

**SOSIALISASI PENGEMBANGANKOPI SANGGABUANA MELALUI KUALITAS
PRODUK DAN POLA-POLA MODEL BISNIS MENUJU KAMPUNG KOPI
BERBASIS EKOWISATA DI DESA MEKARBUANA KECAMATAN TEGALWARU
KABUPATEN KARAWANG**

Robby Fauji¹, Laras Ratu Khalida²
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Buana Perjuangan
robby.fauji@ubpkarawang.ac.id¹, laras.ratu@ubpkarawang.ac.id²

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan sosialisasi tentang kualitas produk dan pola-pola model bisnis untuk pengusaha kopi sanggabuana, kopi hideung dan UMKM.. Pelatihan ini perlu dilakukan karena diharapkan penjualan KoSa (Kopi Sanggabuana) dan kopi hideung dapat meningkat. Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan selama 1 bulan, yaitu mulai tanggal 1 Juni 2022 sampai dengan 30 Juni 2022. Kegiatan ini melibatkan unsur bumdes, pokdarwis desa mekarbuana serta melibatkan mahasiswa manajemen. Kegiatan ini meliputi pelatihan pembuatan dessert berupa pudding kopi dan bolu kopi, serta pendampingan pemasaran produk. Pelatihan dilaksanakan dengan metode ceramah dan diskusi. Hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan respon seluruh peserta yang sangat antusias dalam mengikuti kegiatan serta adanya motivasi untuk mengembangkan bisnis melalui pola-pola model bisnis dan meningkatkan kualitas produk kopi karawang.

Kata kunci : kualitas produk, pola-pola model bisnis, kopi karawang

PENDAHULUAN

Kabupaten Karawang terletak di Provinsi Jawa Barat berdekatan dengan ibukota Negara yaitu DKI Jakarta dan ibu Kota Provinsi yaitu Kota Bandung. Berkaitan dengan letak

Karawang, 28 Februari 2023

Kabupaten yang strategis ini perkembangan Kabupaten Karawang sangat cepat baik pembangunan industri, perumahan, perdagangan dan jasa maupun pariwisatanya. Kawasan di sebelah selatan karawang tepatnya di Desa Mekarbuana Kecamatan Tegalwaru Sebagai Kawasan Lindung yang dimanfaatkan menjadi kawasan wisata, kawasan wisata alam di Desa Mekarbuana ini harus mampu mempertahankan dan mengakomodasi hal-hal yang menjadi kriteria sebagai kawasan lindung. kelestarian lingkungan hidup yang mencakup sumber daya alam dan sumber daya buatan serta nilai sejarah dan budaya merupakan modal yang dimiliki oleh wisata alam di Desa Mekarbuana ini. Tata ruang menjadi menjadi faktor penting, karena sesuai dengan Undang- Undang No 26 Tahun 2007 tentang Penataan ruang tata ruang sebagai wujud struktur ruang dan pola ruang, baik yang direncanakan maupun tidak. Dapat diartikan bahwa penataan ruang wilayah merupakan bagian dari pengembangan wilayah. Adapun Penataan ruang wilayah Kabupaten Karawang bertujuan untuk mewujudkan pemanfaatan sumberdaya ruang yang optimal, efektif dan efisien serta serasi dengan penataan ruang nasional, provinsi serta wilayah sekitarnya menuju kualitas kehidupan yang lebih baik dalam mewujudkan Kabupaten Karawang sejahtera. Kecamatan Tegalwaru ditetapkan menjadi kawasan lindung, kawasan lindung terbagi atas kawasan hutan lindung, kawasan yang memberikan perlindungan terhadap kawasan Bawahannya, kawasan perlindungan setempat, kawasan rawan bencana alam, kawasan pelestarian alam dan cagar budaya, kawasan lindung geologi; dan kawasan lindung lainnya. Selain Kawasan Lindung berkaitan dengan Kondisi geografi nya kecamatan Tegalwaru berada di selatan karawang dengan kondisi alam pegunungan ditetapkan sebagai kawasan resapan air.

