

PEMBERDAYAAN HOME INDUSTRY MELALUI STRATEGI PENGEMASAN DAN PEMASARAN KOPI TRADISIONAL DI SUKOHARJO PACITAN

**Yunaita Rahmawati¹, Rizky Dwi Alfarozi¹*

¹Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia

*Corresponding Email: rahmawati@iainponorogo.ac.id

Diterima: 3 April 2022 |Direvisi: 22 Mei 2022 |Disetujui: 10 Juni 2022

Abstract. *The traditional coffee industry is one of the housing businesses engaged in beverage products, this business includes potential assets owned by Ngerjoso hamlet, Sukoharjo Pacitan village. This business was founded in 1991 where the initial goal was to meet the level of public consumptive use of coffee as a beverage ingredient. This business is well known by the public, and in terms of its development potential, it is also quite promising, especially during the COVID-19 pandemic as it is currently seen from the characteristics of the coffee being traded which is able to increase consumer buying interest in a sustainable manner. However, apart from the aspect of potential development, there are several weaknesses due to the lack of proper management of the product branding that is managed. Departing from the potential for business development and product branding management that can be maximized, the researchers decided to carry out service activities by helping to maximize the branding of this traditional coffee business which includes the idea of making product labels, packaging that is more unique and attractive, as well as offline and online marketing. The method used in this service activity uses the ABCD method, namely by extracting assets, developing business potential, and evaluating the success of the activity program. The results of this activity show that the managed business is increasing both in terms of marketing and customer satisfaction with the managed products.*

Keywords: *home industry; product branding; ABCD*

Abstrak. *Indusri kopi tradisional merupakan salah satu usaha perumahan yang bergerak dibidang produk bahan minuman, usaha ini termasuk potensi aset yang dimiliki oleh dusun Ngerjoso, desa Sukoharjo Pacitan. Usaha ini berdiri sejak tahun 1991 dimana tujuan awalnya untuk memenuhi tingkat konsumtivitas masyarakat akan penggunaan kopi sebagai bahan minuman. Usaha ini cukup dikenal oleh masyarakat, dan dalam potensi pengembangannya juga cukup menjanjikan terutama pada masa pandemi covid 19 seperti saat ini ditinjau dari ciri khas kopi yang diperjualbelikan dimana mampu meningkatkan minat beli konsumen secara berkelanjutan. Akan tetapi disamping dari aspek potensi pengembangan tersebut terdapat beberapa kelemahan dikarenakan kurangnya pengelolaan yang tepat pada branding produk yang dikelola. Berangkat dari potensi pengembangan usaha dan pengelolaan branding produk yang dapat dimaksimalkan maka peneliti memutuskan untuk melakukan kegiatan pengabdian dengan membantu pemaksimalan branding produk usaha kopi tradisional ini yang meliputi ide pembuatan label produk, pengemasan yang lebih unik dan menarik, dan juga pemasaran secara offline maupun online. Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian ini menggunakan metode ABCD, yaitu dengan melakukan penggalan aset, pengembangan*

potensi usaha, dan evaluasi keberhasilan program kegiatan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan usaha yang dikelola semakin meningkat baik dari segi pemasaran maupun kepuasan pelanggan terhadap produk yang dikelola.

Kata Kunci: *home industry; branding produk; ABCD*

PENDAHULUAN

Desa Sukoharjo adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Pacitan, kabupaten Pacitan. Ditinjau dari luas wilayahnya yakni 192.587 Ha desa ini dikatakan cukup luas dengan batas wilayah yang terdiri dari desa Kayen sebagai batas wilayah utara, batas wilayah selatan dan timur desa Kebonagung, untuk batas wilayah bagian barat yakni desa Sirnobojo dan desa Kembang. Berdasarkan pemetaan wilayah yang dilakukan oleh peneliti didapati desa Sukoharjo ini memiliki empat dusun yakni dusun Ngerjoso, dusun Prambon, dusun Jarum, dan dusun Nitikan. Masyarakat di desa Sukoharjo memiliki berbagai mata pencaharian yang beragam mulai dari petani, peternak, karyawan swasta, pelaku usaha, dan lain lain.

. Berdasarkan pemetaan aset yang dilakukan guna merealisasikan kegiatan pengabdian oleh peneliti di desa Sukoharjo ini terdapat banyak sekali pelaku usaha perumahan yang ada mulai dari usaha batik tulis, usaha sale anggur, usaha ternak kuda, usaha produksi kopi tradisional dan masih banyak produk usaha lagi yang tersebar di berbagai dusun yang ada. Dengan mengambil tema perekonomian peneliti melakukan observasi secara berkelanjutan guna menemukan potensi usaha yang mampu dan bisa untuk dikembangkan secara lebih baik lagi. Alhasil dari observasi yang telah dilakukan peneliti mendapatkan aset yang sesuai yakni industri perumahan kopi tradisional yang dikelola oleh ibu Situm yang terletak di dusun Ngerjoso, desa Sukoharjo, Pacitan.

