

**“Tema: 5 (Kewirausahaan, Koperasi dan UMKM)**

**RANCANGAN MODEL PEMBERDAYAAN PENGUSAHA TEH RAKYAT DALAM RANGKA PENINGKATAN PENDAPATAN DI KECAMATAN PULOSARI**

Teguh Djuharyanto dan Tatang Widjojoko  
Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Faperta Unsoed

**ABSTRAK**

Tujuan umum penelitian ini adalah menyusun rancangan model pemberdayaan pengusaha teh rakyat dalam rangka peningkatan pendapatan pengusaha. Tujuan khusus penelitian adalah : (1) Menganalisis motivasi keberhasilan pengusaha teh rakyat, (2) menganalisis kapabilitas pengusaha dalam pengusaha teh rakyat, (3) menguji kualitas produk teh atas hasil olahan, (4) menganalisis sistem pemasaran (diversifikasi, kemasan, dan sistem pemasaran) produk teh rakyat, dan (5) menyusun rancangan model pemberdayaan pengusaha teh rakyat dalam rangka peningkatan pendapatan pengusaha. Diharapkan dapat dilaksanakan penelitian lanjutan atas hasil rancangan model tersebut, untuk menyusun model pemberdayaan pengusaha teh rakyat mengacu pada penyusunan program pengembangan pengusaha teh rakyat. Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kecamatan Pulosari, dengan teknik pengambilan contoh multistage random sampling dengan dua tingkatan. Metode analisis yang diterapkan adalah descriptif dengan bantuan metode pengukuran Likert's Summated Rating. Hasil analisis adalah : (1) Motivasi keberhasilan pengusaha dalam pengusaha teh rakyat tergolong sangat rendah, (2) kapabilitas pengusaha dalam pengusaha teh rakyat tergolong sangat rendah, (3) kualitas produk teh hasil olahan sebagian besar tertolong sangat rendah (warna coklat tua, kotor, beraroma sangat, aroma wangi teh tidak tegas, warna seduhan merah coklat gelap, dan rasa sepet teh kentara), (4) umumnya produk teh berbentuk curah (tidak ada diversifikasi produk), tanpa kemasan dan pelabelan, dan dipasarkan di rumah sendiri dijual kepada pedagang pengumpul langganan, dan (5) rancangan model pemberdayaan pengusaha teh rakyat dalam rangka peningkatan pendapatan di Kecamatan Pulosari, disajikan pada Lampiran 1.

*Kata Kunci:* Rancangan model pemberdayaan; pengusaha teh rakyat.

**ABSTRACT**

The general objective of this research is to design a model of empowerment of small tea entrepreneurs in order to increase business income. The specific objectives of this research are: (1) to analyze the motivation of the success of entrepreneurs in the cultivation of people's tea; (2) analyzing the capabilities of entrepreneurs in the cultivation of public tea; (3) testing the quality of tea products for processed products; (4) analyzing the marketing system (diversification, packaging, and marketing system) of people's tea products; and (5) drafting a model for empowering small-scale tea entrepreneurs in order to increase business revenues. It is expected that further research can be carried out on the results of the design of the model, to develop a model of empowerment of the tea businessmen referring to the development of the development program for smallholder tea. This research was carried out in the Pulosari Subdistrict, with a multistage random sampling technique with two levels. The analytical method applied is descriptive method with the help of the Liker's Summated Rating method. The results of the analysis are: (1) Motivation for the success of entrepreneurs in the

cultivation of smallholder tea is very low; (2) the capability of entrepreneurs in the cultivation of smallholder tea is very low; (3) the quality of processed tea products is mostly very low (dark brown, dirty, smell bad, the aroma of tea is not clear, the color of steaming is dark brown, and the taste of tea is noticeable); (4) generally tea products are in the form of bulk (there is no product diversification), without packaging and labeling, and are marketed at home, sold to customer collection traders, and (5) the design of the empowerment model of the local tea entrepreneurs in order to increase income in Pulosari District, is presented in Appendix 1.

*Keywords:* design of empowerment model, community tea business.

