

Pengelolaan Diversifikasi Usaha Berbasis Kopi di Desa Nanggerang Kecamatan Sukasari Kabupaten Sumedang

Management of Coffee-Based Business Diversification in Nanggerang Village, Sukasari Sub-District, Sumedang District

Hasni Arief^{1,a}, Lilis Nurlina¹

¹Dept. Sosial Ekonomi Pembangunan Peternakan, Fapet Unpad, Jatinangor – Sumedang

^aemail: hasni.arief@unpad.ac.id

Abstrak

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk mentransfer pengetahuan mengenai pengelolaan usaha dengan multi output (diversifikasi produk) dan penerapan teknologi guna menghasilkan output lebih dari satu jenis berbasis kopi. Dengan begitu, maka manfaat yang dapat diperoleh oleh khalayak sasaran, yaitu peningkatan pendapatan petani kopi melalui penerimaan dari berbagai jenis output/usaha yang dihasilkan/dikelola, dan keberlanjutan usahatani kopi melalui pemanfaatan seluruh bagian tanaman kopi menjadi lahan usaha (tambahan pendapatan) sehingga memungkinkan “zero waste”. Kegiatan PPM Integratif – KKN Tematik Kewirausahaan ini dilaksanakan selama 4 bulan dengan metode *Participatory Rural Appraisal* yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian. Metode tersebut merupakan proses kolaborasi antara Tim Pelaksana Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Unpad dan khalayak sasaran (petani dan pengusaha kopi) dengan tujuan untuk mengintegrasikan pengetahuan praktis yang dimiliki oleh khalayak sasaran dengan teknologi yang akan diterapkan. Metode ini bersifat kontraktual, konsultatif, dan *collegiate* (saling memperkuat). Hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha/bisnis penjualan *cookies* dan parfum kopi sangat menjanjikan sebagai sumber pendapatan tambahan guna meningkatkan kesejahteraan para petani kopi. Selain sebagai sumber pendapatan tambahan, pengembangan usaha tersebut berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha perkebunan kopi rakyat di Desa Nanggerang dan lingkungan karena seluruh bagian tanaman kopi termamfaatkan menjadi suatu produk yang bernilai ekonomi (parfum kopi) “zero waste”.

Kata Kunci: diversifikasi produk, pendapatan, keberlanjutan usaha, parfum kopi, kukis

Abstract

The purpose of this service activity is to transfer knowledge about business management with multiple outputs (business diversification) and the application of technology to produce more than one coffee-based output. That way, the benefits that can be obtained by the target audience, namely increasing the income of coffee farmers through receipts from various types of outputs/businesses that are produced/managed, and the sustainability of coffee farming through the use of all parts of the coffee plant into business land. (additional income) thus enabling “zero waste”. This Integrative PPM activity - Entrepreneurship Thematic KKN was carried out for 4 months with the Participatory Rural Appraisal method used in the implementation of service activities. This method is a collaborative process between the Unpad Community Service Implementation Team and the target audience (coffee farmers and entrepreneurs) with the aim of integrating the practical knowledge possessed by the target audience with the technology to be applied. This method is contractual, consultative, and collegiate (mutually reinforcing). The results of this service activity showed that the business development of selling cookies and coffee perfume very promising as an additional source of income to improve the welfare of coffee farmers. Apart from being a source of additional income, the development of this business contributes to the sustainability of the smallholder coffee plantation business in Nanggerang Village and the environment because all parts of the coffee plant were utilized to become a product of economic value (coffee perfume) “zero waste”.

Keywords: product diversification, income, business sustainability, coffee perfume, cookies

