

Mengoptimalkan Produksi Kopi di Waru Barat: Strategi Pemasaran dan Peningkatan Kekebalan Tubuh melalui Jahe Merah

¹Moh. Ramin *,² Rismanto, ³Nur Intan Permata, Artamin Hairit

¹ IAI Al-Khairat Pamekasan

² STAI Muafi Sampang

³ STAI Muafi Sampang

⁴ IAI Al-Khairat Pamekasan

E-mail: mohromin93@gmail.com

rismanto@staimuafi.ac.id

intansyariah@gmail.com

aminhidayat2013@gmail.com

Volume 1

Issue 1

Edition 1

Halaman 27-36

Tahun 2023

Artikel Sejarah

Submission: 26-11-2023

Review: 26-11-2023

Accepted: 27-11-2023

Kata kunci

Kata kunci 1; Produksi Kopi

Kata kunci 2; Strategi Pemasaran

kata kunci 3; Jahe Merah

How to cite

Moh. Ramin (2023).

Mengoptimalkan Produksi Kopi di Waru Barat: Strategi Pemasaran dan Peningkatan Kekebalan Tubuh melalui Jahe Merah.

Jurnal Pengabdian Masyarakat,
Volume 01, No. 01, 2023

<https://journal.staimuafi.ac.id/index.php/JAMARAT>

Abstract

The research aims to investigate and optimize coffee production in Western Waru through the implementation of intelligent marketing strategies, while applying red ginger as an innovation to boost immunity. With a cross-disciplinary approach, the study will investigate key aspects of the coffee production chain, from the cultivation process to the final marketing to the consumer. By focusing on production efficiency, the research will explore the latest technologies and practices in coffee farming, with the aim of improving crop yields while maintaining high quality. A targeted marketing strategy will be implemented to increase the visibility and competitiveness of Western Waru coffee products in the local market and the wider market. In addition, this study will evaluate the potential of red ginger as an enhancement of the immune system in coffee consumption. A literature review will be carried out to understand the health benefits of red ginger, and field trials will be conducted to validate these claims. The integration of red ginger into coffee products is expected not only to add value to the product but also to support consumer well-being. Through this approach, the research seeks to make a real contribution to the development of local agriculture, the promotion of local products, and the improvement of public health. The results of this research are expected to be the basis for developing sustainable business policies and strategies at the local level, as well as providing new insights into understanding the potential of coffee and red ginger as healthy couples that complement each other.

Abstrak

28) Mengoptimalkan Produksi Kopi di Waru Barat: Strategi Pemasaran dan Peningkatan Kekebalan Tubuh melalui Jahe Merah, Moh. Ramin Rismanto, Nur Intan Permata

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi dan mengoptimalkan produksi kopi di Waru Barat melalui penerapan strategi pemasaran yang cerdas, sekaligus menerapkan jahe merah sebagai inovasi untuk meningkatkan kekebalan tubuh. Melibatkan pendekatan lintas-disiplin, penelitian ini akan menyelidiki aspek-aspek kunci dalam rantai produksi kopi, mulai dari proses budidaya hingga pemasaran akhir kepada konsumen. Dengan memfokuskan pada efisiensi produksi, penelitian ini akan mengeksplorasi teknologi dan praktik terkini dalam pertanian kopi, dengan tujuan meningkatkan hasil tanaman sekaligus mempertahankan kualitas yang tinggi. Strategi pemasaran yang terarah akan diterapkan untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk kopi Waru Barat di pasar lokal dan mungkin pasar yang lebih luas. Selain itu, penelitian ini akan mengevaluasi potensi jahe merah sebagai peningkatan sistem kekebalan tubuh dalam konsumsi kopi. Tinjauan literatur akan dilakukan untuk memahami manfaat kesehatan jahe merah, dan uji coba lapangan akan dilakukan untuk memvalidasi klaim ini. Integrasi jahe merah ke dalam produk kopi diharapkan tidak hanya memberikan nilai tambah pada produk tetapi juga mendukung kesejahteraan konsumen. Melalui pendekatan ini, penelitian ini berusaha memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan pertanian lokal, promosi produk lokal, dan peningkatan kesehatan masyarakat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk pengembangan kebijakan dan strategi bisnis yang berkelanjutan di tingkat lokal, serta memberikan wawasan baru dalam memahami potensi kopi dan jahe merah sebagai pasangan sehat yang saling melengkapi.