## **PENDAHULUAN**

Kecamatan Pulosari Kabupaten Pematang Jaya merupakan wilayah dataran tinggi lereng Gunung Slamet bagian timur laut. Luas lahan wilayah kecamatan sebagian besar merupakan lahan kering (8.507,98 ha atau 97,25 %). Pada wilayah tersebut terdapat 83 pengusaha teh rakyat, yang tersebar pada 5 desa. Menurut Hastuti, Djuharyanto, dan Fauzi (2014) bahwa pengusaha teh rakyat secara finansial rugi (minus) namun tetap berjalan sampai sekarang, sehubungan secara ekonomis dengan penekanan profitabilitas sosial (*social profitability*) rumah tangga, pengusaha tersebut layak (*visible*) untuk dijalankan.

Berkenaan dengan itu Djuharyanto dan Siswanto pada Tahun 2015 dan 2017 telah melakukan pemberdayaan peningkatan kualitas, diversifikasi, kemasan, dan pemasaran produk teh rakyat di wilayah kecamatan tersebut, namun hanya pada Kelompok Wanita Mandiri di Desa Penakir (13 pengusaha teh rakyat). Hasil pemberdayaan, ternyata hanya 3 orang (23 % dari seluruh pengusaha binaan) yang mengaplikasikan materi binaan pemberdayaan tersebut. Hal ini bisa terjadi karena : materi binaan masih sebagian dari jumlah materi yang dibutuhkan untuk pengembangan usaha teh, dan metode pemberdayaan yang diaplikasikan belum sesuai dengan *capability* pengusaha teh; yang merupakan dampak dari tidak adanya model pemberdayaan pengusaha teh rakyat. Selaras dengan itu, penyusunan model pemberdayaan pengusaha teh rakyat mengacu pada peningkatan pendapatan pengusaha di wilayah tersebut, dewasa ini sangat diperlukan.

Secara konseptual pemberdayaan (*empowerment*) adalah serangkaian kegiatan peningkatan *capability* pengusaha teh rakyat untuk meningkatkan pengusahaannya (Mardikanto, 2013). Konsep pemberdayaan tersebut merujuk pada perubahan perilaku (*behavior of change*) pengusaha dari kebiasaan semula. Penelitian Djuharyanto (2011), menginformasikan bahwa perubahan perilaku akan menjadi permanen (tidak hanya

sementara) bilamana didasari (terpredisposisi) oleh perubahan motivasi untuk berubah/berkembang, dan atau sikap positif (*positive attitude*) terhadap perubahan/pengembangan tersebut. Ini berarti bahwa perubahan perilaku terdisposisi oleh adanya perubahan/pegeembangan ranah *cognitive*, *affective*, dan *psychomotoric* ke arah yang lebih baik (positif) terhadap obyek perubahan tersebut.

Pengalaman penelitian Djuharyanto (2011), kegiatan pengabdian kepada masyarakat Kusnaman, Djuharyanto, dan Hartanto (2014), dan kegiatan pengabdian masyarakat Djuharyanto dan Siswantoro (2015 dan 2017), membuktikan bahwa tumbuhnya motivasi dan atau sikap positif terhadap perubahan/pengembangan pada seseorang dipengaruhi oleh aspek sosial, teknis, dan ekonomis yang melekat pada obyek perubahan/pengembangan tersebut. Ketiga aspek tersebut harus bersifat positif dengan sifat kepositipannya yang menonjol, bilamana terdapat salah satu aspek yang bersifat negatif, maka tidak akan mampu menumbuhkan motivasi dan atau sikap positif terhadap perubahan/pengembangan tersebut.

Uraian di atas menunjukkan bahwa konsep pemberdayaan pengusaha teh rakyat harus meliputi semua materi pengembangan yang diperlukan pengusaha, dan metode pemberdayaan yang selaras dengan *capability* pengusaha teh rakyat tersebut, baik dilihat pada aspek teknis, ekonomis, maupun sosial. Aspek sosial yang dimaksud, bahwa konsep pemberdayaan harus sesuai dengan kondisi sosial kemasyarakatan pada sistem sosial tersebut (Pranadji dan Hastuti, 2004), dan mampu memanfaatkan secara optimal keunggulan komparatif dan kompetitif lokal (Supadi, 2008), dan kelembagaan yang tersedia seperti lembaga perkreditan, distribusi sarana produksi, dan pemasaran (BPTP Jawa Tengah, 2013), sehingga aplikasi model pemberdayaan tidak hanya mampu meningkatkan pendapatan secara signifikan, namun sekaligus dalam jangka panjang mampu mendatangkan *multiplier effect* yang berujung pada pengembangan perekonomian perdesaan (Sugiharto, 2008, dan Pramono, 2010). Faktor lain yang perlu diperhatikan, bahwa konsep pemberdayaan harus berpijak pada kondisi kapabilitas (*capability*) subyek yang akan diberdayakan tersebut, baik dilihat dari aspek teknis, ekononomis, maupun sosial.

