



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**PEMBERDAYAAN PETANI KOPI PASCA PANDEMI COVID-19  
MELALUI DIGITAL MARKETING DI DESA CIPASUNG  
KECAMATAN DARMA KABUPATEN KUNINGAN JAWA BARAT**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Sosial (S. Sos)

**Oleh:**

**Rahayu Fitriarningsih**

**NIM B92219123**

**Dosen Pembimbing:**

**Dr. H. Munir Mansyur, M.Ag.**

**NIP: 195903171994031001**

**PROGRAM STUDI PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama : Rahayu Fitrianingsih

NIM : B92219123

Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **Pemberdayaan Petani Kopi Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Digital Marketing Di Desa Cipasung Kecamatan Darma Kabupaten Kuningan Jawa Barat** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda dan ditunjukkan dalam daftar Pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi tersebut.

Surabaya, 4 Juni 2023

Yang Menyatakan



Rahayu Fitrianingsih

B92219123

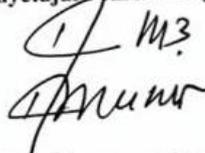
## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Rahayu Fitriyaningsih  
NIM : B92219123  
Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam  
Judul Skripsi : Pemberdayaan Petani Kopi Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Digital Marketing Di Desa Cipasung Kecamatan Darma Kabupaten Kuningan

**Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan.**

Surabaya, 25 Oktober 2022

Menyetujui Pembimbing,



**Dr. H. Munir Mansyur, M.Ag.**

**NIP: 195903171994031001**

## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

PEMBERDAYAAN PETANI KOPI PASCA PANDEMI  
COVID-19 MELALUI DIGITAL MARKETING DI DESA  
CIPASUNG KECAMATAN DARMA KABUPATEN  
KUNINGAN JAWA BARAT

### SKRIPSI

Disusun Oleh:

Rahayu Fitriyaningsih (B92219123)

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu  
Pada Tanggal 21 Juni 2023

Tim Penguji

Penguji I

Dr. H. Munir Mansyur, M.Ag.  
NIP. 195903171994031001

Penguji III

Dr. Pudji Rahmawati, M.Kes.  
NIP. 196703251994032002

Penguji II

Dr. Moh. Ansori, M.Fil.I.  
NIP. 197508182200031002

Penguji IV

Dr. Abd. Muhib Adan, M.Ag.  
NIP. 195902071989031001

21 Juni 2023

akan,



Arif, S.Ag, M.Fil.I.  
11017998031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rahayu Fitrianiingsih  
NIM : B92219123  
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi/Pengembangan Masyarakat Islam  
E-mail address : frahayu903@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pemberdayaan Petani Kopi Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Digital Marketing Di

Desa Cipasung Kecamatan Darma Kabupaten Kuningan Jawa Barat

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 10 Oktober 2023

Penulis



(Rahayu Fitrianiingsih)

*nama terang dan tanda tangan*

## ABSTRAK

Rahayu Fitrianiingsih, B92219123 (2023): PEMBERDAYAAN PETANI KOPI PASCA PANDEMI COVID-19 MELALUI DIGITAL MARKETING DI DESA CIPASUNG KECAMATAM DARMA KABUPATEN KUNINGAN JAWA BARAT

Skripsi ini membahas tentang penelitian pendampingan pada kelompok petani kopi liberika untuk meningkatkan penjualan dan perluasan pemasaran melalui *digital marketing*. Desa Cipasung memiliki asset yang melimpah baik sumber daya alam maupun sumber daya manusianya. Dibidang sumber daya alam Desa Cipasung memiliki komoditas kopi varietas langka yakni kopi liberika. Kopi Liberika merupakan jenis kopi yang memiliki daun yang lebar memiliki biji yang lebih lonjong dan berukuran lebih besar. Kopi liberika memiliki aroma seperti buah Nangka. Pengembangan kopi liberika sudah ditahap pembentukan agrowisata yang milik kelompok petani kopi Sirung Tanjung. Kelompok petani kopi Sirung Tanjung berfokus pada pengelolahaan kopi dengan konsep edukasi dari hulu hingga ke hilir.

Penelitian aksi ini berfokus pada strategi perubahan dalam proses pemberdayaan petani kopi agar mampu mengoptimalkan asset yang ada melalui *digital marketing*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah ABCD (*Asset Based Community Development*) yang berbasis pada potensi asset yang dimiliki yaitu kopi liberika dalam melakukan suatu perubahan untuk mewujudkan keinginan yang telah diimpikan.

Melalui *digital marketing* di era *society 5.0* yang merupakan era dimana manusia hidup berdampingan dengan teknologi dan segala sesuatu bisa dilakukan secara *real time*. Penurunan pendapatan akibat pandemic covid-19 juga menjadi factor pendorong untuk menuju perubahan. Sosialisasi dan

pelatihan digital marketing menjadi strategi aksi pada penelitian kali ini, digital marketing mampu memperluas jangkauan pemasaran kopi liberika yang tergolong langka. Social media dan e-commerce juga dapat meningkatkan engagement, maka semakin banyak orang mencari tau kopi liberika maka semakin banyak orang yang beli, semakin banyak orang beli maka semakin meningkat pendapatan petani kopi.

***Kata Kunci: Digital Marketing, Pemberdayaan, Petani Kopi***



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **ABSTRACT**

Rahayu Fitrianiingsih, B92219123 (2023): EMPOWERING COFFEE FARMERS AFTER THE COVID-19 PANDEMIC WITH DIGITAL MARKETING IN CIPASUNG VILLAGE, DARMA DISTRICT, KUNINGAN REGENCY, WEST JAVA

This thesis discusses mentoring research on liberica coffee farmer groups to increase sales and expand marketing through digital marketing. Cipasung Village has abundant assets both natural resources and human resources. In the field of natural resources, Cipasung Village has a rare variety of coffee commodities, namely liberica coffee. Liberica coffee is a type of coffee that has wide leaves, has more oval seeds and is larger in size. Liberica coffee has an aroma like Jackfruit fruit. The development of liberica coffee has been at the stage of forming agrotourism. Of course, agrotourism is under the ownership of Sirung Tanjung coffee farmer group. Sirung Tanjung coffee farmer group focuses on coffee management with the concept of education from upstream to downstream.

This action research focuses on change strategies in the process of empowering coffee farmers to be able to optimize existing assets through digital marketing. The method used in this study is ABCD (Asset Based Community Development) which is based on the potential of assets owned, namely liberica coffee in making changes to realize the wishes that have been dreamed of.

Through the awareness of coffee farmers on the importance of digital marketing in the era of society 5.0 which is an era where humans coexist with technology and everything can be done in real time. The decline in revenue due to the COVID-19 pandemic is also a driving factor for change. Digital marketing socialization and training is an action strategy in this research, digital marketing is able to expand the marketing reach of liberica coffee which is relatively rare. Social media and e-commerce can

also increase engagement, so the more people search for liberica coffee, the more people buy, the more people buy, the more income of coffee farmers increases.

***Keywords: Digital Marketing, Empowerment, Coffee Farmer***



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
ABSTRAK.....	ivi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
BAB I.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Dampingan.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Pendampingan.....	11
E. Strategi Mencapai Tujuan.....	12
F. Sistematika Penulisan.....	22
BAB II.....	26
A. Teori Dakwah.....	26
B. Penelitian Terdahulu.....	40
BAB III.....	45
A. Metode Penelitian.....	45
B. Prosedur Penelitian.....	49
C. Subjek Penelitian.....	52
D. Teknik Pengumpulan Data.....	53
E. Teknik Validasi Data.....	54
F. Teknik Analisis Data.....	55
BAB IV.....	57
A. Asal Usul Desa Cipasung.....	57
B. Kondisi Geografis.....	60
C. Kondisi Demografis.....	61

D. Kondisi Pendidikan.....	62
E. Kondisi Ekonomi.....	66
F. Kondisi Keagamaan.....	68
G. Kondisi Sosial Budaya.....	70
BAB V.....	75
A. Gambaran Umum Aset.....	75
B. Aset Alam.....	75
C. Asset Fisik.....	79
D. Asset Sosial.....	82
c) Aset Utama Sebagai Pemicu Perubahan.....	92
BAB VI.....	94
A. Proses Pendekatan (Inkulturasi).....	94
B. Melakukan Apresiasi Inquiry.....	97
BAB VII.....	110
A. Strategi Program Pendampingan.....	110
B. Implementasi Aksi.....	112
BAB VIII.....	126
A. Evaluasi Program.....	126
B. Refleksi Keberlanjutan.....	135
C. Refleksi Program Dalam Perspektif Islam.....	146
BAB IX.....	151
A. Kesimpulan.....	151
B. Rekomendasi dan Saran.....	154
DAFTAR PUSTAKA.....	156

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kepemilikan Lahan Kopi.....	4
Tabel 1. 2 Analisa Strategi Program .....	15
Tabel 1. 3 Ringkasan Narasi Program .....	17
Tabel 1. 4 Trend And Change.....	20
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	40
Tabel 3. 1 Jadwal Pendampingan.....	56
Tabel 4. 1 Daftar Instansi Pendidikan Desa Cipasung.....	65
Tabel 5. 1 Pentagonal Aset .....	76
Tabel 5. 2 Data Fasilitas Umum Desa Cipasung 2023 .....	79
Tabel 5. 3 Data Keanggotaan Kelompok Tani Kopi Sirung Tanjung .....	84
Tabel 5. 4 Jenis Kopi .....	90
Tabel 6. 1 Strategi Program Pendampingan .....	104
Tabel 7. 1 Strategi Pengembangan Aset .....	111
Tabel 8. 1 Perubahan Signifikan (The Most Significant Change / MSC) .....	127
Tabel 8. 2 Daftar Tugas Anggota Kelompok.....	130
Tabel 8. 3 Analisa Perubahan .....	136

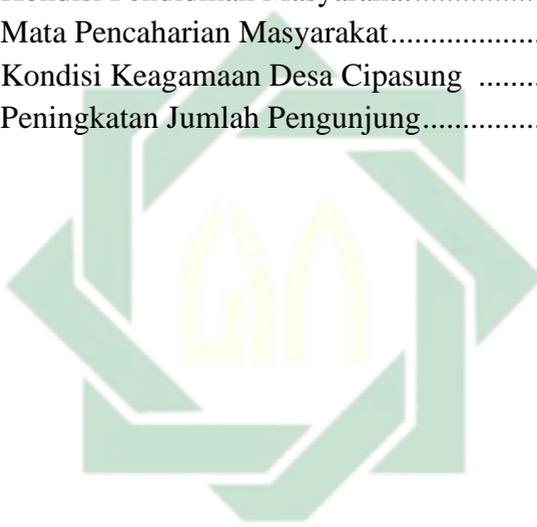
UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Data Pengguna E-Commerce Tahun 2024.....	40
Gambar 4. 1 Peta Desa Cipasung .....	61
Gambar 4. 2 SDN Cipasung .....	63
Gambar 4. 3 SMA Darma.....	63
Gambar 4. 4 Masjid Hidayatul Muslimin Desa Cipasung.....	69
Gambar 4. 5 Kelompok Karang Taruna Desa Cipasung .....	70
Gambar 4. 6 Kesenian Rudat Desa Cipasung .....	72
Gambar 5. 1 Tanaman Kopi Varietas Liberika.....	78
Gambar 5. 2 Kedai Kopi Liberika .....	81
Gambar 5. 3 Agrowisata Kopi Liberika .....	81
Gambar 5. 4 Kelompok Tani Kopi Sirung Tanjung .....	83
Gambar 5. 5 Pelatihan Barista .....	88
Gambar 5. 6 Proses Roasting Kopi.....	90
Gambar 5. 7 Hasil Produk Kopi .....	92
Gambar 5. 8 Hasil Produk Kopi .....	92
Gambar 6. 1 Proses Inkulturasi .....	95
Gambar 6. 2 Proses Perizinan Kepala Desa Cipasung .....	96
Gambar 6. 3 FGD Dengan Pengurus Kedai Kopi .....	97
Gambar 6. 4 Perbedaan Varian Kopi.....	98
Gambar 7. 1 Prediksi Pengguna E-commerce 2024 .....	116
Gambar 7. 2 Proses Sosialisasi Digital Marketing .....	116
Gambar 7. 3 Proses Implementasi Digital Marketing .....	117
Gambar 7. 4 Hasil Praktikum SEO.....	119
Gambar 7. 5 Akun Instagram Kopi Liberika .....	121
Gambar 7. 6 Katalog Roastbeen Kopi .....	122
Gambar 8. 1 Akun Instagram Kopi Liberika.....	141
Gambar 8. 2 Akun Official Shopee .....	141