Pendahuluan

Desa Nanggerang, Kecamatan Sukasari Sumedang merupakan salah satu desa yang berada di kaki Gunung Manglayang. Kondisi ini menjadikan desa ini sebagai salah satu sentra pertanian tanaman kopi di Sumedang. Atas kondisi tersebut, wilayah ini terkenal sebagai penghasil kopi terbaik di Kabupaten Sumedang. Jenis kopi yang dikembangkan di wilayah ini adalah jenis kopi Arabica. Usaha rakyat berbasis kopi di wilayah ini belum dikembangkan secara maksimal. Penjualan kopi baru sebatas gabah kopi dan olahan kopi berupa bubuk kopi. Pemasaran gabah kopi sepenuhnya masih bergantung pada tengkulak yang berasal dari Pangalengan dengan durasi waktu kedatangan 3 hari sekali. Adapun harga jual gabah kopi tersebut sebesar Rp800/kg; sementara biji kopi yang dijual oleh para petani, diantaranya Bapak Ipung, merupakan biji kopi pilihan, yaitu biji kopi tunggal yang dikenal dengan sebutan *Lanang*, yang memiliki nilai jual yang relatif tinggi. Pemasaran olahan kopi berupa bubuk kopi untuk menjadi minuman baru sebatas pada pemesanan dari orang-orang di sekitar dan atau yang mengenal pemilik usaha tersebut. Olahan kopi berupa bubuk kopi diperoleh dari proses *green beans* dan *roast beans*. Pelaku pemasaran dari output usaha tani kopi berupa gabah kopi dan bubuk kopi adalah personal yang berbeda. Hal ini mengindikasikan tidak adanya daya kreativitas dan inovasi, yang mana sejatinya tanaman kopi dapat menghasilkan lebih dari 2 output yang dapat dijadikan cabang usaha guna memperoleh tambahan pendapatan (diversifikasi produk/usaha).

Diversifikasi produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan volume penjualan yang pada akhirnya berimplikasi terhadap pendapatan suatu usaha. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Khamidi, dkk. (2013). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa diversifikasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan, sehingga disarankan untuk selalu menambah jenis produk baru untuk meningkatkan volume penjualan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008), diversifikasi merupakan strategi pertumbuhan perusahaan dengan cara memulai bisnis baru atau membeli perusahaan lain di luar produk dan pasar perusahaan sekarang. Pendapat lain diungkapkan oleh Effendi (1996), mengartikan diversifikasi produk

sebagai suatu strategi yang dilakukan oleh perusahaan dengan melakukan pengembangan produk melalui penambahan jenis produk dengan tipe, model, dan ukuran yang beragam dengan harapan meningkatkan laba secara maksimal. Suatu usaha yang melakukan diversifikasi pada output usahanya akan memperlihatkan keuntungan yang lebih besar dan pertumbuhan usaha yang lebih cepat dibandingkan dengan suatu usaha yang menjalankan spesialisasi pada output usahanya. Dengan diversifikasi produk, suatu perusahaan tidak akan bergantung pada satu jenis produknya saja, tetapi perusahaan juga dapat mengandalkan jenis produk lainnya (produk diversifikasi), karena jika salah satu jenis produknya tengah mengalami penurunan, maka akan dapat teratasi dengan produk jenis lainnya.

Cravens (1996) menyatakan bahwa keberhasilan diversifikasi sangat berhubungan dengan daya tarik industri (pasar), biaya masuk pasar yang menguntungkan, dan peluang untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Hasil penelitian Harianto (2016) dapat diketahui bahwa kebijakan diversifikasi produk bukanlah satu-satunya kebijakan yang menghantarkan kesuksesan perusahaan, masih terdapat kebijakan-kebijakan lain yang mendukung keberhasilan seperti pengembangan produk dan analisa pasar, yang kesemuanya ini tidak terlepas dari strategi diversifikasi produk itu sendiri. Tjiptono (2007), strategi diversifikasi produk adalah suatu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas.

Atas kondisi di atas, maka Tim Pengabdian kepada Masyarakat tertarik untuk melakukan kegiatan guna mentransfer pengetahuan dan teknologi berupa Pelatihan Pengelolaan Diversifikasi Usaha/Diversifikasi Produk. Tujuan dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk mentransfer pengetahuan mengenai pengelolaan usaha dengan multi output (diversifikasi usaha) dan penerapan teknologi guna menghasilkan output lebih dari satu jenis berbasis kopi.

