

Pelatihan Diversifikasi Kopi Mangrove dan Digital Marketing di Desa Ayah, Kebumen

Hendrayana^{1*}, Tri Nur Cahyo¹, Isnaini Prihatiningsih¹, Tohap Simangunsong², Sesilia Rani Samudra³

¹Program Studi Ilmu Kelautan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Jenderal Soedirman

²Program Studi Akuakultur, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Jenderal Soedirman

³Program Studi Manajemen Sumberdaya Perairan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Jenderal Soedirman

*email: hendrayana@unsoed.ac.id

Artikel Histori:

Diterima: 26 November 2024

Direvisi: 30 November 2024

Dipublikasi: 29 April 2025

Kata kunci:

Digital Marketing, Kebumen, Kopi Mangrove, PKM, Rhizopora

Abstrak

Kopi mangrove merupakan produk olahan mangrove yang terdiri dari kopi dan buah mangrove. Produk ini memiliki prospek pasar yang baik meskipun dihadapkan pada kendala bentuk dan cita rasa lain dari kopi umum yang ada di pasaran. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan mitra melalui peningkatan kualitas dan pemasaran kopi mangrove. Kegiatan ini menggunakan metode eksperimental learning. Kegiatan dilakukan melalui tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dengan membuat kopi mangrove dan melaksanakan kegiatan pelatihan digital marketing, serta tahap pendampingan dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa dari faktor cita rasa terbaik dari kopi mangrove dihasilkan dari perbandingan mangrove dan kopi sebesar 50:50% sedangkan dari faktor ekonomi sebesar 60:40%. Pemasaran digital dapat berjalan maksimal jika kualitas produk yang dipasarkan baik dan unggul. Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan perlu adanya pelatihan pengemasan dan pengawetan produk untuk meningkatkan kualitas kopi mangrove. Kopi mangrove merupakan produk yang memiliki prospek ekonomi yang unggul sehingga optimalisasi pengolahan dan pengemasan dapat dilakukan untuk menjaga kualitas produk tersebut.

DOI: <https://doi.org/10.62521/41bey594>

PENDAHULUAN

Penanaman mangrove disekitar Pesisir Desa Ayah dilakukan masyarakat sebagai sabuk hijau untuk menghadapi bahaya tsunami. Penanaman mangrove dilakukan pada tahun 2008 oleh kelompok sadar lingkungan yang dinamakan Kelompok Tani Hutan (KTH) PANSELA. Penanaman dilakukan dengan melakukan penanaman seluas 5 ha yang sekarang berkembang menjadi 18,5 ha. Kegiatan penanaman terdiri jenis mangrove seperti *Rhizophora* sp. *Avicennia* sp. *Bruguiera* sp. *Nypa* sp. dan lainnya. Luas lahan mangrove yang semakin luas dikembangkan menjadi kawasan wisata seperti *tracking* mangrove serta kawasan wisata edukasi. Mangrove memiliki potensi ekonomis sebagai

wisata bahari, bahan makanan, minuman serta obat-obatan (Rosidah *et al.*, 2013). Pemanfaatan potensi mangrove pun semakin ditingkatkan oleh masyarakat setempat yaitu dengan memanfaatkan mangrove untuk minuman seperti kopi mangrove. Mangrove memiliki nilai ekonomis dengan mengolah buah mangrove menjadi kopi mangrove (Hasan, *et al.*, 2022).

Produk ini sudah mulai dikembangkan dan diproduksi dalam skala *Home industry*. Mangrove jenis *Rhizophora* sp. Dan *Sonneratia* sp. Merupakan jenis mangrove yang dapat digunakan untuk bahan baku kopi mangrove (Nusaibah *et al.*, 2022). Kopi mangrove dengan bahan dasar biji mangrove memiliki kandungan air sebesar 4,17% (Abubakar *et al.*, 2023). Kopi mangrove belum banyak diminati oleh masyarakat karena masyarakat umumnya menginginkan kopi dengan citarasa kopi asli, sehingga banyak menambahkan kopi ke dalam campuran kopi mangrove. Percampuran yang tidak tepat menyebabkan hilangnya cita rasa dan aroma khas kopi mangrove.

Mangrove jenis *Rhizophora* sp. digunakan sebagai bahan dasar pembuatan kopi mangrove. Produk olahan, khususnya kopi mangrove memiliki prospek baik di pasar. Hal ini dapat dilihat dengan keberadaan kopi mangrove yang dipasarkan secara online di media pemasaran online seperti Shopee dan tokopedia. Kopi mangrove yang dibuat oleh masyarakat saat ini dihadapkan pada kendala kualitas produk dan pemasaran sehingga belum laku di pasar. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan mitra melalui peningkatan kualitas dan pemasaran kopi mangrove.