Selanjutnya, agar tidak menimbulkan miskomunikasi bagi pemberdaya (*agent of change*), maka konsep pemberdayaan tersebut idealnya disajikan dalam bentuk model yang tertulis. Secara konseptual model pemberdayaan tersebut seharusnya tersusun berdasar

pada pengujian (*action research*) atas rancangan pemberdayaan yang sudah tersusun sebelumnya. Namun demikian, sampai pada posisi penyusunan proposal penelitian ini (awal dan pertengahan tahun 2018) rancangan model pemberdayaan teh rakyat di wilayah Kecamatan Pulosari belum tersusun. Selaras dengan itu, permasalahan umum penelitian ini adalah seperti apakah rancangan model pemberdayaan pengusaha teh rakyat dalam rangka peningkatan pendapatan di Kecamatan Pulosari ?

Rancangan model pemberdayaan pengusaha teh rakyat tersebut secara konseptual harus didusun berdasar atas kondisi motivasi keberhasilan/kebutuhan pengusaha, kapabilitas (*capability*) pengusaha, kapasitas/kuantitas produk, kualitas produk (termasuk diversifikasi produk, dan kemasan/pelabelan produk), dan sistem pemasaran produk.

Tujuan umum penelitian ini adalah menyusun rancangan model pemberdayaan pengusaha teh rakyat dalam rangka peningkatan pendapatan. Tujuan khusus penelitian adalah :

- 1) Menganalisis motivasi keberhasilan pengusaha teh rakyat
- 2) Menganalisis kapabilitas (*capability*) pengusaha dalam pengusahaan teh rakyat
- 3) Menguji kualitas produk teh rakyat atas hasil olahan
- 4) Menganalisis sistem pemasaran (diversifikasi, kemasan, dan sistem pemasaran) produk teh rakyat
- 5) Menyusun rancangan model pemberdayaan pengusaha teh rakyat dalam rangka peningkatan pendapatan pengusahaan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kecamatan Pulosari, sehubungan kecamatan tersebut merupakan kawasan pengusahaan teh rakyat potensial untuk dikembangkan. Metode penelitian yang diterapkan adalah survai, dengan teknik pengambilan contoh *multistage random sampling* dengan dua tingkatan, yaitu desa yang terdapat pengusaha teh rakyat sebagai sampling tingkat pertama dan pengusaha teh rakyat sebagai sampling tingkat kedua yang sekaligus sebagai unit sampel.

Desa sampel ditentukan secara purposif yaitu 2 desa (dari 5 desa populasi) yang secara random diperoleh Desa Penakir dan Peganteran. Penentuan jumlah unit sampel dilaksanakan secara purposif berdasar pertimbangan kondisi keragaman populasi

pengusaha teh rakyat, yang ditaksir dari standar deviasi dan varians populasi ( $\delta^2$ ) pengusaha teh rakyat pada setiap desa sampel di atas. Jumlah sampel pada Desa Peganteran adalah 16 dan Desa Penakir adalah 17 pengusaha teh rakyat. Penentuan tiap unit sampel dilakukan secara random, dan teknis pengambilan data penelitian dilakukan wawancara dan pengamatan secara langsung di lapang.

