



Penyuluhan Optimalisasi Saluran Pemasaran Guna Peningkatan Pendapatan Petani Kopi Sanggabuana di Kecamatan Tegalwaru

I Putu Eka Wijaya¹⁾, Novi Permata Indah²⁾, Arif Fadilla³⁾
^{1,2,3)} Universitas Singaperbangsa Karawang

iputueka.wijaya@faperta.ac.id

ABSTRAK: Kopi Sanggabuana merupakan komoditas pertanian yang dihasilkan di Kabupaten Karawang Jawa Barat. Kopi tersebut termasuk ke dalam jenis kopi Robusta. Pada aspek ekonomi khusus dalam bidang pemasaran terdapat berbagai masalah. Permasalahan yang melatarbelakangi kegiatan pengabdian kepada masyarakat antara lain pemasaran kopi Sanggabuana masih belum efektif dan efisien, pendapatan petani kopi Sanggabuana masih cukup rendah, belum adanya analisis resiko pemasaran kopi Sanggabuana. Temuan yang ditargetkan dalam PKM berupa pemetaan saluran pemasaran, tingkat efisiensi pemasaran, identifikasi dan penilaian tingkat resiko pemasaran, kelayakan saluran pemasaran, penerapan saluran pemasaran yang optimal. Metode pelaksanaan pengabdian diimplementasikan ke dalam tahapan penyuluhan. Saluran dari produsen, BUMDes, Pedagang Pengecer dan konsumen dinilai memiliki tingkat efisien yang tinggi, kelayakan yang cukup dan resiko yang rendah. Penyuluhan dilakukan secara door to door kepada petani guna mematuhi protokol kesehatan di masa pandemi Covid 19 dengan tujuan menghindari terjadinya kerumunan disuatu tempat. Penyuluhan tersebut diharapkan menambah pengetahuan petani mengenai saluran distribusi yang mungkin bisa dilakukan dan memberikan pemahaman kepada petani mengenai saluran pemasaran yang efisien, layak dan beresiko kecil.

Kata kunci : Saluran Pemasaran, optimalisasi, Kopi Sanggabuana.

ABSTRACT: *Sanggabuana coffee is an agricultural commodity produced in Karawang Regency, West Java. This coffee is included in the Robusta coffee type. In the special economic aspect of marketing, there are various problems. The problems underlying community service activities include the marketing of Sanggabuana coffee which is still not effective and efficient, the income of Sanggabuana coffee farmers is still quite low, there is no risk analysis of Sanggabuana coffee marketing. The findings that are targeted in the PKM are in the form of marketing channel mapping, marketing efficiency levels, identification and assessment of the level of marketing risks, the feasibility of marketing channels, the implementation of optimal marketing channels. The method of implementing community service is implemented in the extension stage. Channels from producers, BUMDes, retailers and consumers are considered to have a high level of efficiency, sufficient feasibility and low risk. Outreach was carried out door to door to farmers to comply with health protocols during the Covid 19 pandemic with the aim of avoiding crowds in one place. The extension is expected to increase farmers' knowledge about possible distribution channels and provide farmers with an understanding of efficient, feasible and low-risk marketing channels.*

Keywords: *Supply Chain, Optimization, Sanggabuana Coffee*

PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian merupakan salah satu bagian dari perencanaan pembangunan nasional. Salah satu tujuan pembangunan pertanian menurut Garis-garis

Besar Haluan Negara adalah untuk Meningkatkan tingkat hidup petani melalui peningkatan penghasilan petani. Hal ini sejalan dengan visi Kementerian Pertanian yaitu terwujudnya kedaulatan pangan dan kesejahteraan petani. Pembangunan pertanian menjadi sangat penting dalam terwujudnya kedaulatan dan kesejahteraan petani. Program-program kementerian pertanian sebagai lembaga resmi tertinggi negara yang secara khusus menangani segala persoalan pertanian tertuang dalam rencana strategis kementerian pertanian. Program-program tersebut antara lain sebagai berikut.

