



## Optimalisasi Pemasaran Guna Peningkatan Volume Penjualan Pada Kelompok Tani Hutan Di Desa Puspo Kabupaten Pasuruan

### *Marketing Optimization To Increase Sales Volume At The Hutan Farmer Group In Puspo Village, Pasuruan Regency*

Rizcha Oktanza Fabiyola<sup>1</sup>, Dona Wayuning Laily<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, UPN Veteran Jawa Timur

\*Korespondensi penulis : [rizchaoktanzaf@gmail.com](mailto:rizchaoktanzaf@gmail.com)

#### **Article History:**

Received: 30 Mei 2023

Revised: 16 Juni 2023

Accepted: 07 Juli 2023

**Keywords:** *Community Service, Marketing, Coffee*

**Abstract:** *Community service activities carried out in Puspo Village, Pasuruan Regency were carried out with the aim of helping the Rukun Sejahtera Puspo Forest Farmers Group in overcoming the problem of marketing coffee products. Efforts that can be made in helping the Rukun Sejahtera Puspo Forest Farmer Group are to find optimal marketing methods to increase the volume of coffee sales in Puspo Village. Solutions that can be offered related to marketing methods are by changing conventional marketing methods to more modern marketing methods and paying attention to customer satisfaction to find out how efficient marketing methods are currently used.*

#### **Abstrak**

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Puspo Kabupaten Pasuruan dilakukan dengan tujuan untuk membantu Kelompok Tani Hutan Rukun Sejahtera Puspo dalam mengatasi permasalahan pemasaran produk kopi. Upaya yang dapat dilakukan dalam membantu KTH Rukun Sejahtera Puspo adalah dengan menemukan metode pemasaran yang optimal guna meningkatkan volume penjualan kopi di Desa Puspo. Solusi yang dapat ditawarkan terkait metode pemasaran adalah dengan mengubah metode pemasaran konvensional ke metode pemasaran yang lebih modern serta memperhatikan kepuasan konsumen guna mengetahui seberapa efisien metode pemasaran yang saat ini digunakan.

**Kata Kunci:** Pengabdian Masyarakat, Pemasaran, Kopi

#### **PENDAHULUAN**

Program pengabdian masyarakat merupakan program pelayanan secara profesional kepada masyarakat yang membutuhkan dan dilakukan oleh perguruan tinggi. Menurut Herlina (2022) pengabdian pada masyarakat merupakan pendidikan di luar sekolah yang dilakukan oleh perguruan tinggi dengan upaya melakukan penyebarluasan, pengembangan, dan penerapan teknologi untuk mengatasi berbagai masalah dalam rangka peningkatan kemampuan yang dimiliki oleh sumber daya manusia. Orientasi kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh perguruan tinggi diarahkan pada upaya memecahkan masalah yang dihadapi

\* Rizcha Oktanza Fabiyola, [rizchaoktanzaf@gmail.com](mailto:rizchaoktanzaf@gmail.com)

masyarakat sekaligus kegiatan pembinaan untuk peningkatan kualitas sumber daya manusianya. Masyarakat beranggapan bahwa perguruan tinggi merupakan tempat pembaharuan dan pengembangan. Untuk memenuhi persepsi tersebut maka perguruan tinggi harus banyak melakukan kegiatan yang orientasi manfaatnya bisa dirasakan langsung oleh masyarakat.

Di dalam dunia bisnis tingkat persaingan yang tinggi mengharuskan para pelaku usaha untuk menjalankan proses pemasaran secara efektif dan efisien. Untuk memenuhi hal tersebut ada banyak hal yang harus dipertimbangkan termasuk bagaimana permintaan pasar dan minat pelanggan. Kopi merupakan salah satu komoditi hasil perkebunan yang memiliki nilai ekonomis tinggi. Berdasarkan data yang dilaporkan oleh Badan Pusat Statistik, di tahun 2020 Indonesiamenyumbang ekspor kopi sebesar 375.600 kg, sedangkan di tahun 2021 ekspor kopi meningkat menjadi 380.200 kg. Kegiatan ekspor kopi mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Hal ini disebabkan karena banyak hal, seperti PDB Indonesia yang mengalami perubahan, nilai kurs dan harga kopi yang berubah, dan lain lain. Desa Puspo, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur merupakan salah satu wilayah yang memproduksi komoditas kopi. Salah satu produsen kopi di Desa Puspo adalah Kelompok Tani Hutan Rukun Maju Sejahtera Puspo. Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Puspo dilaksanakan mulai tanggal 13 Februari – 31 Mei dengan tujuan kegiatan untuk membantu mengatasi permasalahan pemasaran produk kopi yang terjadi pada Kelompok Tani Hutan Rukun Maju Sejahtera Puspo

