

# **PEMBERDAYAAN EKONOMI LOKAL KOPI KITTO MELALUI PERAN BUMDES DURIAN INDAH DESA PELANGKIAN KAB. KEPAHIANG**

**Tezar Arianto<sup>1\*</sup>, Ade Tiara Yulinda<sup>2</sup>, Merta Kusuma<sup>3</sup>**

(1,2,3,) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bengkulu

\*Corresponding Author : [tezararianto@umb.ac.id](mailto:tezararianto@umb.ac.id)

## **ABSTRAK**

Setiap Usaha harus bisa mengelola usahanya dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin pesat. Pemberdayaan Ekonomi lokal menjadi ekonomi kreatif dan inovatif melalui Bumdes ini sangat dibutuhkan dalam rangka meningkatkan pendapatan masyarakat. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dalam pemberdayaan masyarakat/kelompok tani untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang kemasan serta pemasaran produk yang dapat bernilai dan bersaing.

Masalah utama yang menjadi fokus dalam pengembangan ekonomi lokal menjadi ekonomi kreatif dan inovatif adalah pengetahuan dan pemahaman Sumber Daya Manusia (SDM) masyarakat/kelompok tani kopi Desa Pelanggian masih rendah dalam proses kemasan bubuk kopi dan pemasarannya, selain itu kelompok tani kopi Desa Pelanggian belum mendapatkan pembinaan dalam pengembangan usaha.

Bentuk Kegiatan yang akan dilaksanakan adalah sosialisasi, pelatihan, pendampingan yang melibatkan masyarakat/kelompok tani serta Bumdes Desa Pelanggian dalam hal pengelolaan dan pengembangan usaha bubuk kopi mulai dari kemasan sampai ke pemasaran produk bubuk Kopi Kitto. Dari kegiatan ini target dan hasil capaiannya adalah terlaksananya kegiatan-kegiatan pengabdian secara lancar, meningkatkan pengetahuan, pemahaman masyarakat/kelompok tani tentang pengembangan usaha kreatif dan inovatif melalui Bumdes dalam dapat meningkatkan pendapatan masyarakat/ kelompok tani serta munculnya wirausaha yang sejenis dengan kemitraan yang sinergi dalam mengembangkan ekonomi lokal menjadi ekonomi kreatif dan inovatif.

**Kata Kunci : Peningkatkan Pengetahuan, Kreatif dan Inovatif**

## PENDAHULUAN

Kabupaten Kepahiang adalah bagian dari wilayah Provinsi Bengkulu yang merupakan pemekaran dari Kabupaten Rejang Lebong dan dibentuk berdasarkan Undang-undang Nomor 39 Tahun 2003 tentang Pembentukan Kabupaten Lebong dan Kabupaten Kepahiang di Provinsi Bengkulu. Kabupaten Kepahiang sebagai kabupaten pemekaran, saat ini telah memiliki 8 (delapan) Kecamatan yang terdiri dari 95 Desa dan 9 Kelurahan. Sebagian besar Desa dan kelurahan tersebut terletak di sepanjang jalan Negara dan jalan Provinsi yang melintasi Kabupaten Kepahiang. Nama-nama Kecamatan di Kabupaten Kepahiang (berdasarkan kode wilayah dari Departemen Dalam Negeri): Bermani Ilir, Ujan Mas, Tebat Karai, Kepahiang, Merigi, Kabawetan, Seberang Musi dan Muara Kemumu.

Desa Pelangkian yang terletak di Wilayah Kabupaten Kepahiang terletak pada posisi 101° 55' 19'' sampai dengan 103° 01' 29'' Bujur Timur dan 02° 43' 07'' sampai dengan 03° 46' 48'' Lintang Selatan. Sebagaimana daerah-daerah lain di Indonesia, Kabupaten Kepahiang juga beriklim tropis dengan curah hujan rata-rata 233,5 mm/bulan dengan jumlah bulan kering selama 3 bulan, bulan basah 9 bulan, kelembaban nisbi rata-rata 85,21 persen dan suhu harian rata-rata 23,87°C, dengan suhu maksimal 29,87°C dan suhu minimum 19,65°C. Di Desa pelangkian banyak terdapat perkebunan kopi dan rata rata masyarakat disana berkerja dan menggantungkan kehidupan dari penghasilan kopi.



