

**PEMBERDAYAAN ALIANSI PETANI PADI ORGANIK BOYOLALI  
(APPOLI) DALAM PENGOLAHAN PASCA PANEN  
DAN PEMASARAN BERAS ORGANIK**

**Oleh:**

**Emi Widiyanti dan Arief Iman Santoso  
Universitas Sebelas Maret  
email: [emin4y@gmail.com](mailto:emin4y@gmail.com)**

**Abstract**

Koperasi Sahabat Sejahtera as the division of post-harvest processing and marketing Appoli face some productions problems namely unavailability of production equipment ranging from the drying process up to packaging. Post-harvest equipment owned is the result of the hire from Tani Makmur using system-processing services. This condition affected the efficiency of the business, the quantity of cooperative's income and the quantity of cooperative members. In order to overcome these problems some community services conducted as follows: (1) The introduction of post harvest handling technologies include: grading tool and blower mounted on a grading tool, table sorting, pallet, digital scales, water tested MD 7822; (2) increasing marketing quality through producing of a media campaign and improving the quality of the packages. The findings are Appoli able to increase production capacity and enhance its role in the development of organic rice and highly motivated to promote organic agriculture and increase farmers' income.

**Keywords:** *empowerment, alliance of farmers, organic rice, post harvest and marketing*

**A. PENDAHULUAN**

**1. Analisis Situasi**

Pasar beras organik di Indonesia diprediksiterus mengalami pertumbuhan 22 persen per tahun atau senilai 28 miliar rupiah. Hal ini menunjukkan

bahwa pada tahun depan dipastikan bisnis makanan organik akan terus bergerak ke arah positif (Anonim, 2014). Sistem pertanian organik ini disambut cukup antusias, baik oleh masyarakat umum sebagai konsumen maupun

oleh petani sebagai pelaku di sisi produksi. Melihat potensi usaha pertanian organik, khususnya padi organik, banyak petani mulai beralih dari sistem pertanian anorganik ke sistem pertanian organik, salah satunya adalah petani di Kabupaten Boyolali. Perkembangan pertanian organik, khususnya padi organik di Kabupaten Boyolali cukup pesat. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan jumlah kelompok tani dan luas panen padi organik.

Terus berkembangnya jumlah petani padi organik di Boyolali mendorong terbentuknya organisasi petani padi organik yaitu Aliansi Petani Padi Organik Boyolali (Appoli). Aliansi petani padi organik Appoli ini terbentuk pada tanggal 27 Desember 2007. Appoli mempunyai tujuan untuk: (1) mengorganisir petani padi menjadi organisasi petani; (2) pelayanan dan bimbingan teknis SRI (*System of Rice Intensification*), ICS (*Internal Control System*), dan sertifikasi organik; (3) mengorganisir pemasaran bersama; dan (4) penguatan institusi Appoli.

Untuk menjalankan fungsinya dalam pemasaran beras organik, Appoli memiliki divisi yang melaksanakan fungsi pemasaran, yaitu divisi pengelolaan pasca panen dan pemasaran yang dijalankan oleh Koperasi Sahabat Sejahtera. Koperasi Sahabat Sejahtera merupakan koperasi yang di-

bentuk oleh Appoli pada tanggal 27 November 2013. Koperasi Sahabat Sejahtera beroperasi di kantor kesekretariatan yang beralamat di Dusun Sambi RT 01 RW 01 Desa Sambi Kecamatan Sambi. Sesuai dengan UU RI Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, yang menyatakan bahwa koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Koperasi Sahabat Sejahtera beranggotakan orang-orang yang terdiri dari 81 petani organik di wilayah Kecamatan Sambi. Meskipun beroperasi dan beranggotakan petani organik di wilayah Sambi, Koperasi Sahabat Sejahtera melayani pengelolaan pasca panen dan pemasaran padi organik bagi semua anggota Appoli. Sampai saat ini terdapat 120 anggota Appoli yang menjual Gabah Kering Panen (GKP) hasil panennya ke koperasi ini.

