

PKM *ECO-FOOD* PRODUK KOPI ORGANIK DI DESA BETENGE KECAMATAN MALLAWA, KABUPATEN MAROS

Irawati Razak¹⁾, Farchia Ulfiah²⁾, Sandryones Palinggi³⁾, Muh. Mimsyad⁴⁾, Sufiah Sri Muliawaty N.L⁵⁾, Azzahra Tatya Btari S.Kasim⁶⁾

^{1,2,3,4,5,6}Teknik Elektro, Politeknik Negeri Ujung Pandang, Jl. Perintis Kemerdekaan
KM10, Makassar, Kode Pos
E-mail: ira_razak@poliupg.ac.id

Abstrack

Abstract. The aim of PKM activities is to introduce general communities to eco-food organic coffee products so that they can know the ways/methods of producing eco-food-based coffee products for environmental sustainability. The method for PKM eco-food service activities for organic coffee products in Betenge Village, Mallawa District, Maros Regency uses data collection methods from technical guidance of coffee processing and software development methods using the modified waterfall. The result of the service activities is the Kopi Maros eco-food website of pongoroo.com a technology-based digital service for product promotion and marketing. The impact of using an eco-food website can generate significant profits for coffee producers through the number of products sold and the product's economic value increasing.


Keywords: *coffee, organic, product, website, eco-food*

Abstrak

Abstrak. Tujuan kegiatan PKM adalah mengenalkan masyarakat desa/umum mengenai eco-food produk kopi organik sehingga dapat mengetahui cara/metode menghasilkan produk kopi berbasis eco-food demi kelestarian lingkungan sekitarnya. Metode kegiatan pengabdian PKM *eco-food* produk kopi organik di Desa Betenge Kecamatan Mallawa, Kabupaten Maros menggunakan metode pengumpulan data dari hasil bimbingan teknis dan metode pengembangan perangkat lunak dengan metode *waterfall* yang dimodifikasi. Hasil kegiatan pengabdian adalah *website eco-food* Kopi Maros pongoroo.com sebagai salah satu layanan digital berbasis teknologi untuk promosi dan pemasaran produk. Dampak penggunaan *website eco-food* dapat menghasilkan keuntungan secara signifikan bagi produsen kopi melalui jumlah produk yang terjual dan nilai ekonomi produk yang bertambah.

Kata Kunci: *kopi, organik, produk, website, eco-food*

PENDAHULUAN

Mallawa (Lontara Bugis & Lontara Makassar: , transliterasi: Mallawa) adalah nama sebuah kecamatan yang berada di wilayah Kabupaten Maros, Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Ibu kota kecamatan ini berada di Ladange, Kelurahan Sabila dengan jarak 60 km dari Kota Turikale yang merupakan ibu kota dan pusat pemerintahan Kabupaten Maros. Kecamatan Mallawa kala itu dibentuk berdasarkan Peraturan Pemerintah RI Nomor 28 Tahun 1992 Pasal 6 dari hasil pemekaran wilayah Kecamatan Camba tertanggal 23 Mei

1992 dengan membawahi 6 desa, salah satunya adalah desa Betenge.

Keadaan Penduduk, Desa Bentenge berpenduduk 1.147 jiwa yang terdiri dari laki-laki 557 dan perempuan 590. Potensi Sumber Daya Alam sebagai gambaran umum Desa Bentenge, mempunyai luas wilayah kurang lebih 2.523,3 Ha separuh dari itu adalah hutan alam, kerapatan penduduk (minus lahan hutan) sebesar 4.6 Ha ini berarti 1 (satu) Kepala keluarga dapat memperoleh lahan seluas 4 ha untuk kebutuhan rumah dan ladang pertanian dengan asumsi lahan tersebut terdistribusi dengan merata, ditambah lagi dengan kondisi tanah yang subur dengan iklim yang baik. Hutan lindung dan cagar alam yang masih terjaga memberikan dampak positif bagi ketersediaan sumber daya air untuk irigasi dan air minum. Sumber daya hutan Desa sangat potensial karena kaya dengan hasil hutan non kayu seperti madu, anggrek, jamur, rotan dan pakis serta gula aren. Masyarakat Desa Bentenge juga mengembangkan usaha peternakan kuda dan sapi yang dimanfaatkan untuk membajak sawah dan alat angkut hasil pertanian seperti padi dan kacang tanah, selain memanfaatkan daging dan tenaga, ternak sapi mereka juga memanfaatkan kotorannya menjadi pupuk.