Home industry kopi tradisional ini termasuk salah satu UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang dalam pengelolaannya dilakukan secara individu oleh Ibu Situm yang terletak di Dusun Ngerjoso Desa Sukoharjo, Kecamatan Pacitan Kabupaten Pacitan. Industri perumahan ini berdiri sejak tahun 1991 sampai sekarang. Industri perumahan kopi tradisional ini dalam pengelolaannya memanfaatkan lahan milik pribadi yang memiliki luas lahan 5 m² yang ditanami sebanyak 5 pohon kopi yang setiap satu tahun dua kali dipanen. Dikarenakan jumlah dalam satu kali panen hanya menghasilkan kurang lebih 5 kg biji kopi yang belum mampu memenuhi jumlah permintaan konsumen yang dalam satu bulan memerlukan kurang lebih 15-20 kg maka untuk memenuhi kebutuhan

tersebut pengusaha memenuhi kebutuhan permintaan dari membeli biji kopi dari orang lain maupun penjual dipasar.

Sejak awal, home industry kopi tradisional yang dikelola oleh ibu Situm ini dalam proses pembuatannya masih menggunakan alat-alat tradisional untuk menjaga keaslian rasa dari kopi itu sendiri. Oleh karena itu, dari produk yang dihasilkan ini konsumen memiliki keinginan untuk mengkonsumsi produk bubuk kopi yang dimiliki oleh pengusaha secara berkelanjutan. Untuk proses pembuatannya masih dilakukan secara tradisional belum menggunakan teknologi yang memadai.

Berdasarkan observasi yang dilakukan secara berkelanjutan oleh peneliti untuk menilai perkembangan aset didapat beberapa problem permasalahan selain hal yang telah disebutkan diatas yakni dalam proses pengemasan produk pengusaha masih menggunakan plastik kemasan biasa yang menurut konsumen hal tersebut dirasa kurang menarik dan menurunkan kualitas pemasaran yang dimiliki. Selain hal itu pengusaha dalam menjalankan usahanya belum memiliki label produk usaha sendiri yang dicantumkan di produk yang diperjualbelikan maka dari itu usaha ini belum memiliki surat izin secara resmi tentang hak milik suatu usaha. Selain berbagai problem usaha yang telah disebutkan diatas terdapat juga permasalahan yang dirasa juga cukup riskan yakni dalam proses pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha kopi tradisional ini pengusaha masih memanfaatkan pemasaran yang menyasar pada masyarakat dilingkungan sekitar rumah sehingga hal tersebut belum maksimal dalam berbagai aspek penjualan yang dilakukan.

Teknik pengemasan yang unik dan menarik tentu hal ini diperlukan sebagai faktor pendukung suatu produk usaha dapat dikenal oleh masyarakat dan memiliki nilai positif dimata konsumen (Made Semariyani, dkk.2019). Tak terkecuali adalah produk usaha yang dimiliki oleh ibu Situm yang merupakan pengusaha kopi tradisional. Sayangnya pengusaha ini belum memahami akan penerapan strategi ini. Sampai saat peneliti melakukan kegiatan pengabdian ini produk usaha kopi tradisional yang dimiliki oleh ibu Situm masalah ini masih menjadi aspek problem penting yang masih merupakan masalah bagi para pengelola usaha kopi tradisional ini. Permasalahan yang dimiliki oleh ibu Situ mini tentang pengemasan produk dan label usaha yang dimiliki menjadi kendala bagi perkembangan atau kemajuan usaha. Terdapat cukup banyak persoalan yang muncul ketika usaha kopi tradisional ini ingin memiliki suatu kemasan produk yang menarik, unik

dan berkualitas yang mampu menarik minat konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Persoalan-persoalan yang dihadapi meliputi bahan pengemas yang terkesan biasa, desain bentuk kemasan yang kurang menarik, desain label yang kurang kreatif, sampai pada persoalan yang paling utama yaitu biaya pembuatan kemasan itu sendiri yang terbatas. Peneliti memiliki ide kreatif yang memberikan saran dengan keterbatasan modal usaha yang dimiliki sebaiknya permasalahan tentang kemasan bisa ditangani dengan peningkatan kreativitas pemilik usaha. Kemasan yang uni dan menarik pada dasarnya tidak selalu identik dengan harga kemasan yang mahal. Dengan bahan pengemas yang biasa-biasa saja, asalkan dirancang sedemikian rupa baik bentuk maupun desain labelnya pastilah akan tercipta sebuah kemasan yang tidak kalah bersaing dengan kemasan-kemasan modern (Giati Anisah, dkk.2020). Berdasarkan hal tersebut peneliti memberikan solusi untuk menggunakan plastik pouch dan stiker yang berlogo produk usaha yang dipasarkan. Hal ini menjadi terobosan untuk meningkatkan pemasaran tanpa membutuhkan biaya yang banyak dikarenakan plastic pouch sendiri memiliki harga 300 rupiah per biji dan harga stiker 200 rupiah per logo stiker hal tersebut terkesan murah dan terjangkau menurut pengusaha sendiri.