Pendahuluan

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang sedang mengalami peningkatan secara pesat di Indonesia dalam kurun waktu lima tahun. Hal ini dapat dibuktikan dengan peningkatan produksi dari tahun 2014 ke tahun 2018 sebesar 12,21%, dimana angka tersebut menjadikan kopi sebagai komoditas perkebunan dengan pertumbuhan tertinggi ketiga setelah kelapa sawit dan karet. Peningkatan ini terjadi akibat peningkatan konsumen yang disebabkan perubahan perilaku konsumen (*consumer behavior*) yang awalnya mengkonsumsi kopi sebagai pemenuhan kebutuhan, menjadi menunjukkan identitas sosial dan mendapat kenyamanan selama mengonsumsi kopi. Peningkatan konsumsi ini telah diproyeksikan meningkat oleh Kementerian Pertanian tahun 2016 berdasarkan data konsumsi kopi tahun 2002 hingga 2015, dengan proyeksi konsumsi tahun 2016 sebesar 302.176 ton, meningkat menjadi 304.231 ton tahun 2017, dan 306.183 ton tahun 2018 Simanjuntak, K. C., & Sulistyowati, L. (2021).

Masyarakat Indonesia telah mengenal buah kopi sejak zaman dahulu. Buah kopi

dapat digunakan sebagai bahan makanan, bahan dasar obat, serta minuman. Buah kopi yang setelah dinikmati dalam bentuk bubuk dapat dibuat minuman. Kopi pada dasarnya merupakan sesuatu yang menarik untuk dibicarakan, karena kopi merupakan salah satu komoditi terlaris saat ini, yang selalu diburu para penikmat kopi dimanapun berada. Kopi sebagai minuman keluarga dapat pula dijadikan tema promosi karena mengkonsumsi kopi merupakan bagian dari kebiasaan keluarga. Banyak orang beranggapan bahwa kopi dapat membuat orang tetap terjaga dalam waktu lama. Selain itu juga memberikan efek fisiologis berupa peningkatan energi. Kopi sudah menjadi sesuatu yang mendarah daging disebagian orang, rasanya satu hari tidak meminum kopi terasa ada yang kurang. Oleh karena itu kopi adalah sebuah bisnis yang sangat potensial (Azim, H. F., Tety, E., & Maharani, E. (2016).

Pemasaran merupakan pandangan bisnis secara keseluruhan, sebagai usaha-usaha untuk menyamakan pembeli dan kebutuhannya serta untuk promosi, menyalurkan produk atau servis untuk mengisi kebutuhan tersebut. Tujuan pemasaran itu sendiri yakni kegiatan untuk menambah peluang bisnis. Unsur-unsur utama pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi tiga unsur utama (1) Unsur strategi persaingan (2) Unsur taktik pasar dan (3) Unsur nilai pemasaran (Nurman, Elfi Susanti, and Lintang Nur Agia, 3.2 (2020).

Masalah yang menjadi prioritas dalam program ini adalah (1) tingkat perekonomian dan kesejahteraan penduduk yang masih rendah, (2) proses pengolahan kopi yang masih minim untuk peningkatan nilai jual kopi, dan (3) program pemberdayaan perempuan yang masih vakum dan minim. Diharapkan setelah pelaksanaan program ini akan terjadi peningkatan pada beberapa parameter yang dapat diamati atau dirasakan oleh anggota kelompok perempuan, antara lain (1) pengaktifkan kelompok dengan kegiatan bermanfaat, (2) peningkatan kehidupan ekonomi dengan memanfaatkan waktu luang perempuan di Desa Waru Barat, (3) Pengetahuan yang memadai dan berkembang untuk produksi kopi rempah beserta manajemennya, (4) Pengetahuan yang dapat meningkatkan kualitas perempuan dalam mengelola kehidupan sehari-hari, (5) Peningkatan nilai kopi melalui produk turunan dan fermentasi, (6) Peningkatan motivasi untuk produksi dengan adanya pasar yang terus dikembangkan dan (7) Adanya produk khas daerah yang menjadi awal dari pengembangan potensi lainnya dari desa.