1. Pengembangan dan penanganan pascapen dengan manajemen mutu sesuai permintaan pasar;
2. Penguatan unit-unit pengolahan, penanganan pascapanen dan pemasaran di tingkat petani/kelompok tani;
3. Modernisasi pengolahan dan penyimpanan produk pertanian;
4. Pengembangan kawasan/kluster komoditas pertanian berbasis korporasi petani;
5. Pengembangan *cold storage* dan silo untuk komoditas strategis;
6. Peningkatan produktivitas, nilai tambah dan efisiensi sistem tata niaga pertanian;
7. Memperpendek rantai pasok dan efisiensi biaya produksi hingga pengolahan; (Renstra Kementerian Pertanian 2020-2024).

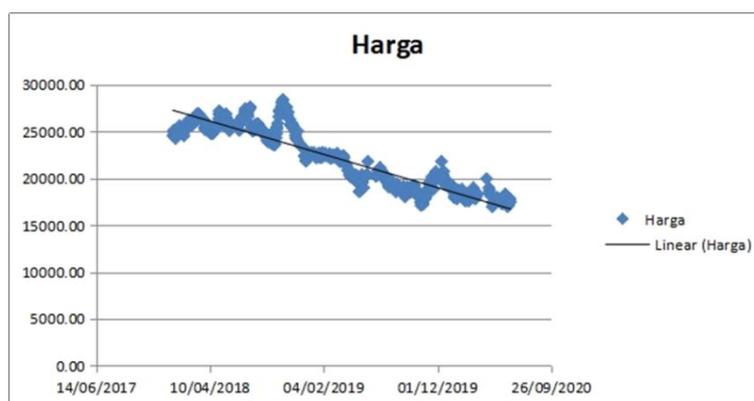
Kopi adalah sebagian komoditi hasil perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi. Kopi merupakan sumber devisa bagi negara dan merupakan sumber pendapatan lebih dari satu setengah juta jiwa petani kopi (Rahardjo, 2012). Produksi kopi di Jawa Barat disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Produksi Kopi di Jawa Barat (Ton)

Komoditas	Tahun						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Kopi	15.54	16.65	17.50	17.50	17.70	16.80	19.60

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. 2020

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa produksi kopi di Jawa Barat memiliki trend yang meningkat setiap tahunnya, hanya pada tahun 2017 produksi kopi menurun 1,1 ton. Rata-rata peningkatan produksi kopi dari tahun ke tahun untuk Jawa Barat hanya berkisar 0,64 ton pertahunnya. Produksi kopi sangat potensial apabila dikembangkan dengan baik salah satunya melalui intensifikasi produksi kopi.



Gambar 1. Harga kopi Robusta di Indonesia januari 2018-juni 2020
(Sumber: Bappebti, 2020)

Berdasarkan gambar 1 diketahui bahwa harga kopi di Indonesia mengalami harga yang berfluktuatif selama 3 tahun terakhir. Meskipun berfluktuatif, harga kopi cenderung menurun. Kecendrungan tersebut dapat dilihat garis trend. Pada garis trend digambarkan bahwa harga kopi di Indonesia pada 3 tahun terakhir cenderung menurun. Hal ini akan menimbulkan resiko kerugian terhadap petani.

Kabupaten Karawang memiliki komoditas asli yaitu Kopi Sangga Buana. Petani Karawang di lereng gunung Sanggabuana Karawang Jawa Barat Kopi telah membudidayakan komoditas tersebut. Kopi jenis Robusta ini memiliki ketahanan terhadap penyakit dan memiliki harga yang lebih rendah dari kopi Arabika. Kopi ini menjadi identik atau khas komoditas dari kota Karawang walaupun demikian kopi ini belum mampu bersaing dengan kopi merek lain pada umumnya. Menurut data BPS pada Tahun 2015 kopi merupakan jumlah produksi terbesar kedua di Karawang.

Kopi Sanggabuana adalah komoditas khas karawang dan merupakan usahatani terbesar kedua di karawang. Hal ini didukung juga dengan penelitian Wijaya (2019) Sebagai komoditas khas karawang, komoditas ini belum memberikan pendapatan yang maksimal kepada petani. Salah satu indikator dalam meningkatkan pendapatan adalah pada aspek pemasaran. Beberapa permasalahan yang dihadapi petani kopi Sanggabuana adalah pemasaran kopi Sanggabuana masih belum efektif dan efisien, pendapatan petani kopi Sanggabuana masih cukup rendah, masyarakat atau konsumen masih belum mengetahui komoditas kopi Sanggabuana, kopi Sanggabuana adalah komoditas khas Karawang yang perlu dibudidayakan, rendahnya inovasi dan penggunaan teknologi dalam pemasaran, belum adanya analisis resiko pemasaran kopi Sanggabuana. Manajemen saluran pemasaran yang efektif dan efisien akan sangat berperan dalam meningkatkan kesejahteraan petani kopi Sanggabuana. Sarwono (2012) juga menjelaskan bahwa manajemen yang tepat akan mampu meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha.