Konsep pengabdian ini berangkat dari temuan potensi aset yang berdasarkan program kerja yang diusung, aset yang ada memiliki kriteria yang sesuai untuk dijadikan sebagai sasaran pengembangan kegiatan agar dapat berjalan dengan lebih baik lagi. Pastinya pemilihan aset ini menyesuaikan dengan bagaimana pengembangan aset dapat dilakukan dengan adanya kolaborasi antara pihak pelaku usaha dan juga peneliti, bukan dari sebuah problematika yang akan dipecahkan. Dengan menerapkan metode ABCD (Asset Based Community Development) diharapkan metode ini menjadi solusi dalam terealisasinya program kerja yang telah diterapkan dengan mengusung tema “Peningkatan Strategi Pengemasan Dan Pemasaran Guna Pengembangan Home Industry Kopi Tradisional Dusun Ngerjoso, Desa Sukoharjo, Kecamatan Pacitan, Kabupaten Pacitan”.

Tinjauan literature yang dilakukan oleh Rena Angga Saputra (2021), yang berjudul “Strategi Penjualan Kopi Kapitalisme di Masa Pandemi” Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardika Surabaya. Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini yakni berkaitan dengan pemasaran kopi di era pandemi di Surabaya. Adapun penelitian yang digunakan yakni penelitian kualitatif. Kesimpulan sekaligus yang menjadi pembanding

dalam penelitian yang dilakukan tersebut adalah terkait dengan pemasaran kopi yang kemudian di kemas menjadi Kopitalisme dipasarkan melalui metode analisis SWOT. Dengan adanya metode tersebut maka pemasaran Kopitalisme di Era Pandemi memiliki banyak keunggulan dengan yang lain dan mampu memasuki peluang yang ada (Saputra, dkk.2021).

Judul penelitian adalah ``Strategi Pemasaran Olahan Kopi Bubuk di UMKM Ya-Sam Desa Bocak`` Universitas Tribhuwana Tunggangdewi Malang, Anjelina Jabo Mare (2022). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis factor internal dan factor eksternal yang berpengaruh terhadap strategi pemasaran serta menganalisis strategi alternative pemasaran yang efektif untuk diterapkan oleh UMKM Ya –Sam. Perbdeaan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis SAP, ETOP dan SWOT. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa UMKM Ya-Sam berada pada posisi yang ungu dan memiliki peluang yang besar serta memiliki posisi yang strategis (Mare, dkk.2022).

METODE

Asset Based Community Development (ABCD)

Pada kuliah pengabdian masyarakat daring dari rumah ini peneliti menggunakan metode ABCD (Asset Based Community Development), dimana dalam penelitian ini memanfaatkan potensi aset yang dimiliki oleh suatu desa tertentu dengan tujuan mendapatkan hasil yang maksimal dalam perealisasi program kegiatan. ABCD adalah pendekatan dengan cara menjadikan masyarakat sebagai basis pengembangan berdasar pada aset lokal yang terdapat di tempat tersebut. Aset tersebut bisa dikembangkan dengan sebaik mungkin harapannya dapat menyelesaikan masalah di wilayah dimana proses pemberdayaan dilaksanakan(Hamam, 2021). Aset yang dimiliki oleh dukuh Ngerjoso desa Sukoharjo Pacitan yang dijadikan sebagai sasaran program kegiatan adalah pengusaha home industry kopi tradisional milik ibu Situm. Pengusaha UMKM merupakan salah satu aset penting yang dimiliki oleh desa mengingat pentingnya pembukaan atau pengelolaan usaha berbasis mikro yang dilakukan oleh individu. Hal tersebut berguna untuk meningkatkan produktifitas masyarakat desa terutama pada masa sulit pandemi covid 19 yang dialami oleh seluruh pihak selain itu juga berguna untuk

menekan angka pengangguran yang dimiliki oleh desa diakibatkan terbatasnya pembukaan lapangan pekerjaan.

Usaha kopi tradisional yang dimiliki oleh ibu Situm pada dasarnya memiliki potensi pengembangan usaha yang cukup menjanjikan, hal ini ditinjau dari berbagai aspek yakni: pertama, ciri khas kopi yang memikat pelanggan untuk mengkonsumsi secara berkelanjutan; kedua, kemauan pemilik usaha yang ingin selalu memaksimalkan kepuasan pelanggan; ketiga, semangat pengusaha yang mau terus belajar akan suatu pengembangan usaha yang dimiliki. Akan tetapi, sebagai salah satu usaha yang dikelola oleh individu terdapat beberapa kelemahan yang peneliti gali ketika melakukan observasi terhadap aset yang dijadikan sasaran, yakni: pertama, kurang maksimalnya pengemasan produk yang dimiliki; kedua, kurang maksimalnya pemasaran produk dimana hanya menyasar lingkungan desa; ketiga, keterbatasan pada tenaga pengelola menjadikan ketidakseimbangan antara jumlah permintaan dan jumlah produksi.