Banyak tanaman potensial dapat dikembangkan di Desa ini seperti : kemiri, kakao, kopi, cengkeh, rambutan, dan berbagai jenis tanaman sayuran, bahkan Desa ini sedang berupaya untuk menjadi Desa penghasil kopi terbesar di Kabupaten Maros (**Makassar, 2017**).

Kopi (*coffea sp*) merupakan suatu jenis tanaman tropis. Kopi juga merupakan minuman yang tidak mengandung alkohol dan memiliki kafein. Banyak manfaat yang didapatkan dari mengkonsumsi kopi, diantaranya kafein yang terkandung didalamnya dapat meningkatkan laju metabolisme tubuh. Bagi sebagian orang dengan rutinitas yang mengharuskan mereka untuk beraktivitas di malam hari, kopi bisa menjadi alternatif minuman yang baik karena kandungan kafein yang dimilikinya dapat mengatasi rasa kantuk. Kopi juga mempunyai sifat sebagai anti bakteri yang baik hingga memungkinkan untuk menyembuhkan berbagai masalah yang berkaitan dengan kesehatan (**Panggabean, 2011**). Kopi dikenal dua jenis, yaitu kopi Arabika dan kopi Robusta. Kadar kafein pada kopi robusta sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan kopi arabika. Di Indonesia kopi robusta yang paling banyak diproduksi yaitu mencapai 87,1% dari total produksi kopi di Indonesia. Di Indonesia, kopi diperdagangkan dalam bentuk kopi biji, kopi sangrai, kopi bubuk, kopi instan, dan bahan makanan lainnya

yang mengandung kopi (Aak, 1980).

Tiga jenis kopi andalan yang dibudidayakan petani kopi Bentenge Kecamatan Mallawa, Maros yakni robusta, arabika dan jember. Kopi Betenge Maros telah masuk dalam produk wisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Pemerintah Republik Indonesia. Kopi Betenge Maros telah diwadahi oleh beberapa UMKM dan perusahaan untuk memasarkan produk kopinya di ruang lingkup dalam negeri dan keluar negeri. Saat ini kelompok penyuluh kopi organik yang menangani para petani untuk menghasilkan kualitas kopi lebih baik dalam mengembangkan sistem *eco-food*. Kelompok ini berfokus ke produk organik kopi dengan menggunakan pupuk organik murni dan tata kelola tanam ekologis/pertanian-perkebunan ekologis.

Permasalahan yang timbul adalah mengoptimalkan produk wisata Kopi Betenge Maros di Desa Mallawa Kabupaten Maros sebagai salah satu dari produk organik (*eco-food*), dimana daya saing pariwisata daerah semakin meningkat seiring dengan peningkatan gaya hidup masyarakat. Pemasaran dengan gaya konvensional tidak lagi dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Luasnya jangkauan pemasaran serta kedinamisan lingkungan yang selalu berkembang cepat sebagai dampak arus globalisasi membuat peran internet menjadi sangat dibutuhkan saat ini .

Website menjadi salah satu layanan digital yang banyak digunakan untuk melakukan promosi dan pemasaran produk dari dan oleh pelaku bisnis. Pemanfaatan website termasuk ke dalam *commerce* yang melibatkan aktifitas bisnis menggunakan teknologi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah pengumpulan data mencakup observasi, wawancara, studi pustaka, serta metode pengembangan perangkat lunak dengan metode *waterfall* yang dimodifikasi (Rais et al., 2022).