**Gambar 1. Perkebunan Kopi Desa Pelangkian**

Saat ini permintaan akan kopi bubuk yang terus meningkat, akan tetapi produk kopi bubuk yang ada di Desa Pelangkian belum dapat bersaing dengan produk kopi bubuk yang sudah komersil. Produk kopi bubuk Kepahiang Desa Pelangkian masih terbentur pada beberapa kendala utama yang harus dihadapi oleh kelompok petani kopi diantaranya produk kopi bubuk belum bisa bersaing dengan kopi yang sudah komersil.

Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai pengolahan biji kopi pasca panen, kualitas bubuk kopi yang masih rendah karena proses produksi bubuk kopi yang digunakan masih sederhana, kemasan kopi bubuk masih menggunakan plastik sehingga kadar air kopi bubuk masih tinggi akibatnya mikroorganisme mudah berkembang yang menyebabkan kopi mengalami kerusakan, selain itu kurangnya promosi untuk kopi bubuk dari desa tersebut semakin menambah persoalan bagi petani kopi di desa tersebut.



**Gambar 2. Mesin Penggiling Kopi dan Kemasan Produk**

Mata pencaharian penduduk sebagian besar adalah petani, dengan penghasilan Rp. 1.000.000 sampai Rp. 2.000.000 per bulan. Atas dasar itu, dibutuhkan kegiatan yang dapat menggerakkan ekonomi sehingga dengan adanya kelompok tani kopi yang produktif dapat memberikan kontribusi yang besar bagi penghasilan masyarakat di Desa Pelangkian. Berikut disajikan profil Kelompok Petani Kopi.

**Tabel 1**  
**Profil Kelompok Tani**

KARAKTERISTIK	DESKRIPSI	PERSENTASE (%)
Usia	< 35 Tahun	24
	35-45 Tahun	57
	> 45 Tahun	19
Pendidikan	SD – SMP	95
	SMA	5
Produksi	Biji Kopi	60
	Kopi bubuk	40
Pekerjaan	Petani kopi	80
	Petani perkebunan	15
	Lainnya	5

Berdasarkan Tabel 1, dari total produksi kopi Desa Pelangkian hanya 40% yang diolah dan dipasarkan dalam bentuk kopi bubuk, sedangkan 60% langsung dijual dalam bentuk biji kopi mentah. Padahal, pengembangan produk olahan biji kopi dapat memberikan nilai tambah yang lebih besar, membuka peluang pasar dan menyerap tenaga kerja di pedesaan (Mulato *et al.*, 2006). Kelompok tani kopi di Desa Pelangkian telah ada sejak dulu, mereka sangat memerlukan inovasi baru pada produk kopi mereka, dan juga sentuhan inovasi yang tepat guna bagi produk mereka. Selama ini, petani kopi yang ada di Desa Pelangkian hanya memasarkan biji kopi mereka ke pedagang atau tengkulak dengan harga sangat rendah. Dua tahun terakhir ini produk kopi bubuk Desa Pelangkian belum dapat bersaing dengan produk kopi bubuk yang sudah ada.

Kopi yang dibudidayakan di Desa Pelangkian adalah jenis robusta (*Coffea robusta*) Kopi jenis robusta merupakan tanaman kopi yang paling banyak dibudidayakan di Indonesia (Ditjen Perkebunan, 2009). Demikian juga di Desa Pelangkian kopi jenis robusta yang paling banyak dibudidayakan. Kopi robusta tumbuh pada ketinggian 600m di atas permukaan laut (Ky *et al.*, 2001). Kopi robusta lebih banyak dibudidayakan dibandingkan kopi arabika karena kopi arabika harus ditanam di ketinggian 1000 - 2000m di atas permukaan laut. Kopi robusta juga

memiliki ketahanan terhadap serangan hama.

Semakin tinggi lokasi perkebunan kopi, cita rasa yang dihasilkan akan semakin baik. Kopi robusta memiliki adaptasi yang lebih baik dibandingkan kopi arabika. Kopi adalah suatu jenis tanaman tropis yang dapat tumbuh dimana saja, terkecuali pada tempat yang terlalu tinggi dengan temperatur yang sangat dingin atau daerah tandus yang memang tidak cocok bagi kehidupan tanaman. Pada awal perkembangannya kopi hanya terbatas diproduksi dan dikonsumsi di Negara-negara Timur Tengah seperti Arab Saudi, tetapi secara meluas ke seluruh dunia dan banyak dikonsumsi di Eropa dan Amerika (Grigg, 2002). Perkembangan kopi yang pesat membuat minuman ini sudah menjadi bagian dari kebiasaan dan budaya masyarakat pedesaan maupun perkotaan. Konsumsi kopi berbeda dengan konsumsi minuman lainnya, karena faktor ketenangan dan kefokusannya yang diperoleh tanpa efek samping seperti minuman beralkohol (Tarigan *et al.*, 2015).