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 Penjualan Kopi Liberika.....	2
Grafik 4. 1 Jumlah Penduduk Tahun 2023 .....	62
Grafik 4. 2 Kondisi Pendidikan Masyarakat.....	64
Grafik 4. 3 Mata Pencaharian Masyarakat.....	66
Grafik 4. 4 Kondisi Keagamaan Desa Cipasung .....	69
Grafik 8. 1 Peningkatan Jumlah Pengunjung.....	145



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

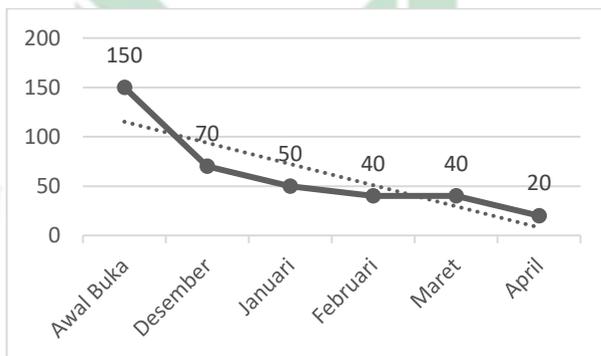
Pada penelitian kali ini mengkaji mengenai penurunan pendapatan petani kopi pasca pandemic covid-19 di Desa Cipasung Kec. Darma Kab. Kuningan Jawa Barat. Desa Cipasung merupakan Desa yang memiliki luas wilayah 152.845 Km, dengan ketinggian 650 mdpl dengan jumlah penduduk 3513 jiwa dan 1042 KK dengan mata pencaharian paling banyak adalah petani padi dan petani kebun dengan varietas tanamannya berupa padi, singkong, jagung, kopi, nangka. Dan kopi merupakan salah satu hasil perkebunan yang unggul karena memiliki varietas kopi yang langka yakni varietas liberika.

Kopi liberika sendiri merupakan jenis kopi yang berasal dari Afrika, yang memiliki biji kopi yang lebih besar daripada dengan jenis kopi robusta dan arabika dan kopi lainnya. Kopi liberika juga memiliki rasa yang lebih pahit dan juga memiliki aroma buah nangka dan hal inilah yang menjadikan kopi liberika dikenal dengan istilah kopi Nangka.

Alasan memilih tema ini karena banyaknya petani kopi yang mengeluh karena pendapatan mereka terus mengalami penurunan dikarenakan harga jual kopi yang sangat rendah dan juga pembelian yang sedikit terutama pada masa pandemic covid seperti saat ini, konsumen cenderung memilih berbelanja secara online, sedangkan para petani masih memasarkan produknya dengan penjualan manual, jika terus dibiarkan maka

kondisi petani akan terus mengalami keterpurukan, hal ini berdampak pada masyarakat tidak dapat memenuhi kebutuhan harian rumah tangga. Padahal konsumsi kopi di Indonesia sangat tinggi bahkan secara global kopi banyak diminati diberbagai penjuru dunia Desa Cipasung sendiri memiliki potensi berupa lahan perkebunan kopi seluas 5 ha dengan varietas kopi langka, yakni kopi liberika yang dimana seharusnya vaerietas kopi yang langka tersebut dapat dijual dengan harga yang tinggi, namun realitanya produsen petani kopi local sendiri mengalami keterpurukan, terutama pada masa pandemic covid-19, harga jual sangat rendah tidak sebanding dengan tenaga yang telah mereka keluarkan.

**Grafik 1. 1 Penjualan Kopi Liberika**



*Sumber: Hasil Wawancara Tahun 2021*

Setelah melakukan wawancara dengan salah satu petani kopi, penjualan kopi liberika terus mengalami

penurunan, pada bulan September penjualan mencapai 150 produk perharinya, kemudian pada bulan Desember turun menjadi 70, pada bulan Januari turun lagi menjadi 50, dan terus mengalami penurunan hingga bulan April hanya menjual 20 produk perharinya, produk ini berupa olahan minuman kopi siap saji dan juga bubuk kopi, biasanya harga produknya dibandrol dengan harga Rp 20.000- Rp 35.000. Para petani mengeluhkan pendapatan mereka menurun karena pemasaran mereka terbatas, faktor utamanya karena kurangnya strategi pemasaran yang optimal dan belum menjalalin kerjasama dengan stakeholder.

Biasanya para petani mengolah greenbean terlebih dahulu melalui proses roasting kemudian dijual, namun setelah masa pandemic covid orang-orang lebih memilih membeli kopi secara online, dan saat ini para petani hanya menyetorkan hasil panennya kepada tengkulak tanpa diolah sehingga tengkulak memberikan harga yang rendah. Karena pendapatan yang rendah sebagian dari mereka pun memilih meninggalkan lahan mereka dan beralih profesi menjadi buruh. Gabungan para petani kopi di Desa Cipasung juga telah membentuk kelompok sejak tahun 2021, kelompok ini tergolong baru yang berjumlah kurang lebih 20 orang dan diketuai oleh Bapak Taufik. Dari hasil pemetaan yang telah dilakukan sebelumnya, berikut adalah jumlah kepemilikan lahan kebun kopi di Desa Cipasung:

**Tabel 1. 1 Kepemilikan Lahan Kopi**

<b>No.</b>	<b>Nama</b>	<b>Usia</b>	<b>Luas Lahan (Bata)</b>
1.	Taufik	47 Tahun	1 hektar
2.	Maman	52 Tahun	400 bata
3.	Nanang	48 Tahun	50 bata
4.	Dede Kurnia	52 Tahun	150 bata
5.	Didi Rohmadi	60 Tahun	70 bata
6.	Jumhana	64 Tahun	100 bata
7.	Kuswara	46 Tahun	1,5 hektar
8.	Asmari	70 Tahun	35 bata
9.	Jahid	50 Tahun	50 bata
10.	Naryono	57 Tahun	100 bata
11.	Maman S.	49 Tahun	200 bata
12.	Diding	55 Tahun	75 bata
13.	Muksim	60 Tahun	150 bata
14.	Asep	51 Tahun	50 bata
15.	Rahman	50 Tahun	50 bata
16.	Yaya	60 Tahun	150 bata
17.	Parna	70 Tahun	50 bata
18.	Yopan	65 Tahun	40 bata
19.	Jaman	35 Tahun	90 bata
20.	Endin	45 Tahun	200 bata

Desa Cipasung merupakan salah satu desa dari banyaknya desa di Indonesia yang sedang melakukan pembangunan menuju desa wisata, hal ini dilihat karena

banyaknya potensi yang dimiliki di Desa Cipasung berupa potensi sumber daya alam, wilayah Desa Cipasung yang berada di kaki gunung Ciremai menambah keindahan panorama disekitarnya. Ditambah lagi wilayah Desa Cipasung berbatasan dengan waduk darma yang menambah keindahan sumberdaya alam yang ada. Adanya waduk darma ini juga dimanfaatkan sebagai masyarakat setempat sebagai mata pencaharian budidaya ikan air tawar dengan media keramba jaring apung. Selain adanya panorama keindahan alamnya, Desa Cipasung juga menjadi desa penghasil kopi liberika yang dimana jenis kopi tersebut terkenal dengan jenis kopi yang langka, pemanfaatan kopi ini sudah diolah menjadi minuman expreso oleh masyarakat setempat yang telah memiliki keterampilan barista. Hasil pengolahan minuman kopi ini pun dijual dikedai milik kelompok petani kopi yang ada di Desa Cipasung. Komunitas petani kopi ini sudah ada sejak tahun 2021, kelompok ini tergolong kelompok rintisan baru dan jumlah keanggotaannya pun masih sangat terbatas. Menurut Wulan (25) pengelolah agrowisata kopi liberika.

“Komunitas ini baru dibentuk tahun 2021, ketuanya itu a Nanang yang rumahnya dibelakang sini, beliau juga salah satu petani kopi dan kebetulan ada lahan kosong seluas 5 hektar, tanah ini dulunya tanah bengkok (tanah pemberian desa) kemudian dimanfaatkan menjadi lahan usaha kedai kopi ini. Jadi kepemilikan kedai ini adalah milik kelompok. Tapi karena ini usaha rintisan,

dan kita mulai usaha ini di jaman pandemic covid banyak banget neng tantanganya. Semenjak peraturan PSBB taun lalu itu mematikan banget usaha kami. Tidak ada pengunjung sama sekali neng. Sehari pernah kita dapat nol rupiah, dari pagi sampai malam tidak ada yang datang. Pernah coba untuk pemasaran online, tapi susah, ga ngerti gimana caranya.”

Dari hasil wawancara dengan salah satu pengelola agrowisata kopi ini, beliau mengeluhkan karena tidak adanya pengunjung selama pandemic covid, keterbatasan kemampuan di bidang teknologi dan informasi pun menjadi penghambat untuk maju. Hal inilah yang menjadi acuan peneliti untuk melakukan proses pendampingan kepada kelompok tani kopi di Desa Cipasung.

Kopi menjadi daya tarik utama di Desa Cipasung, terutama varian kopi liberika yang dianggap varian langka, namun di sini ada banyak potensi lainnya. Desa Cipasung juga menghasilkan berbagai jenis kopi, setidaknya terdapat 3 jenis kopi yang ada di Desa Cipasung antara lain kopi liberika, kopi robusta, dan kopi arabika. Varian kopi robusta dan kopi arabika merupakan varian yang cukup dikenal dan banyak dikonsumsi di Indonesia maka hal ini juga menjadi pilihan lain bagi pencinta kopi yang asing juga tetap bisa mengkonsumsi kopi yang biasa. Namun kopi liberika tetap menjadi kopi utama disini. Harapannya, dengan melakukan branding dengan nama “Kopi Liberika” dapat mengenalkan jenis kopi liberika

kepada masyarakat lebih luas, dan masyarakat yang penasaran. Semakin banyak orang yang penasaran dengan kopi liberika maka semakin banyak pula pengunjung.