Adapun manfaat yang dapat diperoleh oleh khalayak sasaran dari adanya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan pendapatan petani kopi melalui penerimaan dari berbagai jenis output/usaha yang dihasilkan/dikelola;
2. Keberlanjutan usahatani kopi melalui pemanfaatan seluruh bagian tanaman kopi menjadi lahan usaha (tambahan pendapatan) sehingga memungkinkan “zero waste”

Materi dan Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian dilakukan di Balai Desa Nanggerang, 9 Februari 2020 jam 13.00 – 15.00 WIB. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian didasarkan kepada *participatory rural appraosal*. Metode ini merupakan proses kolaborasi antara Tim Pelaksana Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Unpad dan khalayak sasaran, yang terdiri dari pihak: BUMDES 1 orang, Kelompok Tani Hutan (KTH)/Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) bersinergi dengan wanita tani/ibu PKK sebanyak 28 orang

dan pengusaha kopi sebanyak 1 orang; dengan tujuan untuk mengintegrasikan pengetahuan praktis yang dimiliki oleh khalayak sasaran dengan teknologi yang akan diterapkan. Metode ini bersifat kontraktual, konsultatif, dan *collegiate* (saling memperkuat) dengan prosedur pelaksanaannya sebagai berikut:

- a. Sosialisasi kegiatan:
Sosialisasi kegiatan dilakukan dengan tujuan untuk menyampaikan informasi mengenai pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dan diseminasi Model Diversifikasi Produk melalui FGD (*Focus Group Discussion*) yang diikuti oleh khalayak sasaran.
- b. Pelatihan:
Materi pelatihan terdiri atas: pelatihan pengembangan produk (variasi produk: *cookies* dan parfum kopi) dan pengelolaan bisnis (*digital marketing* dan *cafe* kopi)
- c. Inkubasi:
Kegiatan ini terdiri atas monitoring, pendampingan, dan evaluasi.

Tabel 1. Indikator keberhasilan kegiatan:

No.	Indikator	Base Line (sebelum kegiatan)	Pencapaian (setelah kegiatan)
1.	Pengetahuan tentang teknik pembuatan <i>cookies</i> dan parfum kopi dan pengembangan usahanya/bisnisnya	XX*)	XX
2.	Minat/tertarik menghadiri kegiatan sosialisasi kegiatan dari khalayak sasaran	XX	XX
3.	Keikutsertaan dan antusiasme khalayak sasaran dalam kegiatan pelatihan	XX	XX
4.	Keikutsertaan khalayak sasaran dalam pengembangan usaha/bisnis produk <i>cookies</i> dan parfum kopi	XX	XX

Keterangan: *) simbol N/A

Hasil dan Pembahasan

Desa Nanggerang merupakan salah satu wilayah penghasil kopi di Kabupaten Sumedang dengan kualitas yang baik. Potensi bisnis dari tanaman kopi relatif besar, namun di wilayah ini hasil panen tanaman kopi ini hanya dijual dalam bentuk bubuk untuk nantinya menjadi produk minuman saja. Atas dasar kondisi tersebut, Tim PPM Unpad menyadari akan pentingnya transfer pengetahuan mengenai pemanfaatan kopi untuk makanan/kue ringan berupa *cookies* dan parfum kopi guna menambah pendapatan

petani kopi (diversifikasi produk). Pengembangan kue kering “*cookies*” akan sangat membantu keluarga petani kopi yang hanya menggantungkan pembiayaan kehidupan keluarga melalui penjualan kopi dalam bentuk buah “*chery*” maupun bubuk kopi. Hal ini beralasan karena “*slack section*” yang relatif panjang pada tanaman perkebunan, termasuk kopi, memungkinkan untuk melakukan aktivitas ekonomi lainnya, diantaranya berjualan panganan yang bergizi dengan bahan baku yang ada di sekitaran petani kopi.

Cookies merupakan jenis kue kering yang memiliki rasa yang manis, renyah, tipis, datar, dan biasanya berukuran kecil (Fajriarningsih, 2013). *Cookies* merupakan kue kering yang berbentuk kecil, memiliki rasa manis, tekstur yang kurang padat dan renyah. Selain itu, *cookies* biasanya terbuat dari tepung terigu, gula dan telur dengan ciri khas memiliki kandungan gula dan lemak yang tinggi serta kadar air rendah (kurang dari 5%), sehingga bertekstur renyah apabila dikemas (Hastuti, 2012., dan Brown, 2000., dalam Rosida dkk., 2020). Jenis panganan ini sangat diminati masyarakat terutama anak-anak, karena harganya terjangkau, rasanya enak, dan bergizi. Kondisi ini menunjukkan usaha pengembangan produk ini bisa sangat menguntungkan. Selain *cookies*, Tim PPM bersama Mahasiswa KKN memberikan pengetahuan pembuatan parfum kopi sebagai salah bentuk diversifikasi produk juga dengan memanfaatkan biji kopi yang “BS”(biji kopi sisa yang tidak layak untuk dijual), dengan begitu biaya produksi lebih murah sehingga dapat berkompetisi di pasaran parfum ketika