Tahap metode observasi dan wawancara dilakukan melalui pengamatan secara langsung pada saat kegiatan bimbingan teknis petani kopi mengenai pemeliharaan, pengolahan dan produksi kopi. Proses bimbingan teknis berlangsung selama 6 (enam) bulan di Desa Wisata Betenge Kecamatan Mallawa Kabupaten Maros yang dibiayai oleh Pemerintah Kabupaten Maros.

Pendekatan studi kepustakaan menggunakan mesin pencarian Google Cendekia. Terdapat tiga frasa kunci yang digunakan yaitu “maros”, “eco-food” dan “kopi”. Kriteria inklusi literatur yang digunakan adalah artikel dalam jurnal yang terbit hingga tahun 2022 (Az-zahra et al., 2021).

Metode pengembangan perangkat lunak yang digunakan adalah analisis&persyaratan, validasi, desain, pengkodean, pengujian dan pendukung. Pada metode *waterfall* ditambahkan validasi persyaratan untuk memastikan rancangan yang dibuat sesuai dengan kebutuhan pengguna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

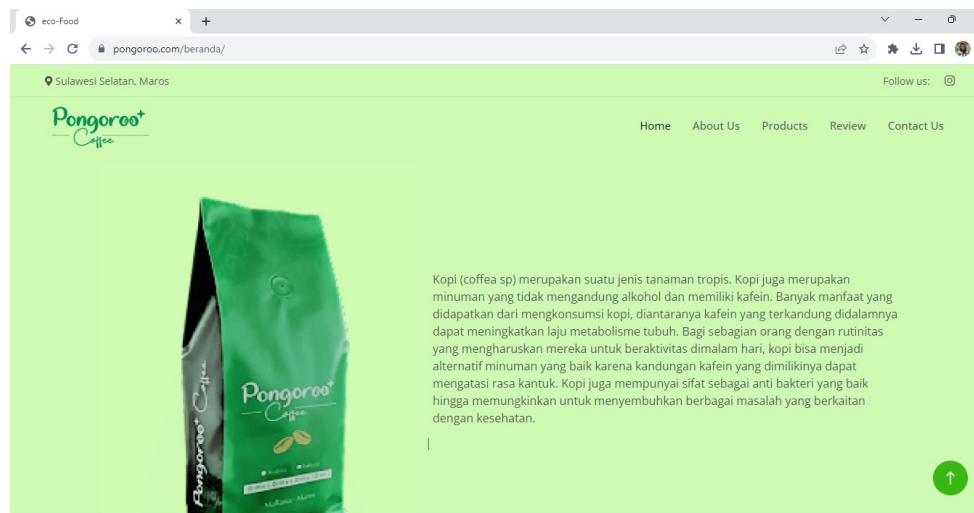
Hasil pengamatan dalam kegiatan bimbingan teknis ini, petani kopi memperoleh pelatihan dan penyuluhan langsung ke perkebunan kopi mengenai : 1). Pemeliharaan kebun kopinya, 2). Penggunaan pupuk organik cair yang benar, 3). Pemanfaatan ampas kopi, 4). Pengelolaan hasil panen kopi, 5). Produksi kopi yang unggul dan 6). Pemilahan biji kopi.

Berikut adalah dokumentasi saat bimbingan teknis :



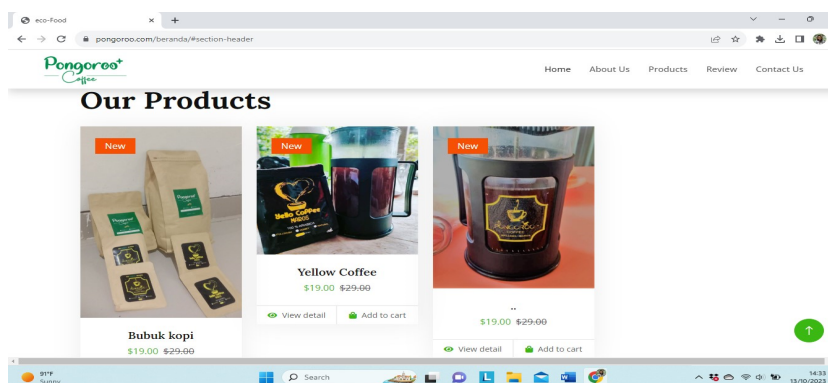
Gambar 1. Bimbingan teknis petani kopi betenge

