



## Pengaruh Sosialisasi, Edukasi, dan Strategi Pemasaran Produk Kopi Terhadap Loyalitas Konsumen

### *The Effect of Socialization, Education, and Marketing Strategy of Coffee Products on Consumer Loyalty*

Laurent Regina Anjani<sup>1</sup>, Muhammad Azriel Yahya<sup>2</sup>, Rizcha Oktanza Fabiyola<sup>3</sup>, Livia Marcella Devani<sup>4</sup>, Ummu Nadhiroh Islamiah<sup>5</sup>, Dona Wahyuning Laily<sup>6\*</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

\*Email Korespondensi: [miaummu1906@gmail.com](mailto:miaummu1906@gmail.com)

#### Article History:

Received: 30 Mei 2023

Revised: 30 Juni 2023

Accepted: 10 Juli 2023

**Keywords:** *Socialization, Education, Marketing Strategy, Consumer Loyalty*

**Abstract:** *Extension activities to determine the effect of socialization, education, and marketing strategies for coffee products on consumer loyalty in the framework of community service activities carried out in Puspo Village, Pasuruan Regency with the aim of helping the Rukun Sejahtera Puspo Forest Farmer Group in overcoming the problems of marketing coffee products and consumer loyalty in purchasing coffee products. Efforts that can be made in helping the Rukun Sejahtera Puspo Forest Farmer Group is to find an optimal marketing strategy to increase sales of coffee products in Puspo Village. Solutions that can be offered related to marketing strategies are by changing conventional marketing methods to more modern marketing methods, rebranding Puspo coffee products, issuing business identification numbers for Puspo farmers, conducting product promotions, and paying attention to customer satisfaction to determine how customer loyalty and the efficiency of marketing methods that have been applied.*

**Abstrak.** Kegiatan penyuluhan untuk mengetahui pengaruh sosialisasi, edukasi, dan strategi pemasaran produk kopi terhadap loyalitas konsumen dalam rangka kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Puspo Kabupaten Pasuruan bertujuan untuk membantu Kelompok Tani Hutan Rukun Sejahtera Puspo dalam mengatasi permasalahan pemasaran produk kopi dan loyalitas konsumen dalam pembelian produk kopi Puspo. Upaya yang dapat dilakukan dalam membantu KTH Rukun Sejahtera Puspo adalah dengan menemukan strategi pemasaran yang optimal guna meningkatkan penjualan produk kopi di Desa Puspo. Solusi yang dapat ditawarkan terkait strategi pemasaran adalah dengan mengubah metode pemasaran konvensional ke metode pemasaran yang lebih modern, melakukan *rebranding* produk kopi Puspo, menerbitkan nomer induk berusaha bagi petani kopi Puspo, melakukan promosi produk, serta memperhatikan kepuasan konsumen guna mengetahui seberapa loyalitas konsumen dan efisiensi metode pemasaran yang telah diterapkan.

**Kata Kunci:** Sosialisasi, Edukasi, Strategi Pemasaran, Loyalitas Konsumen

## **PENDAHULUAN**

Kelompok tani hutan merupakan sekumpulan petani yang melakukan pengelolaan usaha di bidang kehutanan. Pengelolaan usaha di bidang kehutanan baik untuk hasil hutan berupa kayu, hasil hutan non kayu, dan jasa lingkungan. Dalam menjalankan sebuah bisnis, tingkat persaingan yang tinggi mendesak pelaku usaha untuk terus menjalankan bisnisnya secara efektif dan efisien. Banyak hal yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha untuk terus memikat hati konsumen agar menarik minat untuk membeli produknya. Untuk memenuhi tujuan tersebut, salah satu hal yang perlu dipertimbangkan oleh pelaku usaha adalah proses pemasaran. Proses pemasaran menentukan seberapa besar minat beli konsumen akan produk dan berapa lama konsumen akan loyal pada kualitas produk yang dijual. Melalui kelompok tani, pemasaran produk akan lebih mudah dilakukan, kelompok tani dapat menjadi wadah untuk bekerjasama dan mengembangkan usaha tani secara bersama sama

Kelompok Tani Rukun Maju Sejahtera Puspo merupakan kelompok tani hutan yang ada di Desa Puspo Kabupaten Pasuruan. Produk unggulan KTH Rukun Maju Sejahtera Puspo adalah produk kopi. Kopi yang diolah adalah kopi yang ditanam di kaki gunung, sehingga proses pemasaran produk kopi dinilai cukup sulit untuk menjangkau pasar besar. Alasan tersebut menjadi pondasi permasalahan pemasaran produk kopi di Desa Puspo, kelayakan konsumen menjadi rintangan tersendiri bagi petani kopi di Desa Puspo untuk memasarkan produknya. Permasalahan tersebut menjadi fokus dalam program pemberdayaan masyarakat, yaitu pengaruh sosialisasi, edukasi, dan strategi pemasaran produk kopi terhadap loyalitas konsumen di Desa 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 merupakan salah satu produk unggulan di Desa Puspo yang paling banyak di budidayakan. Sampai saat ini pemasaran produk kopi Puspo belum dapat dilakukan secara optimal. Permasalahan pemasaran kopi menjadi permasalahan utama yang harus dilewati untuk dapat meningkatkan kesejahteraan petani kopi di Desa Puspo, diperlukan manajemen pemasaran yang optimal. Pengembangan produk kopi Puspo dapat menjadi potensi yang membantu perekonomian petani kopi di Desa Puspo. Dalam pengembangan potensi ini tentu diperlukan adanya bantuan kontribusi dari berbagai pihak salah satunya adalah civitas akademika. Dalam hal ini Mahasiswa KKN-MBKM UPN Veteran Jawa Timur