Menurut Smith, produk kopi dipengaruhi oleh faktor manusia dan lokasi budidaya. Menikmati status kopi sebagai produk gastronomi dan alam semesta dapat menarik wisatawan ke daerah penghasil kopi dan mendorong pariwisata berdasarkan kondisi asal ke dalam pengembangan pariwisata berdasarkan tiga hal: lokasi budidaya kopi, kopi sebagai produk, dan petani kopi sebagai produsen.<sup>1</sup> Manfaat wisata kopi ialah menghubungkan konsumen dan petani kopi. Dapat menciptakan hubungan, berinvestasi di daerah penghasil kopi terpencil, tingkatkan profitabilitas bisnis kopi di negara-negara pengekspor, dan perpanjang masa tinggal pengunjung. Kota-kota pedesaan dan bangsa secara keseluruhan mendapat manfaat dari pariwisata pedesaan dalam hal ekonomi, lingkungan sosial budaya, dan lingkungan. Persepsi positif tentang pertanian di mata generasi berikutnya atau pengunjung dari daerah kota dapat diciptakan dengan mengunjungi daerah pedesaan untuk manfaat pendidikan pariwisata, yang meliputi belajar tentang kehidupan dan kegiatan petani. Namun, tujuan utama dari semua jenis wisata desa ini adalah untuk memastikan pertanian pedesaan yang berkelanjutan. Pengolahan dan budidaya kopi merupakan dua kegiatan

---

<sup>1</sup> Natnaree Smith, et.al., “*Creating A Coffee Tourism Network In The North Of Thailand*” *Local Economy* 34(7):718-729

agrowisata yang dapat dikembangkan di pedesaan karena membantu produsen kopi menjadi lebih sadar lingkungan dan termotivasi untuk memanfaatkan metode pertanian berkelanjutan. Menurut Peraturan Menteri Pertanian No. 49 tahun 2014 tentang pedoman teknis budidaya kopi yang baik dan Peraturan Menteri Pertanian No. 52 tahun 2012 tentang pedoman penanganan pascapanen kopi, ada beberapa hal yang harus diperhatikan saat membudidayakan dan menangani pascapanen kopi. Pertumbuhan tanaman kopi membutuhkan banyak hal, seperti menyiapkan lahan dan budidaya kopi. Ini termasuk pembibitan, penanaman, pemupukan, pemangkasan, pengelolaan produksi, dan pengendalian hama penyakit. Penanaman kopi mencakup pemilihan biji berkualitas tinggi, pematangan buah, dan pemetikan buah kopi yang telah matang dengan benar; dan pascapanen yang diproses secara basah, kering, atau semi basah.

Desa Cipasung memiliki perkebunan kopi dengan varietas liberika, arabika dan robusta seluas  $\pm$  5ha yang telah berproduksi dan terletak di Kawasan pegunungan Ciremai. Wilayah Desa Cipasung juga ideal untuk dikembangkan wisata air. Terdapat danau buatan (waduk) yang oleh masyarakat setempat dimanfaatkan sebagai tempat budidaya ikan air tawar. Selain itu, oleh pemerintah setempat Kawasan waduk tersebut juga tengah ditata guna dimanfaatkan sebagai tempat wisata. Sekarang yang diperlukan itu penguatan promosinya. Hal ini bertujuan supaya wisatawan yang datang semakin banyak.

Hasil wawancara diatas, pengelolah agrowisata kopi juga mengeluhkan karena tidak adanya pengunjung selama pandemic covid, keterbatasan kemampuan di bidang teknologi dan informasi pun menjadi penghambat untuk maju. Hal inilah yang menjadi acuan peneliti untuk melakukan proses pendampingan kepada kelompok tani kopi di Desa Cipasung. Proses pendampingan kepada masyarakat merupakan sebagian dari proses dakwah bi hal yakni dakwah melalui perbuatan dan menuju ke kehidupan yang lebih baik, sebagaimana dalam ayat berikut:

..... إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُم مِّن دُونِهِ مِن وَالٍ ﴿١١﴾

*Artinya: “Malaikat menjaga atas perintah Allah untuk manusia, selalu mengikutinya secara bergantian di depan dan di belakang. Dan sesungguhnya bahwa Allah tidak akan mengubah nasib kaum kecuali orang-orang itu sendiri yang mengubahnya. Tidak seorang pun akan dapat menghentikan kehendak Allah untuk kejahatan terhadap suatu bangsa, dan Dia sendiri yang akan menjadi satu-satunya pelindung mereka.” (Q.S Ar-Ra’ad ayat 11)<sup>2</sup>*

Dengan mengembangkan potensi asset yang ada di Desa Cipasung berupa adanya kopi varietas langka dapat memecahkan permasalahan petani kopi yang

---

<sup>2</sup> Kementerian Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta Timur; PT Surya Prisma Sinergi, 2012), Hlm. 250.

mengalami kesulitan dan juga proses implementasi dari dakwah, yang dimana nantinya hal ini juga dapat memperbaiki perekonomian petani kopi di Desa Cipasung.

## **B. Fokus Dampungan**

Dalam penelitian ini difokuskan untuk melakukan peningkatan perekonomian petani kopi di Desa Cipasung melalui pengembangan digital marketing, maka fokus riset untuk ABCD (Asset Based Community Development) dapat dirumuskan sebagaimana berikut:

1. Bagaimana kondisi petani kopi di Desa Cipasung pasca pandemic covid-19?
2. Bagaimana strategi pemberdayaan yang efektif bagi komunitas petani kopi?
3. Bagaimana hasil pemberdayaan petani kopi pasca pandemic covid-19?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini antara lain:

1. Mengetahui kondisi ekonomi petani kopi di Desa Cipasung pasca pandemic covid-19.
2. Mengetahui strategi pemberdayaan yang efektif bagi komunitas petani pasca pandemic covid-19.
3. Mengetahui hasil pemberdayaan petani kopi pasca pandemic covid-19.

#### **D. Manfaat Pendampingan**

Dari penelitian kali ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis yang telah dilakukan selama proses pendampingan:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini akan memberikan informasi tentang program pemberdayaan dan pendampingan masyarakat yang akan datang. Selain itu, pembaca dan peneliti akan memiliki kesempatan untuk melihat hasil dan metode pemberdayaan petani kopi di Desa Cipasung.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan pada penelitian kali ini mampu dijadikan sebagai referensi dan wawasan baru bagi peneliti maupun pembaca terkait pemberdayaan petani kopi. Pendekatan dan strategi pemberdayaan ini diharapkan dapat memberikan inspirasi bagi semua pihak.

Selain sebagai bentuk tanggung jawab terhadap akademisi, penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan berbagai manfaat bagi berbagai pihak yang telah terlibat dalam proses pendampingan di masyarakat antara lain:

1. Fasilitator, ntisipasi bahwa bantuan aksi berbasis aset akan meningkatkan kapasitas fasilitator untuk pemberdayaan masyarakat. Mampu mengatur dan memberdayakan masyarakat dengan menggunakan

pengetahuan yang diperoleh selama proses pembelajaran. Keterampilan dan persepsi baru fasilitator dapat ditambahkan ke pengetahuan mereka yang ada, dan pengalaman ini dapat digunakan untuk mengajar orang-orang di masyarakat.

2. Fasilitator dan masyarakat, Mereka bertukar keahlian selama proses bimbingan, menambah wawasan baru dan belajar dari satu sama lain. dalam rangka mewujudkan perubahan konstruktif yang meningkatkan kemandirian dan pemberdayaan masyarakat.
3. Dengan penelitian ini, Produk Pengembangan Masyarakat Islam dapat meningkatkan strategi aksi pendekatan masyarakat berbasis aset, pendekatan ABCD (*Asset Based Community Development*).
4. Manfaat bagi universitas, Penelitian ini menjadi penilaian dan syarat mendapat gelar sarjana dari sebuah Universitas sebagai instansi pendidikan. Penelitian ini juga mempraktikkan keilmuan teori sosial dengan pedoman keislaman sesuai dengan dakwah bil haal.

#### **E. Strategi Mencapai Tujuan**

Adanya strategi untuk mencapai tujuan bertujuan untuk memungkinkan masyarakat untuk memperbaiki kondisi mereka sehingga mereka dapat mengembangkan aset mereka yang potensial. Dalam rangka melakukan

pendampingan kepada masyarakat harus memiliki cara agar mencapai tujuan yang disebut dengan strategi. Strategi digunakan agar saat menganalisa data dilapangan dengan kebutuhan masyarakat benar benar tepat. Kemudian tahapan-tahapan yang dapat dilakukan untuk merealisasikan impian dalam meningkatkan perekonomian antara lain:

- 1. Analisa Pengembangan Aset Melalui *Low Hanging Fruit***

Salah satu cara kelompok dapat melihat dan memanfaatkan aset yang dimiliki adalah dengan melakukan analisis pengembangan aset. Analisa pengembangan asset menjadi salah satu metode yang dapat digunakan. Sebelum melakukan pemberdayaan kepada masyarakat, masyarakat sendiri harus sadar akan potensi aset yang mereka miliki agar mudah mencapai impian yang diharapkan. Low hanging fruit merupakan metode atau kegiatan sederhana yang dilakukan secara partisipatif untuk membantu mengidentifikasi aspirasi mana yang dapat diwujudkan dengan memanfaatkan kekuatan masyarakat.. Masyarakat akan memiliki perasaan memiliki (*a sense of bellowing*) ketika menyadari potensi atau asetnya. Masyarakat diharapkan mampu mengembangkan ide-ide baru untuk pengembangan asetnya, sehingga sangat

penting bagi mereka untuk menyadari aset tersebut. Ini membuat pemahaman tentang kebutuhan dan sumber daya lokal diperlukan dalam memperkirakan ukuran kerusuhan. Masyarakat, khususnya kelompok tani kopi, diajak untuk menemukan banyak mimpi melalui aset dan potensi melalui pembangunan dan pengelolaan aset yang dapat dikembangkan untuk mencapai tujuan perubahan sosial yang lebih baik. Setelah itu, mimpi-mimpi ini akan dipilih yang sangat mungkin untuk terwujud. Salah satu metode langsung untuk memberdayakan masyarakat melalui aset adalah dengan menetapkan skala prioritas ini. Low Hanging Fruit adalah cara untuk mendorong pemberdayaan dengan memenuhi kebutuhan dengan membangun kemampuan yang mudah dilakukan.

Melalui metode ini pula, diharapkan dalam proses pengembangan kelompok tani kopi di Desa Cipasung, masyarakat dapat memahami potensi aset yang dimiliki yakni berupa komoditas kopi varietas liberika. Dengan begitu strategi pemberdayaan petani kopi melalui digital marketing dapat bergerak dengan optimal.

## **2. Analisa Strategi Program**

Analisa strategi program digunakan untuk memaparkan aset (kekayaan), harapan, dan

strategi yang nantinya digunakan dalam mewujudkan tujuan. Adapun analisis strategi program dalam penelitian kali ini, sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Analisa Strategi Program

<b>Asset</b>	<b>Harapan</b>	<b>Strategi</b>
Melimpahnya asset berupa tanaman kopi dan sudah diolah menjadi minuman siap saji.	Dapat dijual untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.	Mengedukasi petani kopi melalui pelatihan digital marketing.
Sudah adanya agrowisata kopi dan kedai kopi.	Dapat meningkatkan pengunjung agrowisata kopi Desa Cipasung.	Melakukan promosi baik secara online maupun non-online.
Anggota kelompok yang memiliki kemampuan dan skill yang berbeda-beda.	Dapat membangun kelompok tani yang terstruktur.	Mengorganisir petani kopi yang terstruktur sesuai job description.
Telah didukung pemerintah desa dan Dinas Pariwisata setempat.	Dapat meningkatkan penjualan melalui jalinan Kerjasama.	Mengorganisir proses membangun Kerjasama dengan stakeholder.

Sebagaimana dapat dilihat melalui data tabel analisis strategi program diatas, bahwa terdapat 4 jenis asset yang dimiliki di Desa Cipasung dalam pengembangan potensi kopinya, antara lain di Desa Cipasung memiliki hasil komoditas kopi yang melimpah dan salah satunya jenis kopi langka yang diolah. Potensi ini dapat dimanfaatkan dengan memperluas pemasaran melalui digital marketing hasil olahan kopi berupa minuman expreso dan minuman kopi instan. Kemudian yang kedua di Desa Cipasung sendiri sudah memiliki agrowisata dan kedai kopi, jika promosi agriwisata juga terus dilakukan akan menarik banyak pengunjung yang dimana semakin banyak pengunjung yang berkunjung maka akan semakin makmur para petani.

Kemudian untuk asset manusianya adanya anggota kelompok yang sudah memiliki keterampilan, antara lain keterampilan budidaya tanaman kopi, pengelolaan pasca panen, dan keterampilan barista, jika dibentuk kelompok yang terstruktur maka akan menjadikan kelompok tani yang mandiri, dan yang terakhir yaitu adanya asset berupa dukungan dari pemerintah setempat, hal ini merupakan point penting yang dimana perkembangan agrowisata ini juga dibawah naungan pemerintah setempat.