dikembangkan menjadi suatu usaha/bisnis (akan sangat menguntungkan). Pengetahuan ini diberikan dengan tujuan para petani kopi mendapatkan tambahan pendapatan melalui pemanfaatan limbah tanaman kopi (biji kopi BS) yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi, mengingat perkembangan industri parfum belakangan ini cukup meningkat pesat.

Informasi di atas kami sampaikan saat mahasiswa KKN melaksanakan lokakarya dan sosialisasi kegiatan PPM. Penyampaian perihal kegiatan PPM berupa pelatihan pembuatan *cookies* dan parfum kopi menjadi suatu hal yang menarik dan pengetahuan baru bagi khalayak sasaran. Ketertarikan khalayak sasaran terhadap kegiatan PPM ini ditunjukkan melalui antusiasme mengikuti kegiatan tersebut, meskipun dari pihak LMDH dan KTH relatif sedikit yang mengikuti kegiatan PPM berhubung adanya kegiatan “kehutanan” pada waktu yang bersamaan. Meskipun demikian, kegiatan PPM berjalan dengan lancar dan berhasil. Berikut hasil penilaian atas keberhasilan dari pelaksanaan kegiatan PPM yang dihimpun melalui *pre-test* dan *post*:

Tabel.2 Capaian Pelaksanaan Kegiatan PPM

No.	Indikator	Base Line (sebelum kegiatan)	Pencapaian (setelah kegiatan)
1.	Pengetahuan tentang teknik pembuatan <i>cookies</i> dan parfum kopi dan pengembangan usahanya/bisnisnya	Tidak tahu: 100%	Tahu: 80%
2.	Minat/tertarik menghadiri kegiatan sosialisasi kegiatan dari khalayak sasaran	Tidak responsif: 100%	Responsif: 90%
3.	Keikutsertaan dan antusiasme khalayak sasaran dalam kegiatan pelatihan	Tidak ada: 100% (Tidak terlibat), tapi antusiasmenya tinggi	Ada: 100% dan antusiasme tetap tinggi
4.	Keikutsertaan khalayak sasaran dalam pengembangan usaha/bisnis produk <i>cookies</i> dan parfum kopi	Tidak perlu (partisipasi individu)	Perlu: a. kerjasama seluruh lapisan masyarakat, khususnya petani kopi dan Tim PKK: 80% b. kerjasama dengan BUMDES: 20%

Khalayak sasaran kelompok ibu-ibu PKK pada saat kegiatan pelatihan secara teknis tidak mengalami masalah dalam pembuatan *cookies* dan parfum kopi karena telah terbiasa menggunakan alat-alat rumah tangga, terlebih lagi untuk pembuatan parfum kopi terlebih

dahulu dilakukan fermentasi seperti pembuatan tape singkong atau beras, merupakan aktivitas yang sudah sering dilakukan oleh ibu-ibu. Namun, secara ilmiah kegunaan, komposisi, dan manfaat dari setiap bahan yang digunakan tidak seluruhnya diketahui sehingga pemateri

menjelaskan secara detil mengenai hal tersebut. Kemudahan dalam memperoleh bahan-bahan pembuatan *cookies* dan parfum kopi menjadi pertanyaan berikutnya dari peserta karena peserta membutuhkan kepastian dalam ketersediaan input produksi, yang mana hal ini terkait dengan keberlanjutan usaha itu sendiri. Kemasan dan ukuran per kemasan menjadi bahan diskusi lain yang sangat menarik dimana efisiensi dapat diperoleh dengan dukungan teknologi. Kendala yang dihadapi selain ketersediaan beberapa bahan pembuatan dan kemasan produk *cookies* dan parfum kopi, yaitu dukungan dari departemen kesehatan

yang sulit diperoleh apabila penjualan dalam skala kecil dengan target pasar lokal. Perihal ini didiskusikan dengan pihak BUMDES guna menumbuhkembangkan bisnis lokal sebagai sumber ekonomi wilayah (Desa Nanggerang).