Metode analisis yang diterapkan untuk mendeteksi tingkat motivasi keberhasilan pengusaha dalam pengusahaan teh rakyat (tujuan penelitian pertama) dan tingkat kapabilitas pengusaha dalam pengusahaan teh rakyat (tujuan penelitian kedua) adalah analisis deskriptif dengan bantuan metode pengukuran *Likert's Summated Rating*. Pengujian kualitas produk teh rakyat atas hasil olahan (tujuan penelitian ketiga) digunakan uji organoleptik. Menganalisis sistem pemasaran (diversifikasi, kemasan, dan sistem pemasaran) produk teh rakyat (tujuan penelitian keempat) digunakan analisis deskriptif. Data hasil analisis pada tujuan penelitian pertama sampai dengan keempat di atas digunakan sebagai data dasar dalam penyusunan rancangan model pemberdayaan pengusaha teh rakyat dalam rangka peningkatan pendapatan (tujuan penelitian kelima), dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Hasil susunan rancangan model pemberdayaan tersebut dituangkan dalam bentuk bagan (gambar).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Motivasi Kerhasilan Pengusaha Teh Rakyat**

Hasil pengukuran Likert's Summated Rating, tingkat motivasi keberhasilan pengusaha dalam pengusahaan teh rakyat disajikan pada Tabel 1. Pada tabel tersebut tampak bahwa motivasi keberhasilan pengusaha teh rakyat tergolong sangat rendah. Kondisi sangat rendahnya motivasi keberhasilan pengusaha di atas merupakan faktor penghambat pengembangan pengusahaan teh rakyat, mengingat motivasi keberhasilan pengembangan usaha merupakan predisposisi timbulnya perubahan perilaku (*behavior of change*) pengembangan usaha tersebut (Djuharyanto, 2011). Perubahan perilaku (pengembangan pengusahaan) akan bersifat permanen (tidak sementara) bilamana terdisposisi oleh kuatnya motivasi keberhasilan pelaku pengembangan yang bersangkutan, hal ini mengingat perubahan perilaku itu sudah terdisposisi oleh kuatnya aspek *cognitive*, dan *affective* ke arah yang lebih baik (positif) pada pelaku pengembangan.

Pengamatan lebih lanjut ternyata sangat rendahnya motivasi keberhasilan pengusaha teh rakyat tersebut ditentukan oleh kondisi sangat rendahnya 7 komponen (atau 87,5 % dari 8 komponen) pembentuk motivasi keberhasilan yang diamati. Satu satunya komponen pembentuk motivasi yang berkategori sangat tinggi yaitu komponen kesediaan mencurahkan tenaga kerja keluarga (lihat Tabel 1).

Tabel 1. Komponen motivasi keberhasilan pengusaha dalam pengusahaan teh rakyat

Nomor Pernyataan	Pernyataan Motivasi Keberhasilan	Jumlah Skor	Kategori Motivasi
1	Motivasi pencurahan tenaga kerja pribadi dan anggota keluarga untuk keperluan pengusahaan teh	159	Sangat tinggi
2	Motivasi mencurahkan dana aktif keluarga untuk pengembangan usaha	63	Sangat rendah
3	Motivasi pinjam dana kepada pedagang pengumpul untuk pengembangan usaha	33	Sangat rendah
4	Motivasi pinjam dana kepada bank/koperasi untuk pengembangan usaha	38	Sangat rendah
5	Motivasi diskusi dengan tetangga tentang pengusahaan teh rakyat	38	Sangat rendah
6	Motivasi diskusi dengan pihak luar sistem sosial tentang pengusahaan teh rakyat	33	Sangat rendah
7	Motivasi baca koran atau dengar radio/tv tentang pengusahaan teh rakyat	33	Sangat rendah
8	Motivasi menanggung risiko kegagalan atas adopsi inovasi pengembangan usaha teh rakyat	33	Sangat rendah

Uraian di atas menunjukkan bahwa pengembangan pengusahaan teh rakyat di daerah penelitian, harus diawali dari adanya binaan peningkatan motivasi keberhasilan pada pengusaha teh rakyat tersebut, tanpa adanya peningkatan motivasi, pengusaha teh rakyat enggan untuk berubah/berkembang. Materi binaan motivasi yang diperlukan dapat dideteksi pada komponen pembentuk motivasi keberhasilan yang masih berkategori sangat rendah (lihat Tabel 1).