Kopi adalah salah satu komoditas yang paling banyak dibudidayakan di Desa Puspo. Saat ini produk kopi Puspo belum dapat dipasarkan secara optimal. Permasalahan utama yang dihadapi petani kopi di Desa Puspo adalah pemasaran kopi. Manajemen pemasaran yang tepat akan mampu meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha. Potensi pengembangan produk unggulan Desa Puspo juga akan membantu perekonomian warga Puspo sendiri dan nantinya akan berdampak pada perekonomian Kabupaten Pasuruan secara makro. Namun, pengembangan potensi ini tentu memerlukan bantuan dari banyak pihak salah satunya adalah akademisi. Dalam hal ini Mahasiswa KKN-MBKM UPN Veteran Jawa Timur yang akan melakukan pendampingan untuk menemukan solusi dari permasalahan pemasaran di Desa Puspo berbekal pada komoditas kopi yang dimiliki Kelompok Tani Hutan Rukun Maju Sejahtera Puspo melalui program pemberdayaan masyarakat. Target tujuan dari kegiatan pemberdayaan masyarakat ini adalah mahasiswa bersama KTH Rukun Maju Sejahtera dapat menemukan metode pemasaran produk kopi yang efektif dan efisien untuk meningkatkan volume penjualan kopi di Desa Puspo.

## **METODE**

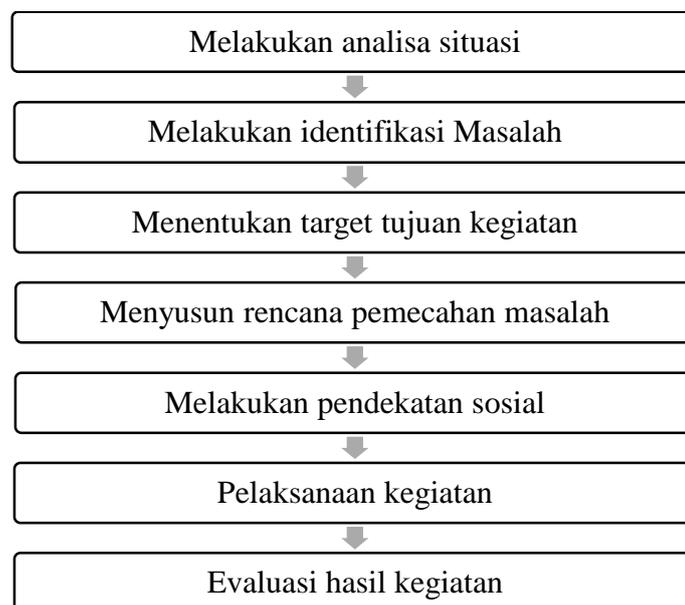
Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan selama empat bulan terhitung mulai tanggal 13 Februari sampai 31 Mei. Rangkaian waktu yang tertera termasuk waktu persiapan kegiatan, tahap observasi lingkungan, identifikasi permasalahan yang terjadi di lingkungan, pendekatan sosial pada masyarakat, pengajuan perijinan, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat. Kegiatan pengabdian ini dilakukan bersama Kelompok Tani Hutan Rukun Sejahtera Puspo di Desa Puspo Kabupaten Pasuruan. Target pencapaian kegiatan ini adalah untuk membantu KTH Rukun Sejahtera Puspo dalam mengatasi permasalahan pemasaran produk kopi. Dalam kegiatan ini KTH Rukun Sejahtera Puspo sebagai subyek terlibat secara langsung dalam sesi diskusi dan wawancara untuk menemukan solusi dari permasalahan.

## **HASIL**

Kegiatan yang dilakukan menggunakan jenis metode pengabdian kepada masyarakat. Dalam pelaksanaan penerapan metode pengabdian masyarakat ada beberapa tahapan yang perlu dilakukan, yaitu (1) menganalisa bagaimana situasi masyarakat (2) mengidentifikasi masalah yang ada di masyarakat (3) penentuan tujuan dari program kerja (4) menyusun rencana dari pemecahan masalah (5) melakukan pendekatan secara social (6) pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat (7) melakukan evaluasi dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Adapun uraian tahapan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Puspo :

1. Melakukan analisa bagaimana situasi Kelompok Tani Hutan Rukun Maju Sejahtera. Kegiatan ini dilakukan di Desa Puspo, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur.
2. Melakukan identifikasi permasalahan yang terjadi pada Kelompok Tani Hutan Rukun Maju Sejahtera selama menjalankan kegiatan pemasaran produk kopinya. Pada tahap ini ditemukan permasalahan utama pada KTH Rukun Maju Sejahtera yaitu kurang optimalnya pemasaran produk kopi di desa mereka.
3. Menentukan apa yang menjadi target tujuan dalam program kerja pengabdian masyarakat. Pada tahap ini KTH bersama mahasiswa menentukan perubahan apa saja yang ingin dihasilkan. Tujuan kerja yang ingin dicapai yaitu peningkatan jumlah atau volume penjualan produk kopi di Desa Puspo dengan mengkaji tingkat efisiensi pemasaran, kelayakan metode pemasaran, dan menentukan metode pemasaran yang optimal.