Hasil dari kegiatan bimbingan teknis adalah produksi kopi Maros Merek Kopi Pongoroo⁺ dan Kopi Yello. Untuk menunjang promosi dan pemasaran produk dari dan oleh pelaku bisnis UMKM Kopi Maros, desain website *eco-food* pongoroo.com diimplementasikan. Di halaman beranda website *eco-food* disajikan informasi mengenai kopi dan 5 (lima) menu fitur. Berikut adalah beranda Kopi Maros Kopi Pongoroo⁺.



Gambar 2. Beranda website *eco-food*

Pada website *eco-food* Kopi Maros ditampilkan foto produk beserta harga. Produk Kopi Maros ini telah diekspor ke negara-negara Arab, salah satunya adalah Tunisia. Pada bulan September 2023, Kopi Maros Kopi Pongoroo⁺ memenangkan penghargaan sebagai Juara Ketiga dalam lomba cita rasa kopi yang diselenggarakan di Paris – Perancis. Berikut adalah tampilan harga dan foto produk.



Gambar 3. Tampilan produk dan harganya

Setelah desain *website eco-food* pongoroo.com diselesaikan, tahap berikutnya adalah pengujian fungsionalitas setiap bagian fitur. Kesalahan dan kekurangan desain *website eco-food* dapat diketahui dan diminimalisir sebelum *website eco-food* Kopi Maros Kopi Pongoroo⁺ dipublikasikan.

Penggunaan *website eco-food* dapat berdampak terhadap produk, media, bisnis dan nilai jual produk (**Dari & Iklan, n.d.**). *Website eco-food* pongoroo.com dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memperkuat daya beli konsumen sehingga menghasilkan produksi kopi dalam jumlah yang lebih besar untuk memenuhi kebutuhan dan selera pasar. Akibatnya, keuntungan yang diperoleh dapat meningkat melalui jumlah produk yang terjual dan nilai ekonomi produk yang bertambah.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian PKM *eco-food* produk kopi organik di Desa Betenge Kecamatan Mallawa, Kabupaten Maros melakukan metode pengumpulan data dari hasil bimbingan teknis dan metode pengembangan perangkat lunak dengan metode *waterfall* yang dimodifikasi. Hasil kegiatan pengabdian adalah *website eco-food* Kopi Maros pongoroo.com sebagai salah satu layanan digital berbasis teknologi untuk promosi dan pemasaran produk. Dampak penggunaan *website eco-food* dapat menghasilkan keuntungan secara signifikan bagi produsen kopi melalui jumlah produk yang terjual dan nilai ekonomi produk yang bertambah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aak.(1980). Budidaya Tanaman Kopi. Yogyakarta : Yayasan Kanisius.
- Az-zahra, H. N., Tanya, V. A., & Apsari, N. C. (2021). Layanan Online Food Delivery Dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(2), 156.
<https://doi.org/10.24198/jppm.v2i2.33513>
- Dari, E., & Iklan, S. (n.d.). *Dampak Website terhadap Dampak Dampak Website terhadap Dampak Ekonomi Dari Sisi Iklan dan Penjualan Online Smart-School*. 2–4.
- Makassar, K. U. A. (2017). *Sejuta kenangan di negeri kabut betenge*. PUSAKA ALMAIDA.
- Rais, A. N., Rousyati, R., Firmansyah, M., Setyawan, V. P. D., Azizah, N., Munawaroh, S., Fatmawati, D. A., & Amir, R. F. (2022). Implementasi Sistem Informasi Food and Beverage Online Shop Dengan Metode Waterfall Yang Dimodifikasi. *EVOLUSI: Jurnal Sains Dan Manajemen*, 10(1), 58–65.

<https://doi.org/10.31294/evolusi.v10i1.12053>

Panggabean E. 2011. *Buku Pintar Kopi*. Jakarta : Agro Media Pustaka.