Tujuan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah saluran pemasaran yang efisien, layak dan beresiko kecil dapat diaplikasikan oleh petani, saluran pemasaran ini

mampu meningkatkan pendapatan petani kopi Sanggabuana, dan adanya motivasi dan insentif petani untuk memanfaatkan teknologi dan inovasi untuk memberikan nilai tambah pada produk kopi Sanggabuana. Sasaran PkM ini adalah petani kopi Sanggabuana. Dengan diadakan pengabdian kepada masyarakat maka akan diperoleh pengetahuan petani akan saluran distribusi yang efisien, layak dan beresiko kecil, peningkatan pendataan petani dan memberikan motivasi dan insentif kepada petani untuk memanfaatkan inovasi dan teknologi guna meningkatkan nilai tambah kopi Sanggabuana melalui proses lebih lanjut.

PERMASALAHAN

Permasalahan yang melatarbelakangi kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah beberapa aspek yang perlu diberikan solusi. Aspek permasalahan meliputi, segi pemasaran kopi Sanggabuana masih belum efektif dan efisien, pendapatan petani kopi Sanggabuana masih cukup rendah, masyarakat atau konsumen masih belum mengetahui komoditas kopi Sanggabuana, Kopi Sanggabuana adalah komoditas khas Karawang yang perlu dibudidayakan, Rendahnya inovasi dan penggunaan teknologi dalam pemasaran, serta belum adanya analisis resiko pemasaran kopi Sanggabuana.

METODE PELAKSANAAN

Temuan yang ditargetkan dalam PKM berupa pemetaan saluran pemasaran, tingkat efisiensi pemasaran, identifikasi dan penilaian tingkat resiko pemasaran, kelayakan saluran pemasaran, penerapan saluran pemasaran yang optimal. Untuk mencapai temuan yang ditargetkan digunakan metode pendekatan berbasis kelompok. Metode tersebut diimplementasikan ke dalam 3 (tiga) tahapan yaitu, (1) penyuluhan, (2) pendampingan, serta (3) monitoring dan evaluasi. Tiga tahap tersebut, dalam penyuluhan merupakan tahap yang diimplementasikan pada PKM ini. Penyuluhan pertanian merupakan sistem belajar untuk menjadi mau, tahu dan bisa menyelesaikan masalah yang dihadapi (Mardikanto, 1993). Tujuan penyuluhan pertanian dapat bersifat persuasif, yang bertujuan untuk menggugah perasaan penerima, seperti senang tidak senang, suka tidak suka. Tujuan yang lain yaitu untuk mengubah perilaku (sikap, pengetahuan, keterampilan) dan meningkatkan sikap positif terhadap setiap paket pengetahuan (Levis, 1996). Penyuluhan pertanian adalah suatu pelayanan atau sistem yang membantu petani dengan cara pendidikan dalam perbaikan cara-cara dan teknik berusaha tani, peningkatan efisiensi produksi dan pendapatan, perbaikan tingkat hidup, peningkatan tingkat sosial dan pendidikan kehidupan desa (Maunder, 1972). Sedangkan menurut Mosher (1978), penyuluhan pertanian adalah bekerja dengan masyarakat pedesaan melalui pendidikan luar sekolah, dimana sejalan dengan minat, dan kebutuhan mereka yang erat hubungannya untuk memperoleh penghidupan, dapat memperbaiki tingkat hidup keluarga pedesaan secara fisik, dan dapat mengangkat penghidupan.

PELAKSANAAN

Kegiatan pelaksanaan penyuluhan diawali dengan meminta izin kepada kepala desa Mekarbuana. Desa Mekarbuana merupakan tempat tujuan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Desa mekarbuana berada dalam kecamatan Tegalwaru Kabupaten Karawang. Desa Mekarbuana dipilih mejadi tempat tujuan penelitian karena masyarakat desa tersebut bermata pencaharian sebagai petani kopi Sanggabuana. Gambar 2 merupakan kegiatan meminta izin kepada kepala desa setempat untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat.