### 3. Ringkasan Narasi Program

Tabel 1. 3 Ringkasan Narasi Program

Aspek	Keterangan
Goals (Visi Besar)	Meningkatkan pendapatan petani kopi agar dapat memenuhi kebutuhan harian.
Purpose (Tujuan)	Meningkatkan pendapatan petani kopi dan meluaskan pemasaran melalui pemanfaat teknologi digital.
Output (Hasil)	<p>1.1 Masyarakat memahami cara memperluas pemasaran.</p> <p>1.2 Terbangunnya kelompok tani kopi yang terstruktur.</p> <p>1.3 Terbangunnya Kerjasama dengan stakeholder.</p>
Activity (Kegiatan)	<p>1.1.1 Petani memperoleh pendidikan cara memperluas pemasaran.</p> <p>1.1.2 Penyelenggaraan Pendidikan perluasan pemasaran melalui digital marketing.</p> <p>1.2.1 Adanya pihak yang mengorganisir kelompok tani kopi.</p> <p>1.2.2 Kegiatan pengorganisasian</p>

	kelompok tani kopi sesuai job description.
1.3.1	Adanya program jalinan Kerjasama dengan stakeholder.
1.3.2	Adanya pihak yang mengorganisir Kerjasama dengan stakeholder.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tujuan dari adanya proses pendampingan ini merupakan meningkatkan pendapatan petani kopi dan memperluas pemasaran kopi di Desa Cipasung. Untuk mencapai tujuan tersebut perlu adanya program pelatihan mengenai digital marketing yang dapat meningkatkan pemahaman masyarakat setempat mengenai pemasaran online. Dari tujuan tersebut tentunya ada hasil yang ingin dicapai yaitu dengan melakukan program. Dari table diatas terdapat 3 program yang akan dilkakukanantara lain, pertama diharapkan setelah adanya proses pendampingan ini masyarakat memperoleh pemahaman terkait bagaimana cara meperluas pemasaran. Yang diharapkan ilmu ini akan sangat bermanfaat bagi petani kopi untuk memasarkan produknya dengan mandiri dengan pemanfaatan teknologi yang mengikuti perkembangan zaman.

Kedua, Membangun kelompok tani kopi yang terstruktur sesuai dengan kemampuan masing-masing. Guna mempermudah kerjaasama untuk mencapai tujuan

bersama yang diinginkan, maka diperlukan kelompok yang baik dan diharapkan para anggota kelompok tani kopi mendapatkan tugas dan kewajibannya masing-masing sesuai dengan keahlian yang dimiliki.

Ketiga membangun kerjasama dengan stakeholder yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Pemasaran melalui online saja tidak cukup untuk pengemabangan potensi yang ada, tentunya dibutuhkan peran stakeholder yang dapat membantu untuk mencapai tujuan bersama. Disini pemerintah desa setempat juga memiliki peran yang sangat penting sebagai perantara pengenalan potensi liberika kepada instansi yang lebih tinggi, atau biasa disebut kerjasama secara vertikal.

#### **4. Teknik Evaluasi Program**

Dalam melakukan pemantauan dan evaluasi dengan memakai pendekatan ABCD (*Asset Based Community Development*) terdapat beberapa teknik yang digunakan, antara lain:

##### a) Trend and Change

Trend and change atau yang biasa disebut bagan perubahan dan kecenderungan yang digunakan masyarakat, *trend and change* berfungsi untuk mengenali perubahan dan kecenderungan pada suatu kejadian, serta kegiatan masyarakat dari waktu ke waktu.

Tabel 1. 4 Trend And Change

Kepemilikan lahan	2010	2019	2020	Keterangan
Kepemilikan lahan	***	**	*	Lahan perkebunan kopi semakin berkurang dijadikan bangunan
Jumlah produksi kopi	***	**	*	Komoditas kopi semakin berkurang karena petani banyak yang meniggalkan lahan
Jumlah penjualan	**	*	*	Penjualan kopi semakin berkurang karena tidak adanya pengelolaan pasca panen
Jumlah petani kopi	*	**	***	Banyak petani yang bergabung dengan kelompok sejak adanya program penguatan.

Dari table trend and change diatas, dapat dilihat bahwa kondisi di Desa Cipasung tiap tahunnya mengalami perubahan tiap tahunnya. Yang pertama ialah kondisi kepemilikan tanah, ditahun 2010 kepemilikan tanah masih sedikit, banyak lahan kosong yang merupakan lahan bengkok atau milik pemerintah desa namun menginjak tahun 2019 lahan kosong tersebut

semakin berkurang karena banyak dibangun tempat tinggal. Yang kedua, jumlah produksi kopi yang ditahun 2019 dikarenakan lahan kosong masih banyak sehingga banyak pula perkebunan kopi, namun seiring berjalannya waktu perkebunan kopi mulai dibabad dialihfungsikan sebagai tempat tinggal. Hingga saat ini lahan perkebunan kopi di Desa Cipasung hanya 5 hektar. Begitupun dengan jumlah penjualan kopi yang tiap tahunnya mengalami penurunan karenakan lahan yang semakin sempit sehingga komoditas kopi tergolong langka. Dan yang terakhir perubahan jumlah petani, diawal tahun 2019 banyak lahan yang belum dimiliki sehingga sedikit pula petani yang menggarap, namun saat ini jumlah petani kopi semakin banyak hal ini ditandai dengan peningkatan jumlah keanggotaan kelompok tani Sirung Tanjung yang semakin bertambah.

b) Perangkat Wawancara

Wawancara dalam proses pendampingan ini dilakukan bersama dengan petani kopi sebagai subyek dalam penelitian. Teknik ini digunakan untuk mengukur dan menentukan perubahan sosial, yang tidak diketahui, tidak terlihat dan sulit diukur.

c) Perangkat Fotografi

Beberapa foto dari kegiatan yang sedang berlangsung diambil untuk mendokumentasikan setiap perubahan di lingkungan atau komunitas. Dengan sudut pandang mereka kemudian mampu menceritakan dan mengeksplorasi masa-masa

menarik dan dianggap penting oleh mereka, orang dapat melihat potret diri mereka sendiri dari awal hingga akhir dengan cara ini.

d) Perubahan Signifikan

Evaluasi dan monitoring adalah cara untuk melihat perubahan yang terjadi pada masyarakat atau komunitas. Dengan melakukan ini, komunitas diharapkan dapat menjelaskan jenis perubahan yang sudah tercapai. Pada dasarnya, anggota harus melakukan tindakan selanjutnya untuk mempertahankan perubahan yang sudah ada. Perubahan yang terjadi pada masyarakat dapat dilihat melalui kegiatan ini.<sup>3</sup>

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penulisan skripsi dibagi menjadi 9 bab yang diuraikan, hal ini bertujuan untuk memberikan penjelasan dan gambaran penulisan secara lebih detail. Maka dari itu dalam penulisan skripsi ini sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi pemaparan latar belakang penelitian yang berkaitan dengan asset dan kondisi yang ada di lokasi penelitian secara singkat, dan terdapat focus pendampingan, tujuan, dan manfaat pendampingan yang

---

<sup>3</sup> Alison, Mathie, Panduan Evaluasi dan Partisipatif untuk Program Pemberdayaan Masyarakat, Coady International Institute. Seri Kemitraan Universitas-Masyarakat, SILE/LLD 2016. Hal, 12-16

akan dilakukan. Dimana penelitian kali ini dilatar belakangi oleh karena banyaknya petani kopi di Desa Cipasung yang mengeluh pendapatan menurun, padahal Desa Cipasung memiliki potensi adanya komoditas kopi langka yakni varietas liberika, dan pengembangan kopi ini sudah ditahap pembentukan agrowisata dan kedai kopi.

## **BAB II : KAJIAN TEORI**

Pada bab ini akan menjelaskan terkait dengan teori dan konsep yang berkaitan dengan focus penelitian yang akan dilakukan, yakni mengenai pemberdayaan masyarakat, kondisi ekonomi petani covid pasca pandemic covid-19, dan juga perspektif dakwah yang mengambil dari dalil hadist, ayat al-qur'an surah Ar-Ra'ad ayat 11 dan kitab hidayatul mursyidin. Selain itu pada bab ini juga memaparkan perbandingan tema yang diambil terhadap penelitian terdahulu.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian kali ini menggunakan pendekatan ABCD (*Asset Based Community Development*) dengan subyek peneliti yaitu kelompok tani kopi Desa Cipasung. Pada bab ini menjelaskan mengenai pendekatan dan metode yang digunakan dalam pendampingan kepada masyarakat, subyek penelitian, tahap-tahap penelitian, teknik analisis data, dan Teknik validasi data.

## **BAB IV : PROFIL DAN LOKASI PENELITIAN**

Pada bagian ini berisikan terkait informasi dan kondisi di Desa Cipasung serta gambaran komunitas, dan

perilaku masyarakat, dan juga kondisi geografis, demografis, Kesehatan, dan juga perekonomian.

#### **BAB V : TEMUAN ASET**

Pada bab ini berisi temuan-temuan potensi atau asset yang ada di lokasi pendampingan yakni di Desa Cipasung Kecamatan Darma Kabupaten Kuningan. Temuan asset yang ada di Desa Cipasung meliputi asset sumberdaya alam, asset umum, asset manusia, dan kisah sukses.

#### **BAB VI : DINAMIKA PROSES PENDAMPINGAN**

Pada bab ini berisikan penjelasan mengenai proses inkulturasi dan proses penyadaran masyarakat akan potensi yang kan dikembangkan meliputi discovery proses penyadaran asyarakat untuk memanfaatkan potensi asset yang dimiliki, dream, design,define, dan destiny.

#### **BAB VII : AKSI PERUBAHAN**

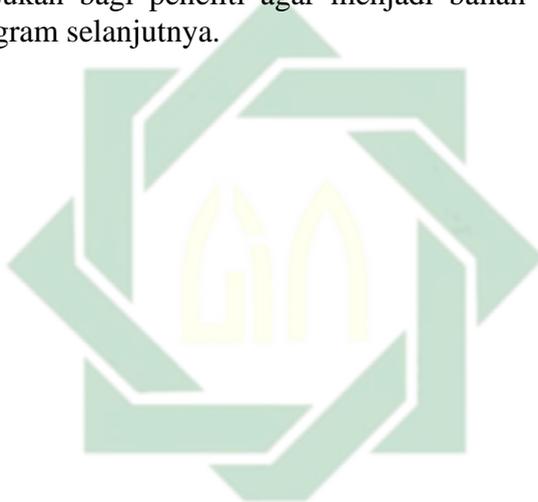
Bab ini memberikan penjelasan tentang proses aksi dari analisis aset hingga penentuan strategi program, melakukan aksi narasi program, dan evaluasi program. Proses aksi perubahan ini mencakup pelaksanaan proses yang telah direncanakan.

#### **BAB VIII : ANALISIS DAN REFLEKSI**

Pada bab ini memberikan penjelasan terkait evaluasi dan hasil hasil yang didapat dari aksi perubahan yang telah dikerjakan pada masyarakat di Desa Cipasung, Hasil ini kemudian disimpulkan apakah hasil dari aksi yang sudah dilakukan sudah mencapai harapan yang telah ditargetkan sebelumnya.

## BAB IX : PENUTUP

Pada bab ini memberikan penjelasan mengenai kesimpulan hasil yang dalam proses aksi, dan proses pemberdayaan yang telah dilakukan peneliti kepada masyarakat Desa Cipasung. Serta adanya saran dan masukan bagi peneliti agar menjadi bahan evaluasi di program selanjutnya.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Teori Dakwah

##### 1. Definisi Dakwah

Dakwah jika dilihat artinya dari segi bahasa bersala dari bahasa arab yaitu “*da’wah*” الدعوة. Kata dakwah terdiri dari 3 huruf arab yaitu dal, ‘ain, dan wawu, dari 3 huruf tersebut jika digabungkan maka dapat menghasilkan arti atau makna yang bermacam-macam seperti memanggil, mengundang, memohon tolong, meminta, menanamkan, mendesak dan lain sebagainya. Dakwah bil-lisan al-hal berasal dari 3 kata yaitu dakwah, lisan dan Al-haal. Berdasarkan pandangan tersebut, maka pengertian dakwah menurut istilah adalah menyeru, memanggil, mengajak dan menjamu, untuk melakukan kebaikan menempuh ajaran Allah SWT yang benar dengan penuh kebijaksanaan.

