

Original Research Paper

Peningkatan Keberdayaan Wanita Penghasil Produk Kopi Melalui Kelembagaan Kwt Mekar Sari di Desa Tulungrejo Ngantang Malang Jawa Timur

Rokhani¹, Nurul Dwi Novikarumsari^{2*}, Sofia³, M.Rondhi⁴

^{1,2,3}Program Studi Penyuluhan Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Jember, Indonesia

⁴ Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Jember, Indonesia

DOI : <https://doi.org/10.29303/jpmipi.v6i4.6073>

Sitasi: Rokhani., Novikarumsari, N. D., Sofia., & Rondhi, M. (2023). Peningkatan Keberdayaan Wanita Penghasil Produk Kopi Melalui Kelembagaan Kwt Mekar Sari di Desa Tulungrejo Ngantang Malang Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 6(4)

Article history

Received: 20 November 2023

Revised: 30 November 2023

Accepted: 5 Desember 2023

*Corresponding Author: Nurul Dwi Novikarumsari, Program Studi Penyuluhan Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Jember, Indonesia;
Email: nuruldwini@unej.ac.id

Abstract: The Mekar Sari Women Farmers Group (KWT) was formed in 2018 with 15 members, with a productive economic business processing Robusta coffee into ground coffee, because coffee is one of the products produced by farmers in Tulungrejo Village, Ngantang District, Malang Regency. However, this KWT institution still needs strengthening with indications that only a few members are active. In addition, processed coffee products have not been managed seriously, production is only limited to meeting local level customer demands. Seeing this condition, the lecturers' scheme of service in the village of origin is concerned with strengthening KWT institutions and processed coffee products, especially in terms of packaging and marketing, by utilizing digital platforms (social media). Institutional strengthening of KWT is important as an effort to sustain the KWT business, especially from an economic standpoint to increase the income of women in Tulungrejo Village. The sustainability of this business is strongly supported by strong social capital, meaning that there is a close relationship between social capital and business continuity (Handayani, 2007). This institutional strengthening is carried out with lectures, informal discussions by inviting speakers from KWT who are more advanced as a source of inspiration for KWT Mekar Sari. Meanwhile, interventions from the marketing side were carried out to expand the market for Robusta coffee products by utilizing social media networks. Intervention in the form of packaging is carried out as an attraction for consumers, considering that so far packaging is still very simple.

Keywords: Women Farmer Groups, Institutions, Training, Robusta.

Pendahuluan

KWT Mekar Sari adalah salah satu dari 2 KWT yang ada di Desa Tulungrejo dengan produk utama kopi rakyat. Namun selama ini kopi hasil yang dipanen hanya dijual gelondongan (cherry) dan diolah oleh petani untuk konsumsi sendiri. Muncul ide atau gagasan dari untuk meningkatkan nilai tambah produk kopi melalui proses pengolahan kopi menjadi bubuk kopi dibawah

kelembagaan KWT Mekar Sari. KWT ini masih relatif baru terbentuk, sehingga ikatan atau simpul atau kohesi sosial diantara anggota masih lemah sehingga penguatan. Sekalipun proses produksi kopi menjadi bubuk sudah dilakukan, namun pemasarannya masih di tingkat lokal (dalam 1 kecamatan) saja, perlu memperluas pemasaran melalui media sosial dengan perbaikan mutu kemasan agar menarik minat konsumen.

Penguatan kelembagaan KWT dilakukan dengan mengundang narasumber dari KWT sukses agar bisa dilakukan studi tiru dari KWT tersebut. KWT diharapkan menjadi wadah peningatan nilai tambah produk olahan kopi, sehingga memberi kemanfaatan secara ekonomi bagi para anggota yang tergabung di dalamnya. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan kerjasama, pembagian kerja, hingga upaya mengelola dinamika kelompok sehingga usaha yang dikelola berkelanjutan. Anggota yang tergabung dalam KWT perlu menyatukan misi untuk meningkatkan pendapatan dari usaha ekonomi produktif berbasis kopi dan tidak menutup kemungkinan diversifikasi produk olahan lainnya, yang berbasis sumberdaya lokal. Upaya untuk melakukan diversifikasi produk ini pernah dilakukan oleh KWT Mekar Sari (Gambar 2), namun tidak berkelanjutan. Agar kelembagaan KWT berkelanjutan, maka perlu diberikan motivasi, materi dinamika kelompok melalui serangkaian kegiatan penyuluhan hingga pelatihan serta pendampingan. Sampai saat ini, jangkauan wilayah pemasaran produk (kopi bubuk) masih terbatas di seputar kecamatan Ngantang dengan strategi pemasaran yang masih dari mulut ke mulut. Diperlukan terobosan upaya pemasaran melalui media sosial. Selain itu untuk menarik minat konsumen diperlukan inovasi berupa perbaikan mutu kemasan agar menarik minat konsumen untuk membeli produk. Mengingat produk yang dijual adalah kopi bubuk, maka agar terjaga aromanya, maka setelah diambil untuk diseduh, kemasan harus tertutup kembali dengan rapat. Muncul ide dari KWT untuk memproduksi kopi sachet yang memudahkan konsumen untuk bepergian berbekal kopi sachet.