Mengingat Usaha kecil dan menengah (UMKM) berada di garis depan guncangan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi COVID-19. Langkah-langkah penguncian (lockdown) telah menghentikan aktivitas ekonomi secara tiba – tiba, dengan penurunan permintaan dan mengganggu rantai pasokan di seluruh dunia. Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat disabilitas, perlu adanya pemberdayaan masyarakat dalam bentuk kegiatan usaha produktif. Kegiatan usaha produktif dapat membantu meningkatkan perekonomian sehingga kesejahteraan masyarakat dapat terangkat (Nugraha, Fauzi, & Ekayani, 2019).

Dari sekian banyak program yang kami lakukan dalam masapengabdian di DesaWaru Barat, kami harus merumuskan dan menyelesaikan program unggulan dengan

30) Mengoptimalkan Produksi Kopi di Waru Barat: Strategi Pemasaran dan Peningkatan Kekebalan Tubuh melalui Jahe Merah, Moh. Ramin Rismanto, Nur Intan Permata

mengembangkan kopi BUMDes menjadi BrandKopi Terru'Jahe Merah. Alasan kami memilih program unggulan ini karena tahu merupakan salah satu minuman yang diproduksi oleh BUMDes desaWaru Barat.

Selain itu, kopi juga merupakan salah satu minuman yang diminati masyarakat Waru Barat karena enak dan hargan yang murah. Akan membuat kreasi dan inovasi baru berbahan dasar kopi dan jahe merah menjadi kopi terru' jahe merah. Tetapi, kebanyakan masyarakat Waru Barat masih mengkonsumsi jahe sebagai jamu sajatan pamengkreasikan dengan bahan minuman yang lain. Maka dari itu kami mengolah produk jahe merah agar lebih kreatif dan inovatif menjadi Kopi terru' jahe merah. Sekaligus menambah pendapatan BUMDesWaru Barat karena rata-rata masyarakat sekitar pedagang, maka kami berinisiataif agar badan usaha milik desa juga bersaing.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis besarnya nilai tambah dari usaha pengolahan kopi menjadi kopi terru' jahe merah di desa waru barat pamekasan madura, serta menganalisis Strategi pemasaran yang paling diprioritaskan untuk meningkatkan volume penjualan kopi terru' jahe merah di desa waru barat pamekasan, dan menganalisis alternatif srategi pemasaran dari bauran pemasaran yang terpilih

Metode Penelitian

Dalam metode pelaksanaan ini ada beberapa tahapan yang dilalui berdasarkan pemetaan permasalahan dan analisa situasi pada masyarakat pedagang kecil di Desa waru barat Kecamatan waru, Kabupaten pamekasan. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan sejak bulan bulan juli 28/2020 sampai dengan bulan agustus 30/2021 dengan kelompok sasaran yaitu masyarakat pedagang kecil yang berkerjasama dengan BUMDes. Kegiatan ini diikuti oleh sebanyak 15 mahasiswa. Pada rancangan awal kegiatan dilakukan survei dan observasi atas kegiatan usaha produksi kopi selanjutnya dilakukan identifikasi masalah dan analisa kebutuhan.

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan pengembangan olahan kopi terru' jahe merah dapat dilihat pada Gambar 1, dengan penjabaran sebagai berikut : 1. Tahap Sosialisasi Program Pada tahap ini, akan diadakan sosialisasi tentang beberapa kegiatan yang menjadi progran BUMDes. Masyarakat sasaran pedagang kecil dikumpulkan dan diberikan pemahaman tentang peningkatan pendapatan dengan produksi kopi terru' jahe merah serta akan dilakukan demonstrasi dalam pembuatan produk terkait program kerja yang akan dilakukan mulai dari tahap analisa permasalahan, indikator ketercapaian usaha, tahapan kegiatan sampai dengan evaluasi kegiatan. Dengan adanya pemaparan tersebut diharapkan semua pihak – pihak terkait bisa mendukung pelaksanaan kegiatan mulai dari perijinan kegiatan sampai dengan tahap evaluasi pelaksanaan kegiatan.



