

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sebagai negara agraris, Indonesia dikaruniai kekayaan sumber daya alam yang melimpah, di mana komoditas teh merupakan salah satu penyokong utamanya. Sektor perkebunan teh tidak hanya berperan penting dalam perekonomian nasional, tetapi juga berfungsi sebagai tulang punggung ekonomi masyarakat di berbagai wilayah, termasuk di Kecamatan Sidamanik, Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara. Perkebunan teh Sidamanik yang dikelola oleh PT Perkebunan Nusantara IV (PTPN IV) memiliki catatan historis panjang sejak masa kolonial Belanda dan hingga kini tetap menjadi salah satu penghasil teh terkemuka di Indonesia (Sitorus et al., 2023). Keberadaan perkebunan ini tidak hanya berkontribusi terhadap produksi teh skala besar, tetapi juga menciptakan ekosistem ekonomi lokal yang melibatkan masyarakat sekitar secara aktif.

Perkebunan teh juga menjadi penggerak utama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat lokal. Menurut Nursodik et al. (2021), keberadaan industri perkebunan terbukti mampu mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif di tingkat daerah melalui penyerapan tenaga kerja dan pengembangan usaha pendukung. Di Sidamanik, hal ini terlihat dari munculnya berbagai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memanfaatkan hasil perkebunan teh sebagai bahan baku utama. Selain dampak ekonomi, perkebunan teh juga memiliki nilai sosial-budaya yang signifikan. Kauri et al. (2023) menegaskan bahwa konsumsi teh telah menjadi bagian dari budaya masyarakat

Indonesia, sehingga keberadaan perkebunan teh turut memperkuat identitas kultural sekaligus mendorong pelestarian tradisi lokal.

Perkebunan teh Sidamanik tidak hanya berperan sebagai entitas ekonomi, tetapi juga sebagai institusi sosial yang memengaruhi kehidupan masyarakat secara multidimensi. Melalui pendekatan yang berkelanjutan dan berbasis kemitraan, perkebunan ini dapat terus menjadi penggerak utama perekonomian lokal sekaligus pelestari nilai-nilai budaya yang ada.

Dalam konteks ekonomi lokal, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Vinatra, 2023). Di Sidamanik, kehadiran PTPN IV telah memicu tumbuhnya UMKM olahan teh yang memanfaatkan bahan baku dari kebun untuk diolah menjadi produk turunan seperti teh celup, teh kemasan, dan varian olahan lainnya. Sinergi antara perusahaan perkebunan dengan UMKM lokal menjadi salah satu kunci dalam memperkuat rantai nilai ekonomi berbasis sumber daya alam setempat.

Namun, kolaborasi antara perusahaan besar seperti PTPN IV dengan UMKM tidak selalu berjalan mulus. Menurut Rofiqoh et al. (2023), UMKM sering menghadapi kendala internal seperti keterbatasan modal, sumber daya manusia, dan kapasitas inovasi, serta kendala eksternal seperti iklim usaha yang belum kondusif dan akses pasar yang terbatas. Di sisi lain, perusahaan perkebunan juga dituntut untuk merancang strategi kemitraan yang tidak hanya bersifat top-down, tetapi juga responsif terhadap kebutuhan dan kapasitas UMKM.

Secara ideal, kemitraan antara perusahaan perkebunan dan UMKM tidak hanya berfokus pada penyediaan akses terhadap bahan baku, tetapi juga mencakup

