

## PENINGKATAN OMSET PENJUALAN PENGRAJIN KOPI DESA BLIMBING DAN DESA TLOGOPUCANG KANDANGAN TEMANGGUNG

Sandi Supaya<sup>1)</sup>, Kunto Purbono<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang

<sup>2)</sup>Jurusan Teknik Mesin, Politeknik Negeri Semarang

Email: <sup>1)</sup>[sandi552017@gmail.com](mailto:sandi552017@gmail.com)

### Abstrak

Mitra dalam Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini adalah dua mitra pengrajin kopi dari Desa Blimbing dan Desa Tlogopucang, Kecamatan Kandangan, Kabupaten Temanggung. Mitra mengolah biji kopi menjadi kopi bubuk. Masalah yang dihadapi oleh kedua mitra adalah masalah peningkatan omset penjualan. Sebagian besar produk kopi hanya dipasarkan di kota Temanggung dan sekitarnya. Produk kopi bubuk dijual langsung ke pengecer yang datang ke rumah tempat tinggal dan sebagian kecil dijual langsung ke konsumen dan toko-toko di Temanggung dan sekitarnya. Kedua mitra belum menerapkan pemasaran berbasis web, produk bubuk kopi yang siap dijual dikemas dan ditumpuk serta disimpan dengan peralatan seadanya. Tujuan dari kegiatan PKM ini adalah untuk meningkatkan omset penjualan melalui pemasaran berbasis web, displai produk, dan peningkatan proses produksi. Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini meliputi praktik, pendampingan usaha, dan monitoring. Sebelum pelaksanaan praktik, blog pemasaran kopi dibuat, dilanjutkan dengan persiapan bahan, pelatih, peralatan, tempat dan peserta. Luaran kegiatan PKM ini meliputi blog pemasaran berbasis web, rak displai produk, las plastik (sealer), dan alat sangrai. Luaran dalam bentuk publikasi berupa publikasi ilmiah pada seminar Sentrinov ke-4, Jurnal Ilmiah Bhakti Persada Politeknik Negeri Bali, Dianmas Politeknik Negeri Semarang, dan publikasi di media massa Wawasan. Kemajuan yang diperoleh oleh mitra setelah kegiatan ini adalah omset penjualan kopi meningkat 10%, dan proses produksi lancar. Kemajuan lain yang diperoleh mitra adalah peningkatan kompetensi dalam pemasaran, pengemasan, dan mendisplai produk-produk kopi bubuk siap jual.

**Kata Kunci :** omset, kopi, web, sangrai, pemasaran

### A. PENDAHULUAN

Kopi Kabupaten Temanggung merupakan tanaman tinggalan petani pendahulu atau warisan dari nenek moyang yang berfungsi sebagai tanaman penguat teras. Kabupaten Temanggung terletak diantara Gunung Sindoro dan Gunung Sumbing yang cocok untuk pertanian kopi Arabika dan Robusta. Kopi Temanggung berkualitas bagus. Kopi Arabika juara 3 lomba cita rasa tingkat internasional, dan kopi robusta juara 1 tingkat nasional. Semula para pengrajin kopi menjual kopi dalam bentuk biji kopi yang masih ada kulit bagian luarnya maupun Kopi Ose, namun sekarang berkembang penjuala kopi olahan dalam bentuk kopi bubuk. Harga rata-rata “kopi dengan kulit” Rp 5.000/kg, “Kopi Ose” Rp 28.000/kg, dan kopi bubuk antara Rp 130.000/kg hingga Rp 140.000,00. Kopi bubuk dijual dalam bentuk kemasan plastik. Pengolahan kopi dilakukan secara sederhana. Biji kopi digiling, dijemur, disangrai, lalu digiling menjadi kopi bubuk.

Desa Blimbing merupakan salah satu Desa di Kecamatan yang terletak di wilayah pegunungan yang berketinggian diantara 400 – 650 m dari Permukaan Laut, 90% masyarakatnya berpencaharian sebagai petani dan pengelola perkebunan. Berdasarkan pupuk yang digunakan, terdapat dua jenis kopi, yaitu kopi organik dan kopi bukan organik. Kopi organik dipupuk dengan menggunakan pupuk organik, tidak menggunakan pupuk bahan kimia.

