

PENINGKATAN OMZET PENJUALAN KOPI ORGANIK KELOMPOK TANI AMPERA DESA SINDANG PAGAR KECAMATAN SUMBER JAYA LAMPUNG BARAT

Eko Win Kenali^{1*}, Analianasari², Dayang Berliana³, Desi Maulidia⁴ dan Edy Humaidi⁵

¹Program Studi Manajemen Informatika, Jurusan Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Negeri Lampung

²Program Studi Pengembangan Produk Agroindustri, Jurusan Teknologi Pertanian, Politeknik Negeri Lampung

³Program Studi Agribisnis Pangan, Jurusan Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Negeri Lampung

⁴Program Studi Hortikultura, Jurusan Budidaya Tanaman Pangan, Politeknik Negeri Lampung

⁵Program Studi Agribisnis, Jurusan Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Negeri Lampung

*E-mail: ekowins07@polinela.ac.id

ABSTRAK

Kopi merupakan produk unggulan Lampung Barat dengan jenis fine Robusta Lampung yang dibudidayakan secara non organik dan organik. Kelompok Tani Ampera sudah dari tahun 2013 sampai sekarang, membudidayakan kopi secara organik. Namun pemasaran produk hanya terbatas pada wilayah lokal, sertifikat organik sudah kadaluarsa sehingga diperlukan perpanjangan dan keunggulan potensial kopi organik belum dipromosikan secara luas, Upaya untuk mencapai tujuan tersebut adalah melakukan : (1) pembinaan inovasi pemasaran dengan media online, dengan pembuatan web yang dapat dikelola oleh kelompok (2) pendampingan dokumen untuk perpanjangan sertifikat organik (3) menganalisis kandungan kopi organik agar dapat dipromosikan sebagai minuman yang memiliki fungsional kesehatan bagi penikmat kopi, (4) menghitung nilai tambah, HPP, dan keuntungan yang diterima kelompok dalam melaksanakan usaha budidaya kopi organik. Metode yang dilaksanakan adalah metode penyuluhan dan demonstrasi cara pada mitra Kelompok Tani Ampera sebanyak 14 orang. Metode penyuluhan pada pendampingan sertifikasi budidaya kopi organik, penghitungan nilai tambah, hpp dan keuntungan usaha kopi organik, dan Demonstrasi cara pada penggunaan media online pada pengurus kelompok tani ink website telah dibentuk dengan alamat link <https://ampera.or.id>; Anggota kelompok Tani sudah dapat melakukan publikasi profil kelompok dalam perluasan produk kopi organik yang dihasilkan.

Kata kunci: kopi organik, nilai tambah, website, pemasaran

INCREASING THE SALES OF ORGANIC COFFEE RETURN IN THE TANI AMPERA GROUP OF SINDANG PAGAR VILLAGE, SUMBER JAYA LAMPUNG BARAT

ABSTRACT

Coffee is the superior product of West Lampung with the fine type of Robusta Lampung which is cultivated non-organically and organically. The Ampera Farmer Group has been cultivating coffee organically from 2013 until now. However, product marketing is only limited to the local area, the organic certificate has expired so that it needs an extension and the potential advantages of organic coffee have not been widely promoted. Efforts to achieve these goals are: (1) fostering marketing innovation with online media, by creating a manageable web by the group (2) analyzing the content of organic coffee so that it can be promoted as a drink that has a health function for coffee drinkers, (3) calculating the added value and profit received by the group in carrying out organic coffee cultivation. The method used is the method of extension and demonstration methods to the Ampera Farmer Group partners as many as 14 people. Extension methods on organic coffee cultivation certification assistance, calculation of added value, and profits of organic coffee businesses, and demonstrations of how to use online media to the ink farmer group management website have been established with the link address <https://ampera.or.id>; Farmers' group members have been able to publish group profiles in the expansion of the organic coffee products produced resulting in an increase in orders for coffee beans, have different chemical content in each processing method.