وَلَتَكُنَّ مِّنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ  
الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

*Artinya: Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung. (Q.S Al Imron/3:104)<sup>4</sup>*

---

<sup>4</sup> Kementerian Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta Timur; PT Surya Prisma Sinergi, 2012), Hlm 63.

Pada ayat ini Allah memerintahkan orang mukmin agar mengajak manusia kepada kebaikan, menyuruh perbuatan makruf, dan mencegah perbuatan mungkar. Dan hendaklah di antara kamu, orang mukmin, ada segolongan orang yang secara terus-menerus menyeru kepada kebajikan yaitu petunjuk-petunjuk Allah. Sungguh mereka yang menjalankan ketiga hal tersebut mempunyai kedudukan tinggi di hadapan Allah.

Islam adalah agama yang menganjurkan pemeluknya untuk selalu aktif dalam melakukan kegiatan dakwah. Kegiatan dakwah menuntut pelaksanaan dakwah secara maksimal dalam Bilhal (bentuk aktual). pengaplikasiannya dapat dilakukan melalui pendekatan pendampingan atau pemberdayaan masyarakat. Pendekatan pendampingan dan pemberdayaan merupakan salah satu cara pilihan yang tepat untuk mencapai dalam tujuan ini. Sebagaimana Syekh Ali Mahfudz mendeskripsikan dakwah sebagai berikut:

حَثُّ النَّاسِ عَلَى الْخَيْرِ وَالْهُدَى وَالْأَمْرُ بِالْمَعْرُوفِ  
وَالنَّهْيُ عَنِ الْمُنْكَرِ لِيَفُوزُوا بِسَعَادَةِ الْعَاجِلِ وَالْآجِلِ

*Artinya: "Mendorong manusia untuk berbuat kebaikan dan petunjuk dan menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran untuk meraih keberuntungan dan kebahagiaan dunia dan akhirat."*<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Syekh Ali Mahfudz, Hidayatul Mursyidin (Libanon: Darul I'tisham 1979), Hal. 17

## 2. Kewajiban Dakwah

Dakwah juga berarti menyeru atau mengajak kebaikan dan memberantas kemunkaran dengan melakukan perbuatan baik. Dakwah atau mengajak menuju kepada jalan kebaikan, diwajibkan bagi seluruh umat manusia untuk melakukan dakwah atau mengajak orang lain kepada jalan yang baik. Menurut para ulama bahwa dakwah itu wajib bagi setiap manusia, akan tetapi terdapat unsur kifayah dan ain didalam kewajiban tersebut, Sebagaimana dalam Al- Quran surat An-Nahl 125, yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ  
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

*Artinya : Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdiskusilah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk. (An-Nahl/16:125)<sup>6</sup>*

## 3. Tujuan Dakwah

Menurut Masyhur Amin bahwa dakwah memiliki tujuan diantaranya:

---

<sup>6</sup> Kementrian Agama RI, Al Qur'an dan Terjemah, (Jakarta Timur; PT Surya Prisma Sinergi, 2012), Hal 281.

1. Tujuan dakwah ditinjau dari objeknya
  - a) Tujuan pribadi, yaitu terbentuknya pribadi yang memiliki iman kepada tuhan yang kuat, memiliki akhlak yang baik, dan memiliki tingkah laku yang sesuai dengan peraturan hukum yang telah ditentukan oleh Allah SWT.
  - b) Tujuan keluarga, yaitu terbentuknya sebuah keluarga yang bahagia dan mencerminkan sikap tentram dan saling menyayangi antar sesama keluarga.
  - c) Tujuan masyarakat, yaitu terbentuknya masyarakat sejahtera dan tercerminnya suasana tenang dengan nuansa islami.
  - d) Tujuan bagi seluruh manusia, yaitu terbentuknya sistem masyarakat seluruh dunia dengan sifat damai dan tentram.
2. Tujuan dakwah ditinjau dari segi materi
  - a) Tujuan akidah, yaitu adanya ketentraman akidah yang sempurna dan yakin dalam hati masing-masing orang, supaya tidak tercampurnya keraguan dalam ajaran islam.
  - b) Tujuan hukum, yaitu ketaatan tiap orang kepada hukum yang berlaku dan telah ditetapkan oleh Allah SWT.
  - c) Tujuan akhlak, yaitu terbentuknya umat Islam yang memiliki pekerti yang dilandasi sifat baik dan terpuji, bersih dan terhindar dari sifat buruk dan tercela.

Berdasarkan tujuan diatas dapat disimpulkan bahwa semua memiliki simpulan tujuan yang sama yaitu berubahnya sikap atau perilaku dari seluruh umat manusia (termasuk mukmin dan kafir atau musyrik) atas petunjuk motivasi dari seorang da'i.

#### 4. Dakwah Bil Hal Dalam Pemberdayaan Petani Kopi Melalui Digital Marketing.

Pemberdayaan masyarakat berarti meningkatkan kemampuan atau kemandirian masyarakat dengan melindungi dan memperjuangkan nilai-nilai dan kepentingan di setiap aspek kehidupan dan mentransformasikan pertumbuhan masyarakat sebagai kekuatan nyata masyarakat. Penguatan individu dan tatanan sosial adalah bagian dari pemberdayaan masyarakat. Dakwah bi hal adalah salah satu metode dakwah melalui perbuatan kebaikan atau perbuatan aksi nyata. Istilah dakwah bi haal juga biasa disebut dengan dakwah alamiah. Yang dimana penyampaian dakwah ini menggunakan perbuatan.

Sedangkan korelasi pemberdayaan masyarakat dalam perspektif dakwah merupakan suatu upaya yang dilakukan agar membentuk masyarakat yang mandiri, berdaya, dan meningkatkan pertumbuhan masyarakat agar terbebas dari kemunkaran. Hal ini sejalan dengan

firman Allah dalam ayat Al-Qur'an sebagai berikut:

..... إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ  
سُوْءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِّن دُونِهِ مِن وَالٍ ﴿١١﴾

*Artinya: “Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan mereka sendiri, dan apabila Allah menghendaki keburukan sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.” (Ar-Ra’ad/13:11)<sup>7</sup>*

Ayat diatas menyatakan bahwa Allah tidak merubah nasib suatu kaum kecuali mereka sendiri yang merubahnya, maknanya Allah memerintahkan dan mengajak manusia untuk senantiasa selalu berusaha dalam menghadapi permasalahan yang ada. Kita sebagai sesama manusia sebagai sesama umat muslim pun wajib hukumnya untuk membantu saudara kita yang sedang mengalami kesulitan (kaum lemah).

Dalam penelitian aksi kali ini, peneliti mengajak masyarakat untuk menuju kesejahteraan melalui potensi yang dimiliki berupa kopi, dan pengembangannya dapat melalui digital marketing. Seperti yang diketahui seiringan dengan perkembangan zaman perkembangan teknologi juga semakin canggih. Saat ini, banyak layanan

---

<sup>7</sup> Kementerian Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta Timur; PT Surya Prisma Sinergi, 2012), Hal 250.

dapat ditemukan secara online tidak terpungki kegiatan berdagang. Sebagaimana dalam ayat Al Qur'an berikut:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu” (Q.S An Nisa/4:29)<sup>8</sup>*

Ayat diatas menjelaskan bahwa orang boleh memakan harta orang lain dengan jalan perniagaan berdasarkan asas saling rela atau taradhi antara dua pihak yang bertransaksi. Kata "tjjarah" atau perniagaan dalam ayat mencakup seluruh akad tukar-menukar yang dimaksudkan untuk memperoleh laba, sehingga mencakup jual beli, sewa-menyewa, dan lain sebagainya. "Tjjarah" yang bermakna perniagaan atau jual beli disebutkan secara khusus dalam ayat karena melihat keumumannya. Umumnya transaksi harta antara manusia yang paling banyak terjadi adalah jual beli. Selain itu juga karena jual beli atau berdagang merupakan pekerjaan yang paling utama dibandingkan dengan yang lainnya.

---

<sup>8</sup> Kementerian Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta Timur; PT Surya Prisma Sinergi, 2012), Hal 83

## B. Teori Pemberdayaan Masyarakat

Teori pemberdayaan atau yang biasa disebut *empowerment* (Inggris) berasal dari kata “*power*” yang berarti keberdayaan atau kekuasaan, maka pemberdayaan berhubungan dengan kekuasaan. Menurut Ginanjar Kartasasmita ialah, sebuah upaya untuk membentuk masyarakat dengan mendorong, memotivasi dan meningkatkan kesadaran akan asset yang dimiliki dan upaya untuk mengembangkannya. Dapat dikatakan bahwa pemberdayaan adalah proses dan tujuan. Ginanjar juga mengatakan Pemberdayaan berarti memperkuat kekuasaan atau keberadaan kelompok lemah dalam masyarakat. Sebaliknya, pemberdayaan menunjuk pada kondisi atau hasil yang diinginkan untuk mencapai perubahan.<sup>9</sup>

Dalam pemberdayaan, konsep yang digunakan adalah membangun kapasitas. Pembangunan kapasitas adalah bagian dari proses pemberdayaan. Menurut Maskun, pengembangan kapasitas adalah pendekatan pembangunan yang bergantung pada kekuatan-kekuatan dari bawah, seperti sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya ekonomi, sehingga mengembangkan kapasitas lokal.<sup>10</sup> Membangun kapasitas yang dimaksud mencakup peningkatan kapasitas

---

<sup>9</sup> Ganjar Kartasasmita, *Pengembangan Untuk Rakyat: Meadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*, (Jakarta: PT Pustaka Cidesindo, 1996), hal. 145

<sup>10</sup> Munawar Noor, “*Pemberdayaan Masyarakat*”, Jurnal Ilmiah CIVIS, Volume I, No. 2, Juli 2011, hal 88 dari <http://journal.upgris.acid>

pemerintah daerah, perusahaan swasta, dan kelompok, serta peningkatan kapasitas masyarakat secara keseluruhan untuk mengelola dan menghadapi tantangan yang terkait dengan pertumbuhan potensi alam dan ekonomi lokal.

Menurut Morison, *“The best way to understand capacity building is as a method for inducing, or kicking off, multi-level change in people, groups, organizations, and systems. The goal of capacity development is to increase people's and organizations' ability for self-adaptation so that they can continuously adjust to their surroundings. Building capacity is a procedure, not a finished good. Capacity building in particular is a multi-level learning process that connects concepts to action. In this paradigm, actionable learning can be used to define capacity building.”*<sup>11</sup>

Morison menggambarkan pengembangan kapasitas sebagai proses untuk mendorong atau mendorong perubahan pada berbagai tingkat dalam individu, kelompok, organisasi, dan sistem dengan tujuan meningkatkan kemampuan dan penyesuaian individu dan organisasi sehingga mereka dapat merespon secara berkelanjutan terhadap perubahan lingkungan

---

<sup>11</sup> Terrence Morrison, *Actionable Learning A Handbook For Capacity Building Through Case Based Learning*, (Tokyo: ADBI Publishing 2001), hal 4 dari <http://adb.org>

Chambers juga menjelaskan bahwa pemberdayaan merupakan sebuah strategi pembangunan ekonomi yang menggambarkan pembangunan yang berpusat pada rakyat atau yang biasa disebut *people centered*, pembangunan juga membutuhkan partisipasi dan kekutan bersama. Untuk mewujudkan masyarakat yang berdaya, yang berarti lebih banyak orang dalam masyarakat yang terlibat aktif dalam kegiatan pemberdayaan. Kemudian untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka serta mengambil kendali atas lingkungannya. Karena itu, masyarakat memiliki otonomisasi dan kemandirian, yang berarti mereka memiliki kekuatan dan kekuasaan atas diri mereka sendiri dan semua orang yang terlibat di dalamnya. Berikut adalah tahapan pemberdayaan menurut Ginanjar:

- Tahap pendekatan.
- Tahap proses.
- Tahap merancang strategi.
- Tahap menata kelompok dan aksi.
- Tahap membangun sistem pendukung.<sup>12</sup>

Pemberdayaan kapasitas yang akan ditekankan pada penelitian kali ini yaitu pengembangan kapasitas pada Kelompok Petani Kopi di Desa Cipasung Kecamatan Darma Kabupaten Kuningan dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai media pemasaran

---

<sup>12</sup> Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat: Wacana dan Praktik*, (Jakarta. Kencana, 2013)

hasil olahan produk yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Sebelumnya di Desa Cipasung telah dibentuk kelompok petani kopi Sirung Tanjung dan kelompok tersebut telah membangun Kedai Kopi Liberika yang dibangun pada tahun 2021 kemarin, namun pendapatan kedai kopi tersebut pun mengalami penurunan secara signifikan. Dari awal pembukaan dan sejak bulan April penjualannya terus mengalami kemerosotan.