Kopi pupuk organik tidak terkontaminasi dengan rasa tanaman yang lain. Pembuktian kopi organik dilakukan melalui uji sampel di laboratorium dan diberi nomor lulus uji. Salah satu pengrajin Kopi di Desa Blimbing yang menanam kopi organik dan telah mengolah biji kopi menjadi kopi bubuk adalah Pengrajin Kopi yang dikelola oleh Bapak Istanto. Bapak Istanto memproduksi kopi bubuk dengan menggunakan bahan baku kopi yang dihasilkan dari kebun sendiri. Kopi yang dihasilkan adalah kopi bubuk organik. Selain kopi dalam bentuk bubuk, mitra 1 juga menjual kopi dalam bentuk biji kopi. Kopi dijual langsung pada konsumen dengan wilayah penjurah Temanggung, Yogyakarta, dan Semarang.

Desa Tlogopucang terletak pada ketinggian 400-700 meter di atas permukaan laut. Dari lahan tanaman kopi di Desa Tlogopucang, terdapat dua jenis tanaman kopi, yaitu kopi organik dan kopi bukan organik. Dari petani kopi di Desa Tlogopucang tersebut, hanya terdapat satu petani yang merintis kopi organik yang sekaligus mengolah menjadi kopi bubuk, yaitu Pengrajin “Kopi Organik Makaryo Dua” yang oleh Bapak Muroji. Modal awal yang digunakan sebesar Rp 1.000.000,- yang dibelikan peralatan sederhana seperti tempat bahan baku dan hasil kopi bubuk, alat jemur kopi basah, dan sealer (alat untuk pengemasan). Lahan miliknya ditanami kopi dengan jenis kopi organik. Bapak Muroji dibantu oleh Istri dan keluarga lainnya telah mengolah kopi menjadi kopi bubuk. Usahnya dimulai sejak tahun 2014. Semula kopi hasil kebun hanya dijual dalam bentuk kopi *Ose*, tanpa diproses menjadi kopi bubuk.

Alat produksi yang digunakan oleh kedua mitra masih dilakukan dengan cara sewa ke pengrajin kopi lain di tempat *roasting* dan tempat pembubukan kopi (*grinding*). Kendalanya apabila di tempat sewa peralatan tersebut tidak beroperasi (tutup) dan harus sewa di luar desa. Persewaan *roasting* di luar desa akan membutuhkan waktu yang tidak singkat.

Kedua mitra melayani penjualan Kopi *Ose* dan Kopi Bubuk. Bahan bakunya adalah kopi basah yang sudah merah. Hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas hasil kopi bubuk yang diproduksinya. Kebutuhan bahan baku dapat tercukupi dari kopi basah yang dihasilkan dari kebun sendiri di Desa Blimbing dan Desa Tlogopucang.

Mitra pengrajin kopi ini dalam menjalankan usahanya dibantu oleh kedua orang tuanya dan anggota keluarga lainnya sebanyak 4 orang. Pekerjaan dimulai dari memetik kopi dari kebun sampai proses pengemasan (*packing*) kopi bubuk. Khusus dalam memetik kopi di kebun pada waktu panen, hanya satu kali setiap tahun, dibutuhkan bantuan tenaga dari orang lain yaitu masyarakat setempat. Biasanya waktu petik kopi terjadi selama satu bulan, karena kopi dipetik hanya dipilih yang sudah berwarna merah.

Kemajuan teknologi berpengaruh langsung dan tidak langsung pada system perdagangan (<http://ijns.org/journal/index.php/ijns/article/view/174>). Sistem Informasi berbasis internet sangat diperlukan (<http://www.gramedia.com/membuat-sistem-informasi-penjualan-berbasis-web>). Namun kedua mitra belum memanfaatkan kemajuan teknologi internet dan telepon genggam (HP). Produk kopi bubuk dari kedua mitra dijual secara langsung ke konsumen yang datang ke lokasi produksi, dan melalui orang lain, yaitu kenalan, saudara yang berada di luar kota, dan *reseller*. Pemasaran produk kopi hanya terjadi apabila konsumen datang langsung ataupun melalui reseler. Daerah pemasaran masih terbatas di Kota Temanggung, Yogyakarta, dan Semarang. Pemasaran kopi ke luar daerah hanya dilakukan apabila ada yang memasarkan melalui saudara ataupun kenalan yang berada di luar kota. Hasil produk kopi bubuk di tempat produksi. Hasil produksi hanya disimpan di kotak atau box. Agar usaha kopi berhasil, kopi seharusnya display dengan menggunakan etalase dan teknik display yang benar (<https://indonesian.alibaba.com>; <https://majalah.ottencoffee.co.id>).

