

BRANDING DESA SEMPADIAN SEBAGAI PENGHASIL KOPI UNTUK MENDUKUNG DIVERSIFIKASI PRODUK UNGGULAN DESA

Lang Jagat ¹⁾, Ellys Mei Sundari ²⁾

¹⁾Jurusan Manajemen Informasi, Politeknik Negeri Sambas

²⁾Jurusan Teknik Mesin, Politeknik Negeri Sambas

Email : jagatlang@gmail.com

Abstrak

Kopi merupakan komoditas ekspor penting bagi Indonesia yang mampu menyumbang devisa yang cukup besar. Dari beberapa daerah penghasil kopi di Kalimantan Barat, Kabupaten Sambas merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Kalimantan Barat yang memiliki area perkebunan kopi terluas ke-2 dengan jenis Kopi liberika (*coffea liberica*). Saat ini kopi liberika Sambas belum terkenal seperti beberapa penghasil kopi yang saat ini beredar di pasaran, sehingga perlu dirumuskan beberapa strategi upaya pengenalan desa (*village branding*) dengan mengangkat berbagai keunggulan desa yang memiliki areal dan tanaman kopi, sehingga desa berusaha untuk membangun “*branding*” desa sebagai adopsi dari model *city branding*, atau *country branding*. Dengan adanya *village branding* membuat suatu desa menjadi lebih memiliki keunggulan yang berbeda, memiliki kekhasan dan keunikan dengan identitas yang kuat. Desa yang menjadi target kegiatan pengabdian untuk *branding* sebagai penghasil kopi adalah Desa Sempadian, karena beberapa petani yang telah mengelola kebun kopi dengan baik, dan telah membentuk kelompok tani kopi liberika serta memiliki kelompok masyarakat/UKM yang mengolah kopi. Tahun 2019 kopi sempadian ikut berpartisipasi dalam kegiatan festival kopi Nusantara yang dilakukan oleh Kementerian Desa di Kepulauan Nias Sumatera. Metode kegiatan dalam kegiatan ini adalah penentuan model *branding*, pemilihan *channel branding* berupa sosial media, *youtube* dan media massa, serta pembuatan kaos *branding* kopi Sambas. Selain itu untuk mendukung program juga dilakukan pelatihan dan pembinaan petani dan pemberian bibit kopi liberika kepada masyarakat yang belum menanam. Kegiatan pengabdian ini dapat membantu *branding* kopi lokal Sambas sehingga kopi liberika Sambas bisa dikenal, meningkatkan harga dan permintaan pasar yang besar sehingga kopi liberika Sambas bisa menjadi salah satu produk unggulan kopi Nasional.

Kata kunci : Branding, komoditas desa, liberika sambas, peningkatan harga

A. PENDAHULUAN

Desa Sempadian merupakan desa yang kaya akan produksi hasil pertanian buah seperti kelapa, jeruk, pisang, dan kopi, selain itu desa ini juga terkenal dengan hasil padi dan karet. Hampir setiap keluarga memiliki kebun sendiri, dan memiliki tanaman kopi di sela tanaman kelapa dan karet. Desa Sempadian termasuk kategori dataran rendah, sehingga banyak tanaman kopi yang ditanam. Jenis kopi liberika (*coffea liberica*) merupakan jenis kopi yang di tanam sebagai tanaman tumpang sari di kebun kelapa. Penampilan fisik, kesesuaian *agroekologi* (iklim dan ketinggian tempat), sifat kimia, pengolahan dan penyajian berpengaruh terhadap citarasa jenis kopi ini. Intensitas cahaya mempengaruhi citarasa dan kadar kafein kopi. Intensitas cahaya sedang akan menghasilkan citarasa yang optimal, sedangkan intensitas cahaya tinggi mengakibatkan kadar kafein menjadi semakin tinggi.