Peserta pelatihan berniat untuk mengembangkan usaha ini lebih profesional dengan dukungan dari BUMDES, sehingga mereka perlu mendapatkan pengetahuan pengelolaan bisnis, diantaranya menentukan harga jual produk dan mengatur kapasitas produksi. Berikut perhitungan secara ekonomi terkait dengan penjualan *cookies* dan parfum kopi:

1. Pembuatan *cookies*

a. Biaya bahan baku langsung

Bahan yang Digunakan	Jumlah Bahan yang Dibeli (gram)	Harga/satuan (Rp)	Takaran Produksi (30 <i>cookies</i>) (gram)	Biaya Produksi (30 <i>cookies</i>) (Rp)	Biaya Produksi per <i>cookies</i> (Rp)
Terigu	1000	9.200	120	1.104	37
Mentega	500	9.000	60	1.080	36
Gula halus	250	5.000	65	1.300	43
Kopi	250	17.500	14	980	33
Telur	1 butir	1.500	1 butir	1.500	50
Bubuk coklat	30	2.000	15	1.000	33
Total a				6.964	232

b. Biaya tenaga kerja langsung

Jenis Pekerjaan	Jumlah Tenaga Kerja (orang)	Upah/hari (Rp)	Produksi/hari (unit)	Tarif/produksi (Rp)
Produksi	1	40.000	10	4.000

c. Biaya *Overhead*

Bahan yang Digunakan	Satuan Beli	Harga (Rp)	Biaya Produksi (30 <i>cookies</i>)
Perisa	60 ml	6.000	100
Garam	250 gr	2.000	80
Kemasan	1 pc	1.100	3.300
Sticker	1 pc	400	1.200
Choco chip	100 gr	6.000	1.800
Total c.1			6.400

Jenis Beban	Periode (bulan)	Total Biaya (Rp)	Biaya per Produksi (Rp)	Jumlah <i>cookies</i> /bulan (buah)	Biaya per <i>cookies</i> (Rp)
Listrik	1	50.000	250	6000	8,33
Penyusutan mesin	1	17.583	87,9		2,93
Total c.2		67.583	337,9		11,26 ≈ 11,3
Total c					6.738

d. Biaya penyusutan

Peralatan/Mesin	Harga Beli (Rp)	Umur Ekonomis (tahun)	Biaya Penyusutan/ Tahun (Rp)	Biaya Penyusutan/ Bulan (Rp)
Oven	1.000.000	10	100.000	8.333
Grinder	180.000	5	36.000	3.000
Mixer	200.000	4	50.000	4.167
Timbangan	100.000	4	25.000	2.083
			Total	17.583

Penggunaan biaya secara keseluruhan:

Biaya Produksi per 30 cookies (1 produksi)	
Biaya bahan baku langsung	Rp6.964
Biaya tenaga kerja langsung	Rp4.000
Biaya <i>overhead</i>	Rp6.738
Total biaya produksi	Rp17.702

Berdasarkan perhitungan di atas terlihat bahwa biaya produksi untuk 30 buah cookies (1 kali produksi) sebesar Rp Rp17.702 atau sebesar Rp590 per buah. Jika dalam 1 bungkus kemasan berisi 10 buah cookies, maka biaya produksi sebesar Rp5.930. Berdasarkan besaran biaya produksi tersebut, maka harga jual per bungkus cookies agar memperoleh keuntungan berkisar dari Rp8.500-10.000, atau lebih besar dari kisaran tersebut sesuai keinginan pelaku usaha. Namun, perlu diperhatikan strategi menembus pasar bagi pelaku usaha pemula agar usaha dapat berjalan dan harapan pengembangan

usaha ini sebagai sumber pendapatan tambahan dapat terealisasi. Oleh karena itu, sebaiknya pelaku usaha menetapkan harga jual mengikuti harga pasar untuk cookies (pada umumnya/yang telah stabil), yaitu sebesar Rp8.500. Dengan harga jual tersebut, maka pelaku usaha sudah dapat memperoleh keuntungan sebesar Rp1.560.000, dan jika pelaku usaha menetapkan harga jual sebesar Rp10.000, maka keuntungan yang dapat diperoleh per bulan yaitu sebesar Rp2.460.000; dengan kapasitas produksi 600 bungkus (6000 buah cookies).

