

Peningkatan Penjualan Melalui Strategi Sistem *Bundling* Produk Pada Kelompok Tani Hutan (KTH) “Rukun Maju Sejahtera”

Increasing Sales Through Bundling System Strategy At Forest Farmers Group “Rukun Maju Sejahtera”

Livia Marcella Devani ¹, Dona Wahyuning Laily ²

^{1,2} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya

*Korespondensi penulis : dlivia171@gmail.com

Article History:

Received:

Revised:

Accepted:

Keywords: Knowledge, Promotion Strategy, Coffee

Abstract: *Community Service activities are carried out with the aim of assisting the actors of the Rukun Maju Sejahtera Forest Farmers Group in increasing knowledge and abilities related to the promotion strategy of coffee products using a bundling system so as to optimise the sale of coffee products with other agricultural products owned by the Rukun Maju Sejahtera Forest Farmers Group). The method used in this activity is a participatory approach with several stages as follows: 1) Preparation and planning stage, 2) Activity implementation stage, 3) Evaluation and monitoring stage, 4) Reflection stage. Respondents who participated in this community service activity were the actors of the Rukun Maju Sejahtera Forest Farmers Group. The results of this community service activity are that the Rukun Maju Sejahtera Forest Farmers Group is able to understand and implement a bundling system promotion strategy between coffee products and other agricultural products so as to increase sales.*

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan dengan tujuan untuk membantu para pelaku Kelompok Tani Hutan (KTH) Rukun Maju Sejahtera dalam meningkatkan pengetahuan dan kemampuan terkait strategi promosi produk kopi menggunakan sistem *bundling* sehingga mampu mengoptimalkan penjualan produk kopi dengan produk pertanian lainnya yang dimiliki oleh Kelompok Tani Hutan (KTH) Rukun Maju Sejahtera. Metode yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah pendekatan partisipatif dengan beberapa tahapan sebagai berikut: 1) Tahap persiapan dan perencanaan, 2) Tahap implementasi kegiatan, 3) Tahap evaluasi dan monitoring, 4) Tahap refleksi. Responden yang berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian ini adalah para pelaku Kelompok Tani Hutan (KTH) Rukun Maju Sejahtera. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah Kelompok Tani Hutan (KTH) Rukun Maju Sejahtera mampu memahami dan menerapkan strategi promosi sistem *bundling* antara produk kopi dengan produk pertanian lainnya sehingga dapat meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: Pengetahuan, Strategi Promosi, Kopi

PENDAHULUAN

Kelompok Tani Hutan (KTH) merupakan sebuah perkumpulan yang terdiri dari beberapa individu petani di desa sekitar kawasan hutan kemudian membentuk wadah organisasi dan tumbuh berdasarkan kebersamaan, kesamaan profesi, serta kepentingan untuk bekerja sama dalam mengembangkan usaha dalam kawasan hutan untuk mencapai kesejahteraan anggota dan kelompoknya (Rimbawati, Ekaprasetya, Fatchiya, & Sugihen, 2018). Kelompok Tani Hutan (KTH) "Rukun Maju Sejahtera" mengelola hasil panen kopi pada kebun kopi yang terletak di kaki gunung sehingga proses pendistribusian dan pemasaran hasil panen kopi mengalami kesulitan terkait aksesibilitas. Selain itu, proses panen biji kopi yang dilakukan selama satu tahun sekali membuat produk kopi Kelompok Tani Hutan (KTH) "Rukun Maju Sejahtera" sulit masuk ke dalam industri besar sebab kurangnya produktivitas biji kopi dalam pemenuhan kebutuhan pasar (Anggarini, Riski, Nani, & Aprianto, 2021)