Kopi liberika yang ditanam di Desa Sempadian belum banyak dikenal padahal memiliki potensi-potensi lokal sebagai potensi agrobisnis dan kedepannya bisa diangkat menjadi lokasi agrowisata, sehingga layak untuk dipromosikan. Saat ini Promosi yang telah dilakukan tentang kopi Sempadian masih belum banyak hingga saat ini melalui masih pada media sosial dan belum dikemas baik. Segala sesuatu harus memiliki identitas yang jelas dan konsisten agar dapat terus diingat dan menimbulkan rasa percaya. Dalam kegiatan pengabdian ini Desa Sempadian menjadi objek utama perancangan komoditas *branding*. Promosi yang telah dilakukan selama ini hanya berupa *website*, dimana *web* tersebut sudah jarang *ter-update*.

Pada kenyataannya, rencana pengembangan tersebut tidak sejalan dengan fakta di lapangan dimana Desa Sempadian dan Kabupaten Sambas masih belum banyak dikenal sebagai desa penghasil kopi. Oleh karena itu, untuk menyelaraskan hal tersebut, dibutuhkan upaya pengenalan Desa Sempadian sebagai kawasan dengan produk unggulan kopi melalui *branding*. Diharapkan kedepannya langkah ini dapat membantu meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Sempadian, dalam pengolahan agrobisnis kopi yang berkelanjutan dari tahun ke tahun.

Perancangan komoditas dan produk *branding* sebagai identitas untuk memperkenalkan potensi agribisnis kopi Desa Sempadian ini diharapkan dapat mendukung promosi yang telah dilakukan sebelumnya. Meningkatnya promosi Desa Sempadian ini diharapkan pula akan meningkatkan awareness mengenai Desa Sempadian di benak masyarakat sebagai calon pembeli kopi. Komoditas dan produk *branding* dilakukan dengan membuat slogan, logo promosi dan beberapa bentuk promosi lainnya yang mendukung.

Mitra kegiatan pengabdian adalah Kelompok Tani Sepakat Desa Sempadian. Berdasarkan hasil survai di lapangan, Kelompok Tani Sepakat beranggotakan warga setempat yang memiliki lahan kopi maupun yang tidak memiliki lahan kopi. Selain Kelompok Tani yang mengelola dan perawatan tanaman kopi, ada pula kelompok ibu-ibu PKK yang memproduksi kopi bubuk dari kopi Sempadian.

B. METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada Kelompok Tani pengolah kopi Sambas, yaitu Gapoktan Sepakat, dari Desa Sempadian Kecamatan Tekarang. Kegiatan ini dimulai pada bulan April 2020. Metode pelaksanaan pengabdian ini merupakan kolaborasi dari tiga pihak yang bekerjasama untuk membantu menyelesaikan permasalahan desa mitra.

Kegiatan ini berlangsung selama 8 bulan yaitu dari bulan April 2020 sampai dengan November 2020. Tahapan kegiatan meliputi sosialisasi kegiatan, pemberian bantuan bibit kopi liberika, pendampingan teknik terkait budidaya tanaman kopi, pembuatan media promosi untuk *branding* kopi di Desa Sempadian, dan pembuatan film dokumenter kopi liberika Sempadian-Sambas. Secara diagram rangkaian kegiatan ini diperlihatkan pada Gambar 1.

