

**OPTIMASI PRODUK KOPI BATUAH DENGAN HERBAL
TRADISIONAL DI KELURAHAN KEMUNING KECAMATAN
BANJARBARU SELATAN**

Didik Rio Pambudi¹, Muhammad Reza Pahlevi², Fitriyanti³, Karunita Ika Astuti⁴
dan Azmi Yuniarti⁵

Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan (STIKES) Borneo Lestari¹⁻⁵

Email¹: didik.rp@stikesborneolestari.ac.id

ABSTRAK

Optimasi produk kopi dengan herbal merupakan bagian dari pengaplikasian ilmu pengetahuan terhadap kehidupan bermasyarakat. Produk kopi dengan herbal bertujuan untuk menjaga daya tahan tubuh selama masa pandemik dan membantu meningkatkan taraf ekonomi masyarakat. Metode pelaksanaan dengan melakukan sosialisasi, pelatihan pengembangan dan edukasi untuk strategi pemasaran yang masif dan efektif. Kegiatan ini menyasar UMKM yang ada di kelurahan Kemuning yang dihadiri oleh 20 kelompok peserta. Peserta merasakan manfaat dari pelatihan ini karena dapat melakukan promosi dengan foto hasil produk yang lebih baik dan terarah sehingga dapat menarik lebih banyak minat pembeli. Kesimpulan dari kegiatan ini adalah perlunya peran aktif dari para akademisi untuk menyalurkan keahlian, ilmu dan ide-idenya untuk membantu masyarakat bertahan dan berkembang terutama di era pandemik seperti saat ini.

Kata Kunci: Kopi, Herbal, UMKM, Promosi.

ABSTRACT

Optimizing coffee products with herbs is part of applying science to social life. Coffee products with herbs aim to maintain endurance during the pandemic and help improve the economic level of the community. The implementation method is by conducting socialization, development training and education for a massive and effective marketing strategy. This activity targets MSMEs in the Kemuning village which was attended by 20 groups of participants. Participants benefit from this training because they can do promotions with better and more targeted photos of product results so that they can attract more buyers' interest. The conclusion of this activity is the need for an active role from academics to channel their expertise, knowledge and ideas to help the community survive and develop, especially in the current pandemic era.

Keywords: Coffee, Herbs, UMKM, Promotion.

PENDAHULUAN

Sejak muncul wabah pandemi COVID-19 tidak hanya menyerang masalah kesehatan namun juga masalah ekonomi, semakin membuat kondisi perekonomian menurun yang mengakibatkan penurunan pendapatan². Usaha kecil dan menengah (UMKM) berada di garis depan guncangan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi COVID-19⁵. Langkah-langkah penguncian (*lockdown*) telah menghentikan aktivitas ekonomi secara tiba – tiba, dengan penurunan permintaan dan mengganggu rantai pasokan di seluruh dunia. Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, perlu adanya pemberdayaan masyarakat dalam bentuk kegiatan usaha produktif. Kegiatan usaha produktif dapat membantu meningkatkan perekonomian sehingga kesejahteraan masyarakat dapat terangkat³.

Masyarakat yang ada di Kampung Batuah, Kel. Kemuning, Kec. Banjarbaru Selatan, melakukan beberapa kegiatan usaha salah satunya produksi kopi. Kegiatan usaha produksi kopi yang dijalankan oleh masyarakat masih dalam tahap

awal dengan proses yang cukup sederhana. Mengingat menjamurnya produk olahan kopi saat ini, pengembangan produk kopi yang dilakukan dapat menjadi potensi yang besar dalam mendorong perekonomian dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sasaran apabila dilakukan pengembangan secara tepat.