Sosialisasi Program

31) Mengoptimalkan Produksi Kopi di Waru Barat: Strategi Pemasaran dan Peningkatan Kekebalan Tubuh melalui Jahe Merah, Moh. Ramin Rismanto, Nur Intan Permata

Pada kesempatan tersebut juga dilakukan penyerahan peralatan mesin giling kopi dan jahe kepada ketua lingkaran sosial omah difabel yaitu bapak Ken Kertaningtyas yang nanti selanjutnya akan dimanfaatkan oleh para anggota atau kader lingkaran sosial omah difabel dalam memproduksi kopi terru' jahe merah. Untuk peralatan penunjang lainnya dilaksanakan dan diserahkan secara bertahap kepada lingkaran sosial omah difabel.



Pengolahan Biji Kopi

Selama periode bulan september 2020 sampai dengan november 2020 dilakukan pelatihan dan pendampingan cara menggunakan alat atau mesin produksi untuk proses pengolahan biji kopi dan bahan herbal untuk menjadi produk kopi herbal. Tahapan pelaksanaan produksi kopi terru' jahe merah adalah sebagai berikut :

1. Persiapan bahan berupa biji kopi, jahe merah dan gula merah
2. Persiapan peralatan produksi dan peralatan penunjang
3. Pengeringan bahan baku jahe merah
4. Penggilingan biji kopi dan jahe merah yang sudah kering
5. Penakaran komposisi hasil giling biji kopi dan jahe merah
6. Pengemasan produk kopi terru' jahe merah
7. Produk kopi terru' jahe merah siap dipasarkan.



Persiapan Peralatan Produksi



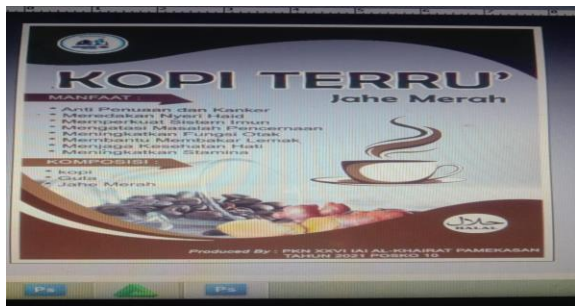
Pengeringan Bahan Baku Jahe Merah

32) Mengoptimalkan Produksi Kopi di Waru Barat: Strategi Pemasaran dan Peningkatan Kekebalan Tubuh melalui Jahe Merah, Moh. Ramin Rismanto, Nur Intan Permata

Hasil dari penakaran komposisi jahe merah dan kopi dimasukkan dalam kemasan alumunium foil yang bertujuan untuk menjaga produk agar lebih tahan lama. Produk yang sudah dikemas diberi label dengan brand baru yaitu brand Kopi Koerja.



Kopi Terru' Jahe Merah



Proses Pemasaran



Hasil Pemasaran

Tahapan selanjutnya adalah proses pemasaran yang dilakukan baik pemasaran secara online maupun pemasaran secara *offline*. Pemasaran secara *online* dilakukan untuk memperluas jaringan pasar penjualan produk kopi terru' jahe merah tidak terbatas hanya di daerah tertentu atau kawasan tertentu namun menjangkau ke seluruh nusantara. Hal ini dilakukan selain memperluas jaringan pemasaran juga untuk meningkatkan total penjualan yang berimbas pada peningkatan keuntungan usaha (Setiawati & Widyartati, 2017). Pemasaran secara online ini dilakukan dengan memanfaatkan website khusus produk malang lingkak sosial yaitu menggunakan website berbayar yaitu orderonline.id

Untuk pemasaran secara *offline* dilakukan dengan pemasaran di berbagai kegiatan seperti pemasaran di kegiatan pameran baik tingkat kota maupun kabupaten malang. Selain itu dilakukan penitipan produk kopi dengan sistem konsinyasi di beberapa toko di kabupaten malang Pelatihan ini sangat dirasakan manfaatnya oleh para peserta pelatihan anggota disabilitas seperti kemudahan pengoperasian alat yang tidak memerlukan keahlian khusus dan sudah dilengkapi panduan pengguna baik berupa buku panduan maupun

video panduan yang dibuat oleh pengusul. Kemudahan proses produksi menggunakan teknologi tepat guna untuk mencapai hasil yang maksimal. Rebranding produk kopi baik dari segi kemasan (packaging) maupun dari logo produk yang eye-catching sehingga meningkatkan brand awareness di kalangan konsumen (Nastain, 2017). Manfaat lain dari pelatihan ini adalah proses pemasaran yang tepat didukung dengan teknologi terkini diharapkan dapat memperluas jaringan pemasaran yang selama ini masih sebatas pemasaran internal organisasi.