Produk kopi Kelompok Tani Hutan (KTH) "Rukun Maju Sejahtera" mayoritas masih belum optimal dalam menembus industri besar kopi di Indonesia. Hal tersebut disebabkan terjadinya ketidakstabilan jumlah produksi biji kopi yang dihasilkan sehingga berdampak pada penurunan jumlah pendapatan yang diterima oleh Kelompok Tani Hutan (KTH) "Rukun Maju Sejahtera". Analisis yang telah dilakukan menghasilkan kesimpulan bahwa penyebab utama dari masalah tersebut adalah teknik pemasaran yang digunakan oleh Kelompok Tani Hutan (KTH) "Rukun Maju Sejahtera" untuk menjual produk kopi belum dikatakan maksimal. Kondisi ini disebabkan kurangnya strategi pemasaran yang digunakan secara optimal. Produk kopi yang dipasarkan perlu dikaji dan dianalisis lebih lanjut baik dari segi kualitas produk, segi kuantitas yang dihasilkan, dan harga jual yang ditawarkan pada pasar (Mahmudati & Indrawati, 2019). Guna mengatasi permasalahan tersebut maka perlu diadakan penyuluhan terkait strategi promosi dalam pemasaran produk kopi yang akan dijual sebagai upaya dalam meningkatkan penjualan produk kopi di Kelompok Tani Hutan (KTH) "Rukun Maju Sejahtera".

Berdasarkan analisis kondisi di atas maka rencana solusi alternatif yang digunakan untuk memecahkan permasalahan tersebut yaitu dilakukannya pemberian penyuluhan terkait strategi promosi yang tepat untuk produk kopi dengan produk pertanian milik Kelompok Tani Hutan (KTH) "Rukun Maju Sejahtera" setempat dengan menggunakan sistem *bundling* produk. Sistem ini akan memungkinkan Kelompok Tani Hutan "Rukun Maju Sejahtera" menjual lebih banyak produk kopi dan produk pertanian lain dalam waktu bersamaan serta mengurangi biaya pemasaran dan distribusi yang ditimbulkan dari penjualan produk-produk tersebut mengingat kondisi lokasi Kelompok Tani Hutan (KTH) "Rukun Maju Sejahtera" yang

memiliki keterbatasan dalam aksesibilitas pendistribusian dan pemasaran. Pemberian strategi promosi pada aspek pemasaran produk kopi yang tepat akan menunjang tingkat penjualan produk tersebut. Tujuan akhir dari pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan mampu meningkatkan penjualan produk kopi Kelompok Tani Hutan (KTH) “Rukun Maju Sejahtera” sehingga mampu bersaing dengan produk kopi hasil impor dari negara lain yang saat ini sedang marak digunakan oleh industri kopi besar di Indonesia.

METODE

Kegiatan ini dilaksanakan selama empat bulan yang terhitung dari tanggal 13 Februari – 31 Mei 2023 yang bertempat di Desa Puspo, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. Hasil yang diharapkan dari adanya kegiatan ini yaitu meningkatnya pengetahuan terkait strategi promosi khususnya dengan sistem bundling sehingga penjualan produk kopi Kelompok Tani Hutan “Rukun Maju Sejahtera” dapat mengalami peningkatan. Kegiatan tersebut memiliki sifat yang berbasis pada kemampuan dan kebutuhan responden sehingga metode yang dilakukan dalam pelaksanaan ini adalah dengan pendekatan partisipatif (*participative approach*) yaitu metode di mana responden terlibat secara langsung baik dalam sesi diskusi (*focus group discussion*), wawancara, berkonsultasi, dan menentukan keputusan tindakan. Adapun pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan dan Perencanaan

Persiapan dan perencanaan akan dilakukan oleh tim pelaksana melalui dua tahapan: a) sosialisasi implementasi pengabdian. Pada tahap ini, tim pelaksana akan memaparkan maksud dan tujuan, metode dan teknis pelaksanaan kegiatan, serta mengadakan diskusi untuk menentukan masalah apa yang paling penting kemudian b) penyusunan program kegiatan di mana tim pelaksana akan melakukan sesi diskusi dengan Kelompok Tani Hutan (KTH) “Rukun Maju Sejahtera” untuk melakukan kesepakatan terkait waktu, tempat, dan bentuk kegiatan yang akan dilaksanakan. Program kegiatan pengabdian meliputi penyuluhan terkait strategi promosi sistem *bundling* produk kopi dengan produk pertanian lainnya (Khairani, Siti, & Pratiwi, 2018).

2. Tahap Implementasi Kegiatan

Tim pelaksana kegiatan akan memulai kegiatan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan dan disepakati dengan responden. Kegiatan penyuluhan menggunakan metode ceramah sedangkan pengambilan keputusan berdasarkan hasil diskusi (*focus group*

discussion) dengan responden. Kegiatan pembinaan yang dilaksanakan terdiri dari aspek pemasaran dan strategi promosi khususnya pengetahuan dan penerapan sistem *bundling* produk kopi dengan produk pertanian lainnya (Khairani, Siti, & Pratiwi, 2018).