Produk kopi kedua mitra ini memiliki keunikan pada pemupukan tanaman, yaitu dipupuk dengan pupuk organik tidak menggunakan pupuk bahan kimiawi, bahan bakunya adalah kopi petik merah yang telah disimpan selama satu tahun, mempunyai citarasa yang khas. Promosi ke luar daerah dan ke luar negeri, dan publikasi melalui media massa dan elektronik sudah gencar dilakukan pemerintah di berbagai event kunjungan dan pameran, dan publikasi, namun omset penjualan yang diterima pengrajin belum memuaskan.

Tujuan utama kegiatan ini adalah meningkatkan omzet penjualan melalui perbaikan proses produksi, pemasaran berbasis internet, dan perbaikan display produk. Perbaikan proses produksi yang dimaksudkan di sini adalah proses sangrai (*roasting*) yang sangat tergantung pada tempat persewaan *roasting*. Pemasaran berbasis internet dilakukan dengan membuat blog pemasaran yang memanfaatkan teknologi internet, komputer, dan mobile phone. Display produk mencakup praktek mendisplay produk pada rak dan juga pada web pemasaran.

## **B. SUMBER INSPIRASI**

Permasalahan utama yang dihadapi kedua mitra dalam kegiatan ini adalah peralatan proses produksi yang digunakan masih sewa ke pengrajin kopi lain. Bilaman tempat persewaan tersebut tutup harus sewa di luar desa yang berjarak sekitar 7 Km dan pada saat panen raya terjadi antrian hingga tiga hari. Kondisi ini mengganggu proses produksi. Pemasaran kopi belum memanfaatkan kemajuan teknologi internet dan mobile phone, produk kopi dijual dalam kemasan menggunakan plastik dan kantong kertas. Produk kopi dijual langsung oleh pengrajin ke reseller, toko-toko, dan konsumen. Sanak saudara, teman, dan tetangga menjualkan produk kopi ke kota Temanggung dan beberapa kota di sekitar Temanggung. Pemasaran masih bersifat lokal dan dilakukan perorangan dengan menggunakan kendaraan dan waktu luang.

## **C. METODE**

Metode pelaksanaan yang digunakan adalah praktek, pendampingan usaha dan monitoring.

### **a. Praktek**

Praktek menggunakan peralatan produksi dari Tim:

- Praktek proses sangrai kopi (*roasting*), dengan menggunakan alat *roasting*. Selama ini mitra hanya menyewa alat sangrai (*roasting*) ke pengrajin kopi dari luar desa, yang proses pekerjaan semuanya menjadi tanggungan dari pemilik alat. Sehingga mitra masih memerlukan pelatihan dalam mengoperasikan alat tersebut. Tim akan melatih sekaligus mempraktekan alat *roasting* dengan menggunakan bahan kopi dari mitra.
- Praktek menggunakan alat bantu packing yaitu sealer. Selama ini mitra 1 belum menggunakan peralatan tersebut, sehingga dengan adanya tambahan alat maka pengelola dan anggota akan dilatih cara menggunakan peralatan tersebut. Hasil produk yang sudah dipacking kemudian sebagian didisplay di almari etalase agar menarik konsumen. Praktek mengaplikasikan web pemasaran kopi yang telah didesain oleh tim. Praktek mengaplikasikan web pemasaran ini diawali dengan pengenalan web dan internet, kemudian dilanjutkan dengan praktek mengaplikasikan pemasaran web dan update data.

b. Pendampingan usaha

Tim program PKM akan mendampingi mitra selama program berlangsung. Pendampingan pada proses produksi dengan cara tim mendampingi pada saat mempraktekan peralatan baru dari Tim, sampai produk dapat dipacking. Hasil produk kopi bubuk yang telah dipacking kemudian dipasarkan melalui web, dipajang di etalase serta dijual langsung. Tim mendampingi hingga hasil produk kopi bubuk dapat terjual ke pasar sehingga bisa disusun laporan penjualan.

c. Monitoring

Monitoring dilakukan untuk mengetahui adanya peningkatan kualitas dan kuantitas produk kopi bubuk yang dihasilkan, besarnya peningkatan omzet atau penjualan produk kopi bubuk dan luasnya jangkauan pemasaran setelah adanya program PKM pada kedua mitra.

#### **D. KARYA UTAMA**

Karya utama dalam kegiatan ini adalah mengatasi peningkatan omzet penjualan melalui pengadaan alat roasting, pembuatan blog pemasaran berbasis web, pengemasan dan penataan produk kopi bubuk siap jual.