2. Pembuatan parfum kopi

Parfum kopi dengan bibit parfum

a. Biaya bahan baku langsung

Bahan yang Digunakan	Jumlah Bahan yang Dibeli	Harga/ satuan (Rp)	Takaran per batch (60 bungkus)	Biaya Produksi (60 bungkus) (Rp)	Biaya Produksi per bungkus (Rp)
Kopi	1000 gr	70.000	900 gr	63.000	1.050
Ragi	1 keping	2.000	½ keping	1.000	16,67
Bibit parfum	35 ml	40.000	5 ml	5.714	95,24
			Total a	69.714	1.162

b. Biaya bahan baku penolong

Bahan yang Digunakan	Satuan Beli	Harga (Rp)	Biaya Produksi (60 bungkus) (Rp)	Biaya per bungkus (Rp)
Kemasan	60 buah	60.000	60.000	1.000
Tali	30 m	18.000	18.000	300
Plastik	100 buah	8.000	4.800	80
Kertas	10 lbr	6.000	6.000	100
Print	1 lbr	500	5.000	83,33
			Total b	1.563

Penggunaan biaya secara keseluruhan:	
Biaya Produksi per batch (60 bungkus)	
Biaya bahan baku langsung	Rp69.714
Biaya <i>overhead</i>	Rp93.800
Total biaya produksi	Rp163.514

Parfum kopi tanpa bibit parfum

a. Biaya bahan baku langsung					
Bahan yang Digunakan	Jumlah Bahan yang Dibeli	Harga/satuan (Rp)	Takaran per batch (60 bungkus)	Biaya Produksi (60 bungkus) (Rp)	Biaya Produksi per bungkus (Rp)
Kopi	1000 gr	70.000	900 gr	63.000	1.050
Ragi	1 keping	2.000	½ keping	1.000	16,67
Total a				64.000	1.067

b. Biaya bahan baku penolong				
Bahan yang Digunakan	Satuan Beli	Harga (Rp)	Biaya Produksi (60 bungkus) (Rp)	Biaya per bungkus (Rp)
Kemasan	60 buah	60.000	60.000	1.000
Tali	30 m	18.000	18.000	300
Plastik	100 buah	8.000	4.800	80
Kertas	10 lbr	6.000	6.000	100
Print	1 lbr	500	5.000	83,33
Total b			93.800	1.563

Penggunaan biaya secara keseluruhan:	
Biaya Produksi per batch (60 bungkus)	
Biaya bahan baku langsung	Rp64.000
Biaya <i>overhead</i>	Rp93.800
Total biaya produksi	Rp157.800

Hasil perhitungan komponen-komponen biaya pembuatan parfum kopi diperoleh nilai sebesar Rp163.514 untuk memproduksi 60 bungkus parfum dengan bibit parfum dan tanpa bibit parfum sebesar Rp157.800. Harga jual dapat ditetapkan oleh pelaku usaha sesuai keinginannya. Berdasarkan perhitungan jika pelaku usaha menetapkan harga jual sebesar Rp7.000, maka keuntungan yang dapat diperoleh sebesar Rp4.275 per bungkus atau sebesar Rp256.485,71 per produksi (60 bungkus) untuk parfum kopi dengan bibit parfum, dan untuk parfum kopi tanpa bibit parfum diperoleh keuntungan sebesar Rp4.370 per bungkus atau sebesar Rp262.200 per produksi (60 bungkus).

Ibu-ibu PKK semakin tertarik untuk mengembangkan usaha/bisnis *cookies* dan parfum kopi, terlebih lagi pihak BUMDES ikut mendukung untuk pengembangan usaha tersebut karena mereka juga menyaksikan jalannya kegiatan pelatihan sampai pada

perhitungan nilai ekonomi dari usaha tersebut. Oleh karena itu, program lanjutan berikutnya adalah mengenai manajemen pemasaran. Hal ini sangat penting karena tidak ada produk yang sempuvariabel rna apabila tidak ada yang terjual, artinya manfaat dari pembuatan produk dapat dicerna baik oleh produsen dan terbentuk loyalitas konsumen yang mumpuni guna peningkatan volume penjualan. Sebagaimana hasil penelitian Bupi Aldiva dan Endang (2019) menunjukkan bahwa secara parsial variabel diversifikasi produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UD. Klindocare Duri dan semakin baik diversifikasi produk yang diterapkan oleh UD. Klindocare Duri maka akan berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas pelanggan.