Berdasarkan uraian diatas, serta kondisi kelompok petani kopi di Desa Pelangkian Kab. Kepahiang maka dapat dirumuskan permasalahan berikut ini:

1. Produksi Kopi Kitto Desa Pelangkian belum dapat bersaing dengan kopibubuk yang sudah ada karena masih rendahnya pengetahuan dan pemahaman petani dalam mengelola usaha.
2. Rendahnya minat serta keinginan dalam mengembangkan usaha kecil dan menengah di bidang kopi bubuk sehingga penghasilan masyarakat masih rendah.
3. Kemasan kopi Kitto yang masih sederhana sehingga belum dapat bersaing dan menarik pelanggan. Serta Kurangnya promosi atau Pemasaran untuk Kopi Kitto dari Desa Pelangkian

4. Belum pernah memperoleh pembinaan dalam hal pengembangan usaha.

Masyarakat/kelompok tani Kopi Kitto di Desa Pelangkian memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan maupun proses kemasan serta pemasaran dari hasil produk dalam memperdayakan diri melalui peran Bumdes. Pemberdayaan ekonomi lokal menjadi ekonomi kreatif dan inovatif merupakan keinginan masyarakat maupun kelompok tani kopi di desa Pelangkian. Keberadaan BUMDes diharapkan mampu menstimulasi dan menggerakkan roda perekonomian Desa. Sejak berlakunya UU No. 32/2004 tentang Pemerintah Daerah, telah mendorong Desa mengembangkan BUMDes sesuai dengan kebutuhan dan potensi yang dimiliki masing-masing Desa untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan pendapatan asli desa.

Wacana tentang BUMDes semakin menguat dengan adanya UU No. 6/2014 tentang Desa yang memaksa Desa memasuki era *self governing community* dimana Desa secara otonom berwenang mengelola perencanaan pembangunan, pelayanan publik, dan pengelolaan keuangan desa. Jika desa mampu secara mandiri menyediakan kebutuhan warganya, maka desa telah mampu mensejahterakan warga sekaligus mengadakan pendapatan bagi dirinya. Dalam rangka mengakomodasi potensi Desa dan pemenuhan kebutuhan warga desa, pemerintah memberikan dukungan besar agar desa memiliki badan usaha yang mampu mengembangkan dan menggerakkan perekonomian lokal.

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) menjadi wadah bagi pemerintah desa dan warganya yang secara proporsional melaksanakan program pemberdayaan perekonomian di tingkat desa. Desa ini dapat menjadikan tanaman kopi sebagai sumber mata pencaharian mereka, dengan meningkatkan produksi kopi

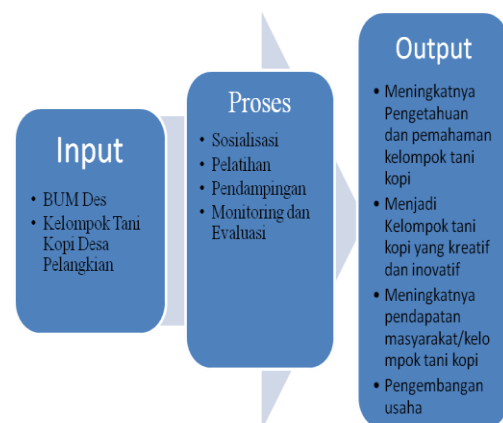
dari biji kopi menjadi produk kopi bubuk yang bercitarasa khas sendiri dapat meningkatkan pendapatan masyarakat/kelompok tani kopi di Desa Pelangkian.