Pengamatan lebih lanjut, ternyata sangat rendahnya 7 komponen pembentuk motivasi keberhasilan pengusaha teh rakyat di atas adalah integrasi antara : (1) Rendahnya tingkat pendidikan formal, umumnya tidak lulus SD, (2) tingginya derajat fatalisme (kepasrahan diri terhadap fenomena yang ada), (3) rendahnya derajat kosmopolitan, (4) ketidaktahuan

terhadap kemungkinan pengembangan pengusaha teh rakyat, baik pada aspek sosial, teknis, maupun ekonomis, dan (5) rendahnya kapabilitas pengusaha.

Uraian di atas menunjukkan bahwa materi binaan untuk meningkatkan motivasi keberhasilan pengusaha teh rakyat meliputi materi bina manusia, bina usaha, dan bina kelembagaan. Disamping itu, juga menunjukkan bahwa pengusaha teh rakyat di daerah penelitian tidak dapat berkembang secara mandiri, pengembangan pengusaha memerlukan binaan dari luar sistem sosialnya, seperti misalnya dari perguruan tinggi, perusahaan, LSM, ataupun pemerintah daerah.

### **Kapabilitas Pengusaha Teh Rakyat**

Hasil pengukuran Likert's Summated Rating, tingkat kapabilitas pengusaha dalam pengusaha teh rakyat adalah tersebut pada Tabel 2. Pada tabel tersebut tampak bahwa kapabilitas pengusaha teh rakyat dalam kategori sangat rendah; dari 17 variabel komponen pembentuk kapabilitas yang diamati, 16 (atau 94,12 %) variabel berkategori sangat rendah sampai dengan rendah, hanya 1 komponen variabel yang berkategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan semua komponen kapabilitas pengusaha teh rakyat dari sejak pengembangan pengadaan bahan baku daun teh segar, produksi, kemasan/pelabelan hingga sampai pada pemasaran berada dalam kategori sangat rendah sampai dengan rendah.

Rendahnya komponen pembentuk kapabilitas di atas, terjadi karena : (1) Tingkat pendidikan yang secara umum tidak lulus sekolah dasar (SD), (2) derajat fatalisme (kepasrahan diri terhadap fenomena yang ada) tampak kuat, (3) tingkat kosmopolitan sangat rendah, (4) pada umumnya (90,91 % dari 33 populasi) menyatakan tidak pernah memperoleh binaan pengembangan pengusaha produksi teh rakyat, sehingga tidak tahu tentang aspek sosial, teknis, dan ekonomis pengembangan pengusaha teh rakyat, (5) penerimaan atas pengusaha teh rakyat relatif kecil, hanya untuk keperluan penambahan konsumsi keluarga saja, (6) tidak mengetahui teknis peminjaman dana produktif kepada perbankan/koperasi, (7) rendahnya keberanian menanggung risiko atas pengadopsian inovasi (pengembangan usaha), dan (8) rendahnya motivasi keberhasilan dalam pengusaha teh rakyat.

Tabel 2. Komponen kapabilitas pengusaha dalam pengusaha teh rakyat

No.	Komponen Pernyataan Kapabilitas Pengusaha	Jumlah Skor	Kategori Kapabilitas
1	Pemilikan kebun teh untuk pemenuhan kebutuhan produksi sendiri	162	Sangat tinggi
2	Pemilikan kebun teh untuk pemenuhan pengembangan kapasitas produksi	36	Sangat rendah
3	Kemudahan peroleh daun teh dari kebun tetangga, untuk pengembangan kapasitas produksi	36	Sangat rendah
4	Pengetahuan bahwa peningkatan kualitas produk dapat meningkatkan pendapatan perusahaan teh	64	Sangat rendah
5	Kemampuan teknis memproduksi teh berkualitas tinggi <sup>*)</sup>	72	Rendah
6	Ketersediaan alat pengolahan teh rakyat, untuk memproduksi teh berkualitas tinggi	55	Sangat rendah
7	Pengetahuan bahwa peningkatan penerimaan usaha teh dapat melalui diversifikasi produk	57	Sangat rendah
8	Kemampuan memproduksi diversifikasi produk seperti teh melati, teh rempah, dan teh celup	57	Sangat rendah
9	Pengetahuan bahwa peningkatan penerimaan usaha teh dapat melalui pengemasan produk	63	Rendah
10	Kemampuan teknik pengemasan produk teh secara baik	57	Sangat rendah
11	Pengetahuan bahwa peningkatan penerimaan usaha teh dapat ditingkatkan melalui pelabelan produk	63	Rendah
12	Kemampuan mengurus izin usaha	70	Rendah
13	Pengetahuan bahwa peningkatan pendapatan dapat melalui pengembangan pasar	70	Rendah
14	Pengetahuan bahwa untuk pengembangan pasar perlu produk teh yang berkualitas tinggi, dikemas secara baik, dan berlabel	64	Sangat rendah
15	Kemampuan teknik pengembangan pasar teh rakyat	67	Rendah
16	Kerjasama perusahaan dalam kelompok	67	Rendah
17	Kemitraan pemasaran produk teh rakyat	72	Rendah