Desa Mekarbuana memiliki potensi kawasan wisata yang sangat besar. Kawasan wisata di desa Mekarbuana Kecamatan Tegalwaru Kabupaten karawang ini merupakan lokasi di sebelah selatan kabupaten karawang, lokasi wisata ini dengan objek utama yaitu wisata alam gunung sanggabuana dengan ketinggian 1.074 Mdpl. Pegunungan Sanggabuana berasal dari kata “Sangga” yang artinya sembilan menandakan Wali Sembilan dan “Buana” yang artinya tempat yang sering digunakan untuk berkumpul, dalam penyebaran agama Islam ke beberapa daerah seperti Cirebon, Garut, Pamijahan Tasikmalaya, Banten, Demak, Kudus, dan lain-

lainnya. Dapat disimpulkan arti Sanggabuana secara lengkap kira-kira adalah “Tempat Berkumpulnya Wali Sembilan yang juga dikenal dengan sebutan Wali Songo”.

Selain Potensi Wisata, terdapat potensi lain di Desa Mekarbuana seperti potensi pertanian perkebunan dan Industri. Salah satu potensi di Desa Mekarbuana yaitu potensi Pertanian, untuk luas sawah yang tersedia seluas 1,71Km², perkebunan 6,01 Km² dengan hutan 1,2 Km² dan kolam empang atau tambak seluas 0,02 Km². Desa Mekarbuana juga salah satu Desa yang mempunyai hutan dengan status milik Negara seluas 10,81 Ha. Adapun Potensi Industri dari kayu sebanyak 3 Industri dan industri anyaman sebanyak 5 Industri, Industri Kain sebanyak 3 Industri.

Potensi pertanian yang sedang dikembangkan oleh Bumdes Buana Mekar adalah pertanian kopi. Saat ini Bumdes sudah berhasil membuat olahan kopi yang berasal dari pegunungan Sanggabuana dengan dijadikan produk kopi rencengan dan premium dengan merek dagang KoSa (Kopi Sanggabuana). Namun produk kopi khas Karawang bukan hanya kopi KoSa, ada kopi Hideung juga yang merupakan kopi asli Karawang. Dua kopi asli Karawang ini diharapkan bisa berkembang melalui pola-pola model bisnis yang menyesuaikan dengan perkembangan jaman khususnya di era Society 5.0 saat ini.

Dengan latar belakang diatas maka kami program studi Manajemen akan melaksanakan pengabdian sebagai salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi. Dengan mengusung tujuan akhir berupa membangun Kampung Kopi Berbasis Ekowisata Pada Tahun 2025. Dan tentunya di pengabdian kali ini kami akan melaksanakan sosialisasi terkait kualitas produk dan pola-pola model bisnis yang dapat diterapkan di kopi KoSa dan kopi Hideung.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan metode ceramah dan diskusi.

A. Ceramah

Metode ini dilaksanakan dengan memberikan materi secara lisan yang didukung oleh alat dan media penyampaian materi. Peserta pelatihan juga akan diberi modul untuk mempermudah dalam mengikuti penyampaian materi oleh tim pelaksana pengabdian masyarakat. Materi yang akan disampaikan meliputi materi mengenai dimensi kualitas produk

Karawang, 28 Februari 2023

dan lima pola model bisnis yang bisa diterapkan pada produk kopi asli Karawang dan produk UMKM lainnya.

B. Diskusi

Peserta dipersilahkan untuk mengajukan pertanyaan yang bersifat problematic dalam permasalahan pembuatan dessert serta tujuan untuk memasarkan produk tersebut. Pertanyaan tidak hanya dijawab oleh tim pelaksana pengabdian masyarakat, peserta lain juga dapat berperan aktif dalam menjawab pertanyaan sebagai tambahan informasi dalam rangka memecahkan permasalahan yang ditinjau dari berbagai aspek yang masih berkaitan dengan materi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Peserta sosialisasi adalah petani kopi asli Karawang sekaligus UMKM di Desa Mekarbuana, sosialisasi dilaksanakan di kantor desa dan di tempat produksi kopi asli karawang.