3. Tahap Evaluasi dan Monitoring

Kegiatan monitoring dilakukan secara pribadi dan melihat apakah ada kendala dan permasalahan yang timbul saat di lapangan. Selanjutnya dilakukan evaluasi jika timbul kendala ataupun permasalahan yang nantinya akan dicari bagaimana solusi alternatif agar kegiatan dapat tetap berlangsung dengan baik sesuai apa yang diharapkan (Khairani, Siti, & Pratiwi, 2018).

4. Tahap Refleksi

Tahap ini dilakukan untuk mengetahui keuntungan dan efek yang dirasakan mitra setelah penyuluhan, evaluasi hasil dilakukan. Hal ini diperlukan sebagai masukan bagi pelaksanaan kegiatan serupa di masa mendatang. Metode yang digunakan adalah sesi diskusi (*focus group discussion*) dengan responden (Khairani, Siti, & Pratiwi, 2018).

HASIL

Kelompok Tani Hutan "Rukun Maju Sejahtera" mengalami permasalahan dalam aspek pemasaran yang dihadapi dalam upaya meningkatkan penjualan produk kopi. Permasalahan tersebut terkait kurangnya produktivitas kopi berkualitas dalam pemenuhan kebutuhan pasar. Kopi memiliki masa panen sekali dalam setahun sehingga Kelompok Tani Hutan "Rukun Maju Sejahtera" beralih ke usaha lain seperti menanam produk pertanian lainnya. Kondisi masa panen kopi yang seperti ini membuat mesin pengolah kopi yang menghasilkan bentuk biji kopi dalam bentuk beras menjadi tidak efisien. Selain itu, dari sisi produsen kopi hanya tertarik pada kebun kopi dengan produktivitas yang tinggi. Hal ini menyebabkan kebun kopi yang menghasilkan kopi setahun sekali terlihat kurang menarik perhatian produsen kopi dalam skala industri besar. Harga biji kopi yang ditawarkan dari hasil impor negara lain juga merupakan salah satu alasan industri besar kopi memilih membeli produk impor daripada produk lokal yang keterbatasan akan konsistensi kualitas dan kuantitas. Akibatnya, produk kopi yang telah dipanen oleh Kelompok Tani Hutan "Rukun Maju Sejahtera" akan mengalami penurunan penjualan jika permasalahan ini tidak segera diatasi.

Tabel 1. Perbandingan Harga Kopi Arabika

Kopi Lokal (Arabika)	Kopi Impor (Arabika)
Rp 130.000 / kg	Rp 90.000 / kg

Pada tabel di atas diketahui bahwa harga kopi lokal jenis Arabika lebih mahal dari segi harga apabila dibandingkan dengan harga kopi impor dengan jenis yang sama. Hal inilah yang menjadi salah satu faktor industri kopi lebih memilih untuk membeli produk kopi dari hasil impor daripada produk lokal selain dari segi kualitas yang terkadang tidak konsisten akibat perubahan cuaca. Berdasarkan permasalahan yang telah diamati dapat disimpulkan bahwa mayoritas anggota Kelompok Tani Hutan “Rukun Maju Sejahtera” belum mampu mengelola produk kopi dalam aspek pemasaran sehingga penjualan yang didapatkan belum mencapai titik optimal. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat melalui sistem penyuluhan dan pemberian edukasi diharapkan mampu membantu dan mengarahkan Kelompok Tani Hutan “Rukun Maju Sejahtera” untuk mencapai penjualan secara optimal melalui strategi promosi produk dengan sistem *bundling* antara produk kopi dengan produk pertanian lainnya.

DISKUSI

Pemasaran adalah salah satu hal utama dalam suatu kegiatan berusaha. Sebuah usaha yang dapat dikategorikan berhasil apabila mampu merencanakan aktivitas pemasaran dan membentuk program pemasaran yang terintegrasi dengan baik (Irawan, 2021). Dari hasil diskusi yang telah dilakukan dengan Kelompok Tani Hutan “Rukun Maju Sejahtera” terkait strategi pemasaran produk kopi sebagai upaya dalam meningkatkan penjualan mendapatkan hasil berupa penerapan sistem bundling antara produk kopi dengan produk pertanian lainnya. Hal ini akan menghemat biaya pendistribusian dan pemasaran mengingat keterbatasan dalam aksesibilitas lokasi Kelompok Tani Hutan “Rukun Maju Sejahtera” di kaki gunung Bromo.



