

Pengembangan Media Promosi Berbasis Web Sebagai Optimasi Usaha Kopi di Desa Kalisari Natar Lampung

Development of Web-Based Promotional Media for Optimizing Coffee Business in Kalisari Natar, Lampung

Taufik Nugraha A¹, Eko Win Kenali², Analiasari¹, Pridata Gina Putri¹, Perdiansyah Mulia Harahap H¹, Supriyanto³,

¹Program Studi Pengembangan Produk Agroindustri, Politeknik Negeri Lampung

²Program Manajemen Informatika, Politeknik Negeri Lampung

³Program Produksi dan Manajemen Industri Perkebunan, Politeknik Negeri Lampung

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

ABSTRACT

Coffee, specifically fine Robusta Lampung, is the superior commodity which is cultivated and produced by farmers in West Lampung. Ground coffee with fine quality is one of the product that can be derived from coffee bean and can be sold to the wide range of market. The farmer group in Kertasari Village, Natar, namely The Sido Maju group, establish the partnership with farmers from West Lampung and Oku in order to fulfill the needs of the coffee bean as the raw material to produce ground coffee under the "Kopi Tenant" brand. The marketing of this ground coffee, however, still has several limitations such as the narrow marketing scope, poor marketing and promotion, and it has not submitted as an intellectual property. Therefore, to overcome those limitations, several works to assist The Sido Maju group can be done, such as (1) implementing web-based and online marketing which can be managed by the group, (2) Providing documents assistance for "Kopi Tenant", (3) analyzing the "Kopi Tenant" chemical composition so that it can be promoted as a coffee with functional properties that can give health benefits, and (4) providing the post-harvest practices assistance according to SNI 2907-2020. Counseling and training on how to register their brand as an intellectual property, the post-harvest practices (according to SNI 2907-2020), and the demonstration on how to use and manage the web-based market and online media was provided to 14 members of Sido Maju Group. Finally, The conclusion of the implementation of Community Service is that the use of the website as a promotional media can increase sales of the "Sido Maju" business group adjusted to the coffee product produced, namely Tenant Cofffee with the link <https://tenant-coffee.id/>. Besides being able to increase sales, this website is also expected to expand the reach of consumers, where currently consumers of the "Sido Maju" business group are still only in local areas.

Keywords: ground coffee, promotion, website, tenant coffee

Disubmit : 25 Oktober 2022

Diterima: 12 November 2022

Disetujui : 25 Maret 2023

1. PENDAHULUAN

Provinsi Lampung merupakan sentra produksi kopi terbesar kedua di Indonesia setelah Provinsi Sumatera Selatan. Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan subsektor perkebunan di Indonesia, karena memiliki peluang pasar, baik di dalam maupun di luar negeri. Kopi merupakan komoditas tropis utama yang diperdagangkan di seluruh dunia dengan kontribusi setengah dari total ekspor komoditas tropis. Kopi memiliki peranan yang cukup penting dalam meningkatkan perekonomian nasional maupun daerah, sehingga kopi menjadi salah satu komoditas andalan Indonesia.

Kelompok Tani Sido Maju merupakan salah satu usaha rumahan yang memproduksi kopi sebagai produk olahannya. Kelompok Tani Sido Maju terletak di Desa Kalisari Natar Lampung selatan. Wilayah Kecamatan Natar terletak di jalur lintas sumatera serta bersinggungan langsung dengan Ibukota Provinsi Lampung yaitu Kota Bandar Lampung. Wilayah Kecamatan Natar yang strategis menyebabkan kawasan ini dapat dikembangkan menjadi daerah perdagangan dan jasa. Wilayah Kecamatan Natar juga merupakan kawasan peindustrian yang diharapkan dapat mempercepat pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Natar.

Salah satu upaya untuk memacu meningkatkan produktifitas penjualan produk agroindustri dapat dilakukan dengan peningkatan pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam pengembangan usaha produk agroindustri. Pemasaran dapat membantu memperluas jangkauan konsumen dan pemasaran juga dapat mempengaruhi penjualan dari produk olahan yang dihasilkan. Hal ini akan berdampak bagi keberlangsungan suatu usaha produk agroindustri. Pemasaran yang tepat jika diterapkan dapat menarik konsumen atau pelanggan sebanyak mungkin, sehingga memperoleh keuntungan yang maksimal (Kotler 2002). Seiring perkembangan teknologi dan informasi, bentuk pemasaran yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan internet atau berbasis website dan media sosial. Dengan hal ini calon konsumen atau pembeli dapat melakukan transaksi lebih cepat dengan calon penjual melalui website atau media sosial tanpa harus berkunjung ke toko terlebih dahulu.

2. METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi Kelompok Tani Sido Maju dapat dilakukan dengan beberapa pendekatan, yaitu pendekatan kelompok (penyuluhan) dan demonstrasi cara, dan pelatihan. Pendekatan kelompok (penyuluhan) adalah menyampaikan materi tata kelola manajemen penggunaan web kelompok tani sebagai media promosi kelompok, pengajuan hak cipta merek dagang kopi bubuk “Tenant”, keunggulan karakteristik sifat fungsional kopi tenant, Demonstrasi cara adalah salah satu bentuk kegiatan teknis cara mempromosikan dan menata profil kelompok dalam web sebagai media promosi produk kopi tenant. Sedangkan pelatihan adalah melatih keterampilan anggota kelompok dalam mengelola web kelompok.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Penyuluhan Sortasi Biji Kopi

Proses pengolahan yang dilakukan pada kelompok usaha “Sido Maju” belum melaksanakan pengayakan biji kopi untuk mendapatkan ukuran biji kopi yang seragam. Pengayakan bertujuan agar penyangraian merata pada biji kopi dan mendapatkan cita rasa yang baik. Proses sortasi biji kopi

berdasarkan fisiknya (defect system) dibedakan menjadi dua, yaitu sortasi manual dan sortasi mekanis. Sortasi biji kopi secara manual dilakukan dengan menggunakan tangan pekerja untuk proses klasifikasi, sedangkan sortasi mekanis menggunakan bantuan mesin (Akamine et al., 1975).

Proses pengayakan penting untuk dilakukan agar mendapatkan keseragaman ukuran biji kopi yang sesuai dengan standard mutu seharusnya (Edison, 2019). Menurut Seninde & Iv, (2020) ukuran biji akan mempengaruhi cita rasa kopi yang dihasilkan, ukuran biji besar lebih enak dibandingkan dengan biji berukuran kecil, dan keseragaman ukuran biji kopi dapat mengoptimalkan proses penyangraian. Lebih lanjut Fadri et al., (2019) menjelaskan bahwa mutu biji kopi yang dihasilkan dan kualitas penyangraian mempengaruhi cita rasa kopi. Penyuluhan dan proses sortasi kopi (Gambar 1).



(Gambar 1). Penyuluhan proses sortasi biji kopi dan biji kopi yang sudah di sortasi

Kegiatan penyuluhan proses sortasi biji kopi di kelompok usaha “Sido Maju” bertujuan untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang ada pada kelompok usaha tersebut sebagai upaya pemberdayaan kelompok tani di pedesaan. Biji kopi pada kelompok usaha Sido Maju Kopi Tenant termasuk pada Grade mutu 4 karena setelah melakukan penghitungan cacat mutu biji kopi memiliki total cacat biji kopi sebanyak $\pm 60-80$. Produksi kopi dengan grade mutu 4 karena kelompok usaha Sido Maju telah memiliki target pasar untuk kopi bubuk komersial. Analiasari et al., (2021) menyatakan bahwa penguatan kapasitas produksi menyesuaikan pada permintaan konsumen. Selain itu penyuluhan ini juga diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kelompok usaha “Sido Maju” dalam penanganan bahan baku biji kopi sesuai dengan SNI 01-2907:2020. Biji kopi yang sudah melaksanakan SNI memiliki aktivitas antioksidan yang baik untuk Kesehatan (Analiasari et al., 2022).

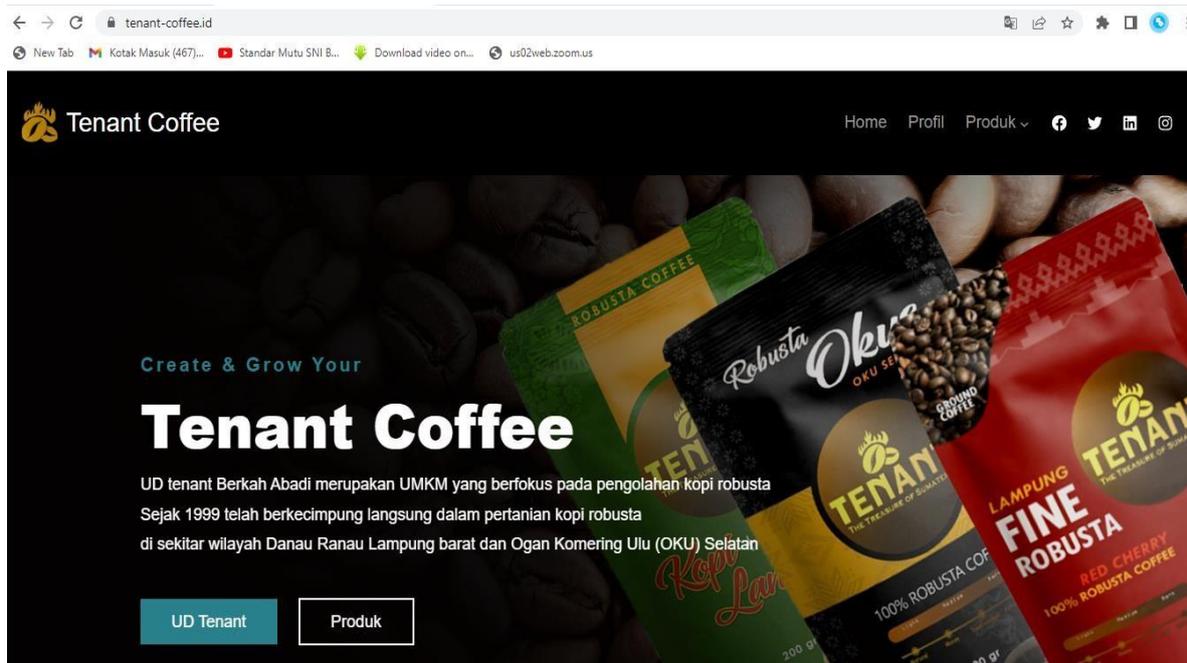
3.2 Penyuluhan Pendampingan Tata Kelola Manajemen Penggunaan Website