4. Rencana pemecahan masalah dalam kegiatan pengabdian masyarakat yaitu mahasiswa KKN UPN Veteran Jatim mengadakan pendampingan bagi KTH Rukun Maju Sejahtera dalam meningkatkan volume penjualan produk kopi dengan mengoptimalkan proses pemasaran yang ada.
5. Melakukan pendekatan sosial. Pada tahap ini KTH Rukun Maju Sejahtera menjadi subjek, pendekatan dilakukan secara kelompok melalui observasi dan diskusi bersama.
6. Pelaksanaan kegiatan. Kegiatan ini dilaksanakan mulai tanggal 13 Februari – 31 Mei. Kegiatan tersebut termasuk pada tahap observasi lingkungan, identifikasi masalah, pengajuan proposal dan perijinan, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi hasil pelaksanaan.
7. Evaluasi kegiatan. Setelah pelaksanaan kegiatan, evaluasi dilakukan untuk mengetahui bagaimana respon dan juga manfaat yang diperoleh. Evaluasi juga dilakukan untuk mengetahui dampak dari kegiatan sosialisasi.



**Gambar 1. Tahapan Pengabdian Masyarakat**

Kelompok Tani Hutan Rukun Sejahtera Puspo menggelar forum diskusi dan Tanya jawab dengan mahasiswa KKN UPN Veteran Jawa Timur. Dari hasil diskusi bersama KTH Rukun Maju Sejahtera Puspo permasalahan utama yang ditemukan adalah metode pemasaran yang masih konvensional. Sehingga solusi terkait permasalahan pemasaran yang dapat dilakukan adalah dengan merubah metode pemasaran. Selama ini KTH Rukun Maju Sejahtera

Puspo masih menggunakan metode pemasaran konvensional yakni pemasaran dari mulut ke mulut. Sehingga dengan adanya kegiatan pengabdian ini, mahasiswa KKN UPN Veteran Jawa Timur akan mendampingi KTH Rukun Maju Sejahtera Puspo untuk beralih ke metode pemasaran yang lebih modern yakni dengan memanfaatkan teknologi dan sosial media. Selain itu mahasiswa KKN UPN Veteran Jawa Timur juga memberikan pembinaan terkait pentingnya kepuasan pelanggan. Pengenalan materi terkait kepuasan pelanggan ini dianggap penting untuk menyempurnakan proses pemasaran. Penyampaian materi kepuasan pelanggan juga dipertimbangkan karena keluhan petani kopi di Desa Puspo yang merasa kurang melakukan interaksi dengan pelanggan.

Berdasarkan solusi permasalahan yang sudah kami jabarkan diatas, memberikan peranan penting dalam menggali potensi dan membantu dalam meningkatkan pemasaran dan kepuasan pelanggan agar dapat memperluas target pasar dan dikenal oleh seluruh masyarakat tidak hanya di Desa Puspo, Kabupaten Pasuruan saja. Setiap solusi yang telah dijelaskan sesuai dengan permasalahan yang ada dan tujuan yang ingin dicapai bersama. Hasil yang diharapkan dari kegiatan KKN pengabdian masyarakat ini adalah :

1. Terwujudnya perubahan metode pemasaran kopi KTH Rukun Maju Sejahtera Puspo : KTH Rukun Maju Sejahtera Puspo sudah harus mengikuti perkembangan zaman dengan berani melakukan perubahan metode pemasaran. Perubahan metode pemasaran yang dilakukan diharapkan dapat memperkuat dan memperluas saluran pemasaran produk kopi di Desa Puspo. Terwujudnya saluran pemasaran yang baik akan lebih mempermudah produk kopi Desa Puspo dikenal banyak masyarakat luas dan memiliki ciri khas tersendiri.
2. Terwujudnya Interaksi dengan Konsumen dan Kepuasan Pelanggan : Interaksi dengan pelanggan dan kepuasan pelanggan merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan pemasaran produk. Survey kepuasan pelanggan, diharapkan petani tidak lagi kehilangan pelanggan yang membeli kopi. Survey kepuasan pelanggan juga membuat pelanggan yang membeli kopi akan merasa lebih diperhatikan keinginannya. Dengan memperkuat saluran pemasaran akan mempermudah kegiatan jual beli produk tersebut dan meningkatkan peminat. Dengan demikian, produk kopi Desa Puspo akan lebih berkembang dan dikenal banyak masyarakat luas.