Gambar 3. Bumdes Durian Indah

## METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan yang dipilih oleh tim pengabdian yaitu pendampingan dan pelatihan, untuk menambah wawasan dan menumbuhkan semangat BUMDes, Menambah pengetahuan dan pemahaman pengelola BUMDes dan kelompok tani melalui pelatihan tentang bagaimana meningkatkan value Kopi Kitto melalui pemasaran sehingga kelompok tani lebih kreatif dan inovatif dan dapat bersaing. Selain itu dengan adanya sosialisasi, pelatihan dan pendampingan ini diharapkan pendapatan masyarakat/kelompok kopi Desa Pelangkian dapat meningkat. Dapat digambarkan sebagai berikut:



Dalam pengabdian masyarakat ini terdapat tahapan pelaksanaan kegiatan yang dilaksanakan mulai dari bulan September 2020 dengan tahapan sebagai berikut:



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian Pemberdayaan Ekonomi Lokal Kopi Kitto Melalui Peran Bumdes Durian Indah Desa Pelangkian Kab. Kepahiang ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dalam pemberdayaan masyarakat/kelompok tani untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang manajemen mengelola usaha dengan memilih kemasan serta pemasaran produk yang bernilai saing serta pengembangan produk olahan biji kopi yang dapat memberikan nilai tambah yang lebih besar, sehingga dapat membuka peluang pasar dan menyerap tenaga kerja dalam meningkatkan penghasilan kelompok tani.



**Gambar 3. Tim Pengabdian Melakukan Wawancara**

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua BUMDes, selama ini masih rendahnya pengetahuan dan pemahaman Sumber Daya Manusia (SDM) masyarakat/kelompok Tani Kopi Desa Pelangkian dalam mengelola usaha dan proses kemasan bubuk kopi, kemasan Kopi Kitto masih menggunakan plastik sehingga kadar air kopi bubuk masih tinggi akibatnya mikroorganisme mudah berkembang, yang menyebabkan kopi mengalami kerusakan. Dan kurangnya promosi atau pemasaran untuk Kopi Kitto dari Desa Pelangkian. Dan kelompok Tani Kopi Desa Pelangkian belum mendapatkan pembinaan dalam pengembangan usaha.



**Gambar4 . Tim Pengabdian dan Mitra BumDes Durian Indah**

Dalam kegiatan pengabdian ini tim melakukan sosialisasi dan pelatihan. Pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan terhadap manajemen mengelola usaha dengan memilih kemasan produk yang lebih menarik dan dapat bertahan lama serta memberikan pelatihan pemasaran produk melalui digital.



**Gambar 4. Kemasan Kopi Kitto Yang Lama**

Dari gambar di atas dapat terlihat kemasan Kopi Kitto hanya terbungkus dari plastik sehingga kadar air kopi bubuk masih tinggi yang dapat menyebabkan kopi cepat mengalami kerusakan akibat mikroorganisme yang mudah berkembang. Dengan kegiatan pengabdian ini tim pengabdian memberikan pelatihan dan pengetahuan mengenai kemasan kopi yang dapat membuat produk bertahan lama dengan kemasan yang lebih menarik.



**Gambar 5. Kemasan Terbaru**

Selain dari kemasan produk yang lebih menarik dan tahan lama kegiatan pengabdian ini juga memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pengelola BumDes dalam meningkatkan penjualan dengan melakukan pemasaran melalui online atau digital. Diharapkan dengan pemasaran melalui online atau digital ini produk dapat berkembang dengan luas dan pendapatan kelompok tani kopi juga semakin meningkat.



**Gambar 5. Sosialisasi Dan Pelatihan Dalam Pemasaran Online**

Gambar Di atas memperlihatkan pemateri menyampaikan materi mengenai kemasan produk dan pemasaran melalui online atau digital. Kegiatan ini dirancang dengan cara memberikan pelatihan kepada peserta tentang bagaimana mengelola usaha dengan memberikan kemasan yang menarik kepada konsumen dan produk dapat bertahan lama serta pemasaran produk yang lebih luas dalam rangka bersaing dipasaran dan memenangkan persaingan pasar.

Dalam kegiatan pelatihan ini dihadiri oleh tiga orang pengelola BumDes Durian Indah, kehadiran adalah 100%. Pada saat pelatihan ini terlihat antusiasme peserta dengan berbagai pertanyaan yang berkaitan dengan konsep dasar terkait pengelolaan dan pemasaran produk. Mohammed et all (2013) menyatakan pemasaran online merupakan suatu proses membangun dan mempertahankan hubungan dengan konsumen melalui aktivitas online untuk memfasilitasi pertukaran ide, barang, jasa yang memuaskan keinginan kedua belah pihak. Sedangkan menurut Kottler dan Keller (2011) menyatakan pemasaran online merupakan suatu usaha-usaha untuk memasarkan produk dan jasa dan membangun hubungan dengan pelanggan melalui internet dengan tujuan menjangkau calon pelanggan yang luas. Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan (2009), menyatakan Digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media, Sebagai contoh yaitu blog, website, e-mail dan berbagai macam jaringan media sosial.