Kesimpulan

Transfer pengetahuan mengenai pengelolaan usaha dengan multi output

(diversifikasi usaha/diversifikasi produk) dilakukan melalui pelatihan pengembangan produk dan pengelolaan bisnis dengan mengintegrasikan pengetahuan praktis yang dimiliki oleh khalayak sasaran dengan teknologi yang akan diterapkan (teknologi pangan dan fermentasi) berdampak pada peningkatan pengetahuan khalayak sasaran bahwa dengan adanya sentuhan teknologi akan berdampak pada peningkatan nilai tambah dari suatu output/produk. Dengan begitu, khalayak sasaran memperoleh manfaat sebagai berikut:

- a. Pengembangan usaha/bisnis penjualan *cookies* dan parfum kopi sangat menjanjikan sebagai sumber pendapatan tambahan guna meningkatkan kesejahteraan para petani kopi;
- b. Selain sebagai sumber pendapatan tambahan, pengembangan usaha tersebut berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha perkebunan kopi rakyat di Desa Nanggerang dan lingkungan karena seluruh bagian tanaman kopi termanfaatkan menjadi suatu produk yang bernilai ekonomi (parfum kopi) “zero waste”.

Ucapan Terima Kasih

- a. Direktorat Riset, Pengabdian pada Masyarakat, dan Inovasi Universitas Padjadjaran, yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan pengabdian ini melalui Hibah PPM Integratif - KKN Tematik Kewirausahaan T.A. 2020;
- b. Perangkat Desa Nanggerang, yang telah bersedia menerima Tim Pengabdian dan Mahasiswa Unpad guna melakukan kegiatan pengabdian yang terintegrasi ke dalam kegiatan KKN Tematik Kewirausahaan; dan
- c. Mahasiswa KKN Tematik Kewirausahaan, yang telah membantu kelancaran kegiatan pengabdian dan bersama-sama melakukan analisis ekonomi produk yang dihasilkan dari memanfaatkan bagian lain dari tanaman kopi.

Daftar Pustaka

- Brown, A. 2000. *Understanding Food: Principles and Preparation*. Wadsworth Inc., Belmont.
- Bupi Aldiva, M. Taufiq., Endang Sutrisna. 2019. Pengaruh Inovasi Produk dan Diversifikasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada UD. Klindocare Duri. *JOM FISIP*. Vol. 6(1).
- David W. Cravens; 1996. *Pemasaran strategis, Edisi 4*. Jakarta: Erlangga,
- Dedin Finatsiyatull Rosida, Nindya Aulia Putri, Maghfiroh Oktafiani. 2020. Karakteristik *Cookies* Tepung Kimpul Termodifikasi (*Xanthosoma sagittifolium*) dengan Penambahan Tapioka. *Jurnal Agointek*. Vol 14(1):45-56.
- Effendi, R. 1996. *Marketing Manajemnt*. Malang: IKIP Malang.
- Fajiaringsih, H. 2013. *Pengaruh Penggunaan Komposit Tepung Kentang (*Solanum tuberosum L*) terhadap Kualitas Cookies*. Skripsi. Fakultas Teknik. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Hariato, Kukuh. 2016. Pengaruh Diversifikasi Produk terhadap Volume Penjualan Batik Tulis Aulya. *JMK*. VOL. 1(3): 266 – 274.
- Hastuti, A. Y. 2012. *Aneka Cookies Paling Favorit, Populer, Istimewa - Cetakan Pertama*. Jakarta: Dunia Kreasi.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Khamidi, Shofwan., Achmad Fauzi DH, dan Imam Suyadi. 2013. Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Penjualan (Studi Kasus Pada Perusahaan Konveksi “Faiza Bordir” Bangil Pasuruan). *Jurnal Elektronik* <http://media.neliti.com/publication> diakses tanggal 9 Agustus 2021.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Ofset.