PKM dilaksanakan pada tanggal 6 Agustus 2022 di desa Kalisari Natar Lampung Selatan yang diikuti sebanyak 14 orang yang memiliki usaha pengolahan. Pelaku usaha ini tergabung pada Kelompok Usaha “Sido Maju” dengan produk olahan yang dihasilkan yaitu produk olahan berbasis kopi dengan merek “Tenant”. Kelompok Usaha “Sido Maju” fokus mengembangkan produk berbasis kopi dengan berbagai cita rasa diantaranya ada kopi lanang menggudu, lampung fine robusta, robusta oku selatan. Kegiatan PKM dimulai dengan melakukan pendekatan kepada kelompok usaha, dengan menyampaikan materi tata kelola manajemen penggunaan website kelompok tani sebagai media promosi kelompok. (Gambar 2).

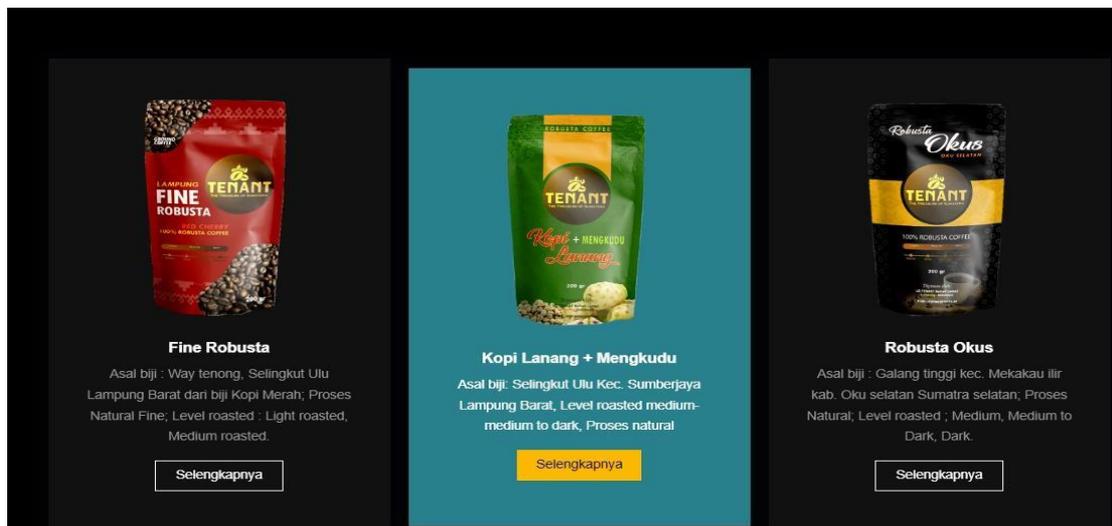


Gambar 2. Persiapan Tata Kelola Penggunaan Website Kelompok Usaha

Teknik pendampingan yang dilakukan oleh tim PKM adalah memberikan pelatihan tata kelola penggunaan website sebagai media promosi kelompok usaha “Sido Maju”. Dengan adanya website sebagai media promosi kelompok usaha “Sido Maju” diharapkan adanya kenaikan omset penjualan dan perluasan pasar konsumen. Pengembangan web yang dilakukan Tim PKM menghasilkan web Kelompok sida maju dengan mengenalkan nama produk yaitu “Tenant” dengan link <https://tenant-coffee.id/> (Gambar 3 dan 4).