Metode

Sesuai dengan Pedoman, Program Prosendi Desa akan dilaksanakan selama dua tahun. Kegiatan tahun pertama hampir sama dengan kegiatan tahun kedua, yang membedakan adalah target sarannya. Tahun pertama untuk penguatan kelembagaan KWT Mekar Sari, perluasan jangkauan pemasaran produk dan mutu kemasan, tahun kedua diseminasi pada pihak Desa Tulungrejo Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang dengan tujuan agar KWT dapat bersinergi dengan kelembagaan yang ada di desa, terutama BUMDes. Apabila usaha yang dilakukan oleh

KWT telah berkembang volume hingga jangkauan pemasarannya maka dapat disinergikan dengan BUMDes, dan sebagian dana desa dapat dialokasikan untuk mem-branding Desa Tulungrejo sebagai salah satu desa penghasil olahan produk pertanian.

Metode pelaksanaan kegiatan adalah dengan ceramah, diskusi, FGD dan pendampingan. Adapun kegiatan yang akan dilaksanakan secara garis besar dibagi dalam 4 (empat) kegiatan, yaitu 1) Persiapan dan Sosialisasi Kegiatan, 2) Pelaksanaan, 3) Pendampingan, 4) Evaluasi dan keberlanjutan program. Target kegiatan adalah pengurus dan anggota KWT Mekar Sari.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan diskusi, identifikasi, dan kesepakatan mitra, berikut adalah permasalahan yang dihadapi oleh KWT Mekar Sari yang akan diselesaikan melalui Hibah Prosendi Desa 2023.

1. Aktivitas KWT mekar sari secara kelembagaan masih perlu penguatan dengan salah satu indikator hanya beberapa anggota saja yang aktif, sehingga masih perlu penguatan.
2. Jangkauan pemasaran produk (berupa kopi bubuk) masih terbatas, sehingga perlu pemasaran dengan memanfaatkan media sosial.
3. Perlu perbaikan dari sisi pengemasan agar menarik minat konsumen/pembeli produk (kopi bubuk) dan untuk mempertahankan mutu dan aroma kopi bubuk.

Solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut disesuaikan dengan kondisi KWT Mekar Sari termasuk sumberdaya setempat.

a. Solusi untuk Permasalahan 1

Dari sisi dinamika kelompok (Arifin, 2015) dan keberlanjutan usaha KWT Mekar sari, kelembagaan KWT masih memerlukan penguatan. Penguatan kelembagaan dilakukan dengan berbagai cara, antara lain: ceramah, studi tiru dengan mengundang pengurus KWT yang telah berhasil dalam pengembangan usaha. Mengapa penguatan dari sisi Dinamika Kelompok perlu dilakukan, karena keberlanjutan usaha sangat terkait erat dengan seberapa kuat lembaga tersebut untuk mencapai berbagai aspek dalam dinamika kelompok, seperti: tujuan, struktur, fungsi tugas, pembinaan dan pemeliharaan, kekompakan

kelompok, suasana, tekanan dan efektivitas kelompok.

Luaran dari kegiatan ini adalah: 1) Kelembagaan KWT kuat dengan indikator 9 unsur dinamika kelompok terpenuhi, yakni tujuan anggota selaras dengan tujuan kelompok, Adanya struktur kelompok, pembagian tugas yang jelas, Kelompok berkembang dibawah binaan pendamping (PPL), adanya kekompakan diantara anggota dan pengurus kelompok, suasana menyenangkan, diantara anggota kelompok tidak ada suasana tertekan, kelompok berhasil mewujudkan cita citanya dan tak ada maksud tersembunyi saat anggota bergabung dalam kelompok. 2) Kelembagaan KWT mampu berjejaring dengan berbagai kelembagaan yang ada di desa, salah satunya BUMDes (Badan Usaha Milik Desa).

b. Solusi Permasalahan 2

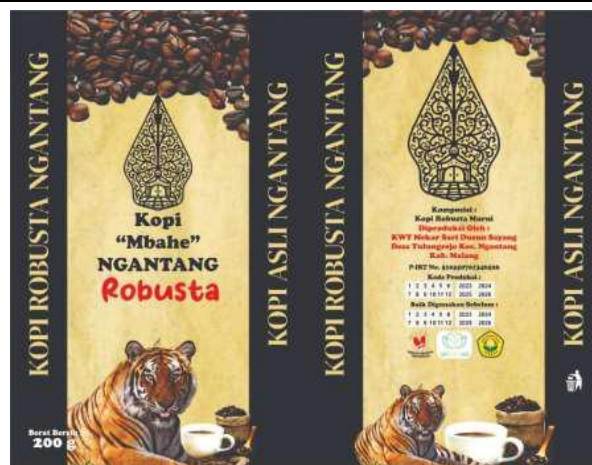
Sebaik apapun produk tidak akan memiliki guna tempat tanpa unsur pemasaran. Agar produk dikenal masyarakat luas dengan cakupan tidak hanya dalam lingkup kecamatan maka perlu perluasan jangkauan pemasaran dengan memanfaatkan media sosial. Agar pasar tertarik maka diperlukan pula usaha foto produk yang menarik konsumen.