<sup>\*)</sup> Karakteristik produk teh rakyat berkualitas tinggi adalah : (1) Bersih, tidak terkontaminasi bahan lain, (2) berwarna coklat kehijauan, (3) beraroma wangi khas teh murni, teh melati, atau teh rempah, (4) warna seduhan hijau atau merah kuning cerah, dan (5) rasa sepet khas teh terasa.

### **Kualitas Produk Teh Rakyat**

Hasil penelitian, ternyata di daerah penelitian terdapat 2 kelas kualitas produk teh rakyat hasil olahan, yaitu : (1) Kualitas rendah, dan (2) kualitas tinggi. Hasil uji



organoleptik karakteristik kualitas produk teh rakyat berkualitas rendah dan tinggi disajikan pada Tabel 4. Hasil pengamatan ternyata bahwa yang memproduksi teh rakyat berkualitas tinggi hanya 1 orang sampel (atau 3,03 % dari jumlah sampel 33 pengusaha), yang berlokasi di Desa Penakir; atau hanya 1 orang dari jumlah populasi pengusaha teh rakyat di Kecamatan Pulosari. .

Tabel 4. Karakteristik teh rakyat berkualitas rendah dan tinggi

No.	Komponen kualitas	Kualitas Rendah	Kualitas Tinggi
1	Warna produk teh	Coklat tua	Coklat kehijauan
2	Kebersihan	Tampak kotor, terdapat seresah pangkal daun	Bersih, tidak terkontaminasi bahan lain
3	Aroma	Sangit, aroma wangi khas teh alami tidak tegas	Wangi khas teh murni alami atau teh rempah terasa tegas
4	Warna seduhan	Merah coklat gelap	Merah kekuningan cerah atau hijau kekuningan cerah
5	Rasa sepet	Terasa	Terasa

Hasil pengamatan lebih lanjut, ternyata pengusaha teh rakyat yang berkualitas tinggi di atas merupakan pengusaha yang sudah memperoleh binaan pengembangan kualitas produk oleh Djuharyanto dan Siswantoro (2016). Pengusaha tersebut memproduksi 2 kualitas yaitu kualitas rendah dan sekaligus kualitas tinggi.

Pada pengusaha teh rakyat yang memproduksi kualitas rendah, ternyata proses produksinya menggunakan alat tradisional. Pada saat penggorengan (pelayuan dan pengeringan) daun teh menggunakan alat yang dibuat dari tanah liat dengan tanpa penutup, sehingga disamping proses pelayuan dan penggorengan tidak terlaksana secara tidak optimal (tidak efektif dan tidak efisien) juga asap penggorengan masuk ke dalam alat penggorengan tersebut; sehingga daun teh hasil pelayuan dan pengeringan berkualitas rendah seperti tersebut pada Tabel 4 di atas. Pengamatan lebih lanjut, ternyata mereka menyatakan tidak tahu teknis dan alat yang diperlukan untuk memproduksi teh berkualitas tinggi.