Secara sosial ekonomi, tingkat kehidupan petani kopi tidak berubah, tingkat kesejahteraan mereka semakin merosot jika dibandingkan sebelum masa pandemic covid-19. Hal yang sama juga dialami di agrowisata kopi Desa Cipasung yang setiap harinya penjualannya mengalami penurunan. Karena petani merupakan lapisan masyarakat yang paling miskin, terutama masa pandemic mereka tidak dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Maka dari itu perlu adanya pemberdayaan kelompok petani kopi di Desa Cipasung guna meningkatkan penjualan dan pendapatan mereka.

### **C. Digital Marketing**

#### a) Definisi Marketing

Kata "*Marketing*" (Inggris) memiliki arti "pasar". Karena adanya daya beli dan kebutuhan dan keinginan yang beragam, pasar adalah tempat orang bertransaksi dan adanya *needs and wants*. Pemasaran sendiri berarti upaya manusia untuk mendapatkan apa yang diinginkan orang lain. Seperti yang diketahui

seiringan dengan perkembangan zaman perkembangan teknologi juga semakin canggih.

Setiap tahun, kemajuan teknologi tidak dapat dihindari, tetapi manusia dapat mengimbangnya dengan menggunakan teknologi dengan cara yang bermanfaat. Tujuan diciptakannya teknologi pun untuk mempermudah aktivitas manusia agar lebih efektif dan efisien. Upaya pemasaran mulai maju dengan berlalunya waktu dan perkembangan teknologi. Sebagai pebisnis, kita memiliki dua pilihan untuk pemasaran: pemasaran offline dan pemasaran online. Pemasaran digital juga sudah mulai menyebar secara signifikan di Indonesia. Untuk pemilik bisnis dan profesional yang telah melebarkan sayap kewirausahaan mereka di berbagai saluran media sosial, termasuk Instagram, Facebook, Twitter, blog, Whatsapp, dan lainnya.

#### b) Manfaat Digital Marketing

Ada kemungkinan bahwa pemasaran online tidak digunakan sesering pemasaran tradisional. Ini dianggap normal mengingat bahwa strategi pemasaran offline telah ada lebih lama daripada yang online. Meskipun sebagai pebisnis dapat meningkatkan kesuksesan usaha dengan menggunakan kombinasi yang tepat dari kedua strategi pemasaran ini.

Dengan meningkatnya popularitas digital marketing, semakin banyak orang yang membuka

bisnis yang terkait dengannya. Akibatnya, banyak ahli pemasaran yang mengembangkan modul digital marketing untuk membantu pebisnis membuat strategi digital marketing yang mereka butuhkan.

Selain itu manfaat digital marketing juga bisa menjangkau hampir semua pasar dengan cepat, seperti yang diketahui dan menjangkau berapapun jarak antar pembeli dengan penjual, dunia online tidak terbatas ruang dan waktu.

c) Digital Marketing Sebagai Solusi Pemberdayaan Masyarakat

Sejak tersebarnya wabah covid-19 di Indonesia telah mematikan berbagai sumber perekonomian masyarakat, tidak terkecuali bagi petani kopi di Desa Cipasung Kec. Darma Kab. Kuningan Jawa Barat. Pandemic covid berdampak pada terhambatnya kegiatan pertanian, menurunnya harga komoditas, kurangnya tenaga kerja, dan berakibat pada menurunnya kualitas dan kuantitas produksi kopi hal ini menyebabkan terjadinya penurunan pendapatan petani kopi.

Padahal sebelum wabah covid-19 pasar perkopian di Jawa Barat sangat tinggi, komoditas kopi yang paling tinggi diekspor adalah kopi varietas robusta. Namun sejak wabah pandemic, mengalami penurunan minat yang signifikan. Konsumen berlari membeli kopi secara online dan membeli produk impor. Komoditas kopi local mulai hilang peminat. Para

petani banyak yang gulung tikar, kebutuhan pengeluaran dan biaya perawatan tidak sebanding dengan harga jual Rp 7.000/kg, banyak petani yang lebih memilih meninggalkan perkebunan mereka dan mencari pekerjaan yang baru.

Maka digital marketing merupakan suatu sistem pemasaran yang dilakukan pasca pandemi covid-19, adanya perkembangan zaman dengan adanya teknologi manusia juga mempengaruhi gaya hidup masyarakat. pandemic covid-19 juga telah mengubah kebiasaan masyarakat yang sebelum pandemic manusia terbiasa membeli barang secara langsung ke toko namun sejak pandemic covid-19 setelah berbagai kebijakan seperti PSBB yang membatasi pergerakan masyarakat menjadikan segala kegiatan masyarakat dilakukan secara online, mulai dari kegiatan Pendidikan online, bekerja online, hingga proses berdagang online. Kebiasaan ini masih melekat pada masyarakat bahkan hingga pandemic covid-19 berakhir, Sebagian masyarakat memilih membeli barang secara online karena dinilai simple tanpa harus buang tenaga tinggal klik esok harinya barang yang diinginkan sampai.

Maka dari itu penjualan melalui teknologi digital marketing sangat penting untuk saat ini. Selain karena dapat meningkatkan pendapatan namun penggunaan teknologi juga sebagai media pembelajaran yang update sesuai perkembangan zaman, sehingga walaupun di dalam kelompok petani kopi berisikan

bapak-bapak petani namun mereka juga menggunakan teknologi digital sebagai media pemasarannya yang lebih luas.

Gambar 2. 1 Data Pengguna E-Commerce Tahun 2024



Berdasarkan dari sumber bahwa pengguna e-commerce di Indonesia sangat tinggi, sejak pandemic covid-19 berada pada 112,1 jt pengguna dan pada tahun berikutnya naik hingga 129,9, dan angka ini terus naik setiap tahunnya hingga pada tahun 2023 pengguna e-commerce sudah mencapai 180,6 jt pengguna. Tentu hal ini dapat menjadi peluang yang besar juga.

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dibuat bertujuan untuk mengetahui bagian hasil dari peneliti terdahulu sebagai sumber acuan yang sedang dikaji. Sumber acuan penelitian ini mengenai pemberdayaan petani kopi dengan membandingkan berbagai metode penelitian yang berbeda:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

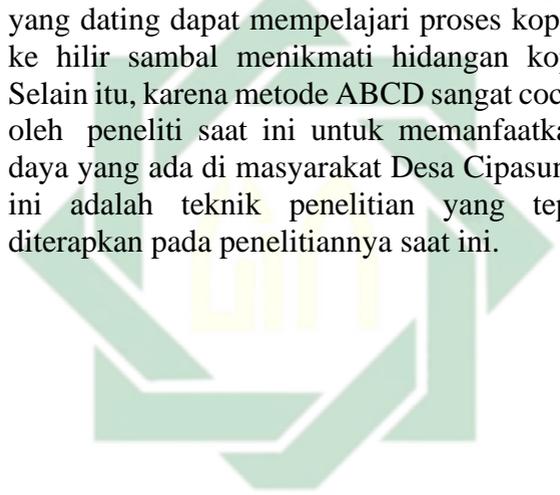
<b>Aspek</b>	<b>Penelitian 1</b>	<b>Penelitian 2</b>	<b>Penelitian 3</b>	<b>Penelitian 4</b>	<b>Penelitian 5</b>	<b>Penelitian yang dikaji</b>
<b>Judul</b>	Pemberdayaan Petani Kopi Melalui Penguatan Kapasitas Dalam Mengelola Hasil Kopi Desa Genteng Kab. Sumedang	Pengorganisasian Masyarakat Pada Paguyuban Petani Kopi Bondowoso	Pemberdayaan Petani Kopi Oleh Dinas Pertanian Di Desa Ramug Jaya Aceh	Analisis Strategi Pemberdayaan Petani Kopi Melalui Kelompok Guyub Kopi dan Kakao Pacitan	Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Janji Jiwa Melalui Digital Marketing Di Era Pandemi Covid-19	Pemberdayaan Petani Kopi Melalui Digital Marketing Di Desa Cipanggung Kec. Darma Kab. Kuningan
<b>Peneliti</b>	Nurliana, dkk	Desi Handayani	Eva Eviany	Masnur Azis	Mayang Riyantie	Rahayu Fitriangsih
<b>Tema Masalah</b>	Belum adanya proses produksi pasca panen	Ketidaktabilan harga kopi	Belum adanya sarana proses produksi kopi	Teknik budidaya yang belum optimal	Tingkat penjualan rendah selama pandemi Covid-19	Penjualan menurun, ketidaktabilan

<b>Aspek</b>	<b>Penelitian 1</b>	<b>Penelitian 2</b>	<b>Penelitian 3</b>	<b>Penelitian 4</b>	<b>Penelitian 5</b>	<b>Penelitian yang dikaji</b>
						harga kopi, kurangnya SDM.
Program	Pelatihan pasca panen	Wawancara, observasi	Program pelatihan, pemberian modal usaha	Kelompok Guyub Kopi dan Kakao, melakukan pelatihan	Memanfaatkan digital marketing dan social media advertising	Pelatihan Digital Marketing adanya agrowisata kopi edukatif.
Sasaran/Subyek	Petani kopi	Masyarakat	Petani Kopi	Kelompok guyub petani kopi	Pengelola kedai kopi	Kelompok tani kopi
Pendekatan	PAR	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif	ABCD

<b>Aspek</b>	<b>Penelitian 1</b>	<b>Penelitian 2</b>	<b>Penelitian 3</b>	<b>Penelitian 4</b>	<b>Penelitian 5</b>	<b>Penelitian yang dikaji</b>
Hasil	Dapat mengubah pola pikir petani menjadi lebih profesional dan modern.	Dapat menampung aspirasi para petani kopi dan memecahkan permasalahan.	Produksi kopi mengalami peningkatan.	Meningkatkan kemampuan dan keanggotaan kelompok petani kopi.	Meningkatkan engagement dan penjualan.	Dapat meningkatkan penjualan dan perekonomian petani kopi.