Hasil dan Pembahasan

Dalam upaya untuk meningkatkan kualitas produk kopi dan memberikan manfaat untuk pengguna maka kopi olahan masyarakat disabilitas dicampur dengan bahan herbal yaitu jahe merah. Secara umum, jahe memiliki kandungan zat gizi dan senyawa kimia aktif yang berfungsi preventif dan kuratif (Aryanta, 2019). Produk kopi teru' jahe merah ini menjadi sebuah solusi bagi masyarakat untuk meningkatkan imunitas tubuh sebagai upaya menghadapi pandemi Covid-19. Karena pada masa pandemi ini, salah satu produk yang mengalami peningkatan permintaan yaitu produk yang bermanfaat bagi kesehatan (Yenti Sumarni, 2020).

Pengusul berfokus pada pengembangan olahan kopi herbal. Mulai dari segi value added produk dalam proses produksi dengan menggunakan alat-alat modern hingga strategi pemasaran *online*. Dalam hal ini dibutuhkan keterlibatan para penyandang disabilitas untuk memproduksi kopi herbal, agar bisa produktif dan mandiri. Hal tersebut akan berdampak pada peningkatan ekonomi untuk mencapai kesejahteraan masyarakat disabilitas. Dengan adanya pengembangan tersebut, diharapkan produk olahan kopi teru' jahe merah memiliki nilai jual tinggi dan target pemasaran menjadi lebih luas. Untuk mendukung pengembangan olahan kopi herbal, diperlukan kelengkapan alat produksi kopi yang lebih canggih serta mudah dioperasikan para penyandang disabilitas, serta sosialisasi dan pembinaan mengenai penerapan strategi dan metode yang tepat dalam produk kopi herba

Dalam pelaksanaan kegiatan ditengah pandemi COVID-19 tetap melakukan protokoler kesehatan memakai masker dan cuci tangan atau pemberian handsanitizier. Pembukaan sekaligus peresmian Kegiatan PKN berlokasi di Balai Desa waru barat Kecamatan waru, Kabupaten pamekasan pada tanggal 28 agustus 2021 yang dihadiri oleh sebanyak 15 mahasiswa. terkait program kerja yang akan dilakukan mulai dari tahap analisa permasalahan, indikator ketercapaian usaha, tahapan kegiatan sampai dengan evaluasi kegiatan. Dengan adanya pemaparan tersebut diharapkan semua pihak – pihak terkait bisa mendukung pelaksanaan kegiatan mulai dari perijinan kegiatan sampai dengan tahap evaluasi pelaksanaan kegiatan.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama 4 minggu, kegiatan minggu ke-1 yaitu dengan mempertimbangkan program unggulan yang mau dilakukan oleh tim dengan meminta masukan kepada kepala desa waru barat yang hasilkan melakukan kerjasama

sama bumdes yaitu dengan tema “Efisiensi Strategi Pemasaran Kopi Didesa Waru Barat Dengan Pemanfaatan Jahe Merah Sebagai Peningkatan System Imun Pada Pandemi COVID 19”, mengingat dengan kebiasaan masyarakat yang setiap harinya minum kopi maka tim kami memberikan nilai tambah dari jual beli kopi tersebut dengan memanfaatkan jahe merah.

Karakteristik responden yang diteliti dalam penelitian analisis nilai tambah dan strategi pemasaran kopi bubuk ini adalah responden untuk nilai tambah 1 orang dan strategi pemasaran 8 orang. Karakteristik nilai tambah yang diamati meliputi umur, pekerjaan, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, dan pengalaman mengelolah kopi bubuk. Karakteristik untuk strategi pemasaran adalah nama, jabatan, dan alamat.