## DISKUSI



Hasil diskusi kegiatan pengabdian masyarakat membuahkan hasil perubahan metode pemasaran yang digunakan dan tambahan ilmu terkait kepuasan pelanggan. Menurut Bertha (2006) metode pemasaran secara modern (menggunakan internet) hampir sama dengan metode pemasaran tradisional, meliputi penciptaan, perebutan, dan mempertahankan nilai dari pelanggan. Meski memiliki kesamaan dengan metode tradisional, metode pemasaran modern mempengaruhi keputusan dan pengembangan dalam strategi pemasaran lebih cepat. Hal inilah yang mendasari pemberian solusi perubahan metode pemasaran produk kopi pada KTH Rukun Maju Sejahtera Puspo.

Sedangkan untuk kepuasan pelanggan, Menurut Maharani dan Ekawati (2019) menerangkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif pada loyalitas pelanggan. Loyalitas sangat penting dalam keberlangsungan pemasaran karena jika pelanggan puas, maka konsumen akan loyal pada produk yang ditawarkan, dan penjual dapat memperoleh keuntungan. Hal ini dapat menjadi landasan bagi KTH Rukun Maju Sejahtera untuk mulai melaksanakan survey kepuasan pelanggan. Selain untuk memikat konsumen, survey kepuasan pelanggan juga penting untuk melengkapi metode pemasaran yang dijalankan.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa sebagai bentuk bagian dari “Tri Dharma Perguruan Tinggi”. Kegiatan pengabdian masyarakat bertujuan untuk mengimplementasikan teori yang telah dipelajari untuk diterapkan kepada masyarakat melalui program kerja. Selain itu, dalam kegiatan ini mahasiswa juga dapat membantu permasalahan yang ada di masyarakat seperti permasalahan pemasaran produk kopi yang terjadi pada KTH Rukun Maju Sejahtera Puspo di Desa Puspo Kabupaten Pasuruan. Besar

harapan kelompok kami kepada seluruh anggota Kelompok Tani Hutan Rukun Maju Sejahtera Puspo untuk berkontribusi dalam kegiatan pengabdian masyarakat dan mampu menerapkan ilmu yang diperoleh serta melakukan perubahan pada metode pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan kopi di Desa Puspo. Kami berharap seluruh output luaran dapat terlaksana dan bermanfaat bagi seluruh pihak yang terkait baik pihak aparat desa, kelompok tani, masyarakat, maupun bagi mahasiswa.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Terima kasih diucapkan kepada Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur, Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Pasuruan, UPN Veteran Jawa Timur, Kelompok Tani Hutan Rukun Maju Sejahtera, Mentor pembimbing lapang, Dosen Pembimbing, rekan mahasiswa yang turut membantu pelaksanaan kegiatan dan segenap masyarakat Desa Puspo Kabupaten Pasuruan yang sudah mau menerima Mahasiswa KKN UPN Veteran Jawa Timur dengan sangat baik dan mau memberikan kesempatan pada mahasiswa untuk belajar dan berkembang. Semoga ilmu yang didapat dapat bermanfaat baik bagi mahasiswa maupun masyarakat Desa Puspo.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Aulia, D., & Hidayat, R. (2022). Upaya Peningkatan Volume Penjualan melalui Optimalisasi Kualitas Produk dan Saluran Distribusi. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 665–671.
- Bertha, O. ., & Sutejo, S. (2006). Internet Marketing : Konsep dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran. In *Jurnal Manajemen* (Vol. 6, Issue 1).
- Herlina, E., Stai, R., Khalidiyah, A., & Kalimantan, S. (2022). *Bentuk Dan Sifat Sifat Pengabdian Masyarakat yang Diterapkan oleh Perguruan Tinggi*. 2(3), 122–130.
- Maharani, N. L. P. A. P., & Ekawati, N. W. (2019). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Clothing Online Melalui Instagram. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(9), 5672.
- Renita, D., Adil Putra Jaya, B., Ariq Marzuqi, M., Sholehudin, M., Ar Rosyid, W., Almaska Zahra, K., & Puspa Arum, D. (2022). OPTIMALISASI STRATEGI PEMASARAN MELALUI DIGITAL MARKETING PADA PRODUK STIK SAYUR KWT SAWUNGGALING. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 2, Issue 3). [https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya\\_jpm/index](https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index)
- Sharma, D., & Mata Vaishno, S. (n.d.). Special Issue 3, 2021 1 Academy of Marketing Studies Journal. In *Academy of Marketing Studies Journal* (Vol. 25, Issue S3).
- Statistik Perkebunan Unggulan Nasional. 2020-2022. (2021). Jakarta: Kementerian Pertanian. Retrieved from <https://ditjenbun.pertanian.go.id/template/uploads/2021/04/BUKU-STATISTIKPERKEBUNAN-2019-2021-OK.pdf>