Berdasarkan berbagai hal yang mendasarkan potensi aset yang ada akhirnya peneliti memutuskan untuk menjadikan sasaran perealisasi program kegiatan pengabdian untuk mengembangkan dan menggali potensi diri serta meminimalisir aspek kelemahan yang menjadi penghambat. Dalam metode ABCD memiliki lima langkah kunci untuk melakukan proses riset dan pendampingan (LPPM IAIN PONOROGO, 2021).

Teknik-Teknik Pendampingan

Metode dan langkah untuk menggali dan memaksimalkan potensi aset pengabdian masyarakat melalui Asset Based Community Development (ABCD), antara lain:

1. Discovery (Menemukan)

Tahap discovery adalah merupakan tahapan dimana peneliti melakukan proses pencarian mendalam akan hal-hal positif, hal-hal terbaik yang pernah dicapai, dan pengalaman-pengalaman keberhasilan masa lalu (Wiwik, dkk.2020). Pada tahap ini peneliti melaksanakannya dengan Mengenal secara langsung dan bertahap masyarakat dukuh Ngerjoso dengan cara ikut ke dalam kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh masyarakat yang ada dengan tujuan untuk menemukan peluang kesuksesan pada komunitas dan potensi aset masyarakat dukuh Ngerjoso.

2. Dream (impian)

Pada tahap ini peneliti menggunakan pendekatan emosional untuk mendorong potensi aset yang didapatkan memiliki imajinasi untuk memikirkan masa depan akan perkembangan potensi usaha yang dimiliki. Pelaksanaan pada proses ini dengan cara peneliti mengajak berkoordinasi langsung dengan sasaran aset yang didapat yakni pemilik usaha perumahan kopi tradisional untuk mengetahui bagaimana perkembangan usaha yang diinginkan kedepannya.

3. Design (merancang)

Pada tahap ini peneliti melakukan pemetaan aset sekaligus memobilisasi aset dengan tujuan melakukan perancangan program kegiatan yang akan dilakukan (Atika, dkk.2021). Pelaksanaan dari kegiatan ini yakni setelah dilakukan observasi dan kesepakatan antara peneliti dan pemilik usaha terjadi kesepakatan bersama yakni pengkoordinasian pemilik usaha kopi tradisional sebagai perealisasi program kerja dan peneliti sebagai perancang kegiatan. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan mendapatkan hasil yang maksimal dalam menjalankan kegiatan yang telah terprogram. Rancangan kegiatan branding produk yang akan dilakukan pada tahap pengemasan produk peneliti memanfaatkan plastic pouch sebagai pengemasan dan penggunaan stiker sebagai label produk yang dimiliki. Selain itu untuk tahap pemasaran peneliti memanfaatkan platform digital yakni penggunaan media sosial facebook, whatsapp, dan instagram sebagai media onlinenya dan menitipkan ke toko-toko sebagai media offlinenya.

4. Define (Menentukan)

Tujuan dari proses pencarian atau deskripsi mengenai perubahan yang diinginkan. Pendampingan dengan masyarakat terlibat dalam sosialisasi (Christopher Derau, 2013). Pada tahap ini penulis berkolaborasi dengan pemilik usaha UMKM melakukan penentuan bagaimana suatu program kerja dapat berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan. Peneliti melakukan proses pendampingan secara langsung untuk melakukan pemaksimalan potensi aset sebagai bentuk penentuan arah program kerja yang akan direalisasikan dan dijalankan bersama.

5. Destiny (Lakukan)

Inti dari seluruh tahapan metode yang telah diprogramkan yakni destiny(lakukan). yakni dengan melakukan proses monitoring pada kegiatan

pendampingan untuk mengontrol capaian program pendampingan (A.Rijal, 2020). Proses ini diwujudkan peneliti dalam bentuk observasi secara langsung yang dilakukan secara berkelanjutan terhadap capaian program kerja yang telah dilakukan oleh pemilik usah kopi tradisional guna memahami dan mengontrol tingkat keberhasilan suatu program kegiatan yang telah dilakukan dan sejauh mana pemilik usaha dapat melakukan kegiatan yang telah terprogram bersama peneliti tanpa bantuan fasilitator.

Langkah- Langkah Pendampingan

Tahap 1: melakukan pemanfaatan waktu guna mengenal potensi aset dan tempat aset yang akan dijadikan sasaran kegiatan yang telah diprogram, juga menentukan fokus program. Terdapat empat langkah yang penting dalam tahap ini yakni: orang, lokasi, focus program, dan informasi tentang latar belakang yang dimiliki oleh potensi aset (Soetomo, 2009).

Tahap 2: pada tahap ini peneliti berusaha menemukan masa lalu yang dimiliki oleh pemilik usaha sebagai bentuk pemahaman mengenai suatu kesuksesan dan arah kemampuan aset yang telah dialami dan nantinya akan disesuaikan dengan kondisi sekarang. Walaupun industri perumahan ini sudah berdiri lebih dari 30 tahun namun faktanya masih bisa berjalan hingga saat sekarang ini membuktikan bahwa industry kopi ini cukup menjanjikan jika dikembangkan lebih baik lagi.