Kegiatan pelatihan dan pendampingan pemasaran online Tim Pengabdian mempraktekkan mulai dari membuat website, membuat instagram dan membuat facebook, yang dimana instagram dan facebook akan di satukan dalam link akses yang memudahkan konsumen untuk membeli Kopi Kitto. Pengelola Bumdes didampingi oleh tim untuk mengakses website, instagram dan facebook melalui email khusus bisnis, setelah itu mempraktekkan dari mulai login, cara melihat pemberitahuan masuk, cara menambahkan produk baru, lalu cara transaksi yang ada di website, facebook, dan juga instagram.

Dalam kegiatan pengabdian ini yang menjadi indikator keberhasilan dalam rancangan evaluasi adalah: Peserta dapat mengetahui cara meakukan pemasaran online dari memasukan produk ke media sampai

melakukan penjualan, serta meningkatkan pengelolaan Bumdes dalam memberikan kemasan yang menarik dan tahan lama sehingga pelanggan tertarik dan puas. Peserta mampu melakukan pemasaran online dan transaksi yang baik dan benar sesuai standar yang berlaku.

## PENUTUP

Kegiatan pengabdian Pemberdayaan Ekonomi Lokal Kopi Kitto Melalui Peran Bumdes Durian Indah Desa Pelangkian Kab. Kepahiang ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dalam pemberdayaan masyarakat/kelompok tani untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang kemasan serta pemasaran produk yang dapat bernilai dan berdayasaing. Kegiatan ini mendapat sambutan yang baik dari mitra. Keadaan ini dapat dilihat dari kehadiran mitra dan antusias mitra dalam bertanya pertanyaan mengenai pengembangan kemasan dan pemasaran.

Guna meningkatkan kualitas dari produk Kopi Kitto sehingga produk tahan lama serta pemasaran yang luas yang dapat dikenal dan dijangkau dengan mudah oleh konsumen. Dengan pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan kelompok tani Kopi Kitto. Kegiatan peningkatkan ini akan dilanjutkan kembali diwaktu yang akan datang yang terkait dengan kegiatan pendampingan (monitoring) terhadap apa yang sudah mereka terapkan serta pendampingan jika terjadi kendala dalam pengaplikasian pemasaran produk melalui digital .

## DAFTAR PUSTAKA

- Fitriatunnisa F. 2015. Inovasi Proses Produksi Kopi Bubuk. Bogor: Institut Pertanian Bogor Freitas CAM dan Mosca AI. 1999. *Coffee geographic origin an aid to coffe differentiation*. Food Research International
- Grigg, D. 2002. The Worlds of Tea and Coffee: Pattern of Consumption. *Geo-Journal*
- Ky, C.L., J. Louarn, S. Dussert, B. Guyot; S. Hamon, M. Noirot. 2001. Caffeine, trigonelline, chlorogenic acid and sucrose diversity in wild *Coffea Arabica* L., and *C. canephora* accessions. *Food Chem.*
- Mohammed, Rafi A. 2003. Internet Marketing Building Advantage In A Nerworked Economy, Second Edition. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Mulato, S., S. Widyotomo, E. Suharyanto. 2006. Pengolahan Produk Primer dan Sekunder Kopi. Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia.
- Nugroho, D., Mawardi, S., Yusianto, Arimersetiowati, R. 2012. Karakterisasi mutu fisik dan citarasa biji kopi Arabika varietas Maragogip (*Coffea Arabica* L. var. *Maragogyp* Hort. Ex Froehner) dan seleksi pohon induk di Jawa Timur. *Pelita Perkebunan*.
- Ridwansyah., 2002. Pengolahan Kopi. 2end ed. Medan: usulibrary. 12-15
- Sanjaya, Ridwan dan Josua Tarigan (2009). Creative Digital Marketing. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.



Tarigan, E.B., Dibyoy, P., Tajul. 2015.  
Tingkat Kesukaan Konsumen  
Terhadap Kopi Campuran  
Robusta dengan Arabika.JTIP  
Indonesia.