Dalam satu musim tanam, Koperasi Sahabat Sejahtera mampu menyerap dan memasarkan 292,5 ton GKP hasil panen petani anggota Appoli untuk luasan panen 45 hektar. Kemampuan Koperasi Sahabat Sejahtera dalam pengelolaan pasca panen masih jauh dari kebutuhan riil anggota karena jumlah luas panen anggota

Appoli pada saat ini mencapai 271,87 hektar atau setara dengan 1767,155 ton. Artinya, sampai saat masih ada 1474,655 ton gabah organik petani yang belum terserap dan dipasarkan oleh Koperasi Sahabat Sejahtera.

Gabah kering panen yang disetorkan di Koperasi Sahabat Sejahtera diproses kembali untuk mendapatkan beras organik yang berkualitas. Beberapa jenis beras organik yang diolah di koperasi ini adalah jenis beras merah, IR 64, dan pandan wangi. Adapun proses pengolahan yang dilakukan di koperasi ini meliputi proses: penjemuran, pengudangan, penggilingan, *grading*, penyortiran, *blower*, *packing*, dan pemasaran.

Sampai saat ini, untuk melakukan semua proses di atas, Koperasi Sahabat Sejahtera bermitra dengan Kelompok Tani Makmur yang merupakan salah satu anggota Appoli yang memiliki peralatan pengolahan pasca panen dengan sistem sewa alat karena koperasi belum memiliki fasilitas peralatan pengolahan pasca panen. Jadi, kegiatan pengolahan pasca panen Koperasi Sahabat Sejahtera masih dilakukan di luar kantor sekretariat Appoli, yaitu di lokasi Kelompok Tani Makmur di Desa Cermo Kecamatan Sambi.

Kondisi belum adanya fasilitas pengolahan pasca panen menyebab-

kan Koperasi Sahabat Sejahtera belum mampu meningkatkan kapasitas produksi. Selain itu, biaya produksi menjadi lebih tinggi karena harus mengeluarkan biaya jasa proses (sewa alat). Dengan demikian, Koperasi Sahabat Sejahtera belum mampu menyerap dan memasarkan seluruh hasil panen anggotanya. Telah dijelaskan di muka bahwa sampai saat ini masih ada 1474,655 ton gabah organik petani yang belum terserap dan dipasarkan oleh Koperasi Sahabat Sejahtera.

Kondisi manajemen di Koperasi Sahabat Sejahtera juga belum cukup baik, khususnya dalam pembukuan usaha dan pengelolaan tentang koperasi. Karena pada prinsipnya pengelolaan koperasi berbeda dengan usaha komersial lainnya. Untuk itu, di bidang manajemen masih membutuhkan adanya pelatihan pembukuan usaha.

Melihat permasalahan yang dihadapi Appoli, diperlukan sebuah pendekatan dengan konsep pemberdayaan yang melibatkan seluruh unsur dalam Appoli itu sendiri untuk merumuskan bersama kerangka pemecahan masalah bagi anggota koperasi tersebut. Pranarka dan Moeljarto (1996) memberikan catatan terhadap konsep pemberdayaan berdasarkan penelitian kepustakaan, bahwa proses pemberdayaan mengandung dua kecenderungan.

Pertama, proses pemberdayaan yang menekankan kepada proses memberikan atau mengalihkan sebagian kekuasaan, kekuatan atau kemampuan kepada masyarakat agar individu menjadi lebih berdaya. Proses ini dapat dilengkapi pula dengan upaya membangun aset material guna mendukung pembangunan kemandirian mereka melalui organisasi (Oakley & Marsden, 1984). Kecenderungan atau proses yang pertama tadi dapat disebut kecenderungan primer dari makna pemberdayaan. Kecenderungan kedua atau kecenderungan sekunder menekankan pada proses menstimulasi, mendorong atau memotivasi individu agar mempunyai kemampuan atau keberdayaan untuk menentukan apa yang menjadi pilihan hidupnya melalui proses dialog.