METODE

Kegiatan pengabdian menerapkan konsep *eksperimental learning* yang menitik beratkan pada pengalaman langsung dan dapat merefleksikasi kegiatan tersebut (Irmayanti *et al.*, 2023). Model ini dilakukan dengan menerapkan sistem pendekatan praktis dari pengetahuan yang diterapkan dalam kehidupan nyata sehingga pembelajaran lebih relevan (Sutriana, 2019). Kegiatan ini dilakukan dengan rangkaian kegiatan terstruktur dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan. Rangkaian kegiatan dapat dibentuk dalam kegiatan sebagai berikut:

Kegiatan pendahuluan

Kegiatan pendahuluan dilakukan dengan menggunakan metode observasi. Pelaksanaan observasi yaitu melakukan wawancara kepada mitra mengenai potensi wilayah, kegiatan yang telah dilakukan, kendala atau hambatan kegiatan yang dihadapi

serta rencana dan target kegiatan yang diinginkan oleh mitra. Berdasarkan hasil observasi ini diperoleh simpulan dan kesepakatan kegiatan yang akan dilaksanakan bersama mitra seperti topik kegiatan, kesepakatan program yang akan dilaksanakan, kontribusi tim pelaksana dan mitra serta kesepakatan waktu kegiatan.

Kegiatan Pelaksanaan kegiatan

Persiapan pembuatan kopi mangrove

Kegiatan persiapan dilakukan dimulai dari pelatihan (1) pengambilan buah mangrove sebagai bahan kopi mangrove. Buah mangrove yang dipilih merupakan mangrove yang memiliki pangkal berwarna coklat tidak terlalu tua dan muda. Pada proses ini, kecambah atau batang buah mangrove ditanam sebagai bibit mangrove. (2) Pemotongan buah mangrove dengan membelah mangrove menjadi 2 untuk dipisahkan biji dengan kulit buah. Kopi mangrove dibuat dari kulit buah mangrove sedangkan biji tidak digunakan. Kulit buah dipotong dalam bentuk persegi untuk memudahkan proses sangrai. (3) Perendaman buah mangrove dilakukan dengan menggunakan air yang telah dicampur kapur sirih agar getah dan bau buah mangrove hilang. (4) Penjemuran dilakukan dengan langsung dibawah sinar matahari agar hasil merata. Proses penjemuran dilakukan 3-4 hari hingga kulit mangrove kering. Pembuatan kopi mangrove dilakukan dengan pemaparan proses pembuatan kopi mangrove yang dimulai dari proses sangrai buah mangrove yang telah dikeringkan, proses penghalusan, pengayakan dan pengemasan kopi mangrove (Abubakar *et al.*, 2023).

Pelatihan Pengemasan Kopi Mangrove

Pengemasan mangrove dilakukan dengan 2 metode yaitu menggunakan plastik atau kertas ziplock dan menggunakan sistem vacum. Pada pengemasan langsung dengan menggunakan plastik, kopi mangrove langsung dimasukkan ke dalam plastik. Kopi mangrove dengan pengemasan ini diarahkan pada penjualan ke masyarakat lokal. Sedangkan pengemasan menggunakan plastik atau kertas ziplock yang telah divakum ditujukan untuk pasar yang lebih jauh karena kopi mangrove lebih tahan lama. Pada pengemasan ini juga dilakukan kegiatan labeling agar kemasan kopi lebih menarik.

Pelatihan Pemasaran

Pelatihan pemasaran dilakukan dengan melakukan pelatihan pemasaran melalui sosial media seperti whatsapp dan facebook. Pelatihan difokuskan pada menyusun

konten produk dipromosikan melalui pelatihan cara mengambil foto dan video yang akan diunggah ke media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diskusi dan Persamaan Persepsi dengan kelompok

Kegiatan persamaan persepsi dan diskusi dengan mitra dilakukan untuk menyamakan persepsi tentang kendala dalam produksi dan pemasaran kopi mangrove. Kegiatan diskusi ini dilakukan oleh tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat bersama mitra (Gambar 1). Kegiatan sosialisasi dan penyamaan persepsi dilakukan melalui diskusi terbuka dengan masyarakat agar mitra dan pelaksanaan dan tujuan kegiatan (Hermawan, 2022). Hasil yang diperoleh merupakan rencana kegiatan yang dilaksanakan berdasarkan kesepakatan dengan kelompok yaitu pada pengolahan kopi mangrove dan pelatihan pemasaran secara online.