berbagai upaya yang dapat memperkuat kapasitas usaha masyarakat. Kemitraan yang baik diharapkan mampu menciptakan hubungan yang saling menguntungkan melalui peningkatan keterampilan pelaku usaha, penguatan jaringan pemasaran, pengembangan inovasi produk, serta perluasan peluang ekonomi bagi masyarakat sekitar. Melalui hubungan tersebut, keberadaan perusahaan tidak hanya berfungsi sebagai penghasil komoditas, tetapi juga sebagai penggerak pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Namun, kondisi yang ditemukan di lapangan menunjukkan bahwa hubungan antara perusahaan dan UMKM olahan teh di Sidamanik memiliki karakteristik tersendiri. Perkembangan UMKM olahan teh memang didukung oleh kemudahan akses terhadap bahan baku yang disediakan perusahaan, tetapi bentuk keterlibatan perusahaan dalam pengembangan usaha belum sepenuhnya dapat dipahami hanya melalui konsep kemitraan formal. Hubungan yang terbangun juga melibatkan berbagai relasi sosial, jaringan informal, serta respons yang beragam dari masing-masing pelaku usaha. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara gambaran ideal kemitraan dengan praktik yang berlangsung di lapangan, sehingga penting untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana strategi yang dijalankan perusahaan dipahami dan direspons oleh UMKM yang memanfaatkan bahan baku dari Kebun Teh Bah Butong.

Berdasarkan observasi awal, PTPN IV telah melakukan beberapa upaya yang memungkinkan keterlibatan UMKM dalam pemasaran teh, terutama melalui penyediaan akses bahan baku yang dapat diperoleh oleh pelaku usaha lokal. Akses tersebut membuka peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan berbagai produk olahan teh sesuai dengan kemampuan dan strategi usaha masing-masing.

Namun, efektivitas strategi tersebut masih perlu dikaji lebih mendalam, khususnya dari perspektif UMKM sebagai mitra. Menurut Polanyi (1957), aktivitas ekonomi tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial dan relasi yang melingkupinya. Oleh karena itu, memahami strategi perusahaan dan respons UMKM terhadap strategi tersebut menjadi penting untuk menilai sejauh mana hubungan yang terbangun dapat berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen kebun teh Sidamanik dalam melibatkan UMKM sebagai mitra pemasaran, serta respons UMKM terhadap strategi tersebut. Dengan pendekatan antropologi ekonomi, penelitian ini tidak hanya melihat aspek bisnis semata, tetapi juga relasi sosial, nilai-nilai lokal, dan konstruksi peran yang terbentuk dalam interaksi antara perusahaan dan UMKM. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan model kemitraan yang inklusif dan berkelanjutan antara perusahaan perkebunan dengan UMKM lokal.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana strategi Manajemen Kebun Teh di Kecamatan Sidamanik dalam melibatkan UMKM yang ada sebagai mitra dalam memasarkan teh yang diproduksi?
- 2) Apa respon UMKM terhadap strategi yang dilakukan oleh manajemen kebun teh di Sidamanik?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh manajemen Kebun Teh PTPN IV di Sidamanik dalam melibatkan UMKM lokal sebagai mitra dalam pemasaran produk teh.
2. Untuk mengkaji dan memahami respons UMKM olahan teh di Sidamanik terhadap strategi yang dilakukan oleh manajemen kebun teh serta makna relasi sosial-ekonomi yang terbentuk dalam hubungan tersebut.

#### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis:**

- a) Memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu Antropologi, khususnya Antropologi Ekonomi, dengan mengkaji konstruksi relasi sosial-ekonomi dalam kemitraan antara perusahaan besar dan UMKM.
- b) Memperkaya kajian tentang ekonomi lokal dan embeddedness (keterlekatan) ekonomi dalam jejaring sosial, sebagaimana dikemukakan oleh Polanyi.

##### **2. Manfaat Praktis:**

- a) Bagi Pelaku UMKM: Sebagai masukan untuk meningkatkan kapasitas dan strategi dalam menjalin kemitraan yang lebih setara dan menguntungkan.
- b) Bagi Manajemen PTPN IV: Memberikan gambaran tentang efektivitas strategi kemitraan dari perspektif mitra (UMKM), sehingga dapat menjadi bahan evaluasi untuk pengembangan program pemberdayaan yang lebih responsif.

- c) Bagi Pemerintah Daerah: Dapat dijadikan acuan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung terciptanya ekosistem kemitraan yang berkelanjutan antara korporasi dan UMKM lokal.