Berdasarkan hasil diskusi dengan Ketua Appoli, ketua koperasi dan pengawas koperasi, untuk dapat melakukan proses pasca panen dan pemasaran secara mandiri Appoli membutuhkan beberapa tindakan seperti berikut.

1. Fasilitasi dan introduksi teknologi pasca panen yang meliputi: (1) introduksi tester kadar air untuk mengetahui kadar air gabah pada proses pengeringan; (2) timbangan kapasitas 150 kg; (3) alat *grading* untuk pemisahan besar bulir padi; (4)

meja sortir; dan (5) kipas (*blower*) untuk membersihkan beras dari debu.

2. Perbaiki manajemen pemasaran melalui upaya pemasaran produk secara mandiri dan membangun *branding* serta media promosi bagi produk beras organik yang dihasilkan oleh Appoli.

## B. METODE PENGABDIAN

Sejalan dengan konsep pemberdayaan yang digunakan dalam pemecahan masalah yang dihadapi oleh Appoli, metode penyelesaian masalah yang digunakan adalah pendekatan pemberdayaan yang terdiri atas pendekatan mikro dan pendekatan mezzo. Menurut Suharto (2005) pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan melalui tiga strategi seperti berikut.

1. Pendekatan mikro. Pemberdayaan dilakukan terhadap individu melalui bimbingan, konseling, *crisis intervention*. Tujuan utamanya adalah membimbing atau melatih individu dalam menjalankan tugas-tugas kesehariannya.
2. Pendekatan *mezzo*. Pemberdayaan dilakukan terhadap kelompok masyarakat, pemberdayaan dilakukan dengan menggunakan pendekatan kelompok sebagai media intervensi. Pendidikan, pelatihan, dinamika kelompok biasanya diguna-

kan sebagai strategi dalam meningkatkan kesadaran, pengetahuan, keterampilan serta sikap-sikap kelompok agar memiliki kemampuan memecahkan permasalahan yang dihadapi.

3. Pendekatan makro. Pendekatan ini sering disebut dengan strategi sistem pasar (*large-system strategy*), karena sasaran perubahan diarahkan pada sistem lingkungan yang luas. Perumusan kebijakan, perencanaan sosial, kampanye, aksi sosial, *lobbying*, pengorganisasian masyarakat, manajemen konflik

adalah beberapa strategi dalam pendekatan ini.

Dalam proses pemberdayaan yang dilakukan selain melibatkan Appoli dalam merumuskan langkah-langkah pemecahan masalah, juga dilakukan pendampingan untuk memberikan bimbingan dan melatih penggunaan teknologi yang diberikan serta memberikan layanan konseling dalam menjalankan tugas masing-masing (tataran pendekatan mikro dan mezzo).

Berikut metode penyelesaian masalah yang akan diterapkan untuk memberdayakan Appoli dalam pemasaran beras organik.

**Tabel 1. Metode Penyelesaian Masalah bagi APPOLI**

<b>Tahapan Produksi</b>	<b>Kondisi</b>	<b>Metode Penyelesaian Masalah</b>
I. Proses pengolahan pasca panen	Lokasi proses pengolahan pasca panen jauh dari sekretariat Appoli, mengakibatkan tingginya biaya transportasi	Proses pengolahan pasca panen dilakukan di sekretariat Appoli sehingga menghemat biaya transportasi
	Peralatan pasca panen masih penyewa pada kelompok tani makmur dengan biaya sewa alat Rp 200 ribu – Rp 300 ribu per bulan	Introduksi teknologi pasca panen yang meliputi alat <i>grading</i> , meja sortir, palet, alat uji kadar air dan timbangan digital
II. Pemasaran	Belum memiliki merek sendiri	Branding produk
	Belum memiliki media promosi	Pembuatan media promosi berupa <i>leaflet</i> , <i>pamphlet</i> dan kartu nama ( <i>business card</i> )
	Kemasan produk yang belum <i>marketable</i>	Perbaikan label kemasan

