volume pembelian yang gede banget. Kami merasa belum siap karena waktu itu belum ada gambaran yang jelas soal proses pengolahan yang mereka mau. Apalagi pas mereka bilang bisa pesan sampai dua kuintal, kami langsung mikir, 'Ini mau dijual ke mana sebanyak ini?' Tambah lagi, waktu itu perwakilan dari Makmur Jaya juga belum pernah lihat langsung kebun kami, jadi kami juga agak ragu sama komitmen mereka dan pemahaman mereka soal kondisi kami di sini."

"Tahun 2021 itu jadi momen yang agak menegangkan buat kami. Makmur Jaya tiba-tiba minta kopi dalam jumlah yang besar sekali. Kami waktu itu belum punya bayangan yang pas, proses pengolahan seperti apa yang mereka inginkan. Terus terang, ada rasa takut juga, apalagi pas dengar potensi pesanan sampai dua ratus kilo. Kami langsung bingung, 'Nanti ini mau dijual ke mana semua?' Belum lagi, waktu itu mereka juga belum pernah datang lihat kebun kami, jadi kami merasa kurang yakin aja gitu sama keseriusan mereka dan pemahaman mereka tentang keadaan kami di sini."

Di sisi lain, Narasumber 3 memberikan penekanan pada peran vital komunikasi yang efektif dalam mengatasi tantangan inkonsistensi kualitas produk. Dalam konteks ini, pemberian umpan balik yang konstruktif secara teratur dan terciptanya dialog yang terbuka antara kedua belah pihak menjadi kunci utama dalam upaya berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas produk secara keseluruhan. Komunikasi yang baik tidak hanya membantu mengidentifikasi akar permasalahan terkait kualitas, tetapi juga memperkuat jalinan hubungan kemitraan melalui pemahaman dan solusi yang disepakati bersama. Dengan demikian, kejelasan struktur kemitraan dan komunikasi yang efektif merupakan dua pilar penting yang menopang keberhasilan dan keberlanjutan sebuah kerjasama.

- Narasumber 3 menuturkan :

"Salah satu kendala yang sering kami temui itu inkonsistensi kualitas produk, terutama kalau kita lagi beli dalam jumlah yang banyak. Ini jadi tantangan buat kami sendiri, karena kita harus tetap jaga standar kualitas yang tinggi buat