Gambar 2. Kegiatan perizinan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat

Perizinan dilakukan untuk mendapatkan legalitas dalam melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) dan menghindarkan diri dari segala permasalahan yang mungkin dapat terjadi serta mendapatkan arahan-arahan yang dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM). Setelah melakukan perizinan, pengabdian kepada masyarakat (PKM) dengan kegiatan penyuluhan optimalisasi saluran Pemasaran guna peningkatan pendapatan petani kopi Saggabuana di Desa Mekarbuana Kecamatan Tegalwaru dilaksanakan. Gambar 3 merupakan kegiatan penyuluhan yang dilakukan secara bertahap yaitu dengan mendatangi satu persatu.



Gambar 3. Kegiatan penyuluhan optimalisasi saluran pemasaran guna peningkatan pendapatan petani kopi Sanggabuana di Desa Mekarbuana Kecamatan Tegalwaru

Dalam rangka mematuhi protokol kesehatan pada masa pandemi Covid 19 maka penyuluhan dilakukan secara door to door, hal ini membuat pelaksanaan penyuluhan memakan waktu yang cukup lama dan membutuhkan banyak tenaga. Sosialisasi tidak sertamerta mengubah perilaku petani karena adanya keterbatasan modal yang tidak memungkinkan petani mengolah kopi dalam bentuk buah menjadi bentuk biji hanya sebagian yang telah melakukan proses produksi tersebut. Dalam pelaksanaannya, penyuluhan dilakukan selama 5 hari secara door to door atau dari rumah ke rumah dengan menerapkan protocol kesehatan selama pandemi covid 19. Cara ini dilaksanakan dengan tujuan menghindari kerumunan dan apabila dilaksanakan dalam satu tempat dengan banyak orang akan melanggar protocol kesehatan di masa pandemic covid 19. Penyuluhan dilaksanakan dengan memaparkan materi kemudian dilanjutkan diskusi dengan petani kopi Sanggabuana. Hal ini diharapkan akan lebih memberikan pemahaman kepada petani akan materi penyuluhan yang disampaikan.

HASIL DAN LUARAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat melalui penyuluhan ini dihasilkan bahwa petani kopi Sanggabuana sudah mulai memahami mengenai saluran pemasaran yang efektif dan efisien. Hal ini tercermin keinginan untuk mengubah pola saluran pemasaran lama. Hal ini didukung oleh Patilaiya, H.L. dan Rahman H., (2018) menyatakan bahwa penyuluhan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman. Pelaksanaan penyuluhan ada sebagian petani yang sudah melakukan pemasaran melalui saluran tersebut sehingga hal ini akan mempermudah dalam mengubah pola pemasaran yang lama. Petani yang masih menggunakan pola pemasaran yang lama akan mulai

melihat, memahami dan melakukan pola pemasaran yang baru tersebut dengan mengamati sesama petani yang telah melakukan pemasaran yang baru tersebut.

Kegiatan pengabdian masyarakat juga mendapat respon yang positif dari bapak kepala desa Mekarbuana. Hal itu ditandai dengan izin dan dukungan dalam melaksanakan penyuluhan optimalisasi saluran pemasaran guna peningkatan pendapatan petani kopi Sanggabuana di Desa Mekarbuana Kecamatan Tegalwaru. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan guna menambah pemahaman petani kopi Sanggabuana dalam memasarkan kopi Sanggabuana. Pemahaman yang kemudian dilanjutkan dengan pengimplementasian saluran pemasaran yang efisien dan efektif ditujukan untuk memperbaiki pola saluran pemasaran. Saluran pemasaran yang lama terdapat beberapa saluran. Terdapat saluran yang efektif dan efisien dan ada pula yang kurang efektif dan efisien.