akan melakukan pendampingan untuk menemukan solusi dari permasalahan pemasaran di Desa Puspo berbekal pada produk kopi yang dimiliki Kelompok Tani Hutan Rukun Maju Sejahtera Puspo melalui program pengabdian masyarakat. Target tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah mahasiswa bersama KTH Rukun Maju Sejahtera dapat menemukan metode pemasaran produk kopi yang efektif dan efisien, strategi pemasaran produk kopi, pentingnya loyalitas konsumen dalam pemasaran produk kopi, untuk meningkatkan volume penjualan kopi di Desa Puspo.

## **METODE**

Kegiatan ini dilakukan selama empat bulan, dimulai pada tanggal 13 Februari – 31 Mei 2023 yang bertempat di Desa Puspo, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan. Metode dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi ini menggunakan metode ceramah, dan diskusi. Adapun sasaran pada program pengabdian masyarakat melalui metode penyuluhan ini adalah masyarakat para pelaku UMKM kopi di desa puspo kabupaten Pasuruan. Adapun tahapan yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan yaitu:

1. Tahap persiapan. Pada tahapan ini dimaksudkan untuk mengetahui setiap permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM Kopi di desa puspo. Selanjutnya melakukan persiapan untuk penyuluhan dengan menyusun materi yang akan dipaparkan sesuai dengan permasalahan yang ada. Kemudian dilanjut dengan penentuan jadwal untuk mengadakan pertemuan dengan petani untuk membahas materi yang telah dipersiapkan
2. Tahap pelaksanaan. Tahap ini dilakukan dengan cara penyuluhan didalamnya akan berisi penyampaian materi dan diskusi bersama dengan para petani terkait permasalahan yang dihadapi.

## **HASIL**

### **A. Identifikasi Permasalahan Petani Kopi Kelompok Tani Hutan Rukun Maju Sejahtera**

Petani Kopi Kelompok Tani Hutan (KTH) Rukun Maju Sejahtera di Desa Puspo menghadapi beberapa permasalahan terkait *branding*, *digital marketing*, Nomor Induk Berusaha (NIB), strategi promosi, dan tingkat kepuasan konsumen. Pada bagian *branding*, para Petani Kopi mungkin mengalami kesulitan dalam membangun merek yang kuat dan

memperkenalkan identitas unik kopi mereka. Selanjutnya, pada bagian *digital marketing*, petani kopi mungkin belum memanfaatkan secara optimal *platform digital* untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitas produk mereka. Permasalahan Nomor Induk Berusaha (NIB) dibutuhkan dalam menjalin kerjasama dengan mitra bisnis yang memerlukan legalitas usaha. Selain itu, strategi promosi mereka juga mungkin perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk kopi mereka. Penting bagi petani kopi untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen melalui umpan balik, survei, atau komunikasi langsung untuk memahami sejauh mana kepuasan konsumen terhadap produk mereka dan memperbaiki aspek-aspek yang perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, Mahasiswa Agribisnis MBKM Magang Mandiri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur mengadakan kegiatan penyuluhan materi agribisnis yang dilaksanakan pada tanggal 13 Februari – 31 Mei 2023 yang bertempat di Desa Puspo, Kabupaten Pasuruan.

## **B. Pengaruh Sosialisasi Terhadap Loyalitas Konsumen**

Pembelajaran untuk menjadi anggota masyarakat dan menjadi makhluk sosial adalah proses yang disebut sosialisasi. Menjadi makhluk sosial adalah pengalaman seumur hidup yang dicapai melalui interaksi dengan orang lain dan berpartisipasi dalam rutinitas sehari-hari dalam kehidupan budaya. (Mujiburrahmad, Baihaqi dan Manyamsari 2020). Sosialisasi akan suatu produk pertanian kepada konsumen memiliki fungsi sebagai sarana bagi konsumen untuk mengenal dan menyesuaikan diri terhadap produk yang ditawarkan oleh Kelompok Tani Hutan (KTH) Rukun Maju Sejahtera. Pengaruh sosialisasi berdampak positif terhadap loyalitas konsumen sebab dengan adanya informasi terkait produk yang dijual oleh Kelompok Tani Hutan (KTH) Rukun Maju Sejahtera akan menarik minat konsumen dalam melakukan transaksi pembelian. Hal ini diakibatkan timbulnya rasa kepercayaan dari konsumen akan informasi yang diberikan oleh Kelompok Tani Hutan (KTH) Rukun Maju Sejahtera terkait produk pertaniannya.

