

KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK-PRODUK KOPI DALAM RANGKA PENGEMBANGAN EDUWISATA PADA MASYARAKAT DESA DONOWARIH KABUPATEN MALANG

Novin Farid SW¹, Arum M²

^{1,2}Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Malang

E-mail : ¹⁾novin@umm.ac.id, ²⁾Arum@umm.ac.id

ABSTRAK

Desa Donowarih merupakan desa dengan potensi kopi yang sangat melimpah, hanya saja potensi tersebut belum dikelola secara optimal, dikarenakan kurangnya pengetahuan masyarakat akan inovasi dan nilai tambah dari potensi yang ada. Selain itu letak desa Donowarih sangat strategis yang berbatasan langsung dengan Kota Wisata Batu sehingga menjadi peluang yang bagus untuk menjadikan desa ini menjadi area wisata. Pengabdian ini dimaksudkan sebagai upaya melatih masyarakat dalam pendampingan produksi, pemasaran dan pengelolaan wisata edukasi berbasis kopi untuk meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat desa Donowarih. Kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian ini yakni pelatihan pengemasan produk kopi, pelatihan penggunaan pulper untuk petani, pelatihan komunikasi pemasaran kopi, keikutsertaan di pameran kopi dan penyelenggaraan event kopi di Donowarih yang sukses mendatangkan pengunjung.

Kunci: Pengembangan usaha, kopi, komunikasi pemasaran

PENDAHULUAN

Analisis Situasi dan Permasalahan

Desa Donowarih merupakan salah satu Desa Perbatasan di wilayah Kabupaten Malang dan Kota Batu, Secara geografis Desa Donowarih secara tidak langsung pola hidup dan cara pandang masyarakat lebih tertuju pada pola hidup masyarakat kota, namun demikian adat istiadat serta dinamika masyarakat masih sifat kegotong royongan masih sangat tinggi. Sehingga secara umum masyarakat merasa ikut memiliki, memikirkan bagaimana Desanya menjadi berkembang, maju dan mandiri menjadi desa swasembada. Sedangkan Luas Wilayah Desa Donowarih adalah 654 632 Ha. Luas lahan yang ada terbagi ke dalam beberapa peruntukan, yang dapat dikelompokkan seperti untuk fasilitas umum, pemukiman, perkebunan, kegiatan ekonomi dan lain-lain. Luas lahan yang diperuntukkan untuk pemukiman adalah 198 Ha. Luas lahan yang diperuntukkan untuk Pertanian

adalah 204 Ha. Sedangkan luas lahan untuk fasilitas umum adalah sebagai berikut: untuk perkantoran 0.25 Ha, sekolah 2.25 Ha, olahraga 0.75 Ha, dan tempat pemakaman umum 2.5 Ha.

Wilayah Desa Donowarih secara umum mempunyai ciri geologis berupa lahan tanah hitam yang sangat cocok sebagai lahan pertanian dan perkebunan. Secara prosentase kesuburan tanah Desa Donowarih terpetakan sebagai berikut: sangat subur 105 Ha, subur 95,7 Ha, sedang 3.3 Ha, hal ini memungkinkan tanaman Hortikultura terutama sayur mayur, padi ditambah dengan kopi yang terus dikembangkan penanaman dan pengolahannya

Pertumbuhan dan perkembangan ekonomi masyarakat di desa Donowarih ditandai dengan munculnya berbagai kegiatan usaha ekonomi produktif, yang dilakukan oleh masyarakat desa Donowarih, hal ini dapat dilihat dari banyaknya pedagang hasil pertanian yang sangat potensial untuk dikembangkan. Desa Donowarih sangat

strategis karena berbatasan langsung dengan Kota Batu dan Jalur utama wisata menuju Kota batu. Sebagaimana besar penduduk Desa Donowarih sebagai Petani sayur dan kopi, pegawai industri dan buruh bangunan. Dilihat dari hal tersebut maka kegiatan ekonomi masyarakat dapat diarahkan untuk berdagang di sarana pasar wisata yang akan dibangun oleh pemerintah desa bekerjasama dengan pihak ke tiga. Pemberdayaan dan penguatan kelembagaan kelompok UKM kopi merupakan proses perubahan pola pikir dengan mempersiapkan SDM kelompok UKM menjadi profesional, baik dalam teknis budidaya (produksi), dalam pengolahan hasil, pemasaran dan pengelolaan organisasi.

Ada tiga faktor yang dapat menjadikan kelompok UKM profesional, yaitu pengetahuan, keahlian dan moral. Ketiga faktor ini bisa dikuasai kelompok UKM melalui suatu proses dan tahapan pemberdayaan yang menggunakan sistem, strategi dan metode yang sesuai dengan spesifik lokal; menciptakan hubungan antar kelompok UKM yang harmonis, kompak dan kebersamaan. Kondisi ini sangat diperlukan sebagai pendorong dan penumbuh semangat dalam melaksanakan segala aktivitas secara profesional. Untuk itu perlu adanya motivasi dan fasilitasi; mempersiapkan kelembagaan kelompok UKM yang kuat dan berfungsi.