Gambar 1. Peserta dan Mahasiswa yang terlibat dalam Pengabdian Kepada Masyarakat

Sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk asli Karawang. Kualitas produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil lebih dari yang diharapkan (Rosyada, 2011). Kualitas produk melambangkan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya meliputi keawetan, keandalan, kemudahan penggunaan dan perbaikannya, dan sifat lainnya. Dalam meningkatkan kualitas produk asli Karawang diharapkan kopi KoSa dan Kopi Hideung mengaplikasikan beberapa dimensi sesuai dengan apa yang disampaikan (Husein dalam Rosyada, 2011):

1. Performance, Kopi KoSa dan Kopi Hideung harus memiliki rasa asam yang segar, pahit dan nikmat. Tekstur kopi memiliki kandungan ampas yang sedikit, tidak memiliki bitnik hitam, memiliki warna coklat gelap, aroma yang wangi dan tidak berbau karung.
2. Features, Kopi KoSa dan Kopi Hideung harus memiliki manfaat aroma therapy, ada kemungkinan biji kopinya bisa dimanfaatkan untuk masker muka dan pupuk pertanian juga.
3. Reliability, Kopi KoSa dan Kopi Hideung harus memiliki kualitas terutama dalam manfaat utamanya bisa menahan kantuk.
4. Conformance, Kopi KoSa dan Kopi Hideung harus memiliki kesesuaian dengan apa yang ditawarkan dalam informasi kemasannya.
5. Durability, Kopi KoSa dan Kopi Hideung harus memiliki informasi kadaluarsa, sertifikasi BPOM, MUI dan Nomor induk P IRT.
6. Service ability, Kopi KoSa dan Kopi Hideung harus memberi garansi dan penggantian produknya jika ada kesalahan dalam produk yang dipasarkan.
7. Aesthetics, Kopi KoSa dan Kopi Hideung harus memiliki kemasan yang menarik.

Selain itu Kopi KoSa dan Kopi Hideung juga bisa menerapkan salah satu pola model bisnis yang cocok dengan model bisnis kopi. Sebelum seseorang membuat sebuah model bisnis bagi bisnisnya maka sebaiknya ketahuilah terlebih dahulu setiap komponen atau aspek-aspek penting yang membentuk bisnis model. Salah satunya adalah pola model bisnis, komponen ini biasanya digunakan untuk membentuk kembali model bisnis yang baru dengan melihat komponen-komponen lama yang bisa digunakan kembali melalui pola model bisnis. Menurut (Alexander Osterwalder, 2011) terdapat 5 pola model bisnis yang bisa diterapkan dalam sebuah bisnis :

Karawang, 28 Februari 2023

1. Unbundling Business Model
2. Longtail Model
3. Multisided Platform Model
4. Free as a Business Model
5. Open Business Model



Gambar 2. Tempat Pembuatan Kopi Asli Karawang

KESIMPULAN DAN SARAN

Persiapan pelaksanaan kegiatan sosialisasi sangat diperlukan agar saat pelaksanaannya dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan prosedur. Sebelum kami melaksanakan pelatihan di semester genap ini, pangabdian pada semester ganjil kami melaksanakan proses sosialisasi dan survey serta melaksanakan Focus Group Discussion (FGD). Kopi asli Karawang harus lebih memperhatikan aspek kualitas produk dalam beberapa dimensi dan bisa

Karawang, 28 Februari 2023

menerapkan pola-pola model bisnis untuk mengembangkan bisnis kopinya. Saran dari pengabdian ini adalah perlu adanya monitoring dalam evaluasi untuk mengetahui berapa besar peningkatan penjualan kopi Kosa dan kopi Hideung melalui pola-pola model bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Agrosiana. 2014. Mengenal Jenis-jenis Kopi Budidaya.
<https://alamtani.com/jenis-kopi>. Diunduh tanggal 14 Januari 2022.

Alexander Osterwalder & Yves Pigneur. (2012). Business Model Generation. Jakarta:
Penerbit PT Elex Media Komputindo.

Tjiptono, F. dan G. C. (2016). Pemasaran Strategik. Andi Yogyakarta.

Jurnal Pengabdian :

Rosyada. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas dan Harapan Konsumen terhadap
Keputusan
Pembelian