PENDAHULUAN

Kabupaten Lampung Barat merupakan daerah pelopor dalam mengimplementasikan dominasi asal kopi, yang menunjukkan bahwa produk tersebut memiliki karakteristik yang terkait dengan aspek lingkungan geografis seperti iklim, ketinggian, dan tanah. Khapre *et al.*, (2017) menyatakan bahwa perbedaan aspek lingkungan geografis dapat mempengaruhi tingkat dan status kandungan biokimia kopi. Farah, (2012) menambahkan bahwa kultivar, iklim, dan metode pascapanen menentukan komposisi kimia biji kopi yang dapat mempengaruhi kualitas rasa. Perbedaan budidaya kopi non organik dan organik dikalangan petani akan menghasilkan perbedaan karakteristik kimia, flavor dan cita rasa kopi.

Cita rasa dan kualitas kopi sangat dipengaruhi oleh faktor ekologis tempat tumbuh dan budidaya kopi. Towaha *et al.*, (2013) menyatakan bahwa sasaran akhir budidaya kopi adalah produk biji yang bercitarasa tinggi sehingga menjadikan minuman kopi semakin populer dan menjadi trend di masyarakat. Seiring dengan tingkat kesadaran yang tinggi bahwa hidup sehat sangat penting, masyarakat mulai menginginkan mengkonsumsi kopi yang sehat (organik).

Kelompok Tani Ampera yang berlokasi di Desa Sindang Pagar Kecamatan Sumber Jaya Lampung Barat sudah melaksanakan budidaya kopi organik sejak tahun 2015 dan mendapatkan sertifikat INFOICE (*Indonesia Organik Farming Certification*). Luas lahan kopi organik yang diusahakan seluas 9 Ha dengan jumlah anggota 14 orang. Jumlah petani mengalami penurunan dari tahun 2013 berjumlah 30 orang, namun hanya 14 orang yang berkomitmen untuk menjalankan Pertanian kopi secara organik sampai tahun 2020 dengan target sasaran adalah konsumen yang sadar hidup sehat dan mencintai lingkungan.

Penurunan jumlah petani kopi untuk menjalankan budidaya kopi organik disebabkan beberapa faktor yaitu: harga biji kopi kering (*green bean*) sama dengan biji kopi non organik di tingkat pedagang pengumpul, dan pemasaran terbatas pada daerah lokal. Faktor lain disebabkan karena kurangnya promosi dan informasi yang dilakukan pemerintah maupun pihak terkait untuk mengangkat citra kopi organik baik dari kandungan fungsional bagi kesehatan maupun cita rasa kopinya.

Tujuan kegiatan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah (1) melakukan peningkatan pengetahuan internet marketing melalui website kelompok tani Ampera; (2) Melakukan pendampingan promosi produk melalui website, dan (3) mengukur aktivitas anggota kelompok dalam melakukan aktivitas memanfaatkan internet sebagai media social.

METODE KEGIATAN

Metode kegiatan dilakukan dengan melakukan tahapan sebagai berikut :

1. sosialisasi kegiatan PKM yang akan disampaikan ke anggota Kelompok Ampera,
2. Melakukan pendampingan dan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dalam mengisi konten-konten di website kelompok, dan
3. melakukan pendampingan pelatihan pemasaran melalui media online. Metode yang digunakan adalah penyuluhan, diskusi, dan demonstrasi cara mengisi konten-konten pada website kelompok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Internet marketing melalui website