Tahap 3: pada tahap ini dilakukan koordinasi antara peneliti dan pemilik usaha untuk memimpikan masa depan hal ini guna mendorong imajinasi anatar kedua pihak untuk membuat gambaran positif tentang masa depan.

Tahap 4: melakukan pemetaan aset guna belajar untuk memahami apa yang kekuatan yang dimiliki dan apa yang bisa dilakukan dengan potensi aset tersebut (Merkuria & Kepti, 2017). Hal ini bertujuan untuk menggali potensi yang dimiliki oleh desa dengan harapan adanya penemuan aset yang dapat dimaksimalkan potensi pengembangannya.

Tahap 5: memobilisasi aset. Tahap ini merupakan pembentuk jalan untuk mewujudkan gambaran masa depan yang telah direncanakan. Hasil dari tahapan ini adalah rencana kerja yang didasarkan pada apa yang bisa dilakukan diawal.

Tahap 6: monitoring dan evaluasi. Tahapan ini diwujudkan dengan melakukan observasi lanjutan sebagai upaya memastikan pemilik usaha dapat melakukan kegiatan yang telah terprogram sebelumnya tanpa adanya bantuan dari fasilitator.

Program Kegiatan Utama

Program kerja ini disesuaikan dengan permasalahan yang dialami oleh masyarakat dusun Ngerjoso, Desa Sukoharjo, Pacitan dimana pemilik usaha kopi tradisional yakni ibu Situm memiliki potensi pengembangan usaha menjadi lebih baik lagi terutama pada bidang pemasaran dan branding produk tetapi penggunaan asset yang tepat belum sesuai dengan hasil yang diinginkan sehingga hal tersebut menjadikan stagnan dalam hal penjualan. Selain itu produk yang kurang menarik yang dijual oleh pengusaha menjadikan beberapa produk kurang diminati,, dimana ketika peneliti terjun langsung melihat produk usaha yang diujakan tidak terdapat branding produk yang tepat, pengusaha hanya menjual bahan mentah dan tanpa label maupun pengemasan yang menarik. Usaha yang dilakukan untuk meningkatkan berbagai pokok permasalahan tersebut sehingga menjadi hal yang positif adalah peneliti berkolaborasi dengan pemilik home industry melakukan edukasi tentang peran penting teknologi sebagai upaya peningkatan produktifitas pemasaran. Selain itu penulis juga melakukan branding produk pada usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha yakni usaha kopi tradisional.

Sarana Terealisasi Program Kerja

Pada aspek ini penulis membutuhkan pendanaan yang cukup signifikan untuk merealisasikan program kerja yang telah dibuat untuk itu peneliti yang melakukan KPM-DDR di Dukuh Ngerjoso, Desa Sukoharjo, Pacitan mengambil inisiatif untuk mendanai secara pribadi dalam hal branding produk yaitu membelikan kemasan yang menarik, pembuatan stiker, dan membantu pemasaran melalui media online dan offline pada.

Peserta Yang Terlibat

Dalam program pengabdian ini sasaran peserta yang terlibat yakni pemilik home industry usaha kopi yakni ibu Situm yang beralamatkan di dukuh Ngerjoso, Desa Sukoharjo, Pacitan dalm program pengabdian ini diharapkan menjadi suntikan semangat pelaku usaha kecil untuk meningkatkan pemasaran maupun branding produk atas usaha yang didirikan kedepannya.

Pendekatan Yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan pendekatan ABCD (Asset Based Community Development), yang mana menekankan pada inventarisasi aset yang terdapat di dalam masyarakat yang mendukung pada kegiatan pemberdayaan masyarakat. Dalam penelitian

ini aset yang dimaksud yaitu ibu Situm yang beralamatkan di dukuh Ngerjoso, Desa Sukoharjo, Pacitan .

Hasil Yang Diinginkan

Dari kegiatan KPM DDR ini diharapkan kedepannya masyarakat lebih termotivasi untuk bisa mengembangkan usahanya lebih baik lagi dalam hal ini fokus yang dilakukan pada pengembangan jangkauan pemasaran, pemahaman akan teknologi guna memaksimalkan potensi pengembangan usaha dan meminimalisir terjadinya konflik karena adanya saling bersaing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pengabdian

Langkah awal dari program pengabdian yang dilakukan oleh peneliti yakni melakukan observasi awal terhadap potensi aset yakni industri perumahan kopi tradisonal milik ibu Situm dukuh Ngerjoso, Desa Sukoharjo Pacitan, dengan melihat kondisi pengelolaan aset yang telah dilakukan oleh pemilik usaha sendiri. Dari hasil yang telah diperoleh dan dengan berbagai pertimbangan aspek prioritas pemilihan aset yang tepat maka peneliti memutuskan untuk melakukan pelatihan branding produk pada usaha perumahan kopi tradisonal ini yang mencakup pelatihan pengemasan dan labeling serta pemasaran yang lebih kreatif dan menjangkau lebih luas lagi. Hal tersebut dilakukan mengingat pemilik usaha memiliki semangat dan keinginan untuk ikut berkontribusi secara materiil maupun non materiil terhadap pelatihan pengembangan usaha yang dimilikinya.