Produk kopi yang dihasilkan masih kurang banyak peminat. Hal ini dikarenakan produk kopi yang masih bubuk murni, kurang variatif, produksi yang masih sederhana dan pemasaran yang kurang masif. Upaya yang dilakukan oleh pengusul untuk meningkatkan kualitas dan manfaat dari produk kopi yang dihasilkan, maka perlu ditambahkan atau dicampurkan dengan bahan herbal seperti jahe merah atau produk herbal lainnya yang memiliki kandungan senyawa kimia aktif yang berfungsi preventif dan kuratif¹. Produk kopi herbal menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan nilai manfaat dari kopi yang diproduksi oleh masyarakat di Kampung Batuah. Selain itu kopi herbal juga dapat membantu meningkatkan imunitas tubuh sebagai salah satu upaya untuk

menghadapi pandemi COVID-19. Karena selama masa pandemi ini produk yang mengalami peningkatan permintaannya adalah produk yang memiliki manfaat bagi kesehatan⁶.

Fokus Tim pada pengembangan kopi ini mulai dari proses produksi dengan penambahan manfaat pada produk melalui herbal, dilanjutkan pada perbaikan strategi pemasaran yang lebih baik secara *online* dan *offline*. Diharapkan dengan adanya pengembangan produk dan strategi pemasaran yang baik diharapkan dapat meningkatkan taraf ekonomi serta kesehatan dari masyarakat Kampung Batuah.

METODE PENELITIAN

Metode pelaksanaan ini dilakukan dalam beberapa tahapan berdasarkan pemetaan masalah dan analisis situasi pada masyarakat kampung batuah Kelurahan Kemuning. Pelaksanaan kegiatan di mulai dari bulan Oktober sampai bulan Desember 2021 dengan sasaran UMKM yang ada di kampung batuah. Kegiatan ini diikuti total 20 UMKM dengan pendampingan untuk contoh pengembangan produk diwakili oleh UMKM dengan produk kopi.

Adapun tahapan pelaksanaan

kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dirincikan sebagai berikut:

1. Tahap Sosialisasi Program
Sosialisasi program dibantu oleh tim dari kelurahan Kemuning untuk menghubungkan ke UMKM yang ada di lingkungan kelurahan.
2. Tahap Pemilihan UMKM sebagai Mitra
Pemilihan mitra berdasarkan roadmap penelitian yang dimiliki oleh STIKES Borneo Lestari, yang mengharapkan adanya penerapan IPTEK terutama dari bidang ilmu yang di selenggarakan oleh institusi.
3. Pelatihan Optimasi Produk UMKM
Dilakukan pengembangan dan optimasi dari produk UMKM yang terpilih sehingga nilai/potensi dari produk dapat lebih baik.
4. Pelatihan Strategi Pemasaran Produk
Diberikan pelatihan dan edukasi yang tepat terkait promosi/pemasaran baik secara *online* maupun *offline*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat kali ini masih dilaksanakan dalam situasi pandemi sehingga penerapan protokol kesehatan dengan memakai masker, menjaga jarak dan mencuci tangan atau pemakaian *handsanitizer* menjadi hal wajib untuk dilakukan. Kegiatan dilaksanakan pada 29 Desember 2021 di Aula Kelurahan Kemuning dihadiri oleh 46 orang, yang dibuka oleh Wakil Walikota Banjarbaru selaku perwakilan dari Pemerintahan Setempat. Peserta kegiatan kali ini dihadiri oleh 20 orang penggiat UMKM di Kelurahan Kemuning, Tim Dosen (TD) dan Mahasiswa Pengabdian kepada Masyarakat STIKES Borneo Lestari, serta Jajaran staff Kelurahan Kemuning.



Gambar 1. Kegiatan Edukasi Strategi Pemasaran

Kegiatan ini merupakan akhir dari rangkaian kegiatan yang sudah

dimulai sejak bulan Oktober 2021 sampai Desember 2021 berdasarkan dari hasil analisa permasalahan berupa optimasi produk dan pemasaran. Rangkaian kegiatan yang dilakukan untuk pengembangan produk kopi kampung Batuah ini dilakukan dengan pelatihan dan pendampingan dari Tim Dosen.

Tahapan pertama berupa sosialisasi program dilakukan dengan pihak kelurahan Kemuning dan perwakilan dari UMKM setempat seperti yang terlihat di gambar 2.