Kegiatan PKM diawali dengan memberikan introduksi berupa penyuluhan tentang strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan biji kopi (Green Bean) dan kopi bubuk dengan memanfaatkan layanan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya teknologi internet. Materi tentang internet marketing dikemas dan disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh kelompok tani. Website adalah materi pertama yang disampaikan, dengan tujuan agar anggota kelompok tani ampera memahami pengertian, fungsi dan manfaat website bagi sebuah organisasi atau perusahaan di dunia maya. Agar identitas, kegiatan, usaha dan informasi tentang organisasi seperti kelompok tani ampera dapat mudah dikenal dan diketahui oleh masyarakat luas maka kelompok tani harus membangun sebuah web portal resmi yang memuat dan mempublikasi konten informasi tentang kelompok tani ampera. Karena dengan memiliki web portal resmi maka jumlah dan nilai kepercayaan masyarakat terhadap kelompok tani ampera akan meningkat. Selain itu web portal kelompok tani dapat dijadikan sebagai salah satu media untuk mempromosikan kegiatan budidaya, kegiatan pasca panen dan juga produk-produk yang dihasilkan, dan potensi lain dari kelompok tani yang belum terpublikasi.

Beberapa fungsi dan manfaat website bagi kelompok tani ampera adalah pertama sebagai kanal informasi untuk mempublikasikan identitas, profil dan produk kelompok tani ampera kepada pihak lain, dengan tujuan agar pihak lain atau masyarakat luas dapat mengetahui secara detail tentang kelompok tani ampera, dengan harapan agar pihak lain tertarik untuk mengenal lebih jauh atau bahkan melakukan kerjasama dibidang yang sama yaitu budidaya kopi. Kedua membangun *personal branding* yang kuat dan terpercaya didunia maya, dengan membuat dan mempublikasikan konten berupa blog yang menyajikan berita dan foto kegiatan di website kelompok tani untuk meningkatkan reputasi kelompok dihadapan para pelanggannya. Ketiga kepercayaan pelanggan atau masyarakat kepada kelompok tani ampera dan bisnis kopi yang dijalankan akan meningkat. Setelah kepercayaan didapat, maka tujuan memperluas pemasaran dan meningkatkan penjualan biji kopi dan kopi bubuk dapat segera tercapai. 81% pengguna internet melakukan pencarian informasi produk dilakukan melalui mesin pencari seperti Google, selanjutnya mereka melakukan pembelian. Berdasarkan survey verisign, 65% pemilik bisnis mengatakan bahwa website menjadikan bisnis lebih kredibel (terpercaya) dan kunci sukses suatu usaha. Materi internet marketing dan manfaat pentingnya website bagi organisasi seperti kelompok tani ampera disampaikan oleh ketua Tim Eko Win Kenali untuk membuka wawasan kelompok tani ampera pada saat penyuluhan (Gambar 1).