Pembuatan kopi mangrove

Kopi mangrove dibuat dari biji mangrove jenis *Rhizophora mucronata* merupakan jenis ini paling banyak ditemukan di wilayah ini. Biji yang telah diperoleh lalu akan diproses (1) pemilihan buah mangrove yang memiliki pangkal berwarna coklat tidak terlalu tua dan muda. Pada proses ini, kecambah atau batang buah mangrove ditanam sebagai bibit mangrove. (2) Pemotongan buah mangrove dengan membelah mangrove menjadi 2 untuk dipisahkan biji dengan kulit buah. Kopi mangrove dibuat dari kulit buah mangrove sedangkan biji tidak digunakan. Kulit buah dipotong dalam bentuk persegi untuk memudahkan proses sangrai. (3) Perendaman buah mangrove dilakukan dengan



Gambar 1. Persamaan Persepsi dengan Mitra



Gambar 2. Proses Pembuatan Kopi Mangrove

menggunakan air yang telah dicampur kapur sirih agar getah dan bau buah mangrove hilang. Penggunaan kapur sirih bertujuan untuk mengurangi kandungan tanin dalam buah mangrove (Astri *et al.*, 2024). (4) Penjemuran dilakukan dengan langsung dibawah sinar matahari agar hasil merata. Proses penjemuran dilakukan 3-4 hari hingga kulit mangrove kering.

Biji kopi yang sudah kering selanjutnya diproses sangrai hingga warnanya coklat merata. Dalam proses sangrai diharuskan kulit mangrove memiliki warna coklat yang merata. Setelah seluruh dipastikan semuanya berwarna coklat, lalu dihaluskan dan diayak yang menghasilkan bubuk kopi mangrove. Pada tahap akhir, kopi mangrove dikemas menggunakan plastik cup.

Kopi mangrove yang telah dibuat oleh KTH dilakukan perendaman selama 3-7 hari, yang menyebabkan kulit mangrove masih memiliki kandungan tanin tinggi. Untuk mengurangi tanin pada kopi mangrove perlu dilakukan perendaman lebih lama yaitu minimal 1-3 bulan dengan perendaman terbaik hingga 3 bulan. Dengan perendaman lebih lama, maka akan mengurangi jumlah takaran pada kopi. Takaran kopi mangrove menggunakan perbandingan 60:40 (kopi:campuran mangrove). Dengan sistem perendaman lebih lama akan menyebabkan perbandingan kopi dan mangrove 1:1 sehingga akan mengurangi biaya produksi yang disebabkan karena biaya modal kopi lebih rendah.



Gambar 3. Pengemasan Produk Kopi Mangrove

Pemasaran Kopi Mangrove

Pengemasan kopi mangrove dilakukan dengan tujuan untuk menjaga ketahanan kopi mangrove dan meningkatkan daya tarik kopi mangrove. Kopi mangrove yang dikemas dengan plastik memiliki ketahanan lebih rendah dibandingkan dengan pengemasan metode vakum. Metode vakum cocok digunakan untuk produk kering namun tidak cocok pada penggunaan produk basah seperti sayuran. Penggunaan vakum akan mengurangi kecepatan pertumbuhan bakteri (Dewi *et al.*, 2021). Penggunaan vakum pada pengemasan sayur membuat kandungan air pada sayur lebih tinggi akibat adanya proses respirasi yang terus dilakukan oleh selada meskipun sudah dipanen (Desmi *et al.*, 2023).

Pemasaran kopi dilakukan dengan menggunakan sistem promosi WhatsApp serta pada event daerah. Kopi mangrove juga diproduksi berdasarkan sistem pesanan. Pemasaran produk baiknya dilakukan dengan menggunakan strategi *online* dan *offline* (Krisnawati, 2018). Pemasaran melalui media sosial seperti facebook dan WhatsApp merupakan alternatif pemasaran digital yang terjangkau bagi masyarakat. Meskipun demikian kualitas produk yang dipasarkan hendaknya juga memiliki daya tarik bagi masyarakat.

Pemasaran online dilakukan kurang menarik karena saat ini kopi mangrove belum memiliki uji halal dan kesehatan produk serta belum memiliki PIRT. Promosi produk hendaknya memiliki unsur cocreation (sesuai dengan kebutuhan), communal

activation (mudah diperoleh), Price (sesuai dengan harga), dan Conversation (dapat ditanggapi langsung oleh konsumen) (Rokhmah dan Yahya, 2020).