Dapat ditemukan dari hasil penulisan sumber rujukan di atas peneliti dahulu dan peneliti sekarang, serta dapat dilihat juga ada perbedaan berupa lokasi penelitian dan metode penelitian yang digunakan, yang dimana lokasi penelitian saat ini berada di Desa Cipasung Kecamatan Darma Kabupaten Kuningan Jawa Barat. Kemudian perbedaan selanjutnya terdapat pada tema masalah, yang dimana setiap peneliti memiliki tema masalah yang berbeda-beda, dapat diketahui jika peneliti terdahulu ada yang fokus pada peningkatan pendapatan namun menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan penelitian yang sedang dikaji menggunakan metode ABCD yang

mana juga fokus pada penelitian aset dan potensi berupa kopi langka kopi liberika dan sasaran penelitiannya pun kelompok petai kopi Sirung Tanjung yang merupakan kelompok tani kopi di Desa Cipasung yang memiliki Agrowisata Kopi yang bertema edukasi perkebunan sehingga pengunjung yang datang dapat mempelajari proses kopi dari hulu ke hilir sambil menikmati hidangan kopi langka. Selain itu, karena metode ABCD sangat cocok dipakai oleh peneliti saat ini untuk memanfaatkan sumber daya yang ada di masyarakat Desa Cipasung, metode ini adalah teknik penelitian yang tepat untuk diterapkan pada penelitiannya saat ini.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

##### 1.) Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam proses pendampingan kali ini, peneliti fokus pada pendekatan berbasis aset atau biasa disebut *Asset Based Community Development*. *Asset-Based Community Development (ABCD)*, juga dikenal sebagai *Community-Driven Development*, adalah suatu pendekatan pengembangan masyarakat yang menggabungkan komponen signifikan yang berusaha untuk membangun tatanan sosial di mana masyarakat berfungsi sebagai aktor utama dan penentu pembangunan lingkungan (CDD). Selain itu, pendekatan ABCD dimaksudkan untuk menyediakan masyarakat dengan alat yang diperlukan untuk membuat rencana atau agenda untuk setiap perubahan yang mereka anggap penting. Paradigma dan prinsip panduan pendekatan ABCD difokuskan pada konteks pemahaman dan internalisasi kekuatan, aset, dan penggunaan yang mandiri dan efektif.

13

Peneliti menemukan bahwa aset Desa Cipasung memiliki berbagai jenis aset, termasuk kekayaan sumber daya alam, sumber daya manusia, kekuatan sosial, dan aset fisik. Salah satu aset sumber daya alam yang menarik

---

<sup>13</sup> Nadhir Salahuddin, dkk, “*Panduan KKN ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya*”

adalah komoditas kopi liberica, yang memiliki potensi untuk dikembangkan dan membantu masyarakat Desa Cipasung. Ini juga berdampak positif pada masyarakat Desa Cipasung, akan tetapi masyarakat Desa Cipasung belum menyadari bahwa asset tersebut adalah awal dari kekayaan. Dikarenakan belum adanya kesadaran atas potensi yang dimiliki dan juga keterbatasan kemampuan sumber daya manusia menjadikan alasan untuk menggunakan pendekatan ABCD.

Pendekatan ABCD adalah pendekatan yang cenderung melihat bagaimana kelemahan dan kekurangan pada masyarakat maupun suatu komunitas. Jika dibandingkan dengan ide pendekatan ABCD tentang gelas yang setengah penuh dan setengah kosong. Ini dibandingkan dengan aset di sisi setengah terisi dan kelemahan yang dimiliki di sisi kosong kaca. Ungkapan "gelas setengah kosong" dapat digunakan untuk menunjukkan bahwa setiap orang bisa menjadi lebih kuat jika mereka berkonsentrasi pada apa yang sudah mereka miliki dan mengembangkannya.

Dalam pendekatan ABCD terdapat 5 strategi yang menjadi acuan diantaranya: (1) Discovery (Menemukan). (2) Dream (Mimpi). (3) Design (Merancang). (4) Define (Menentukan). (5) Destiny (Memastikan). Pengembangan masyarakat berbasis ABCD mengutamakan potensi daripada kelemahan. Pada dasarnya, seseorang tidak benar-benar tidak memiliki kemampuan, tetapi mereka tidak berani mencoba gagal dan tidak akan pernah berani mencoba sesuatu yang mereka anggap sulit. Setiap orang

tidak akan bisa melakukan atau menyelesaikan sesuatu jika tidak diketahui sulit dan mudahnya.

Dalam metode penelitian ABCD terdapat beberapa prinsip yang. Maka dari itu, prinsip-prinsip penelitian metode penelitian ABCD (Asset Based Community Development) dijelaskan di bawah ini.<sup>14</sup>

1.) Setengah Terisi Lebih Berarti (Half Full and Half Empty) Bahwa setengah terisi lebih berarti ialah: Jika ingin mencoba dan percaya pada sumber daya alam yang berharga, menunjukkan isi alam secara detail akan memberikan manfaat. Namun, ada hal yang sering dilupakan adalah aset dan potensi yang dimiliki dan terjebak dalam lingkungan permasalahan tersendiri dalam keadaan dan situasi. Perlu diketahui sangat normal untuk menyadari bahwa setiap orang memiliki kekurangan, tetapi hanya berfokus pada mereka tanpa berusaha untuk perubahan yang lebih baik.

2.) Semua punya potensi (No Body Has Nothing)

Dalam ayat, "Manusia yang cerdas adalah manusia yang menyadari kelebihan yang dimiliki, dan tidak ada ciptaan tuhan yang sia-sia di muka bumi ini" (QS. Ali Imron 191), maknanya jelas, yaitu bahwa setiap manusia

---

<sup>14</sup> Nadhir Salahuddin, dkk, "*Panduan KKN ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya*". Hal. 20-43

memiliki kemampuan untuk belajar hal-hal baru, dan setiap manusia memiliki kelebihan sendiri di setiap bidang. Tidak ada lagi alasan bagi seseorang untuk tidak bergabung dengan komunitas meskipun mereka memiliki keterbatasan fisik, mental, atau fisik. Keterbatasan tidak menjadi alasan untuk tidak bergabung dan melakukan perubahan sosial untuk meningkatkan komunitas. Selain itu, menerima setiap anggota kelompok tidak menjadi alasan karena setiap kelemahan pasti memiliki keunggulan.

### 3.) Partisipasi

Definisi partisipasi adalah ketika seseorang terlibat dalam suatu kegiatan yang membutuhkan keterlibatan pada tingkat emosional dan mental untuk mencapai harapan yang diinginkan, berpartisipasi dalam tujuan untuk mencapai harapan, dan bertanggung jawab atas partisipasinya.

### 4.) Kemitraan

Hubungan ini terjadi ketika dua pihak atau kelompok setuju untuk bekerja sama dan memberikan tugas kepada orang lain. Untuk berjalan dengan baik, hubungan ini harus dilakukan secara ikhlas. Untuk mencapai tujuan, pihak-pihak yang bersangkutan harus memberikan dampak dan timbal balik yang baik kepada sesama, menanggung, dan bekerja

sama, terlepas dari apa yang terjadi. Untuk mencapai kepentingan bersama, setiap orang harus belajar bagaimana berkolaborasi dan berinteraksi.

*“A relationship between individuals or groups that is characterized by mutua cooperation and responsibility, as for the achievement of a specified goal”* dapat dikatakan bahwa hubungan dan atau kerja tim yang dibangun antara banyak orang yang berbagi tanggung jawab adalah untuk mencapai tujuan bersama.

## **B. Prosedur Penelitian**

Dalam prosedur penelitian memakai metode (*Asset Based Community Development*) ABCD terdapat 5 tahap yaitu Discovery, Dream, Design, Define dan Destiny atau juga bisa di sebut 5D:

- 1.) Discovery, Pada titik ini, peneliti harus menemukan dan mengapresiasi apa yang telah mereka capai sebelumnya, baik secara pribadi maupun secara kelompok. Dengan mengingat kembali kisah-kisah baik yang pernah terjadi di masa lalu, kita dapat memperoleh pikiran dan asumsi yang baik serta ingatan yang membanggakan tentang peristiwa masa lalu. Setelah ditelusuri rupanya pengembangan kopi liberika ini cukup baik, awal mula pengembangannya dipelopori oleh salah satu

dosen STP Trisakti yang sedang melakukan kegiatan KKN, dan dari situ STP Trisakti membantu dari segi budget untuk pengelolaan dan alat-alat yang dibutuhkan dalam pengembangan potensi kopi, salah satunya dengan memberikan alat roasting untuk selanjutnya kelompok petani kopi dilepaskan dan mengeksplor sendiri hal ini bertujuan agar membentuk petani kopi yang mandiri. Tahap ini dapat menumbuhkan rasa berbagi dan memberi tahu orang tentang kekuatan dan kemampuan mereka.

- 2.) Pada tahap kedua ini adalah mimpi (Dream) yang berarti impian atau memimpikan sesuatu tetapi cuma sebatas angan-angan. Selain itu, tahap ini melibatkan dan mendorong orang untuk memimpikan sesuatu atau membayangkan sesuatu yang lebih dari sekedar angan-angan. Hal ini dilakukan secara berkelanjutan agar setiap orang dapat memikirkan rencana perubahan positif yang akan dilakukan, setidaknya sampai atau mungkin dapat tercapai. Namun, pada saat ini, itu bukan hanya mimpi biasa; itu adalah bentuk keinginan positif yang berasal dari masa lalu. Karena itu, masyarakat berusaha mewujudkan apa yang dia impikan melalui bahasanya dan cara kreatif. Akan mudah bagi setiap orang

untuk mengingat apa yang mereka ingin capai di masa depan dengan cara ini.

- 3.) Design, pada tahap ini memberikan penjelasan mengenai proses mengajak suatu komunitas atau masyarakat untuk belajar tentang potensi, kekuatan dan asetnya agar dapat memanfaatkannya secara konstruktif, inklusif, dan kolaboratif. Ini berarti bahwa masyarakat berusaha untuk mengontrol dan memahami kekuatan dan potensi asetnya sehingga mereka dapat memanfaatkannya dengan baik dan dengan perencanaan yang positif dalam setiap situasi dan kondisi. Dengan tujuan yang sudah direncanakan sebelumnya, maka dapat dapat mencapainya.
- 4.) Define yaitu pada tahap ini, setiap individu maupun kelompok organisasi menentukan tujuan yang diinginkan mereka dan membuat rencana tindakan untuk mewujudkan tujuan tersebut. Masyarakat dapat memastikan apakah rencana tersebut sesuai atau tidak dengan harapan. Ini adalah cara untuk mencapai tujuan. Pada akhirnya, setiap orang menemukan kekuatan dalam langkah-langkah sebelumnya dan melakukan apa yang seharusnya mereka lakukan untuk mencapai tujuan mereka. Kemudian terjadi perubahan sosial. Pembelajaran, improvisasi dan adaptasi

merupakan serangkaian tahapan dalam pemberdayaan.

- 5.) Destiny (Monitoring dan Evaluasi) Pada tahap ini, perlu dilakukan tindakan inspiratif untuk mendukung proses belajar dan inovasi yang berkelanjutan. Pada bagian terakhir, kami berbicara tentang cara individu, organisasi, dan komunitas dapat menjadi lebih baik lagi. Setelah proses perubahan direncanakan dan dilaksanakan, langkah terakhir adalah melakukan evaluasi dan membuat rencana tindak lanjut untuk memastikan bahwa proses perubahan terus menghasilkan keuntungan dan berkembang.

