

**PEMBERDAYAAN IBU RUMAH TANGGA DI DESA MEKAR  
BUANA MELALUI PELATIHAN DIVERSIFIKASI PRODUK KOPI**

***EMPOWERMENT OF HOUSEWIVES IN MEKAR BUANA  
VILLAGE THROUGH COFFEE PRODUCT DIVERSIFICATION  
TRAINING***

**Dexi Triadinda<sup>1</sup>, Dini Yani<sup>2</sup>**

**Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Buana Perjuangan Karawang**

**[dexidinda@ubpkarawang.ac.id](mailto:dexidinda@ubpkarawang.ac.id) [diniyani@ubpkarawang.ac.id](mailto:diniyani@ubpkarawang.ac.id)**

***Abstrak***

Penyelenggaraan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan sosialisasi pada ibu rumah tangga tentang diversifikasi produk kopi yang ada di Desa Mekarbuana sehingga dapat meningkatkan penjualan produk berbahan dasar kopi. Metode pengabdian kepada masyarakat yang digunakan adalah sosialisasi dan demonstrasi materi pada ibu rumah tangga yang ada di Desa Mekarbuana yang ikut terjun dalam proses pembuatan kopi hingga pengolahan dan pemasaran kopi.

Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi Desa Mekarbuana dalam bentuk system diversifikasi produk yang akan diterapkan oleh ibu rumah tangga yang menjalankan usaha di Desa Mekarbuana, sekaligus dapat menerapkan promosi pariwisata, serta berdampak pada meningkatnya wisatawan ke desa tersebut.

Kata kunci : diversifikasi produk, potensi desa wisata, ibu rumah tangga

***Abstrack***

*The implementation of community service activities aims to provide socialization to housewives about diversifying coffee products in Mekarbuana Village so as to increase sales of coffee -based products. The community service method used is the socialization and demonstration of material to housewives in Mekarbuana Village who participated in the process of making coffee to processing and marketing coffee.*

*The results obtained from this activity are expected to be able to contribute to Mekarbuana Village in the form of a product diversification system that will be applied by housewives who run businesses in Mekarbuana Village, as well as applying tourism promotions, and have an impact on increasing tourists to the village.*

*Keywords: product diversification, tourist village potential, housewife*

## **PENDAHULUAN**

Pengembangan pariwisata pedesaan layak dikembangkan terutama untuk mendorong kegiatan non pertanian yang pada harapannya nanti dapat mendukung diversifikasi desa. Pariwisata pedesaan tentunya berbeda dengan pariwisata perkotaan, baik dalam hal obyek, lokasi, fungsi, skala maupun karakternya. Hal ini tentunya membawa konsekuensi terhadap perencanaan dan pengembangan desa. Aspek-aspek seperti peranan desa wisata dalam spesialisasi lokasi dan ketersediaan atraksi dan fasilitas layak mendapatkan perhatian dalam pengembangan desa-desa wisata yang diharapkan mampu mendukung diversifikasikan perdesaan. Salah satunya adalah desa wisata di daerah Mekarbuana kecamatan Tegalwaru Kabupaten Karawang.

## **METODE**

Strategi yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

1. Sosialisasi
2. Demonstrasi

### **a. Tahap pelaksanaan terdiri dari:**

- 1) Sesi pertama

Kegiatan penyamaan persepsi.

Kegiatan penyamaan persepsi ini bertujuan untuk menyamakan persepsi dengan mitra pengelola kopi di Desa Mekarbuana dilakukan tim pengabdian. Program yang akan dilakukan berupa pelatihan, pendidikan, keterampilan dan praktek diversifikasi produk berbahan dasar kopi.

- 2) Sesi kedua

Kegiatan Praktek Diversifikasi Produk Pada Ibu Rumah Tangga

Praktek diversifikasi produk ini dilaksanakan pada Juni 2022 di Desa Mekarbuana Kabupaten Karawang.

Pengabdian kepada masyarakat ini akan dilakukan dalam waktu 3 (tiga) tahun yang dibagi dalam beberapa tahap:

- (1) Tahap pertama: dari bulan Januari sampai dengan Juni 2022, pembuatan rekaman video wisata pendukung di Desa Mekarbuana salah satunya adalah Curug Bandung. Tujuan utama kegiatan ini adalah mengisi *web* Desa Mekarbuana, serta promosi awal pariwisata pengenalan Desa Mekarbuana sebagai penghasil kopi dengan memperkenalkan terlebih dahulu tempat wisata yang sudah ada. Tahap kedua : dari bulan Juni sampai dengan Agustus

2022, pembuatan rekaman video sarana dan prasarana pendukung objek wisata dan sosialisasi diversifikasi produk.