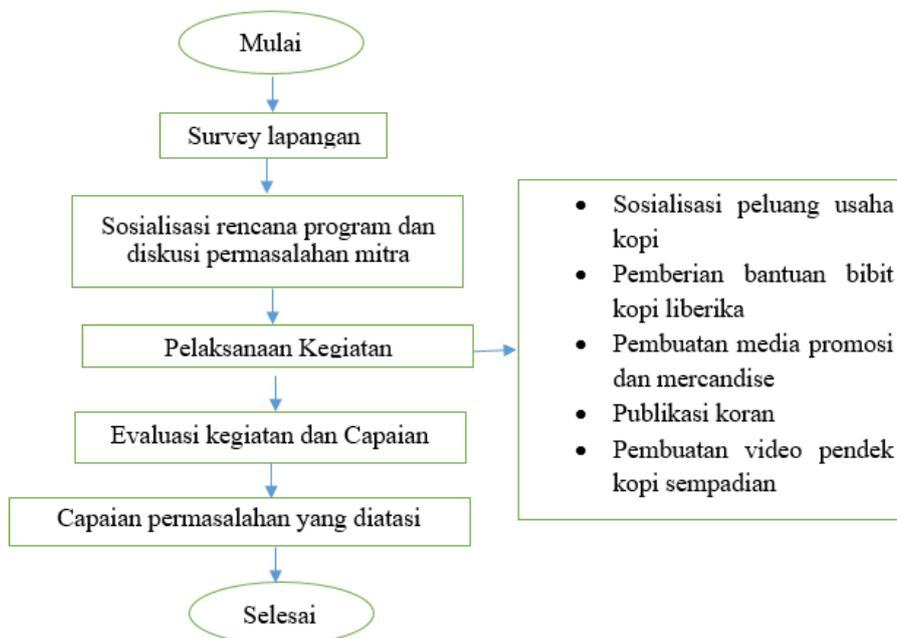
Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu sebagai berikut :

1. Persiapan dan survey lapangan

Pada tahapan ini dilakukan identifikasi dan verifikasi permasalahan berdasarkan urutan tahapan-tahapan prioritas yang akan di selesaikan. Pada tahapan ini akan disusun jadwal pelaksanaan dan tahapan-tahapan pelatihan yang akan diberikan.

2. Penyiapan bibit kopi untuk penanaman baru

3. Pelatihan perawatan tanaman dan teknik budidaya kopi
 Pada pelatihan ini, mitra akan di jelaskan mengenai perawatan bibit, pemeliharaan tanaman.
4. Pembuatan media promosi untuk *branding*
 Peserta akan dilatih manajemen pemasaran dasar dan pemasaran menggunakan teknologi informasi
5. Evaluasi
 Evaluasi dilakukan dalam rangka melihat dampak dari pelaksanaan pengabdian yang dilakukan dan efektifitas pengetahuan yang diberikan kepada mitra.



Gambar 1. Diagram alir pelaksanaan kegiatan pengabdian



Gambar 2. Survey lokasi kebun kopi masyarakat di Desa Sempadian

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilakukan di Desa Sempadian adalah sebagai berikut :

1. Sosialisasi Peluang Usaha dan Pelatihan Teknik Budidaya Kopi.

Kegiatan sosialisasi peluang usaha kopi dilakukan dalam pemaparan berupa seminar kecil yang dilakukan kepada masyarakat petani kopi terkait peluang pasar dan permintaan pasar terhadap komoditas kopi. Terkait komoditas kopi yang dikembangkan di Desa Sempadian adalah kopi jenis liberika yang merupakan jenis kopi yang sudah familiar di tanam masyarakat akan tetapi belum dilirik luas dikarenakan kendala pengolahan serta belum mengetahui potensinya.



Gambar 3. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan usaha kopi

2. Pemberian Bantuan Bibit Kopi Liberika

Saat ini kondisi perkebunan kopi masyarakat yang ada di Desa Sempadian tidak semua produktif, hal ini terjadi karena kondisi tanaman yang telah berusia cukup tua. Ukuran pohon sudah sangat besar, dengan ketinggian mencapai 6 meter sehingga menyulitkan dalam perawatan dan proses panen. Hal ini terjadi karena model perawatan tanaman yang tidak menerapkan model perawatan intensif dan model pemangkasan. Pada kegiatan ini dilakukan sosialisasi model perawatan tanaman yang telah tua dan penanaman kembali pohon baru. Pemberian dan penanaman bibit baru dilakukan tim pengabdian kepada kelompok Tani sebagai mitra.

