

PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN MODEL PROMOSI OFFLINE PADA DIVERSIFIKASI PRODUK KOPI SANGGABUANA (KOSA) DI DESA MEKARBUANA KECAMATAN TEGALWARU KABUPATEN KARAWANG

Syifa Pramudita Faddila¹, Neni Sumarni², Citra Savitri³, Desi Anggraeni⁴, Haekal Fitrayassa⁵

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UBP Karawang^{1,2,3,4,5}

syifa.pramudita@ubpkarawang.ac.id , neni.sumarni@ubpkarawang.ac.id , citra.savitri@ubpkarawang.ac.id , mn20.desianggraeni@mhs.ubpkarawang.ac.id , mn20.haekalfitrayassa@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Kopi Sanggabuana merupakan kopi khas Karawang yang dikelola oleh Bumdes Buana Mekar, Desa Mekarbuana, Kabupaten Karawang. Dalam kegiatan promosinya, Bumdes belum memiliki SDM yang memadai untuk melakukan promosi secara online, maka dari itu Bumdes akan memaksimalkan promosi secara offline guna mendapatkan keuntungan yang optimal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bermaksud membantu Bumdes dalam optimalisasi model promise offline dengan mengadakan pelatihan dan pendampingan yang dibantu oleh rekan-rekan mahasiswa. Metode pengabdian masyarakat dilakukan dengan pelatihan dan pendampingan kepada pengelola Bumdes Buana Mekar. Luaran dari pengabdian masyarakat terhadap Kopi Sanggabuana adalah desain X-banner dan rancangan konsep food truck untuk menunjang penjualannya.

Kata Kunci: Promosi Offline, Diversifikasi Produk, Kopi Sanggabuana

Abstract

Sanggabuana coffee is a specialty coffee from Karawang which is managed by Bumdes Buana Mekar, Mekarbuana Village, Karawang Regency. In its promotional activities, Bumdes does not yet have adequate human resources to promote online, therefore Bumdes will maximize promotions offline in order to get optimal benefits. This community service activity intends to help Bumdes in optimizing the offline promise model by conducting training and mentoring assisted by fellow students. The community service method is carried out by training and mentoring the Buana Mekar Bumdes manager. The output of community service for Kopi Sanggabuana is the X-banner design and the food truck concept design to support its sales.

Keywords: *Offline Promotion, Product Diversification, Sanggabuana Coffee*

PENDAHULUAN

Pada kondisi *new normal* saat ini, pemulihan pariwisata dan bangkitnya UMKM diharapkan menjadi salah satu faktor penggerak ekonomi nasional (Utarsih et al., 2019) agar bisa kembali stabil. Untuk mewujudkan kondisi tersebut, dibutuhkan upaya-upaya tambahan seperti memunculkan potensi dari daerah tertentu agar dapat dikelola secara optimal oleh masyarakat maupun pemerintah setempat (Widodo et al., 2020).

Salah satunya Desa Mekarbuana, terletak di Kecamatan Tegalwaru, sebelah selatan Kabupaten Karawang. Desa ini memiliki potensi kawasan wisata yang sangat besar dengan objek utama yaitu wisata alam Gunung Sanggabuana dengan ketinggian 1.074 meter di atas permukaan laut dan beberapa lokasi wisata curug. Selain wisata alam, Desa Mekarbuana juga didukung dengan sumber daya alam dari segi pertanian, diantaranya sebagai daerah penghasil kopi, durian lokal, manggis, petai, pisang, kemiri, pucung dan lain sebagainya.

Dengan adanya potensi tersebut, Desa Mekarbuana ini harus mampu mempertahankan dan mengakomodasi kelestarian lingkungan hidup yang mencakup sumber daya alam dan sumber daya buatan serta nilai sejarah dan budaya sebagai modal yang dimiliki oleh wisata

alam di Desa Mekarbuana. Namun sangat disayangkan informasi tentang keindahan dan kekayaan alam tersebut belum optimal, padahal salah satu sumber daya alamnya yaitu kopi Sanggabuana merupakan kopi lokal yang cukup baik dan banyak diminati pecinta kopi serta sudah dikelola dengan cukup baik oleh BUMDES Buana Mekar di Desa Mekarbuana.