### **Sistem Pemasaran Produk Teh Rakyat**

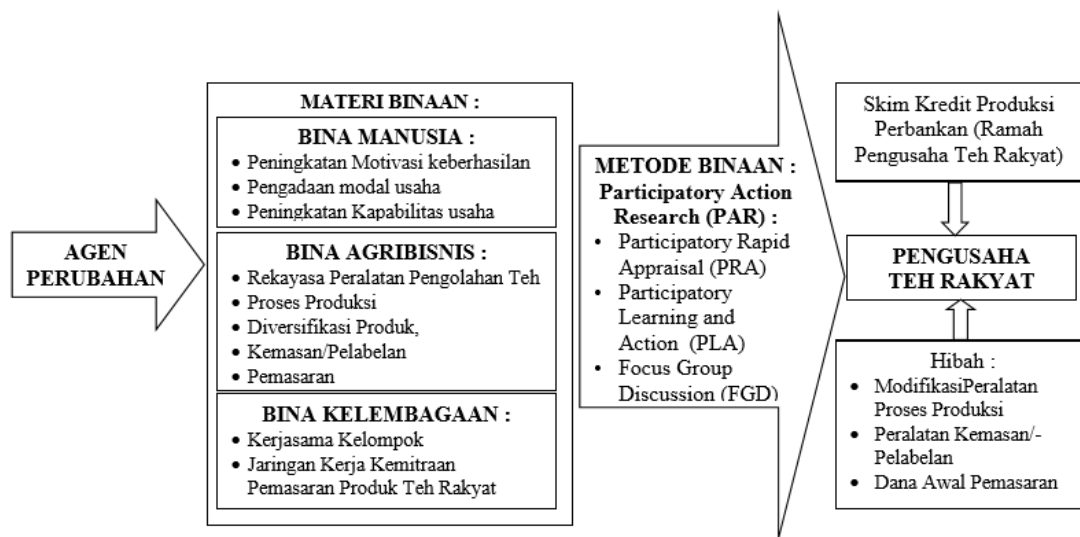
Pada prinsipnya kondisi kualitas produk, jenis produk (diversifikasi produk), kemasan dan pelabelan, dan sistem pemasaran merupakan satu kesatuan. Pada produk

yang berkualitas rendah, bentuk produknya adalah tunggal (tanpa diversifikasi produk) yaitu berbentuk curah tanpa kemasan/pelabelan dan beraroma sangat sebagaimana disajikan pada Tabel 4 di atas. Produk teh kualitas rendah ini sistem pemasarannya dilaksanakan di rumah pengusaha, pedagang pengumpul langganan mendatangi rumah pengusaha untuk membeli produk teh, dengan sistem pembayaran secara kas atau bayar dimuka. 100 % sampel menyatakan suka pinjam uang kepada pedagang pengumpul langganan untuk kepentingan konsumsi keluarga, yang dilunasi dengan penjualan produk teh yang akan diproduksi sesudahnya.

Pada produk teh yang berkualitas tinggi (yang hanya diproduksi oleh 1 orang pengusaha teh rakyat sampel), pengusaha teh tersebut memproduksi teh berkualitas tinggi yang diproduksi dari bahan baku daun teh pucuk pertama sampai dengan keempat, dan sekaligus teh kualitas rendah (tapi beraroma tidak sangat) yang diproduksi dari bahan baku daun teh pucuk pertama sampai dengan ke enam. Produk teh kualitas tinggi dikemas dalam kemasan yang berlabel (terdapat izin usaha), terdapat diversifikasi produk yaitu teh murni alami, dan teh rempah), dan dipasarkan di luar desa, luar kecamatan (ibu kota kabupaten), bahkan sampai di luar kabupaten. Namun jumlah yang dipasarkan masih sangat sedikit. Biasanya hanya memproduksi teh kualitas tinggi ini bilamana ada permintaan dari instansi untuk keperluan tertentu seperti misalnya keperluan menjamu tamu pejabat, atau untuk keperluan pameran produksi lokal. Pengusaha teh tersebut belum mampu menembus pasar pada pasar umum seperti toko-toko dan kios-kios.

### **Rancangan Model Pemberdayaan Pengusaha Teh Rakyat**

Rancangan model pemberdayaan pengusaha teh rakyat disusun berdasar atas kondisi motivasi keberhasilan pengusaha, kapabilitas pengusaha, proses produksi, kualitas produk teh rakyat hasil olahan, dan sistem pemasaran (diversifikasi, kemasan/pelabelan, dan sistem pemasaran produk teh rakyat) sebagaimana disebutkan di atas. Rancangan model pemberdayaan tersebut disajikan pada Gambar 1 di bawah.