Luaran dari kegiatan ini adalah: 1) perluasan jangkauan pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial, dan 2) foto produk yang menarik dan instagramable.

c. Solusi Permasalahan 3

Selama ini mutu kemasan kopi bubuk masih belum standart. Sementara kopi bubuk akan mudah berkurang citarasanya apabila kemasan kurang memadai. Atas masukan dari pengurus dan anggota KWT Mekar sari, diperlukan kemasan sachet atau kecil sekali seduh agar praktis bagi konsumen yang hendak bepergian.

Luaran dari kegiatan ini adalah: 1) perbaikan mutu kemasan; 2) kemasan kopi yang lebih inovatif. Secara keseluruhan, pengabdian kepada masyarakat ini telah mencapai sejumlah hasil yang signifikan. Penguatan kelembagaan KWT Mekar Sari telah memberikan dampak positif dalam memperkuat organisasi dan memperbaiki kinerja usaha.



Gambar 1. Salah satu contoh desain kemasan kopi

Secara keseluruhan, pengabdian kepada masyarakat ini telah mencapai sejumlah hasil yang signifikan Penguatan kelembagaan KWT Mekar Sari telah memberikan dampak positif dalam memperkuat organisasi dan memperbaiki kinerja usaha. Peningkatan pengetahuan Pengurus dan anggota KWT Mekar Sari tentang dinamika kelompok akan berdampak pada interaksi dan kekompakan kelompok Wanita Tani Mekar Sari. Selain itu, perbaikan mutu kemasan produk kopi bubuk mencerminkan upaya untuk meningkatkan daya saing dan pemasaran produk lokal. Dalam jangka panjang, harapannya adalah hibah dosen mengabdikan di desa asal ini akan memberikan kontribusi positif dalam pengembangan masyarakat dan ekonomi lokal.

Kesimpulan

Masalah pemasaran produk merupakan salah satu tantangan yang dihadapi oleh Desa Tulungrejo, Kecamatan Ngantang, Malang. Dalam upaya untuk mengatasi masalah ini, terdapat kebutuhan untuk mengembangkan strategi yang efektif guna meningkatkan daya tarik dan daya jual produk lokal. Salah satu aspek penting dalam strategi pemasaran adalah desain kemasan yang menarik dan fungsional.

Dalam konteks ini, telah diinisiasi proyek pembuatan kemasan kopi bubuk dengan tiga varian utama, yaitu luwak, excelsa, dan robusta. Kopi adalah salah satu komoditas unggulan yang dihasilkan oleh Desa Tulungrejo, dan dengan menghadirkan berbagai varian kopi bubuk yang populer di pasaran, diharapkan dapat meningkatkan

daya saing dan minat konsumen terhadap produk tersebut.

Sebelum memulai proses perancangan dan pencetakan kemasan, pihak terkait, termasuk Kelompok Wanita Tani (KWT) Mekar Sari, dilibatkan dalam diskusi dan konsultasi. KWT Mekar Sari merupakan kelompok yang terlibat secara langsung dalam produksi dan pemasaran produk kopi bubuk di Desa Tulungrejo. Dalam diskusi ini, pihak KWT Mekar Sari memberikan masukan dan perspektif yang berharga mengenai preferensi mereka terkait desain, ukuran, dan fitur kemasan yang diinginkan. Partisipasi mereka penting untuk memastikan bahwa perubahan dalam aspek kemasan ini akan diterima secara positif oleh para produsen lokal dan konsumen.

Berdasarkan diskusi tersebut, dirancanglah kemasan kopi bubuk dengan perincian yang terperinci. Setiap varian kopi bubuk, seperti luwak, excelsa, dan robusta, akan memiliki kemasan tersendiri. Kemasan ini akan diproduksi dalam dua ukuran, yaitu 200 gram dan 100 gram, sesuai dengan kebutuhan pasar yang beragam. Desain kemasan yang telah dirancang akan mencakup elemen-elemen yang dirasa penting, seperti informasi produk, kualitas, keunggulan, petunjuk penyajian, dan penanganan kopi bubuk.

Selain itu, desain kemasan juga akan mempertimbangkan aspek estetika dan daya tarik visual. Kemasan yang menarik secara visual dapat menarik perhatian konsumen potensial dan mencerminkan kualitas produk di dalamnya. Pemilihan warna, jenis font, gambar, dan elemen grafis lainnya akan diperhatikan dengan cermat untuk menciptakan kemasan yang menarik dan membedakan produk ini dari pesaing di pasaran

Daftar Pustaka

- Arifin, BS. *Dinamika Kelompok*. Bandung: CV.Pustaka Setia.
- Handayani N. 2007. *Modal Sosial dan Keberlangsungan Usaha*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Huraerah, Abu dan Purwanto. 2006. *Dinamika Kelompok Konsep dan Aplikasi*. Bandung: PT. Refika Aditama.