Kopi Sanggabuana yang tumbuh di Pegunungan Sanggabuana, Desa Mekarbuana ternyata banyak dilirik oleh para penikmat kopi tertentu, hal ini dikarenakan Kopi Sanggabuana dinilai memiliki ciri khas rasa kopi tersendiri. Namun, terbatasnya pengetahuan tentang promosi mengakibatkan Kopi Sanggabuana tidak dapat meraih pasar lebih luas. Asumsi bahwa kegiatan promosi tentu akan membutuhkan alokasi biaya yang tinggi, waktu yang lama dan sumber daya manusia yang handal, ternyata menjadi kekhawatiran para masyarakat desa (Kumala et al., 2019). Oleh karena itu, pelaksanaan promosi secara *offline* dengan berbagai metode yang efektif dan efisien merupakan suatu keputusan yang harus dipertimbangkan dan direncanakan dengan matang, serta dilakukan dengan baik (Nasrudin & Agustina, 2015).

Dengan latarbelakang diatas maka perlu adanya pelatihan dan pendampingan tentang model promosi *offline* yang dapat diterapkan pada diversifikasi produk kopi Sanggabuana (Kosa) untuk menarik konsumen dalam melakukan pembelian.

METODE

Pengabdian dilaksanakan dengan fokus promosi diversifikasi produk kopi Sanggabuana (Kosa) di Desa Mekarbuana, Kecamatan Tegalwaru, Kabupaten Karawang. Peserta pengabdian merupakan pengelola BUMDES Buana Mekar. Pelaksanaan dilaksanakan di Workshop Bumdes yang digunakan juga sebagai Kafe Kopi Sanggabuana.

Pengabdian dilakukan secara praktik langsung diantara pemateri dengan peserta kegiatan. Penyuluhan diberikan dengan bantuan media presentasi dan juga didampingi oleh tutor. Hal ini dilakukan supaya materi yang diberikan dapat langsung diterapkan dan tidak terlalu banyak teori.

Metode dalam pengabdian ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan masyarakat. Secara detail, metode pengabdian dibagi menjadi tiga tahapan, yakni: (1) persiapan, (2) pelaksanaan, (3) evaluasi dan rencana keberlanjutan.

Tahap persiapan meliputi dua hal utama, yaitu observasi lapangan dan kajian pustaka. Observasi dilakukan guna mengetahui kondisi riil dari tempat pengabdian. Sementara kajian pustaka dilaksanakan dengan mengkaji literatur materi baik yang berkaitan dengan pendayagunaan maupun optimalisasi promosi offline dalam diversifikasi produk. Tahap pelaksanaan dilaksanakan menyesuaikan waktu peserta pelatihan, yaitu pada hari Sabtu, 11 Juni 2022. Pengabdian memastikan semua kebutuhan sudah tersedia dan lengkap. Kemudian pengabdian memberikan pelatihan dan pendampingan model promosi *offline* pada diversifikasi produk Kopi Sanggabuana menggunakan media *leaflet*. Tahap evaluasi dilakukan dengan cara melihat dampak pelatihan dan pendampingan dari sisi implementasi penggunaan media *offline* sebagai model promosi Kopi Sanggabuana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan Pelaksanaan Pengabdian

Bumdes Buana Mekar yang merupakan pengelola dari Kopi Sanggabuana belum memiliki sumber daya manusia (SDM) khusus untuk melakukan pengelolaan promosi secara digital melalui *Shopee*, Instagram, Facebook maupun platform lainnya. Sehingga metode promosi konvensional menjadi pilihan utama saat ini. Artinya, promosi *offline* harus dilakukan secara optimal agar dapat meningkatkan penjualan (Widodo et al., 2020).

Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam kurun waktu 1 hari, yaitu pada hari Sabtu, 11 Juni 2022 dengan rincian kegiatan sebagai berikut:

1. Koordinasi awal kegiatan pengabdian masyarakat dengan Kepala Desa dan Pengelola Bumdes Buana Mekar
2. Pengambilan data awal pengabdian masyarakat terkait potensi dan web Desa sebagai salah satu media promosi

3. Pelatihan dan pendampingan tentang model promosi *offline* yang dapat diterapkan pada diversifikasi produk Kopi Sanggabuana (Kosa) menggunakan alat bantu *leaflet*



Gambar 1. Leaflet Model Promosi *Offline*

Pengabdian memberikan materi dan pelatihan terkait model promosi *offline* yang dapat dilakukan dengan:

- a. Membuat brosur dan poster
- b. Membuka *stand*
- c. Membuat baliho
- d. *Event and experience*
- e. Membuat spanduk dan banner



Gambar 2. Proses Pemberian Materi dan Pelatihan Model Promosi *Offline*

Teknis proses pendampingan model promosi *offline* dibantu oleh rekan mahasiswa Program Studi Manajemen, khususnya peminatan pemasaran, Universitas Buana Perjuangan Karawang.

Luaran

Jenis luaran yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Desain X-Banner untuk stand pada kegiatan-kegiatan bazaar baik di Desa maupun Kecamatan



Gambar 3. Desain X-Banner

2. Rancangan konsep *food truck* yang akan digunakan untuk menjual kopi dan hasil diversifikasi Kopi Sanggabuana di tempat-tempat strategis di wilayah Kabupaten Karawang



Gambar 4. Rancangan Konsep *Food Truck* Kopi Sanggabuana

KESIMPULAN DAN SARAN

Kopi Sanggabuana merupakan kopi khas Karawang yang dikelola oleh Bumdes Buana Mekar, tepatnya di Desa Mekarbuana, Kecamatan Tegalwaru, Kabupaten Karawang. Dalam kegiatan promosinya, Bumdes belum memiliki SDM yang memadai untuk melakukan promosi secara *online*, maka dari itu Bumdes akan memaksimalkan promosi secara *offline* guna mendapatkan keuntungan yang optimal.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bermaksud membantu Bumdes dalam optimalisasi model promise *offline* dengan mengadakan pelatihan dan pendampingan yang dibantu oleh rekan-rekan mahasiswa. Luaran dari pengabdian masyarakat terhadap Kopi Sanggabuana adalah desain X-banner dan rancangan konsep *food truck* untuk menunjang penjualannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Kumala, F. N., Hudha, M. N., & Aji, S. D. (2019). PELATIHAN PEMASARAN PRODUK OLAHAN TELO UNGU DI DESA WONOSARI KECAMATAN WONOSARI GUNUNG KAWI KABUPATEN MALANG. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1–11.
- Nasrudin, & Agustina, I. (2015). ANALISIS PELAKSANAAN PROMOTION MIX DAN PENGARUHNYA TERHADAP KUALITAS DAYA SAING USAHA (STUDI KASUS UMKM BERBASIS INDUSTRI KREATIF BINAAN PT. TELKOM CDC AREA MEDAN). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(02), 36–48.

Utarsih, H., Vidyastuti, H., & Sari, W. P. (2019). STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN KERIPIK BAWANG SAKINAH CIMAHU MELALUI PERLUASAN PASAR BAIK ONLINE. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 04(01), 372–376.

Widodo, E., Dini, S. K., Fauzan, A., Asriny, N. I., & Safira, M. C. (2020). Peningkatan Peran Kelompok Swadaya Masyarakat Terhadap Media Promosi Di Desa Wisata Dusun Mendiro. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 26(2), 69–76.