KESIMPULAN

Cita rasa terbaik dari kopi mangrove dihasilkan dari perbandingan mangrove dan kopi sebesar 50:50% sedangkan dari faktor ekonomi sebesar 60:40%. Pemasaran digital dapat berjalan maksimal jika kualitas produk yang dipasarkan baik dan unggul. Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan perlu adanya pelatihan pengemasan dan pengawetan produk untuk meningkatkan kualitas kopi mangrove. Kopi mangrove merupakan produk yang memiliki prospek ekonomi yang unggul sehingga optimalisasi pengolahan dan pengemasan dapat dilakukan untuk menjaga kualitas produk tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada LPPM Unsoed sebagai pemberi hibah pengabdian melalui skema PKM Penerapan Ipteks, nomor kontrak 26.65/UN23.35.5/PT.01/II/2024. Terimakasih juga disampaikan kepada KTH Pansela selaku mitra dalam kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, S., Kadir, M.A., Subur, R., Rina., Fadel, A.H., Hadad.M.S.A., Wahidin, N., Susanto, A.N., Salim, F.D., Muksin, D. 2023. Pemanfaatan Buah Mangrove *Rhizophora apiculata* Sebagai Olahan Kopi Mangrove Dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Desa Maitara Utara Kecamatan Tidore Utara. *Jurnal pengabdian Magister pendidikan IPA*. 6(2): 368-377
- Agustono, Widodo, A.S. dan Paramita, W. 2010. Kandungan Protein Kasar Dan Serat Kasar Pada Daun Kangkung Air (*Ipomoea Aquatica*) Yang Difermentasi. *Jurnal Ilmiah Perikanan dan Kelautan*. 2 (1): 37-43
- Astri, R.N., Ramadhan, F., Ummatin, A.K., Fathurrahman. 2024. Pemanfaatan Mangrove *Rhizophora apiculata* Sebagai Produk Ekonomi Kopi Mangrove Dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Dusun Cemare Desa Lembar Selatan. *Jurnal Wicara Desa*. 1(5): 404-413
- Desmi, N.L., Nurmayulis., Eris, F.R., Kartina. 2023. Pengaruh Jenis Plastik dan Metode Pengemasan Terhadap Kualitas Selada Selama Penyimpanan. 12(2): 193-205
- Dewi, Y.A., Isamau, K.T., Suwarjoyowirayatno. 2021. Pengaruh Penggunaan Kemasan Vakum Dan Non Vakum Pada Penyimpanan Ikan Tembang (*Sardinella fimbriata*)

-
- Asap Yang Diproduksi Di Desa Lalimbue, Kecamatan Kapoiala, Kabupaten Konawe. *J. Fish Protech.* 4(2): 130-140.
- Food and Agriculture Organization (FAO). 2018. The state of world fisheries and aquaculture. FAO. Rome. 194 p.
- Hasan, W., Hatta, A.S., Winowoda, G.S.W., Pontoh, M.R.A., Pakaya, A.P.M., Nteso, F., Thalib, N., Djalilu, Y., Pakaya, Z., Ishak, R., Porogoi, R. 2022. Pemanfaatan Buah Mangrove Menjadi Kopi Mangrove di Kecamatan Anggrek Kabupaten Gorontalo Utara. 2(3): 801-806
- Hermawan, H. Penyamaan Persepsi, Penyusunan dan Realisasi Indeks Keterbukaan Informasi Publik di DKI Jakarta. *Jurnal Pustaka Dianmas.* 2(1) : 26-32
- Irmayanti., Nurjannah., Heriyanti, A., Mirna., Sari, F., 2023. Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Media Pembelajaran Berbasis Canva Education di MTs Nurul Izzah. *STEBIS IGM.* 4 (1) : 73-82
- Katiandagho, B. Analisis Fluktuasi Parameter Kualitas Air Terhadap Aktifitas Molting Kepiting Bakau (*Scylla sp.*). 2014. *agrikan.* 7 (2): 21-25
- Krisnawati. 2018. Peran Perkembangan Teknologi Digital pada Strategi Pemasaran dan Jalur Distribusi UMKM di Indonesia (Studi Kasus: UMKM Kuliner Tanpa Restaurant 'Kepiting Nyinyir'). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana.* 6 (1): 69-74.
- Nusaibah., Putri, C.M., Pangestika, W., Luthfiyana, N. 2022. Pemanfaatan Buah Bakau *Rhizophora sp.* Dan *Sonneratia sp.* Sebagai Bahan Baku Kopi Analog. 25(2): 185-201
- Rokhmah. B.E., dan Yahya, I. 2020. Tantangan, Kendala, Dan Kesiapan Pemasaran Online Umkm Di Desa Nglebak, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Sukoharjo. *Filantropi.* 1(1): 20-31.
- Sutriana, E. 2019. Deskripsi Penerapan Model Experiential Learning Dalam Pembelajaran Matematika Pada Siswa Kelas X SMA Negeri 13 Sinjai. *Mathematics Journal,* 1–11
- Widhajati, E., Minarni, E., Eldon, M. 2021. Pelatihan Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm di PLUT KUMKM Tulungagung. *Janita.* 1 (1): 45-52
- Yuliana, D., Noervadila, I., Astindari, T., Sahwari., Suparto, A.A. 2021. Pelatihan Pemanfaatan Internet Sebagai Media Promosi Online Dalam Kegiatan Online Shop (Olshop) Siswa-Siswi Ma Sarji Ar-Rasyid. *J-Abdi.* 1 (1): 11-20