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Introduksi teknologi pasca panen bagi Koperasi Sahabat Sejahtera merupakan upaya untuk meningkatkan kualitas beras organik yang akan dipasarkan oleh koperasi. Dalam introduksi ini, selain berbentuk bantuan teknologi juga dilakukan secara swadaya. Khususnya untuk pembuatan alat *grading*, meja sortir, dan palet kelompok menyediakan tenaga serta peralatan bantu untuk proses pembuatan, bahan disediakan oleh tim pengabdian, beberapa peralatan, seperti timbangan dan *blower* juga diserahkan ke kelompok dengan pertimbangan mereka lebih mengerti peralatan yang dibutuhkan. Berikut gambaran proses introduksi teknologi pasca panen bagi koperasi sahabat sejahtera.

#### 1. Pembuatan Alat Grading, Meja Sortir dan Palet

Ketiga alat ini dibuat secara mandiri oleh kelompok mitra dengan bahan yang disediakan oleh tim. Bahan yang diberikan dari tim berupa papan kayu, paku, seng dan bahan lainnya, namun bentuk pemberiannya adalah uang tunai yang selanjutnya mitra dipercaya untuk membelikan bahan. Palet yang dibuat kelompok sebanyak 30 buah dengan ukuran masing-masing 2 m<sup>2</sup> (200 cm x 100 cm). Meja sortir dibuat sebanyak 4 buah dengan kerangka terbuat dari kayu dengan dimensi lebar 1,5 m; panjang 2 m, dan tinggi 0,5 meter. Proses pengerjaan palet dan meja sortir oleh mitra dapat dilihat pada Gambar 1 dan Gambar 2.



**Gambar 1. Pembuatan Palet**



**Gambar 2. Pembuatan Meja Sortir**

Dengan adanya meja sortir tersebut, diharapkan beras organik yang dipasarkan oleh Koperasi Sahabat Sejahtera menjadi berkualitas, bersih dari kotoran seperti gabah, batu atau kerikil. Palet berfungsi untuk menjaga kualitas beras dari kelembaban.

## **2. Introduksi Alat Penyaring/*Grading* dan *Blower***

Alat *grading* merupakan alat untuk melakukan pemisahan bulir beras berdasarkan ukurannya. Sama dengan meja sortir dan palet, alat *grading* juga dibuat secara swadaya oleh kelompok dengan menggunakan bahan yang diberikan oleh tim IbM. Alat ini terbuat dari kerangka papan, penyaring terbuat dari dua jenis kawat strimin dengan tingkat kerapatan yang berbeda, dan corong terbuat dari seng. Secara keseluruhan, *grading* berdimensi luas penyaring 3 meter persegi (1 m x 3 m) dengan ketinggian 1,75 m.

Untuk efisiensi waktu proses pembersihan gabah dan efisiensi tempat, *blower* ditempatkan satu rangkaian dengan alat *grading*. Pada kegiatan ini diberikan 2 buah *blower* yang dipasang pada alat *grading* dan untuk ditempatkan di dekat meja sortir dengan tujuan membersihkan debu atau kotoran yang sifatnya ringan. Untuk membuat alat ini diperlukan

waktu 1 hari dengan bantuan 2 anggota Appoli. Proses pembuatan alat *grading* dan *blower* dapat dilihat pada Gambar 3.

## **3. Introduksi Tester Kadar Air dan Timbangan Digital untuk Penggudangan**

Tester kadar air yang diberikan adalah MD 7822. Intorduksi tester kadar air berbeda dengan pengajuan dengan pertimbangan mencari alat yang mudah digunakan oleh mitra. MD 7822 merupakan alat uji kadar air serba guna yang dapat digunakan untuk beberapa jenis sereal dan palawija, seperti beras, gandum, sorgum, jagung, kacang, dan kedelai. Pengopersian alat ini sangat mudah dengan menggunakan sistem digital sehingga mitra tidak mengalami kesulitan ketika menggunakan. Alat MD 7822 dan cara penggunaannya dapat dilihat pada Gambar 4.