Analisis efesiensi dan Strategi Pemasaran Kopi

Efisiensi pemasaran menurut (Sudiyono, 2002) dapat dilakukan dengan pendekatan SCP (*Structure, Conduct, Performance*). Dalam pemasaran ini, sistem pengambilan keputusan oleh lembaga pemasaran diukur melalui jumlah penjual dan pembeli, diferensiasi produk, hambatan masuk pasar, dan konsentrasi pasar. Di antara struktur pasar yang ada dalam paradigma SCP, maka struktur pasar yang efisien adalah pasar persaingan sempurna (Asmarantaka, 2012).

Menurut Craven dikutip dari Purwanto (2008), Strategi pemasaran didefinisikan sebagai analisis strategi pengembangan dan pelaksanaan kegiatan dalam strategi penentuan pasar sasaran bagi produk pada tiap unit bisnis, penetapan tujuan pemasaran, dan pengembangan, pelaksanaan, serta pengelolaan strategi program pemasaran, penentuan posisi pasar yang dirancang untuk memenuhi keinginan konsumen pasar sasaran. Menurut Kotler dan Keller (2009), unsur terpenting dalam mendesain suatu strategi pemasaran adalah penerapan konsep STP (*segmentation, targeting, positioning*) (Widyaningrum, Premi Wahyu, (2016).

Strategi Produk merupakan strategi yang paling diprioritaskan dalam pemasaran kopi teru' jahe merah ini. Strategi produk terdiri dari Ragam produk, Kualitas, Desain, Merk, Kemasan, Ukuran, pelayanan, dan jaminan. Namun pada penelitian ini alternatif yang dipilih adalah Ukuran produk, kemasan, pelayanan, dan jaminan. Hal ini dikarenakan karena melihat hal yang pertama sekali dilihat oleh konsumen saat pembelian adalah pada kemasan.

Analisis Nilai Tambah Pengolahan biji kopi dengan pemanfaatan jahe merah Menjadi Kopi jahe merah

Menurut Hayami et al, nilai tambah (*value added*) adalah pertambahan nilai suatu komoditas karena mengalami proses pengolahan, pengangkutan ataupun penyimpanan dalam suatu produksi. Dalam proses pengolahan nilai tambah dapat didefinisikan sebagai selisih antara nilai produk dengan nilai biaya bahan baku dan input lainnya. Besarnya nilai tambah karena proses pengolahan didapat dari pengurangan biaya bahan baku ditambah input lainnya terhadap nilai produk yang dihasilkan. Nilai tambah merupakan imbalan bagi

tenaga kerja dan keuntungan pengolah. Analisis nilai tambah berguna untuk menaksir balas jasa yang diterima para pelaku usaha agroindustri dan mengukur besarnya kesempatan kerja yang diciptakan oleh pengusaha agroindustri.

Jahe merupakan tumbuhan herbal menahun yang tumbuh di tanah lembab dan banyak sinar matahari. Rimpang jahe berkulit agak tebal yang membungkus daging umbi. Umbi berserat, berwarna coklat, dan beraroma khas. Rimpang jahe banyak mengandung zat-zat yang sangat baik untuk tubuh diantaranya protein dan vitamin A, B1, dan C. Minyak jahe berwarna kuning dan kental. Minyak ini mengandung antara lain terpen, felandren, dekstrokamfen, dammar, dan pati. Selama ini masyarakat mengenal jahe hanya sebagai rempah-rempah untuk makanan.

Sejak beberapa tahun terakhir produk jahe mulai banyak dikombinasikan dengan produk-produk pertanian lainnya dan peminatnya terus meningkat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya pemain di pasar baik itu minuman sari jahe, kopi jahe, maupun susu jahe dan lain sebagainya. Salah satu sebabnya adalah kesadaran masyarakat untuk hidup sehat secara alami.

Beragam inovasi pemanfaatan jahe melalui pencampuran dengan bahan lain seperti bandrek, wedang jahe, sebat, teh jahe, kopi jahe, jahe ginseng dan sebagainya juga perlu terus diupayakan. Pada akhirnya, penciptaan nilai tambah tersebut selain diharapkan dapat meningkatkan taraf kesehatan masyarakat, juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mulai dari petani sampai pada pekerja industri, serta meningkatkan perolehan devisa. Peningkatan jumlah produksi kopi dan jahe harus tetap dilakukan guna menopang pertumbuhan industri. Apabila produksi meningkat, akan memberikan peluang yang lebih besar baik bagi para petani, maupun industri dalam meningkatkan penghasilan dari produk kopi dan jahe (Zulkarnain, Arifuddin, (2013).