- (2) Tahap ketiga : dari bulan September 2022 sampai dengan Februari 2023. Pendampingan Penyusunan Proposal Perijinan Usaha Masyarakat Desa Mekarbuana.
- (3) Tahap keempat : dari bulan Maret sampai dengan Agustus 2023. Vlog dengan konten Pendirian Kampung Kopi. Tujuan untuk memperkenalkan masyarakat tentang pendirian kampung kopi.
- (4) Tahap kelima: September 2023 sampai dengan Februari 2024. Vlog konten fasilitas Desa Mekarbuana yang mendukung wisata kampung kopi sebagai promosi Kampung Kopi.
- (5) Tahap keenam : Maret sampai dengan Agustus 2024. Vlog konten *improvement* kampung kopi.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kerjasama dan kegiatan ini dilatarbelakangi oleh permasalahan dan kendala yang dihadapi oleh para pelaku UMKM khususnya ibu rumah tangga di Desa Mekarbuana Karawang sebagai mitra abdimas Prodi Manajemen UBP Karawang dalam hal strategi pemasaran serta keterbatasan dalam melakukan pengembangan produk yang dihasilkan dengan memanfaatkan kopi sebagai bahan dasar produk. Pertama, masalah yang mereka hadapi adalah keterbatasan dalam strategi pemasaran yang selama ini hanya dilakukan secara konvensional sehingga jangkauan pasar dari produk yang dihasilkan belum begitu luas. Kedua, adanya keterbatasan ide dan gagasan para pelaku usaha khususnya ibu rumah tangga dalam mengembangkan produk yang beragam serta berkualitas karena di luar juga sudah banyak pelaku umkm di Desa Mekarbuana dengan jenis produk yang sama. Hal ini menyebabkan persaingan usaha semakin ketat jika tidak diimbangi dengan strategi pemasaran yang baik dengan menawarkan produk yang lebih beragam serta berkualitas tinggi.

Kegiatan pelatihan ini dilakukan secara berkesinambungan dengan pembinaan, pemberdayaan, dan pendampingan secara intens. Hal ini dilakukan untuk mewujudkan tujuan agar para pelaku usaha khususnya ibu rumah tangga dapat secara mandiri mengembangkan produknya serta melakukan strategi pemasaran yang lebih baik lagi dengan bekal pengetahuan yang telah didapatkan. Sehingga diharapkan dapat bermanfaat untuk meningkatkan omset penjualan sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan pendapatan Karawang, 28 Februari 2023

bagi pemilik usaha dengan memanfaatkan kopi sebagai bahan dasar produk.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Mekarbuana dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, khususnya ibu-ibu rumah tangga. Peserta pelatihan aktif dan dapat menerima materi dengan baik. Ibu rumah tangga menerima materi pendampingan diversifikasi produk pada pengelolaan produk berbahan dasar kopi. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat mengenai pengetahuan bahan baku, teknik pengolahan yang sesuai standar serta strategi pemasaran untuk produk yang terdiversifikasi. Keterampilan yang bertambah tersebut menciptakan peluang usaha baru bagi ibu-ibu rumah tangga khususnya dan masyarakat Desa Mekarbuana.

Saran yang dapat diberikan pada kegiatan pengabdian ini adalah untuk kegiatan selanjutnya diharapkan dapat menambah mitra baru untuk bekerjasama. Lebih banyak anggota Bumdes yang terlibat agar sasaran dan target dapat terealisasi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agnew, P., A., S., Kellerman & M., J., Meyer. 1996. *Multimedia In The Classroom*. Boston: Allyn and Bacon.
- Agrosiana. 2014. Mengenal Jenis-jenis Kopi Budidaya. <https://alamtani.com/jenis-kopi>. Diunduh tanggal 14 Januari 2022.
- Bhara, L.A.M. 2005. Pengolahan Kopi. Bogor: Fakultas Teknologi Institut Pertanian Bogor.
- Boone, L., E. dan D. L. Kurtz. 2000. Pengantar bisnis jilid 1; alih bahasa Emil Salim dkk. Jakarta: Erlangga
- Boyd, H. W. 2000. Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global”, Jakarta : Erlangga.
- Dimas. 2021. Cara Menanam Kopi. <https://kutanam.com/cara-menanam-kopi/> Diunduh pada tanggal 14 Januari 2022
- Dharmmesta, B., S. 2014. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE.
- Gitosudarmo, I. 2017. *Manajemen Pemasaran*: Edisi Kedua. Yogyakarta : BPFE.
- Kotler, P. and K.L. Keller. 2010. Manajemen Pemasaran Edisi ke-13. Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan G. Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1. Edisi 12. Terjemahan: Bob Sabran. Editor : Adi Maulana, Devri Barnadi, Wibi Hardani. Jakarta: Erlangga

Latupeirissa, E. 2019. Budidaya Tanaman Kopi. <http://cybex.pertanian.go.id/mobile/artikel/89112/BUDIDAYA-TANAMAN-KOPI/> Diunduh tanggal 14 Januari 2022.

Saputra, E., 2008. Kopi. Yogyakarta: Harmoni

Supargo, A. 2019. Mengenal Jenis-Jenis Tanaman Kopi yang Ada di Indonesia. Editor Sri Anindiati Nursastri. [Kompas.comhttps://travel.kompas.com/read/2019/08/13/130800627/mengenal-jenis-jenis-tanaman-kopi-yang-ada-di-indonesia?page=all](https://travel.kompas.com/read/2019/08/13/130800627/mengenal-jenis-jenis-tanaman-kopi-yang-ada-di-indonesia?page=all). Diunduh tanggal 14 Januari 2022.

Tjiptono, F. 2015. Strategi Pemasaran Edisi ke-4. Yogyakarta: Penerbit Andi