Gambar 1. Pelaksanaan Penyuluhan

Tujuan dari strategi promosi yang dilakukan adalah untuk meningkatkan volume penjualan. Kesesuaian minat pelanggan dengan konten promosi yang dilakukan akan meningkatkan permintaan terhadap produk tersebut. Peningkatan permintaan ini akan mendorong produksi, yang pada gilirannya akan menghasilkan peningkatan penjualan. Peningkatan volume penjualan setelahnya adalah bukti strategi promosi yang efektif. (Khairani, Siti, & Pratiwi, 2018). *Bundling* merupakan suatu strategi dalam aspek pemasaran yang menggabungkan dua atau lebih produk dalam satu pembelian dengan tujuan mengefisiensikan waktu konsumen. Sistem ini akan memungkinkan Kelompok Tani Hutan "Rukun Maju Sejahtera" menjual lebih banyak produk kopi dan produk pertanian lain serta mengurangi biaya pemasaran dan distribusi yang ditimbulkan dari penjualan produk-produk tersebut. Pada penerapan sistem *bundling* ini tidak ada ketentuan produk pertanian mana saja yang akan dikombinasikan dengan produk kopi. Hal ini dilakukan mengingat antara petani satu dengan yang lain memiliki perbedaan komoditas yang ditanam sehingga pengambilan keputusan untuk produk pertanian yang akan dilakukan *bundling* diserahkan kepada anggota Kelompok Tani Hutan "Rukun Maju Sejahtera" masing-masing.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui penyuluhan strategi promosi dengan menggunakan sistem *bundling* produk kopi dengan produk pertanian lainnya milik Kelompok Tani Hutan "Rukun Maju Sejahtera" mendapatkan tanggapan positif dari pelaku usaha selaku responden dalam kegiatan ini. Penerapan strategi promosi dengan menggunakan sistem *bundling* merupakan suatu inovasi yang diberikan kepada Kelompok Tani Hutan (KTH) "Rukun Maju Sejahtera" sebagai solusi alternatif permasalahan pada aspek pemasaran dalam rangka meningkatkan penjualan produk kopi. Selain itu, penerapan sistem *bundling* antara produk kopi dengan produk pertanian lainnya berdampak baik pada peningkatan penjualan produk pertanian tersebut serta meminimalisir biaya pendistribusian dan pemasaran yang dikeluarkan oleh Kelompok Tani Hutan (KTH) "Rukun Maju Sejahtera".

PENGAKUAN

Terima kasih kepada Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur, Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Pasuruan, Mentor pembimbing lapang, Kelompok Tani Hutan (KTH) “Rukun Maju Sejahtera” dan seluruh masyarakat Dusun Gondosuli, Desa Puspo, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan yang telah menerima kedatangan kami dengan baik serta memberikan kesempatan untuk kami agar berkembang dan memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar.

DAFTAR REFERENSI

- Anggarini, Defia Riski, Dhiona Ayu Nani, dan Wendy Aprianto. “Penguatan Kelembagaan dalam Rangka Peningkatan Produktivitas Petani Kopi pada GAPOKTAN Sumber Murni Lampung (SML).” *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2021: 59-66.
- Irawan. “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kopi Arabika Di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Kopi Gayo Atulintang).” *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)* 2, no. 2 (2021): 387-401.
- Khairani, Siti, dan Raisa Pratiwi. “Peningkatan omset penjualan melalui diversifikasi produk dan strategi promosi pada umkm kerajinan souvenir khas Palembang.” *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2018): 36-43.
- Mahmudati, Rina, dan Ragil Tri Indrawati. “Strategi Peningkatan Pemasaran Produk Kopi Dusun Bogor Kecamatan Sapuran.” *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ* 6, no. 3 (2019): 172-175.
- Rimbawati, Manggala, Dyah Ekaprasetya, Anna Fatchiya, dan Basita Ginting Sugihen. “Dinamika kelompok tani hutan agroforestry di Kabupaten Bandung.” *Jurnal Penyuluhan* 14, no. 1 (2018): 92-103.