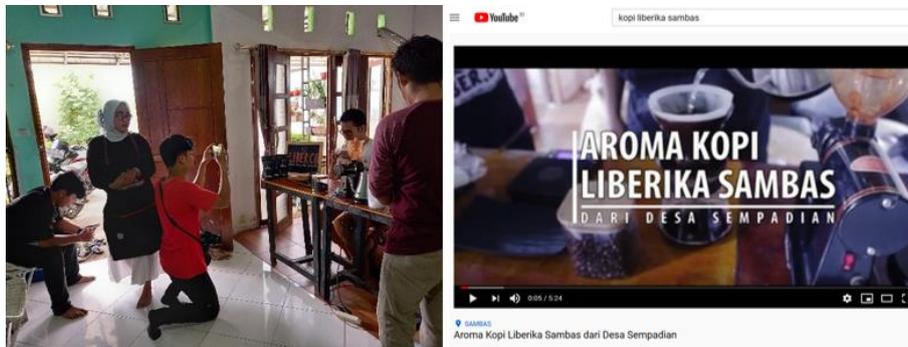


Gambar 4. Kegiatan penyerahan bibit kopi ke mitra

3. Film Dokumenter Kopi Liberika Sempadian-Sambas

Salah satu model *branding* yang dilakukan oleh tim pelaksana pengabdian adalah dengan membuat film dokumenter tentang kopi liberika Sambas yang ada di Desa

Sempadian. Video ini kemudian unggah ke akun *youtube* sehingga bisa di tonton oleh masyarakat. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan *awerness* masyarakat dan membangun citra positif kopi Sambas.



Gambar 5. Salah satu *scene* dalam video dan hasil video *branding* kopi di *youtube*

4. Pembuatan T-shirt sebagai Media Promosi

Bentuk lain kegiatan ini adalah membuat desain dan kaos tentang kopi Sambas yang diberikan kepada mitra kelompok tani dan beberapa orang yang dinilai mampu mempromosikan kopi sambas.



Gambar 6. Desain kaos *branding* kopi Sambas

D. SIMPULAN

Berdasarkan hasil yang telah dicapai dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dapat dibuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kegiatan yang dilakukan berupa sosialisasi peluang usaha kopi dan teknologi pengolahan kopi mampu meningkatkan animo masyarakat untuk melakukan penanaman kopi baru dan melakukan perawatan terhadap kopi yang telah ada.
2. Pemberian bantuan bibit yang dilakukan tim pelaksana disambut baik oleh mitra, dan langsung dilakukan kegiatan penanaman bibit tersebut pada lahan mitra yang tersedia.
3. Video singkat yang dibuat oleh tim dan telah dipublikasikan melalui akun *youtube* dan telah diakses oleh berbagai kalangan.

E. DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan memberikan dampak kepada masyarakat di Desa Sempadian yaitu mampu mengangkat harga dan permintaan yang besar terhadap

komoditas kopi khususnya jenis liberika, sehingga kopi liberika Sambas bisa menjadi salah satu unggulan kopi Nasional.

F. PUSTAKA

Ade Wachjar, Ani Kurniawati, Adiwirman, 2011, Ibm Kelompok Tani Hutan Kopi, Desa Warga Jaya, Kecamatan Sukamakmur, Kabupaten Bogo, Jawa Barat, Prosiding Seminar hasil-hasil Penelitian IPB.

Anna Widiastuti, Miftah Arifin dan Khairul Anam, 2016, IbM Kelompok Usaha Pengolahan Kopi di DamarWulan, The 3rd University research Colloquium 2016, ISSN 2407-9189 .

Cartenius Jaya Wijaya, Deddi Duto, Merry Sylvia, Perancangan Destinasi Branding Desa Wisata Bermi Kabupaten Probolinggo.

Indra Topik Maulana, 2018, Penerapan Iptek bagi Masyarakat (IbM) di Desa Sukalaksana, Semarang Garut melalui Pemanfaatan Sumberdaya Alam dalam Mewujudkan Berdirinya UKM Center Saung Cibural, Jurnal Pengabdian Masyarakat, Charity, Volume 1, No. 9