Gambar 3. Tampilan Web Tenant Coffee



Gambar 4. Produk-produk Tenant Coffee

Web portal Tenant coffee merupakan portal resmi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap Tenant Coffee meningkat. Kenali et al., (2013) web tenant coffee dapat dijadikan sebagai alat promosi kegiatan budidaya, pasca panen, produk yang dihasilkan dan potensi kegiatan tenant coffee yang belum terpublikasikan.

3.3 Pembuatan Hak Cipta Merek Usaha

Pembuatan hak cipta merek usaha dimulai dengan mempersiapkan dokumen untuk pengajuan hak cipta merek usaha untuk mitra. Kelompok usaha “Sido Maju” belum memiliki hak cipta usaha yang melindungi segala bentuk ide dan hasil karya kelompok usaha. Tim PKM juga mendampingi dalam mempersiapkan pengajuan hak cipta merek usaha untuk menjadi aset penting bagi kelompok usaha. Hak cipta ini juga akan berpengaruh pada tidak ada kelompok usaha lain yang bisa mengakuinya, kecuali dengan lisensi atas hasil karya yang diproses melalui perjanjian dengan perusahaan pemilik. Produk kopi bubuk dikemas dengan beberapa tipe kemasan yaitu, 250 gr dan 500 gr. Kemasan produk kopi yang dihasilkan sudah memiliki kemasan yang baik menggunakan kemasan aluminium foil dengan merk Tenant (Gambar 5). Kemasan produk yang sudah baik menggunakan kemasan aluminium Standing pouch pada Gambar 5 dilengkapi dengan identitas produk, merek, dan no PIRT. PIRT merupakan surat izin edar untuk legalitas produk agar konsumen mendapatkan jaminan keamanan produk pangan kepada konsumen. Legalitas produk (PIRT) sangat penting untuk memperluas jangkauan pemasaran produk sehingga dapat mengembangkan pelaku usaha (Kenali et al., 2019).



Gambar 5. Produk yang diajukan untuk merek usaha

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan hasil pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah Penggunaan website sebagai media promosi dapat meningkatkan penjualan kelompok usaha “Sido Maju” disesuaikan pada produk kopi yang dihasilkan yaitu Tenant Coffee dengan link <https://tenant-coffee.id/>. Selain dapat meningkatkan penjualan website ini juga diharapkan dapat memperluas jangkauan konsumen, dimana pada saat ini konsumen kelompok usaha “Sido Maju” masih berkisar di daerah local saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Akamine, E.K.; H. Kitagawa; H. Subramanyam & P.G. Long (1975). Packinghouse operations. p. 267—282. In: ER. B. Pantastico (Ed.). Postharvest Physiology, Handling and Utilization of Tropical and Subtropical Fruits and Vegetables. The AVI Publ. Co. , Westport.
- Analiasari, A., Kenali, E.W., Berliana, D. & Yulia, M. 2021. Penguatan Kapasitas Produksi Kopi Robusta Premium Gapoktan Triguna 4.5. Qardhul Hasan, 7(1): 126–132.
- Analiasari, A., Shintawati, S., Berliana, D. & Humaidi, E. 2022. Potential Antioxidant Activity of Green Beans from the Post-Harvest Processing Variation of Robusta Coffee in the Kebun Tebu West Lampung. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. hal.1–7.
- Edison, W. 2019. Master Roasting Coffee: Dari Memilih Biji Hingga Menguji Cita Rasa Kopi. II Ed. Jakarta: Gramedia.
- Fadri, R.A., Sayuti, K., Nazir, N. & Suliansyah, I. 2019. Review Proses Penyangraian Kopi Dan Terbentuknya Akrilamida Yang Berhubungan Dengan Kesehatan Review. Journal of Aplied Agricultura.
- Kenali, E.W., Berliana, D. & Analiasari 2019. Pemberdayaan Usaha Bersama “ Indy ” Desa Haduyang Kabupaten Lampung Selatan dalam Pengembangan Snack Makanan Jadul. Prosiding Semnas Pengembangan Teknologi Pertanian IPTEKS. hal.59–63.
- Kenali, E.W., Berliana, D. & Maulidia, D. 2013. Peningkatan Omzet Penjualan Kopi Organik Kelompok Tani Ampera Desa Sindang Pagar Kecamatan Sumber Jaya Lampung Barat. Jurnal Pengabdian Nasional, 2(1): 11–16.

Kotler P. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium. Jilid 2. Jakarta: PT Prenhallindo. Seninde, Dennis Richard., dan Chamber IV, Edgar. 2020. Coffee Flavor: A Review. Beverage Journal. Volume: 6. Halaman: 44. MDPI. USA.