Gambaran Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini terdiri dari tiga tahapan yakni *assessment* (pengenalan potensi aset), kegiatan inti, dan kegiatan evaluasi yang dilakukan setelah kegiatan. Pada bab ini akan dideskripsikan rangkaian kegiatan utama yakni pelatihan branding produk usaha pada industri perumahan bentuk peningkatan strategi pengemasan dan pemasaran guna pengembangan home industry kopi tradisional Dusun Ngerjoso, Desa Sukoharjo, Kecamatan Pacitan, Kabupaten Pacitan.

Assesment lapangan dilakukan selama 3 hari yakni pada hari Minggu, 18 Juli 2021 sampai Selasa, 20 Juli 2021. Dari hasil tahap *assessment* ini diperoleh mengenai gambaran sasaran pelatihan, lokasi pelaksanaan kegiatan, strategi yang digunakan,

program kegiatan yang akan dilaksanakan dengan menyesuaikan potensi aset yang ada. Peneliti melakukan koordinasi langsung dengan sasaran program kegiatan untuk meminta izin persetujuan, konsultasi program kegiatan, dan strategi yang disesuaikan dengan potensi aset yang ada. Selain itu peneliti melakukan ijin resmi kepada kepala desa setempat sebagai lembaga yang mengurus pengelolaan aset yang dimiliki desa.

Program pelatihan dilaksanakan selama 2 hari yakni pada hari Rabu dan Kamis 21-22 Juli 2021 di dukuh Ngerjoso desa Sukoharjo, Pacitan yang bertempat di rumah pemilik home industry kopi yakni ibu Situm. Dalam hal ini mahasiswa yang melakukan pengabdian berperan sebagai pelaku dan perancang kegiatan tersebut sedangkan pemilik usaha sebagai pelaksana kegiatan yang dalam pelaksanaan kegiatan itu sendiri pada dasarnya dilakukan secara bersama-sama.

Acara pelatihan dilakukan pada hari Rabu 21 Juli 2021 dan berakhir pada hari Kamis 22 Juli 2021. Untuk waktu kegiatan dimulai pada pukul 08:00 sampai pukul 12:00. Awal kegiatan yakni pengumpulan bahan yang digunakan untuk melakukan branding produk yang meliputi plastic pouch, label usaha, stiker, dan handphone sebagai media pemasaran. Setelah alat dan bahan terkumpul selanjutnya melakukan pengemasan produk kopi tradisional dengan kemasan baru supaya bisa lebih dikenal oleh masyarakat kemudian dilakukan pemasaran produk secara offline dan online. Pemasaran produk secara offline dilakukan dengan menitipkan ke warung-warung di desa Sukoharjo dan sekitarnya, sedangkan secara online yakni dengan cara mengupload produk di status WA serta mengirimkan produk ke WA pribadi serta grup WA. Evaluasi dengan melakukan observasi berkelanjutan pasca kegiatan dilakukan guna memonitoring sejauh mana program kegiatan dapat dilakukan oleh pengusaha dapat dilakukan tanpa adanya bantuan dari pihak pengabdian.

Hasil Kegiatan

Pelaksanaan program kegiatan dimulai sejak diterimanya ijin dari masyarakat, pemilik usaha dan tokoh desa setempat sebagai bentuk dukungan atas kegiatan yang akan dilakukan. Keberadaan industry perumahan yang dikelola oleh individu dimanifestasikan sebagai bentuk pembukaan lapangan kerja yang mampu menaikkan produktifitas masyarakat desa yang terdampak pandemic seperti saat ini.

Pada aspek pendukung kegiatan terdapat dua hal yang menjadi faktor keberhasilan program yang telah diagendakan yakni aspek jiwa produktifitas yang tinggi yang dimiliki

oleh pengusaha untuk dapat mengembangkan produk usaha yang dimiliki. Selain itu aspek dukungan penuh dari berbagai pihak yakni masyarakat desa, pihak kampus, dan tokoh masyarakat desa setempat mampu menaikkan semangat dan kemampuan peneliti dalam melakukan kegiatan pengabdian ini.

Pada observasi awal yang dilakukan oleh peneliti pada industry perumahan kopi tradisional ini didapati pemasaran produk yang belum dimaksimalkan mengingat pemilik usaha belum menggunakan berbagai platform baik offline maupun online. Selain itu juga didapati pengemasan produk yang belum terkoordinir dengan baik dikarenakan pemilik usaha lebih memfokuskan pengembangan usaha pada ciri khas kopi tradisional ini..