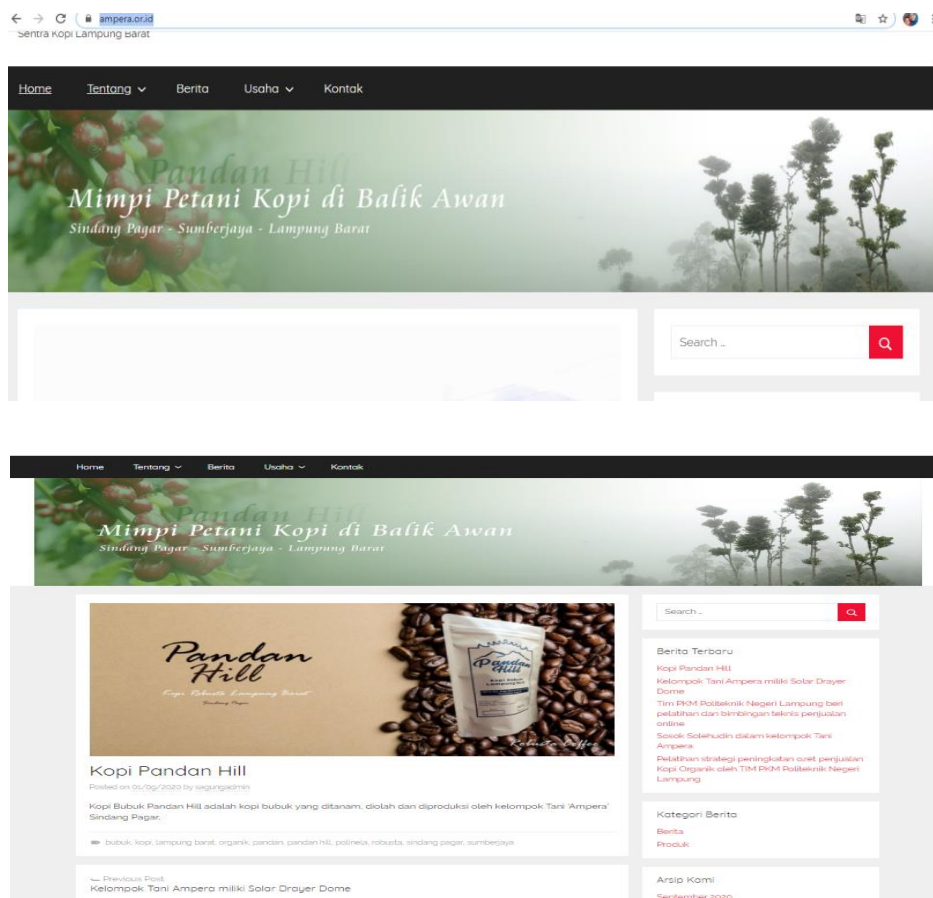


Gambar 1. Penyuluhan pentingnya internet marketing melalui website kelompok sebagai media memperluas area pemasaran kopi

Promosi Produk Melalui Website Kelompok Ampera

Tahap pembuatan website kelompok tani adalah diawali dengan pembangunan aplikasi web portal kelompok tani ampera oleh tim PKM. Tahap berikutnya tim PKM melakukan order sewa server hosting dan registrasi pendaftaran nama domain dengan ekstensi (OR.ID) ke penyedia layanan. Khusus untuk sewa dan pendaftaran nama domain yang bersifat resmi seperti OR.ID, maka beberapa berkas yang berhubungan dengan kelompok tani, seperti KTP ketua, Surat pendirian kelompok tani, surat keterangan pembentukan organisasi kelompok tani dari Dinas Pertanian Kabupaten Lampung Barat menjadi syarat wajib untuk digunakan sebagai bukti dan lampiran dalam proses pendaftaran nama domain ke penyedia layanan untuk diteruskan ke pengelola domain PANDI.ORG yang merupakan organisasi resmi yang mengurus domain ID, dibawah Kementerian Komunikasi dan Informasi (KEMKOMINFO) Republik Indonesia.

Setelah proses order sewa hosting selesai dan pendaftaran domain disetujui, maka proses selanjutnya adalah melakukan hosting terhadap aplikasi web portal kelompok tani ampera yang sebelumnya sudah dibuat ke server hosting kelompok tani. Kemudian seluruh konten informasi yang berkaitan dengan kelompok tani, antara lain: profil, aset, kegiatan, foto, kontak dan produk diposting dan dipublikasikan melalui kanal web portal kelompok tani yang secara resmi sudah mulai beroperasi dengan laman url <https://www.ampera.or.id>. Dengan homepage atau halaman utama web portal resmi kelompok tani ampera (Gambar 2).