Kesimpulan

Wabah pandemi COVID-19 tidak hanya menyerang masalah kesehatan namun juga masalah ekonomi, ditandai dengan kondisi perekonomian masyarakat yang semakin menurun termasuk masyarakat disabilitas. Solusi atas kondisi permasalahan yang ada adalah peran aktif seluruh lapisan masyarakat termasuk peran dari akademisi. Kegiatan pelatihan yang dilakukan oleh para akademisi memberikan dampak positif ditengah keterbatasan yang ada. Pola kerjasama ini diharapkan dapat bersama-sama melawan pandemi COVID-19 oleh seluruh lapisan masyarakat. Dampak atas pelatihan tersebut adalah peserta mampu dengan mudah mengoperasikan peralatan, proses pengemasan produk yang menarik hingga proses pemasaran yang tepat dengan jangkaun yang lebih luas.

Daftar pustaka

- Aryanta, I. W. R. (2019). Manfaat Jahe Untuk Kesehatan. *Widya Kesehatan*, 1(2), 39– 43
- Azim, H. F., Tety, E., & Maharani, E. (2016). *ANALISIS PEMASARAN KOPI BUBUK*

36) Mengoptimalkan Produksi Kopi di Waru Barat: Strategi Pemasaran dan Peningkatan Kekebalan Tubuh melalui Jahe Merah, Moh. Ramin Rismanto, Nur Intan Permata

MEREK SILVIA DI KECAMATAN BANGKINANG KOTA KABUPATEN KAMPAR. *DINAMIKA PERTANIAN*, 32(3), 163-170.

- Nastain, M. (2017). Branding dan eksistensi produk (kajian teoritik konsep branding dan tantangan eksistensi produk). CHANNEL, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, 5, 14-26.
- Nugraha, R. P., Fauzi, A., & Ekayani, M. (2019). Ekonomi Pertanian , Sumberdaya Dan Lingkungan (Journal of Agriculture , Resource , and Environmental Economics) Analisis Pendapatan Usaha Pertanian dan Peternakan. *Jurnal Ekonomi Pertanian, Sumberdaya Dan Lingkungan*, 2, 1-14.
- Nurman, Nurman, Elfi Susanti, and Lintang Nur Agia. "Strategi Peningkatan Daya Saing Kopi Liberika di Kabupaten Kepulauan Meranti." *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting* 3.2 (2020): 499-505.
- SARI, Ika Novita; WINANDI, Ratna; ATMAKUSUMA, Juniar. Analisis efisiensi pemasaran jagung di Provinsi Nusa Tenggara Barat. In: *Forum Agribisnis: Agribusiness Forum*. 2012. p. 191-210.
- Setiawati, I., & Widyartati, P. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM. In *PROCEEDINGS* (Vol. 1).
- Simanjuntak, K. C., & Sulistyowati, L. (2021). Efisiensi Saluran Pemasaran Kopi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8(2), 324-343.
- Suhardi, Suhardi, and Slamet Subari. "ANALISIS USAHA DAN NILAI TAMBAH KOPI CABE JAMU DI KABUPATEN SUMENEP (Studi Kasus CV. Alifa Jaya, Kecamatan Bluto)." *AGRISCIENCE* 1.1 (2020): 200-218.
- Widyaningrum, Premi Wahyu. "Peran media sosial sebagai strategi pemasaran pada sewa kostum Meiyu Aiko Malang." *Al Tijarah* 2.2 (2016): 230-257.
- Yenti Sumarni. (2020). Pandemi Covid-19: Tantangan Ekonomi Dan Bisnis. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 46-58
- Zulkarnain, Arifuddin, Arifuddin Lamusa, and Dance Tangkesalu. *Analisis nilai tambah kopi jahe pada industri Sal-Han di Kota Palu*. Diss. Tadulako University, 2013.