Melihat kondisi ini menjadi bahan pertimbangan peneliti untuk mencari cara yang tepat guna memaksimalkan aspek branding produk usaha ini yakni dengan mengadakan pelatihan branding usaha yang meliputi pelatihan pengemasan produk yang lebih menarik, penggunaan label pada stiker kemasan, dan pemaksimalan pemasaran yang dilakukan dengan menitipkan ke warung-warung di desa Sukoharjo dan sekitarnya, sedangkan secara online yakni dengan cara mengupload produk di status WA serta mengirimkan produk ke WA pribadi serta grup WA.



Gambar 1

Pemasaran media online



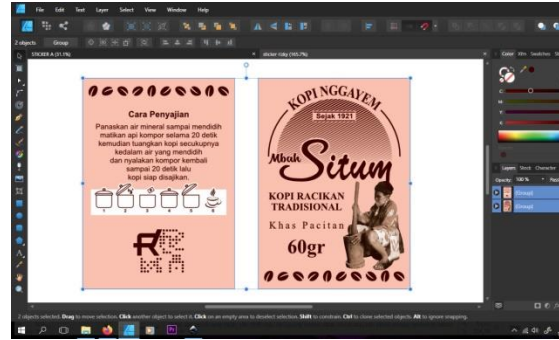
Gambar 2

Proses Produksi Bubuk Kopi Tradisional



Gambar 3

Labeling Produk



Gambar 4

Pembuatan Stiker Produk Usaha

Hasil dari program pengabdian selanjutnya dapat dilihat dari penilaian beberapa aspek berikut yakni:

1. Ketercapaian tujuan pelatihan atau program kegiatan

Tujuan dari kegiatan ini adalah memaksimalkan aspek branding produk yang dimiliki oleh pengusaha kopi tradisional dengan pemanfaatan teknologi dan pengemasan yang kreatif pada produk yang dipasarkan. Program yang telah direncanakan yakni branding produk yang meliputi: pengemasan produk menggunakan plastik pouch, penggunaan label produk dengan penggunaan stiker produk usaha, dan pemanfaatan media offline maupun online sebagai bentuk pemasaran yang menysasar masyarakat luas. Keseluruhan program yang telah dilakukan dengan kolaborasi antara pemilik usaha dan peneliti telah dilakukan semua dan sesuai dengan roundup acara maupun waktu yang telah ditentukan sebelumnya.

2. Kemampuan dalam penguasaan materi

Karena efek pandemic waktu yang dilakukan untuk melakukan program kegiatan terbatas, akan tetapi peneliti berusaha memanfaatkan waktu yang telah direncanakan dengan sebaik mungkin. Pada program pelatihan keseluruhan kegiatan yang telah diagendakan yakni branding produk disampaikan peneliti secara langsung melalui praktek langsung yang dilakukan secara bersama-sama. Dari sini didapati pengusaha kopi tradisional memiliki semangat yang tinggi dan pemahaman yang cukup tinggi akan arah pengembangan usaha yang telah diprogramkan. Secara umum kegiatan pelatihan ini meningkatkan jumlah permintaan pelanggan akan produk usaha yang dipasarkan. Selain itu, pelanggan menilai kreatifitas dan pengemasan yang baik yang

mampu meningkatkan kualitas produk yang dipasarkan hal ini diketahui ketika dilakukan observasi lanjutan sebagai bentuk evaluasi.



Gambar 5
Hasil Branding Produk



Gambar 6
Hasil Pemasaran

Setelah keseluruhan program pelatihan dilakukan untuk selanjutnya dilakukan observasi lanjutan sebagai bentuk evaluasi terhadap materi pelatihan yang telah dilakukan bersama. Hasil evaluasi dilakukan melalui pemahaman kepuasan pelanggan dengan aspek penilaian meliputi: kepuasan pelanggan, jumlah penawaran dan permintaan, dan aspek keberhasilan pemahaman sasaran aset.

Hasil evaluasi yang dilakukan dengan melakukan wawancara langsung dengan pelanggan menunjukkan hasil dimana pelanggan merasa puas dengan pengemasan yang telah dilakukan dengan observasi dilakukan menyasar pada pelanggan yang datang dan pelanggan tetap yang menjadi peminat setia produk kopi tradisional. Selain evaluasi dilakukan yang menyasar pada pelanggan observasi dilakukan juga pada pemilik usaha. Disini didapati bahwa pemilik usaha memiliki komitmen tinggi dalam usaha pengembangan usaha hal tersebut dibuktikan dengan kontribusi aktif baik secara finansial maupun non finansial. Observasi juga didapati bahwa program kegiatan yang telah dijalankan sebelumnya bersama peneliti dilanjutkan dan dimaksimalkan kembali hal tersebut yang menjadikan usaha ini semakin naik darisegi permintaannya.

Evaluasi pemahaman dilakukan terhadap pemahaman pemilik usaha yang telah dilakukan pelatihan branding produk usaha, evaluasi berupa prospek pengembangan

usaha yang dimiliki dan bagaimana pemilik usaha melakukan pengembangan usaha tanpa adanya bantuan dari pihak fasilitator. Alhasil evaluasi menunjukkan bahwa pengusaha berkomitmen tinggi terhadap program kerja yang telah dilakukan bersama.

Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan

Berdasarkan evaluasi pelaksanaan dan hasil kegiatan menunjukkan faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang menysasar pada industri perumahan kopi tradisional milik ibu Situm di dukuh Ngerjoso, desa Sukoharjo, Pacitan. Secara garis besar faktor pendukung dan penghambat adalah:

1. Faktor Pendukung

- a. Dukungan baik materiil maupun non materiil dari pihak desa, kampus, dan masyarakat sekitar desa Sukoharjo Pacitan.
- b. Semangat dari peserta pelatihan yang ditunjukkan dengan kontribusi aktif yang dilakukan selama program pengabdian.
- c. Ketersediaan alat dan bahan yang digunakan sebagai media branding produk.

2. Faktor Penghambat

- a. Keterbatasan waktu pengabdian yang menjadikan program kegiatan tidak dapat dilakukan secara lebih lama dan terstruktur
- b. Keterbatasan secara aspek finansial menjadikan program pelatihan hanya menysasar satu UMKM dan pengembangan usahanya terbatas pada branding produk yang meliputi pengemasan, labeling, dan pemasaran saja.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dalam pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan , antara lain: (a) Kegiatan pengabdian dengan fokus utama untuk pengembangan usaha melalui branding produk pada usaha home industry kopi tradisional terbukti efektif hal tersebut terbukti ketika observasi lanjutan dimana sasaran kegiatan mengatakan bahwa mengalami peningkatan baik dari segi tingkat permintaan maupun dari segi produksi. (b) Produktifitas pemilik usaha selama pandemi meningkat seiring dengan kemampuan pelanggan untuk mengembangkan produk usaha yang dipasarkan. (c) Pelanggan memiliki kesadaran yang tinggi tentang peran penting teknologi sebagai upaya pengembangan pemasaran yang menysasar masyarakat yang lebih luas lagi, hal tersebut didapatkan ketika peneliti melakukan program pelatihan penggunaan media online dan offline sebagai

media pemasaran. (d) pelaksanaan keseluruhan program pelatihan yang telah diagendakan yang meyasar pada pengembangan produk usaha melalui branding produk yang sesuai dikatakan berhasil hal ini dapat dilihat dari evaluasi lanjutan dimana pemilik usaha melakukan program ini secara berkelanjutan dan terbukti meningkatkan jumlah permintaan pelanggan yang dimiliki.

REFERENSI

- A. Rijal Waskito. (2020). “Pemenuhan Nafkah Keluarga Nelayan Dalam Menghadapi Perubahan Musim Ditinjau Dari Undang-Undang Perkawinan (Studi Kasus Di Desa Kranji Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan)”. Skripsi-IAIN Surakarta.
- Anjelina Jabo Mare,dkk (2022) ``Strategi Pemasaran Olahan Kopi Bubuk di UMKM Ya-Sam Desa Bocak`` Pendidikan Tambusai. UTT Malang: 2022, Vol. 6.
- Atika Rukminastiti Masrifah dkk. (2021) “Perancangan Sistem Pengelolaan Limbah Durian Layak Kompos Di Agrowisata Kampung Durian Ponorogo,” Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Volume 05, Nomor 01.
- Giati Anisah dan Mundzar Fahman. (2020). “Pelatihan Usaha Produksi Jamu Tradisional Di Bidang Pengemasan, Labelisasi, Dan Digital Marketing,” Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, Vol. 1, No.2.
- Hamam Burhanuddin dan Dkk. (2021).”Pemberdayaan Potensi Lokal dan Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Semawot Sukosewu Bojonegoro (Bojonegoro”. Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri Bojonegoro dan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.
- Lembaga Pengabdian Dan Pengembangan (LPPM) IAIN Ponorogo. (2021). “Pedoman Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah(KPM-DDR)”. Ponorogo: Lembaga Pengabdian Dan Pengembangan (LPPM) IAIN Ponorogo.
- Made Semariyani dan Dkk. (2019). “Pengemasan dan Strategi Pemasaran Produk Pangan di Desa Sulangai”. Denpasar-Bali: Universitas Warmadewa.
- Merkuria Karyantina dan Kapti Rahayu K. (2017).“Pelatihan Pembuatan Stik dan Kerupuk Ampas Tahu di Perumnas Mojosoongo,” ADIWIDYA, 1, no. 1.
- Rena Angga Saputra, dkk. (2021) ``Strategi Penjualan Kopi Kopitalisme di Masa Pandemi`` , Jurnal: Ilmiah Akuntansi 2. STIE Mahardika Surabaya.

Soetomo. (2009). “Pembangunan Masyarakat”. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Wiwik Handayani dkk. (2020). “Pendampingan Pembuatan Pakan Ternak Dari Limbah Pembungkus Lontong Untuk Peningkatan Ekonomi Masyarakat Di Kelurahan Kupang Krajan Kecamatan Sawahan Kota Surabaya.” Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Volume 4, Nomor 2.