Bila suatu kelembagaan dibangun atas dasar SDM yang profesional, lalu dikelola dengan prinsip kebersamaan dan difasilitasi dari bawah, maka akan tumbuh menjadi kelembagaan kelompok UKM yang kuat dan berfungsi dalam melayani anggota. Masalah lain yang sering dihadapi dalam upaya menumbuhkan kelembagaan kelompok UKM adalah soal kepercayaan anggota kepada kelembagaan tersebut dan pengurusnya. Tanpa ada rasa percaya diri dari anggotanya, maka kelembagaan yang dibangun tidak akan kuat dan tidak berfungsi dengan baik serta berkelanjutan.

Untuk menumbuhkan kemitraan di kalangan kelompok UKM terutama kelompok UKM kopi dibangun dengan menjalin hubungan kerjasama yang saling menguntungkan antar dua pihak yang bermitra, dengan memenuhi 3 syarat yaitu: kemitraan yang menguntungkan kedua belah

pihak; kemitraan yang tidak didasari hubungan belas kasihan, melainkan didasari pada hubungan yang sejajar antara satu pihak dengan pihak lainnya; kemitraan yang dibangun merupakan kerjasama yang profesional. Output dari pemberdayaan dan penguatan kelompok UKM kopi melalui Sistem Kebersamaan Ekonomi (SKE) adalah: kelompok UKM menjadi pandai dan profesional, organisasi kelompok UKM mandiri dan berfungsi melayani anggotanya, produktivitas kebun tinggi, pendapatan kelompok UKM meningkat, sistem keuangan transparan, terjalinnya hubungan kerjasama yang harmonis di antara anggota, kelompok dan mitra usaha.

a. Permasalahan Mitra

Berdasarkan analisis situasi diatas, kemudian bisa diidentifikasi permasalahan mitra menyangkut keterlibatan dalam program PKM ini yakni diantaranya.

1. Kedua UKM ini melakukan produksi dengan manajemen yang tidak efektif dan efisien. Satu orang dapat melakukan pekerjaan produksi dari hulu hingga hilir dan tidak spesifik pada pekerjaan tertentu. Kelembagaanya belum sepenuhnya tertata rapi.
2. Pengetahuan tentang kopi juga masih kurang. Belum bisa membedakan single origin kopi yang di petik dari beberapa wilayah yang dapat menjadikan nilai tawar ke konsumen dengan karakteristik rasa kopi yang berbeda.
3. Teknologi pasca panen untuk mengolah kopi juga terbatas, teknoloi mulai dari proses puller, pengeringan, fermentasi, penyimpanan, roasting hingga pengemasan.
4. Belum terkoneksinya beberapa pihak untuk menjadikan Donowarih sebagai edu wisata kopi.
5. Potensi pasar yang belum dipetakan dengan baik. Terutama untuk pasar luar kota Malang
6. Kemasan produk yang seadanya, tidak ada upaya mengemas dengan standar penyimpanan kopi dan desain kemasan yang menarik

METODE PELAKSANAAN

Khayalak Sasaran

Khalayak adalah UKM Kopilos (15 Anggota) dan UKM Karlos Tanggo (10 Anggota)

Kerangka Pemecahan Masalah

1. Melakukan penjajagan kondisi awal dari khalayak sasaran
2. Mengevaluasi dan mengidentifikasi permasalahan.
3. Menyiapkan perencanaan program pelatihan dan pendampingan.
4. Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan.
5. Monitoring dan evaluasi kegiatan.

Metode yang Digunakan

1. Ceramah

Kegiatan ini berupa pengajaran materi tentang pengelolaan manajemen, kewirausahaan dan komunikasi pemasaran produk hasil kopi dengan menunjukkan contoh-contoh sukses di wilayah lain, menganalisa secara mendalam dan berusaha merancang untuk mengaplikasikan di desa Donowarih.

2. Praktek

- Pembuatan kelompok usaha bersama UKM produk hasil Kopi dengan tata kelola manajemen efektif
- Peserta membuat kemasan menarik dari produk yang dihasilkan
- Membuat pemasaran berbasis online melalui sosial media.

3. Pendampingan Peserta

Memberikan pendampingan di beberapa kegiatan produksi kopi dan manajemen kelebagaannya hingga anggota benar-benar mandiri dan mempunyai keberlangsungan setelah program selesai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dilakukan beberapa tahap dan metode. Pada tahap awal dilakukan pertemuan dengan pihak desa untuk melakukan perijinan dan menentukan sasaran program pengabdian. Dari pertemuan tersebut disepakati

bahwa sasaran pengabdian dilakukan pada 3 sasaran yakni kelompok tani, karangtaruna dan PKK. Tiga kelompok ini dianggap potensial sebagai penggerak perekonomian desa dengan melibatkan elemen pemuda, petani dan ibu-ibu.