Timbangan digital dengan kapasitas 30 kg sangat membantu dalam proses pengemasan produk. Dengan berat yang pasti tersebut dapat menjaga kepercayaan pelanggan/konsumen. Untuk pemilihan timbangan yang diperlukan diserahkan kepada kelompok karena mereka lebih mengerti peralatan yang dibutuhkan.



**Gambar 3. Pembuatan Alat *Grading* dan Pemasangan *Blower***



**Gambar 4. Alat Uji Kadar Air MD 7822**





**Gambar 5. Pendampingan Penggunaan MD 7822**

#### **4. Pembuatan Media Promosi dan Perbaikan Kemasan**

Kemasan produk merupakan salah satu aspek yang menentukan daya saing sebuah produk di pasaran. Oleh karena itu, kegiatan pengemasan menjadi salah satu kegiatan pemberdayaan untuk Appoli. Menurut Kotler (1995:200), pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Dalam teori *marketing* moderen dikatakan bahwa kemasan yang berhasil merupakan perpaduan antara pemasaran dan desain, yang harus memenuhi kriteria *stand out* (menonjol), *contents* (isi) kemasan harus dapat memberikan informasi tentang isi kemasan dan apa yang terkandung dalam produk, dan *distinctive* (unik).

Menurut Wirya (1999), kemasan yang baik adalah kemasan yang bisa melindungi isi produk tersebut terhadap cuaca dan proses alam lainnya. Kemasan juga digunakan sebagai wadah agar barang mudah dibawa,

tetapi juga harus komunikatif agar dapat menerangkan dan merefleksikan produk, citra, *brand* atau *merk* yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari promosi dan pemasaran, tentunya dengan pertimbangan mudah untuk dikenali, dilihat, dipahami, dan diingat.

Dalam kegiatan pemberdayaan ini, selain perbaikan pengemasan juga dilakukan introduksi media cetak yang berupa pamflet pemasaran beras organik Appoli dan perbaikan kemasan dengan pembuatan sticker untuk label kemasan ukuran 1 kilogram. Dengan pembuatan pamflet pemasaran akan mempermudah promosi dan memperluas jangkauan pemasaran. *Sticker* untuk label kemasan diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan.

Pemasaran beras organik Appoli menggunakan merek ARJUNA, dalam label telah mencatumkan legalitas produksi, yaitu sertifikasi Standar Nasional Indonesia (SNI) dan men-

cantumkan kandungan gizi beras organik. Pamflet dan label kemasan beras organik yang telah dihasilkan dapat dilihat pada Gambar 5.



**Gambar 5. Pamflet Pemasaran dan Label Kemasan**

Selain pembuatan label kemasan, tim pengabdian juga telah melakukan pendampingan dalam pengemasan produk untuk ukuran 1 kilogram. Dasar pertimbangan pemasaran dengan

ukuran pemasaran 1 kilogram adalah penyesuaian dengan perilaku konsumen yang sebagian beras mengkonsumsi beras organik, khususnya beras merah dan hitam hanya untuk campuran beras putih sehingga dengan kemasan kecil (1 kilogram) memperkecil resiko rusaknya beras yang diakibatkan pembukaan kemasan terlalu lama. Berikut gambaran pendampingan tim dalam proses pengemasan produk.

## 5. Evaluasi Kegiatan

Kegiatan pemberdayaan Aliansi Petani Padi Organik Boyolali (Appoli) selain melakukan kegiatan introduksi teknologi produksi dan pemasaran juga telah melakukan evaluasi terhadap kegiatan yang dilakukan. Hasil evaluasi kegiatan dapat dilihat pada Tabel 2.

Kegiatan pemberdayaan ini merupakan kegiatan monoton, namun diharapkan kegiatan pengembangan pertanian organik dan upaya peningkatan pendapatan petani yang dilakukan oleh Appoli tidak hanya berhenti sampai pada kegiatan ini saja. Diharapkan adanya keberlanjutan program baik secara swadaya oleh Appoli maupun oleh pihak terkait, seperti pemerintah daerah maupun pusat dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam pengembangan pertanian organik.