Gambar 1. Rancangan Model Pemberdayaan Pengusaha Teh Rakyat untuk Meningkatkan Pendapatan Pengusahaan di Kecamatan Pulosari

## KESIMPULAN

Berdasar pada hasil dan pembahasan di atas, disajikan kesimpulan :

1. Motivasi keberhasilan pengusaha teh rakyat untuk mengembangkan usahanya berada dalam kategori sangat rendah
2. Kapabilitas pengusaha teh rakyat untuk mengembangkan usahanya dalam kategori rendah
3. Kualitas produk teh rempah umumnya masih rendah, produk berbentuk curah tanpa kemasan/pelabelan, beraroma sangit (aroma wangi alami khas teh hampir pudar), warna seduhan merah coklat gelap
4. Produk teh rakyat umumnya dipasarkan di rumah pengusaha, pedagang pengumpul mendatangi rumah pengusaha, sistem pasar mendekati sistem monopsoni
5. Rancangan model pemberdayaan pengusaha teh rakyat untuk mengembangkan usahanya dalam rangka peningkatan pendapatan pengusahaan disajikan pada Gambar 1 di atas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Djuharyanto, T. 2011. Motivasi Keberhasilan Petani dan Pengaruhnya terhadap Efisiensi Teknis dalam Berusahatani Padi Sawah (Kasus di Kecamatan Sokaraja Kabupaten

- Banyumas). *Disertasi*. Program Doktor Ilmu Pertanian Program Pascasarjana Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Malang.
- Djuharyanto, T dan A. Hartati (2013). Penyusunan Model Spesifikasi Lokasi Pengadopsian Pertanian Organik untuk Meningkatkan Produk Hortikultura di Kabupaten Purbalingga. *Laporan Penelitian*. LPPM Unsoed. Purwokerto.
- Hastuti P; T. Djuharyanto dan H. Faozi (2014). Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Teh Rakyat dalam rangka Peningkatan Kualitas Produk di Kecamatan Pulosari Kabupaten Pemalang. *Laporan Penelitian*. LPPM Unsoed. Purwokerto.
- Hartanto, B., T. Djuharyanto, dan D. Kusnaman. 2014. Pendampingan Sistem Kemitraan untuk Memasyarakatkan Usahatani Hortikultura Organik di Desa Penakir Kecamatan Pulosari. *Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat*. Fakultas Pertanian Unsoed, Purwokerto.
- Kusnaman, D; T. Djuharyanto; dan Bb. Hartatnto. (20015). Optimalisasi Pemanfaatan Lahan Pekarangan Berbasis Sayur Organik di Kelurahan Karangklesem Kecamatan Purwokerto Selatan. *Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat*. Fakultas Pertanian Unsoed, Purwokerto.
- Mardikanto, T. 2013. *Konsep-konsep Pemberdayaan Masyarakat, Acuan bagi Aparat Birokrasi, Akedemi, Praktisi, dan Pemerhati Pemberdayaan Masyarakat*. UNS Press. Surakarta.
- Mardikanto, T. 2014. Sekilas Penyuluhan/Pemberdayaan Masyarakat di Indonesia. *Makalah Lokakarya Revitalisasi Penyuluhan/Pemberdayaan Masyarakat*. Universitas Sebelas Maret, 20 November 2014.
- Nissanka, W.M.B.S. and P.M.N. Dayaratne. 2002. Competitiveness Self Motivation to Increase Productivity Rice: A New Extension Approach to Yaya Program. *Annais of Sri Lanka Departemen of Agricutkural, 2002. 4.*
- Pranaji, T., dan EL. Hastuti. 2004. Transformasi Sosio-Budaya dalam Membangun Pedesaan. *Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian Vol. 2 (1)*.
- Pramono, J. 2010. Pengembangan Kapabilitas Pembelajaran pada Organisasi Petani Hortikultura dalam Persaingan Pasar. *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah, Vol. 1.*
- Rogers, EM., and FF. Shoemaker. 1971. *Communication of Innovations*. The Free Press. New York. ]