**Gambar 1. Alat Rosting**



Gambar 2. Kopi Kandangan, Temanggung

#### E. ULASAN KARYA

Hasil yang dicapai dalam kegiatan ini adalah mengatasi permasalahan peningkatan omzet penjualan melalui pengadaan alat roasting, pemasaran berbasis web, pengadaan etalase dan sealer. Pengadaan dua mesin roasting ini dapat mengurangi waktu proses produksi dan meningkatkan kualitas hasil produksi. Pengadaan mesin roasting memberikan solusi permasalahan sewa roasting ke pengrajin kopi lain di tempat penggilingan, tempat *roasting* dan tempat pembubukan kopi (*grinding*). Blog pemasaran berbasis web digunakan untuk memperluas jangkauan pemasaran. Blog menginformasikan produk yang dijual dan menghubungkan calon pembeli atau pelanggan ke handphone mitra. Blog ini memberikan solusi permasalahan keterbatasan jangkauan pemasaran yang hanya terbatas di Kota Temanggung, Yogyakarta, dan Semarang yang dilakukan melalui kenalan. Etaslase atau rak display produk digunakan mitra untuk memajang kopi yang sudah dikemas sehingga tertata rapi dan menarik perhatian. Alat sealer digunakan mitra untuk meningkatkan mutu kemasan kopi yang hanya dibungkus menggunakan plastik/kantong kertas. Luaran dari kegiatan ini berupa peningkatan kualitas dan kuantitas produksi kopi bubuk, dengan kenaikan produksi kopi bubuk sebesar 10%, peningkatan omzet penjualan kopi bubuk rata-rata sebesar 10% bagi kedua mitra, peningkatan kompetensi mengemas dan displai produk produk kopi siap jual, peningkatan kompetensi dalam memasarkan produk melalui blog pemasaran dan dan mobile phone.

## **F. KESIMPULAN**

Kegiatan PKM ini mampu meningkatkan omzet penjualan. Blog pemasaran <https://kopikandangan.home.blog> mampu meningkatkan cakupan pemasaran. Produk tidak hanya dipasarkan secara lokal oleh pengrajin kopi, saudar, teman saja tetapi dibantu oleh blog pemasaran yang menjangkau pelanggan atau calon pelanggan yang lebih luas. Kemasan dan display produk kopi siap jual lebih rapi dan menarik pelanggan yang datang di tempat tinggal pengrajin atau mengunjungi web pemasaran. Pengadaan alat sangrai atau roasting memberi solusi permasalahan sewa dan memperlancar proses produksi.

## **G. DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN**

Kegiatan PKM ini mempunyai dampak meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi kopi bubuk kedua minita sebesar 10%, omzet penjualan kopi bubuk meningkat rata-rata sebesar 10%, kompetensi mengemas produk dengan bantuan alat sealer dan mendisplay produk kopi bubuk juga meningkat.

## **H. DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Arvian, Yandhrie Et Al. 2018. Kopi: Aroma, Rasa, Cerita. Tempo Publishing, Jakarta.
- [2] Helianthusonfri, Jefferly. 2012. Membangun Toko Online dengan Blogger. PT. Gramedia. Jakarta.
- [3] <http://ijns.org/journal/index.php/ijns/article/view/174>
- [4] <https://indonesian.alibaba.com/g/coffee-shop-display.html>
- [5] <https://majalah.ottencoffee.co.id/evolusi-kedai-kopi/>
- [6] <https://majalah.ottencoffee.co.id/10-hal-yang-membuat-sebuah-coffee-shop-sukses/>
- [7] <https://templates.office.com/id-id/Laporan-penjualan-harian-TM03107641>
- [8] [http://www.academia.edu/24328111/kumpulan\\_tehnik\\_pemajangan\\_dan\\_sop\\_ritel](http://www.academia.edu/24328111/kumpulan_tehnik_pemajangan_dan_sop_ritel)
- [9] <http://www.belajaroffice.com/membuat-format-penjualan-dengan-vlookup-pada-excel/>
- [10] <http://www.belajaroffice.com/menggunakan-pivot-excel-untuk-membuat-laporan-penjualan/>
- [11] [http://www.gramedia.com/membuat-sistem-informasi-penjualan-berbasis-web.html?\\_\\_store=id&\\_\\_from\\_store=en](http://www.gramedia.com/membuat-sistem-informasi-penjualan-berbasis-web.html?__store=id&__from_store=en)

## **I. PENGHARGAAN**

Kami selaku tim pelaksana mengucapkan banyak terimakasih kepada Politeknik Negeri Semarang sehingga kegiatan ini dapat terlaksana. Selain itu, kami juga mengucapkan banyak terimakasih atas kerjasama dan partisipasi dari pemilik/pengelola kopi Makaryo Dua/Dua Cangkir, dan Kopita. Semoga hasil kegiatan ini bermanfaat dalam memasarkan kopi Temanggung.