**Tabel 2. Evaluasi Kegiatan Pemberdayaan**

<b>Kegiatan</b>	<b>Sebelum Kegiatan</b>	<b>Sesudah Kegiatan</b>
I. Introduksi teknologi penanganan pasca panen	Peralatan pasca panen masih penyewa pada kelompok tani makmur dengan biaya sewa alat Rp 200 ribu – Rp 300 ribu per bulan	Dimilikinya teknologi pasca panen yang meliputi alat grading, meja sortir, palet, alat uji kadar air dan timbangan digital dapat menekan biaya produksi khususnya biaya sewa alat
	Terhambatnya proses produksi ketika harus bergantian atau bersamaan pemakaian alat dengan kelompok tani makmur	Lancarnya proses produksi dan meningkatkan kapasitas produksi sebesar 25% per bulan dengan meningkatnya jumlah proses produksi.
II. Pamflet pemasaran dan Label Kemasan	Belum media promosi pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Memiliki media promosi pemasaran</li> <li>▪ Semakin luasnya jangkauan pemasaran</li> </ul>
	Kemasan kurang marketable	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kemasan lebih <i>marketable</i></li> <li>▪ Bertambahnya segmen pasar pasar</li> </ul>

## **D. PENUTUP**

### **1. Kesimpulan**

Permasalahan yang dihadapi Appoli dalam pengolahan pasca panen dan pemasaran beras organik yang dihasilkan oleh anggotanya maupun petani dari luar aliansi adalah keterbatasan infrastruktur dan teknologi pasca panen, kurangnya permodalan, dan lemahnya manajemen pemasaran. Lang-

kah pemecahan masalah yang dapat dilakukan untuk memberdayakan Appoli dalam pengolahan pasca panen dan pemasaran beras organik seperti berikut.

- a. Fasilitasi dan introduksi teknologi pasca panen yang meliputi: introduksi tester kadar air untuk mengetahui kadar air gabah pada proses pengeringan, timbangan digital,

alat *grading* untuk pemisahan besar bulir padi, meja sortir; dan *blower* untuk membersihkan beras dari debu.

- b. Perbaiki manajemen pemasaran melalui upaya pemasaran produk secara mandiri dan membangun branding bagi produk beras organik yang dihasilkan oleh Appoli serta pembuatan media promosi.
- c. Hasil evaluasi terhadap implementasi pemecahan masalah menunjukkan adanya peningkatan efisiensi usaha dan peningkatan pendapatan bagi Appoli.

## 2. Saran

- a. Perlu adanya kerjasama atau sinergitas dari berbagai pihak baik dari perguruan tinggi, pemerintah melalui dinas pertanian maupun dinas koperasi dan UMKM dalam kegiatan pengembangan pertanian organik dan upaya peningkatan pendapatan petani.
- b. Adanya peningkatan peran pemerintah untuk terus mempromosikan produk-produk lokal, seperti hasil pertanian organik baik ke pasar lokal maupun internasional.

## DAFTAR PUSTAKA

Anonim. 2014. *Peluang Bisnis Fari Sehatnya Beras Organik*. www.-

mb.ipb.ac.id. Diunduh 12 Mei 2014.

Bappenas. 2015. *Pemberdayaan Koperasi Serta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. www.bappenas.go.id. Diunduh 10 Agustus 2015.

Kotler, P. 1995. *Marketing 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Permana, I. 2012. *Brand is Like a Donut*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.

Pranarka, A.M.W., & Moeljarto, V. 1996. *Pemberdayaan (Empowerment) dalam Pemberdayaan Konsep, Kebijakan, dan Implementasi*. Jakarta: Centre For Strategic and International Studies.

Suharto, E. 2005. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat. Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial & Pekerjaan Sosial*. Bandung: Refika Aditama.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian.

Wirya, I. 1999. *Kemasan Yang Menjual*. Jakarta: Gramedia.