Gambar 2. Sosialisasi Program

Hasil dari sosialisasi yang kami lakukan diberikan rekomendasi dari kelurahan setempat untuk mitra pengembangan produk berupa produk unggulan dari kelurahan Kemuning berupa kopi seduh robusta. Produk ini juga selaras dengan *roadmap* penelitian di STIKES Borneo Lestari berupa pemanfaatan tanaman menjadi produk yang memiliki manfaat secara farmasi.

Tahap berikutnya optimasi produk kopi dengan herbal tradisional yang diharapkan mampu membantu meningkatkan imunitas di era pandemik seperti saat ini. Proses optimasi ini dilakukan dengan bantuan sukarelawan untuk menilai cita rasa dari kopi herbal yang dihasilkan, mengingat bukan hanya khasiat atau nilai produk secara farmasetis yang harus ditingkatkan tetapi nilai ekonomis untuk membantu perekonomian warga juga harus ditingkatkan.



Gambar 3. Hasil Optimasi Produk Kopi Herbal

Tahap terakhir adalah pelatihan terkait promosi dan pemasaran diberikan untuk seluruh UMKM yang terdata di Kelurahan Kemuning. Pelatihan ini difokuskan untuk pemasaran/promosi secara

online maupun *offline*. Pemasaran secara *online* dilakukan untuk memperluas jaringan penjualan produk kopi herbal tidak terbatas hanya di daerah tertentu namun menjangkau ke seluruh Nusantara. Hal ini dilakukan selain memperluas jaringan pemasaran juga untuk meningkatkan total penjualan yang berimbas pada peningkatan keuntungan usaha⁴. Pemasaran secara *online* ini dilakukan dengan memanfaatkan google bisnis dan aplikasi sosial media yang mudah untuk digunakan sebagai media promosi.

Peserta pelatihan ini sangat merasakan manfaatnya dengan adanya pelatihan ini, terutama saat pelatihan pembuatan redaksional *posting* usaha untuk *platform* sosial media seperti Facebook, Instagram dan *Whatsapp*. Selain itu dalam pelatihan ini juga diajarkan cara untuk melakukan foto produk yang baik membuat produk menjadi lebih *eyecatching* sehingga meningkatkan *brand awareness* di kalangan konsumen². Akhir dari pelatihan inipun menjadi sebuah awal dari terbentuknya komunitas penggiat UMKM di Kelurahan Kemuning yang nantinya menjadi wadah untuk

mengkordinasikan seluruh kegiatan terkait promosi dan pemasaran.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan ini adalah perlunya peran aktif dari para akademisi untuk menyalurkan keahlian, ilmu dan ide-idenya untuk membantu masyarakat bertahan dan berkembang terutama di era pandemik seperti saat ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Yayasan Borneo Lestari yang telah membantu pendanaan sehingga terlaksananya kegiatan ini, serta terima kasih juga kami ucapkan kepada seluruh aparaturnya Kelurahan Kemuning dan Relawan Kelurahan Kemuning yang sudah membantu kelancaran acara.

DAFTAR PUSTAKA

- 1) Aryanta, I. W. R. (2019). Manfaat Jahe Untuk Kesehatan. *Widya Kesehatan*, 1(2), 39–43
- 2) Nastain, M. (2017). Branding dan eksistensi produk (kajian teoritik konsep branding dan tantangan eksistensi produk). *CHANNEL, Universitas Mercu Buana Yogyakarta*, 5, 14–26

- 3) Nugraha, R. P., Fauzi, A., & Ekayani, M. (2019). Ekonomi Pertanian, Sumberdaya Dan Lingkungan (Journal of Agriculture, Resource, and Environmental Economics) Analisis Pendapatan Usaha Pertanian dan Peternakan. *Jurnal Ekonomi Pertanian, Sumberdaya Dan Lingkungan*, 2, 1–14.
- 4) Setiawati, I., & Widyartati, P. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM. In *PROCEEDINGS* (Vol. 1)
- 5) Thaha, A. F. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 147–153.
- 6) Yenti S., (2020). Pandemi Covid-19: Tantangan Ekonomi Dan Bisnis. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 46–58