Penyuluhan ini ditujukan agar petani mau beralih dari saluran lama menjadi saluran pemasaran baru yang lebih efektif dan efisien sehingga mampu meningkatkan pendapatan petani. Pengabdian kepada masyarakat ini juga bertujuan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang terjadi pada usaha tani kopi Sanggabuana. Salah satunya adalah ketersediaan alat yang dimiliki petani untuk mengubah bentuk kopi dari buah kopi menjadi berbentuk biji. Perubahan bentuk kopi menjadi biji akan memberikan nilai tambah bagi penjualan kopi Sanggabuana. Apabila petani memiliki alat tersebut maka petani akan mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. Ketersediaan alat sangat berkorelasi dengan ketersediaan modal. Modal yang terbatas akan membatasi petani kopi Sanggabuana untuk memaksimalkan kegiatan budidaya dan kegiatan ekonomi seperti pemasaran. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Joesron T.S. dan Fathorazzi M., (2012) bahwa keinginan produsen untuk memaksimalkan keuntungannya terkendala dengan terbatasnya modal yang dimiliki. Permasalahan lainnya adalah kurang dikenalnya kopi Sanggabuana. Kopi Sanggabuana merupakan kopi yang dihasilkan di Kabupaten Karawang akan tetapi tidak semua konsumen mengetahui hal tersebut. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan konsumen akan kopi Sanggabuana. Promosi sebagai bagian pemasaran kurang diterapkan dengan maksimal. Hal ini berdampak pada penjualan kopi Sanggabuana yang kurang maksimal kemudian akan berdampak pendapatan petani kopi Sanggabuana. Dengan pengabdian kepada masyarakat diharapkan akan mampu memperoleh informasi-informasi tentang permasalahan yang terjadi pada masyarakat dan mampu memperoleh solusi dan menerapkannya kepada masyarakat sehingga dapat mengatasi permasalahan tersebut. Dengan pengabdian kepada masyarakat diharapkan akan mampu meningkatkan kesejahteraan petani.

KESIMPULAN

Kesimpulan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang telah dilakukan ini memberikan dampak yang positif khususnya terhadap petani kopi

Saggabuana. Beberapa kegiatan penyuluhan optimalisasi saluran pemasaran guna peningkatan pendapatan petani kopi Saggabuana di Desa Mekarbuana Kecamatan Tegalwaru berjalan lancar dan mendapat apresiasi yang baik dari masyarakat. Dalam kegiatan penyuluhan Penyuluhan Optimalisasi Saluran Pemasaran guna peningkatan pendapatan petani kopi Saggabuana di Desa Mekarbuana Kecamatan Tegalwaru, sebagian masyarakat sudah mulai mencoba menerapkan saluran pemasaran melalui BUMDes, pedagang pengecer dan konsumen dimana saluran tersebut merupakan saluran pemasaran yang efisien. Serta dalam saluran tersebut, petani lebih dipermudah dalam melakukan penjualan kopi karena lokasi penjualan yang dekat sehingga meminimalkan biaya transportasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2020. Produksi tanaman Perkebunan provinsi Jawa Barat. <https://www.bps.go.id>, diakses tanggal 10 Juni 2020.
- Bappebti. 2020. Harga Komoditi. Bapebti.go.id., diakses tanggal 10 juni 2020.
- Joesron T.S. dan Fathorazzi M. 2012. *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kementerian Pertanian. 2020. Rencana Strategis Kementerian Pertanian 2020-2024. Bapenas.
- Levis. 1996. Komunikasi Penyuluhan Pedesaan. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Mardikanto, T. 1993. *Penyuluhan Pembangunan Pertanian*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Maunder. A.H. 1972. *Agricultural Extension. A Reference Manual. Food and Agriculture Organization*. Rome: The United Nation.
- Mosher A.T. 1978. *Menggerakkan dan Membangun Pertanian*. Jakarta: Yasaguna.
- Patilaiya, H.L. & Rahman H. 2018. “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Penyuluhan Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat Untuk Meningkatkan Kualitas Kesehatan Masyarakat”. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2).
- Rahardjo, P. 2012. *Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Sumarwono, Kristiyo. 2012. (online) Praktek GAP pada Budidaya Tanaman, <http://badandiklat.jatengprov.go.id/in>., Akses tanggal 1 Febuari 2021.
- Wijaya, I Putu E. Suhaeni., & Nur'azkia, L. 2019. “Analisis Motivasi Petani Dalam Menanam Kopi Saggabuana Di Kabupaten Karawang (Studi Kasus Desa Mekarbuana Kecamatan Tegalwaru)”. *Jurnal Agrimanex*, 1(1).