1. Kegiatan Pembentukan Kelembagaan, Pelatihan komunikasi pemasaran dan desain kemasan. Kegiatan pertama dilaksanakan pada tanggal 1 agustus 2019, pukul 18.30-21.30 WIB, bertempat di Kedai Kopi Karlos Tanggo.

Materi Pelatihan:

- Komunikasi pemasaran : Novin Farid SW
- Peluang di era MEA : Ruli Romadhon
- Desain Produk : Muhammadiyah Fuad Nasvian
- Kemasan/Packaging : Tonny Imawan (Rumah UKM)
- Peserta : 25 orang (Anggota Karangtaruna, Kelompok tani mulyo dan PKK)

Pelaksanaan Kegiatan:

Kegiatan berjalan sesuai rencana dan lancar. Kegiatan bekerjasama dengan tim KKN UMM yang sedang melakukan kegiatan KKN di Donowarih. Mereka bertindak sebagai event organizer. Di hadiri oleh 14 peserta laki-laki dan 11 peserta perempuan.



2. Kegiatan Pelatihan pengemasan produk kopi
Lokasi: Markas Kopilos, Peserta 6 orang (anggota karangtaruna), tanggal: 5 Agustus 2019

Deskripsi kegiatan:

Kegiatan ini merupakan *followup* dan pendampingan pengemasan kopi menggunakan

media kertas dan plastik agar nilai jualnya lebih tinggi dipasaran.



3. Pelatihan peningkatan pascapanen kopi dengan menggunakan mesin pulper
Lokasi: Markas Kopilos, Tawangargo
Peserta 10 orang petani, kelompok tanimulyo
Tanggal: 10 Agustus 2019

Deskripsi Kegiatan

Kegiatan ini diikuti oleh anggota kelompok tani dan karangtaruna. Tujuan kegiatan ini yakni untuk mengedukasi dan memberikan ketrampilan petani dalam mengolah kopi hasil panen. Dengan ketrampilan ini diharapkan produk kopi yang di hasilkan nilainya dapat bertambah dan meningkatkan kesejahteraan petani kopi. Kegiatan di mulai dengan penjelasan tentang prospek kopi saat ini oleh Novin Farid Styo Wibowo. Kemudian dilanjut pelatihan penggunaan mesin pulper oleh Pandu Wijaya sekaligus praktek penggunaannya oleh masing masing petani.



4. Pendampingan Pameran Produk

Pameran Produk-produk kopi Kopilos Tawangargo dalam event Malang Coffe Etnic, Peserta: Gabungan Petani kopi dan karangtaruna Tawangargo, Tanggal: 3 oktober 2019.

Deskripsi kegiatan

Kegiatan ini diselenggarakan hasil inisiasi antara para petani kopi, pengolah kopi dan

pemerintah kabupaten Malang. Diselenggarakan di halaman koperasi kecamatan karangploso, di ikuti 43 stand kopi se Malang raya dan dibuka langsung oleh Bupati Malang. Pada pameran kopi ini, kolaborasi kelompok tani mulyo, karangtaruna dan kopilos menampilkan beberapa produk hasil olahan bersama. Respon pameran terhadap hasil produk luar biasa bagus, terbukti dalam sehari stok penjualan produk 90% habis di buru pembeli.



5. Penyelenggaraan Event

Dalam rangka branding kopi secara lebih luas, maka diselenggarakan event bersama dengan nama *Coffee and Culture Festival*. Kegiatan ini mampu menarik minat khalayak dari dalam dan luar kota Malang. Tujuan dari kegiatan ini yakni menjadikan kopi Donowarih khususnya dan karangploso umumnya lebih dikenal dengan beberapa karakteristik kopi.



KESIMPULAN

Berdasarkan evaluasi pada kegiatan pengabdian ini, dapat disimpulkan bahwa secara umum kegiatan ini berjalan dengan lancar dan baik. Hal ini disebabkan partisipasi dan komunikasi yang baik berbagai pihak yang terlibat dalam kegiatan ini. Komitmen sasaran program juga sangat tinggi, terbukti tanpa pendampingan yang intensif mereka dengan swadaya melakukan berbagai kegiatan untuk meningkatkan pemasaran produk yang telah mereka hasilkan. Namun kendala terletak pada sulitnya perijinan PIRT untuk produk yang telah mereka hasilkan. Diharapkan dengan keluarnya PIRT maka produk mereka dapat dipasarkan dengan skala yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Assuari, Sofjan. 1999. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi, Cetakan Keenam*. Raja Grafindo Persada: Jakarta,
- David, Fred R. 2002. *Manajemen Strategi*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta. Direktorat Jendral Perkebunan. 2011.
- Raharjo, Bismo Try. 2013. *Analisis Penentu Ekspor Kopi Indonesia*. Jurnal Ilmiah. Universitas Brawijaya: Malang.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Suwarsono, Muhammad. 2002. *Manajemen Strategi : Konsep dan Kasus, Edisi Ketiga*. UPP AMP YKPN: Jogjakarta.