## **C. Pengaruh Edukasi Petani Kopi Terhadap Loyalitas Konsumen UMKM Kopi di Desa Puspo**

Edukasi adalah menyampaikan informasi, pengetahuan, dan keterampilan untuk mempengaruhi perilaku individu atau kelompok (Hermawan et al., 2021). Loyalitas konsumen adalah kesetiaan dan konsistensi dalam memilih serta membeli produk atau jasa dari suatu merek atau perusahaan (Rasmikayati et al., 2020). Pengaruh edukasi yang diberikan kepada Petani Kopi Kelompok Tani Hutan (KTH) Rukun Maju Sejahtera terhadap loyalitas konsumen

UMKM kopi di Desa Puspo dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam menghasilkan kopi berkualitas tinggi melalui pembelajaran dari *Focus Group Discussion* (FGD). FGD tersebut dapat memberikan pengetahuan tentang praktik terbaik dalam budidaya, pemrosesan, dan pengolahan kopi. Dengan peningkatan pengetahuan dan keterampilan ini, petani kopi dapat menghasilkan kopi berkualitas tinggi yang memenuhi harapan konsumen. Konsumen akan merasa puas dengan produk tersebut dan terikat secara emosional dengan merek UMKM kopi tersebut. Akibatnya, loyalitas konsumen dalam membeli dan merekomendasikan produk kopi dari Desa Puspo dapat meningkat.

#### **D. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen**

Dalam mencapai hasil yang optimal, strategi pemasaran merupakan rencana pemasaran yang terarah. Setiap langkah dalam pembuatan strategi pemasaran harus difokuskan pada kepuasan pelanggan (Mardiana dan Kasim 2016). Strategi pemasaran merupakan suatu konsep agar konsumen dapat mengenal dan membeli produk yang dijual oleh pelaku usaha. Oleh sebab itu, Kelompok Tani Hutan (KTH) Rukun Maju Sejahtera wajib mengetahui bagaimana tindakan pemasaran yang tepat dalam mempengaruhi permintaan konsumen terhadap produk pertanian yang ditawarkan. Tindakan tersebut meliputi modifikasi promosi yang digunakan dalam penjualan produk, merancang promosi khusus seperti kontrak pembelian atau potongan harga, menentukan saluran pendistribusian produk sampai ke tangan konsumen, dan sebagainya. Hal ini apabila dilakukan dengan baik akan menimbulkan kepuasan konsumen dalam melakukan transaksi pembelian produk pertanian di Kelompok Tani Hutan (KTH) Rukun Maju Sejahtera sehingga konsumen akan membeli secara berulang tanpa mempertimbangkan apa pun serta merekomendasikan produk tersebut ke orang lain.

#### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai pemberdayaan terhadap pelaku UMKM di Desa Puspo maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Proses sosialisasi terhadap pelaku UMKM Kopi di Desa Puspo berdasarkan identifikasi yang telah dilakukan dimana pelaku UMKM Kopi di Desa Puspo tidak memiliki kesadaran lebih akan pentingnya permasalahan terkait *branding*, *digital marketing*, Nomor Induk Berusaha (NIB), strategi promosi, dan tingkat kepuasan konsumen.
2. Sosialisasi produk terhadap konsumen memiliki pengaruh terhadap loyalitas

konsumen Kelompok Tani Hutan (KTH) Rukun Maju Sejahtera ketika akan melakukan transaksi. Hal ini diakibatkan adanya rasa percaya yang timbul dari konsumen akan informasi yang diberikan kepada konsumen.

3. Edukasi kepada petani mengenai praktik terbaik dalam budidaya, pemrosesan, dan pengolahan kopi yang dilakukan secara *Focus Group Discussion* (FGD) memiliki pengaruh terhadap pengetahuan dan wawasan bagi para pelaku UMKM Kopi di Desa Puspo.
4. Strategi pemasaran yang baik bagi Kelompok Tani Hutan (KTH) meliputi modifikasi promosi yang digunakan dalam penjualan produk, merancang promosi khusus, menentukan saluran pendistribusian produk. Hal tersebut akan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

## PENGAKUAN

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 MBKM 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

- Hermawan, D. C., Dhamayanthi, W., & Ambarkahi, R. P. Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Tenaga Kerja PTPN X (PERSERO) Kebun Kertosari Jember. *Jurnal Manajemen Agribisnis Dan Agroindustri*, 1(1), 9–17. <https://doi.org/10.25047/jmaa.v1i1.3>
- Mardiana, Andi, and Nur Ain Kasim. "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Butik Busana Muslim Anisa Kota Gorontalo." *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, no. 2 (2016): 133-148.
- Mujiburrahmad, Akhmad Baihaqi, and Ira Manyamsari. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Penyuluh Pertanian Terhadap Kepuasan Petani Dalam Pengembangan Usaha Tani Di Kabupaten Pidie." *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 2020: 89-98.

Rasmikayati, E., Deaniera, A. N., Supyandi, D., Sukayat, Y., & Saefudin, B. R. (2020). Analisis Perilaku Konsumen: Pola Pembelian Kopi Serta Preferensi, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Kedai Kopi. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(2), 969. <https://doi.org/10.25157/ma.v6i2.3629>