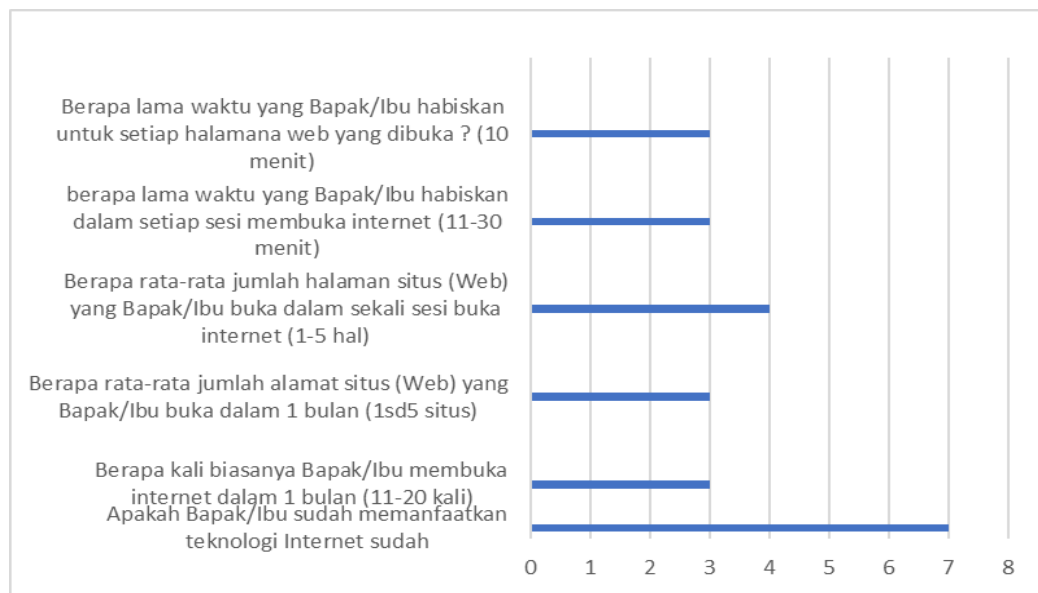


Gambar 2. Halaman utama dan promosi produk kopi bubuk melalui website kelompok tani Ampera

Selain membangun website, tim PKM juga membuat akun dan halaman khusus kelompok tani di salah satu media sosial yang paling banyak penggunanya, yaitu INSTAGRAM. Tujuannya adalah agar kelompok tani juga hadir di salah satu sosial media khususnya INSTAGRAM sebagai kanal publikasi kedua setelah web portal untuk mengenalkan identitas, url dan mempromosikan usaha/produk kelompok tani ampera untuk merebut perhatian dan membuka peluang pasar dari pengguna media sosial.

Aktivitas anggota kelompok dalam melakukan aktivitas memanfaatkan internet sebagai media sosial

Selain penyuluhan pentingnya website sebagai media publikasi, promosi dan pemasaran, anggota kelompok diberikan kuisioner untuk mengetahui seberapa seringnya anggota melakukan interaksi dengan internet (Gambar 3).



Gambar 3. Aktivitas anggota kelompok tani Ampera berinteraksi dengan internet

Gambar 3 menunjukkan bahwa anggota kelompok sudah tidak asing lagi dalam menggunakan teknologi internet dalam aktivitas sehari-hari. Hal ini penting untuk agar website kelompok tani yang dibentuk oleh Tim PKM dapat dimanfaatkan secara maksimal. Dan yang paling meyakinkan lagi ada beberapa pemuda di desa sindang pagar dan termasuk sebagai anggota kelompok tani adalah mahasiswa yang sedang mengambil studi di bidang teknologi informasi dan komunikasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan pada kegiatan ini adalah terbentuknya system website kelompok Tani Ampera untuk mempublikasikan profil dan produk kelompok sehingga dapat meningkatkan penjualan produk kelompok tani.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Politeknik Negeri Lampung sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Program Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun Anggaran 2020 Nomor: 195.13/PL15.8/PM/2020.

DAFTAR PUSTAKA

- Farah, A., 2012. '2 Coffee Constituents', in *Coffee: Emerging Health Effects and Disease Prevention*, pp. 2–38.
- Khapre, Y. *et al.*, 2017. 'Analysis Of The Diversity Of Some Arabica And Robusta Coffee From Kenya And Uganda By Sensory And Biochemical Components And Their Correlation To Taste .', *IOSR Journal of Environmental Science Toxicology and Food Technology (IOSR-JESTFT)*, 11(10), pp. 39–43. doi: 10.9790/2402-1110023943.
- Towaha, J., Purwanto, E. H. and Aunillah, A., 2013. 'CITARASA KOPI THE ROLE OF COFFEE PROCESSING IN FORMATION OF FLAVOR AND TASTE', *Bunga Rampai Inovasi Teknologi Tanaman Kopi untuk Perkebunan Rakyat*, pp. 157–168.