### **C. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian kali ini ialah Komunitas Petani Kopi Sirung Tanjung Desa Cipasung. Peneliti ini memiliki alasan dilakukannya proses pendampingan ini bertujuan untuk mengembangkan potensi yang dimiliki di Desa Cipasung yakni berupa potensi hasil perkebunan kopi, terdapatnya potensi yang dapat berkembang seperti adanya potensi kopi varietas langka yakni Liberica yang menjadi penopang pemenuhan kebutuhan hidup masyarakat. Dan petani kopi juga memiliki potensi berupa keterampilan dan juga usaha pengolahan kopi agar dapat meningkatkan penjualan dan petani tidak meninggalkan kebunnya.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik dalam pengumpulan data menggunakan beberapa macam sebagai berikut:

1. Mapping (Pemetaan) Pemetaan desa adalah proses penggambaran situasi desa secara sistematis. Pengumpulan data dan informasi tentang kondisi fisik desa, peruntukan lahan, sarana dan prasarana, dan pemukiman adalah bagian dari proses pemetaan desa sanitasi air bersih, ekonomi, dan sosial yang ada pada masyarakat. Dengan membandingkan kondisi tahun sebelum dengan kondisi sekarang. Sehingga menjadi tahu perubahan – perubahan yang terjadi. Proses pemetaan ini diawali dengan penjelasan peta dan arti pentingnya peta. Dengan tujuan untuk memanggil kembali ingatan masyarakat tentang kondisi desa. Setiap peserta membuat satu jenis simbol.
2. Kalender Musim, Kegiatan pemetaan dengan metode kalender musim mempunyai tujuan untuk mengetahui kalender/bulan - bulan kegiatan ekonomi dan sosial masyarakat dalam satu tahun. Dari proses ini teridentifikasi jenis, waktu dan kondisi dalam kurun waktu satu tahun. Hasil dari kalender musim dalam bentuk diagram. Proses ini diawali dengan menyepakati waktu kapan masyarakat umumnya memulai kegiatan

(pada bulan apa) dalam satu tahun. Kemudian peserta menentukan topic / bahasan sebagai bahan diskusi, sampai muncul temuan-temuan (masalah, potensi, gagasan) peserta.

3. Teknik wawancara bersifat secara mendalam dengan melibatkan berbagai pihak yang ada di lokasi pemetaan. Teknik ini digunakan dengan membangun dialog yang terstruktur dengan panduan instrumen pemetaan sosial yang sudah disusun. Wawancara yang digunakan meliputi beberapa kebutuhan data yang sudah disepakati sebelumnya dengan hasil temuan dari FGD pada proses penggalian data. Oleh karena itu, proses wawancara akan berkolaborasi dengan teknik observasi secara partisipatif bersama dengan informan lokal.

#### **E. Teknik Validasi Data**

Teknik validasi data merupakan Teknik yang dilakukan dengan menggunakan untuk memvalidasi keabsahan suatu data, dalam penelitian kali ini peneliti menggunakan teori triangulasi Wiliam Wiersma (1986) dalam buku karya Sugiyono tahun 2014 bahwa triangulasi digunakan sebagai pengujian kebenaran pernyataan suatu data dari berbagai sumber baik itu data primer maupun data skunder. Teknik validasi data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu triangulasi sumber yang bertujuan untuk pengecekan kebenaran melalui beberapa sumber.

## **F. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data merupakan proses penyusunan data dengan sistematis yang didapatkan dari hasil penggalan informasi berupa wawancara, FGD, maupun dokumentasi. Kemudian dikategorikan dan dideskripsikan agar mudah dipahami untuk tahap selanjutnya pemecahan masalah. Jika sudah dianalisis selanjutnya membuat kesimpulan dari data yang telah diambil. Terdapat 3 tahapan dalam melakukan proses analisis data, antara lain:

1. Reduksi Data, pada tahapan ini peneliti dan memilih hal-hal penting dalam pemecahan masalah yang dialami masyarakat. Hasil rangkuman data yang telah didapat dicatat. Hal ini sebagai salah satu upaya dalam mempertimbangkan keputusan yang akan diambil. Reduksi data dalam penelitian ini yaitu mengenai keadaan ekonomi petani kopi pasca pandemic covid-19.
2. Peyajian Data, ini merupakan tahapan setelah data direduksi kemudian tahap selanjutnya ya tahapan penyajian data. Penyajian data pada penelitian kali ini, disajikan kedalam bentuk uraian singkat deskripsi, bagan, grafik maupun gambar sehingga memudahkan untuk dipahami.

## G. Jadwal Pendampingan

**Tabel 3. 1 Jadwal Pendampingan**

No.	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan						
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1	Pemetaan Awal (Assesment)	■						
2	Inkulturas				■			
3	Transect					■		
4	Pemetaan Asset					■		
5	FGD Bersama Masyarakat						■	
6	Tahapan Dream dan Design							■
7	Sosialisasi dan Pelatihan Digital Marketing							■

Dari table diatas dapat dikatakan bahwa proses kegiatan pendampingan berlangsung dari bulan Oktober 2022 hingga bulan April 2023, dari mulai tahap pemetaan awal yang dilakukan di bulan Oktober kemudian proses inkulturas yang dilakukan di bulan Januari dan kegiatan transect dilakukan dibulan Februari. Setelah transect dilanjutkan dengan kegiatan pemetaan asset yang dilakukan dibulan Februari. Kemudian untuk tahap melakukan aksi sosialisasi dan pelatihan digital marketing dilakukan di bulan April.

## **BAB IV**

### **PROFIL LOKASI PENELITIAN**

#### **A. Asal Usul Desa Cipasung**

Menurut salah satu tokoh Desa Cipasung bahwa asal muasal Desa Cipasung pada waktu itu, konon katanya ada seorang tokoh wanita yang disebut "Angga". Tokoh wanita ini memiliki tiga buah karembong atau selendang, di mana satu berukuran 1 x 60 cm dan dua lainnya berukuran 6 x 4m. Karembong yang berukuran 1 x 60 cm dapat menutupi seluruh wilayah kekuasaannya. Selain karembong, dia memiliki Tusuk Konde dan Peso Kujang. Tokoh wanita ini memiliki "Pacakar", atau pengikut, yang terdiri dari "semur", yang sekarang dikenal sebagai Eyang Buyut Semut, serta sejumlah pengikut setia lainnya. Setelah Gunung Gede meletus mereka mulai membuka lahan (sunda : ngababakan) diawali dengan membuat pondok pondok yang atapnya terbuat dari pohon Kiray yang ada di daerah tersebut. Namun demikian sekarang pohon Kiray sudah tidak ada lagi. Pada waktu itu ada pula sebuah pohon yang dinamakan pohon "Pasung". Pohon tersebut memiliki ciri, tinggi tidak lebih dari 7 m, dengan jarak dari akar ke dahan  $\pm 3$  m dan diameter batang  $\pm 70$  cm, adapun jarak dari dahan ke ujung pucuk daun setinggi  $\pm 4$  m. Sementara lebar dari batang pohon ke samping daun  $\pm 2,5$ m, sehingga apabila dihitung lebar jarak antara daun sebelah kanan ke daun sebelah kiri batang pohon lebih kurang mencapai  $\pm 5$  m. Lebih lanjut dikatakan bahwa hanya ada satu daun di atas pohon. Pohon tersebut tampak memiliki empat akar besar yang mengarah ke arah

utara, timur, selatan, dan barat, bersama dengan satu akar kecil yang mengarah ke bawah. Akar pancur disebut sebagai akar utama. Daun pohon pasung sedikit lebih kecil, tetapi bentuknya mirip dengan daun nangka.

Selain ciri dan keunikan dari pohon Pasung, dari bagian bawah pohon tersebut juga mengeluarkan air dalam jumlah cukup banyak, sehingga masyarakat sekitar membuat kubangan kecil untuk menampung air (sekarang dikenal namanya cileutik). Mengingat air yang keluar sangat banyak akhirnya dibuat sebuah bak penampungan, yang sekaligus di dalam bak itu digunakan untuk memelihara kepiting (pabrik keuyeup). Ketersediaan air di bak penampungan yang sangat banyak, akhirnya disalurkan kemana-mana termasuk salah satunya ke pesawahan Cirawa.

Kebiasaan masyarakat saat itu, yakni sering melaksanakan pertemuan besar termasuk musyawarah untuk membahas berbagai hal, yang dilakukan di suatu tempat yang disebut “*Atra*” yang dalam Bahasa sunda berarti jelas. Adapun tempat yang dimaksud, sekarang dikenal daerah sekitar pemakaman Eyang Braja Baong) yang berada disekitar pinggir air waduk darma atau masyarakat setempat menyebutnya “*sagara*”.

Pada suatu pertemuan, mereka menyepakati beberapa hal diantaranya tentang pemberian nama tempat, yang selanjutnya diberinama “*Cipasung*”. Nama tersebut diambil dari asal Pohon Pasung yang mengeluarkan Air, kemudian untuk menghormati jasa Eyang Angga, hasil

pertemuan juga menyepakati untuk menjadikan tokoh ini dengan sebutan Rangka Pasung.

Selain itu, informasi yang sama juga menyatakan bahwa nama Desa Cipasung berasal dari beberapa kampung di daerah tersebut: Kampung Cipadung yang berbatasan dengan Desa Sindangpanji, Kampung Rumalega di sebelah selatan desa, Kampung Cikondang atau blok desa, dan Kampung Cipasung yang dekat dengan Desa Paninggaran dan Desa Jagara. Kampung Cipasung dahulunya dihubungi oleh jalur Darma - Paninggaran - Sakerta, Cimenga dan jalur Cipasung - Sakerta - Cimenga - Subang. Sawah Cirawa terletak di sebelah barat daya kota. Sawah tersebut merupakan bagian dari kekayaan desa yang dikenal dengan sebutan. Di tengah-tengah sawah tersebut ada mata air dan jugatumbuh pohon yang dikenal dengan nama pohon “*Pasung*”. Air yang berasal dari mata air yang mengalir dari bawah pohon pasung tersebut mengalir ke kampung dan mengalir pula kesawah sekitar kampung sawahdekeut. Sedangkan sebutan untuk airnya sendiri dinamakan Cai Pasung (bahasa sunda yang berarti air dari pohon pasung). Dari situlah awal nama kampung disebut Cipasung.

Selain itu, di sawah itu pula pernah menghasilkan genting yang cukup di kenal luas dengan sebutan genting Cipasung. Karena kampung tersebut letaknya cukup strategis, sehingga memudahkan transportasi dan komunikasi untuk mengangkut hasil kerajinan, sehingga membuat orang luar lebih mengenal Kampung Cipasung

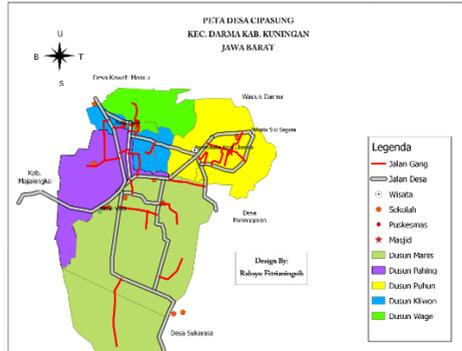
dari pada desanya. Oleh karena itu, nama desa diambil dari salah satu nama kampung yang lebih populer, "Desa Cipasung." Nama kampung tetap digunakan sebagai "kampung Cipasung", hanya untuk pusat pemerintahan (Balai Desa) yang ditempatkan di Blok Desa yang sebelumnya dikenal sebagai "kampung Cikondang."

## **B. Kondisi Geografis**

Desa Cipasung merupakan salah satu desa dengan luas wilayah 156.783 Ha/m<sup>2</sup> yang terletak di Kecamatan Darma Kabupaten Kuningan Jawa Barat. Desa Cipasung berada di jalan raya Kuningan-Ciamis yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Majalengka. Desa Cipasung, yang terletak pada ketinggian kurang lebih 650 meter di atas permukaan laut, memiliki tanah dataran tinggi dengan tegalan dan sedikit sawah tadah hujan. Namun, setelah tahun 1962, sawah akhirnya terendam Waduk Darma. Dahulu penggarapan sawahnya hanya menghasilkan panen padi satu kali dalam setahun. Namun seiring waktu dengan berkembangnya teknik penggarapan sawah yang lebih baik, maka panen padi bisa 2 kali dalam setahun, termasuk diiringi dengan tumpang sari tanaman palawija.

Pembagian wilayah Desa Cipasung dibagi menjadi 5 Dusun dan memiliki 13 RT dan 5 RW, diantaranya 5 Dusun yakni ada Dusun Puhun, Dusun Pahing, Dusun Kliwon, Dusun Wage, dan Dusun Manis. dengan pembagian menjadi empat kampung yang terdiri dari kampung Cipadung, Rumalega, Cikondang, dan kampung cipasung atau cirawa.

**Gambar 4. 1 Peta Desa Cipasung**



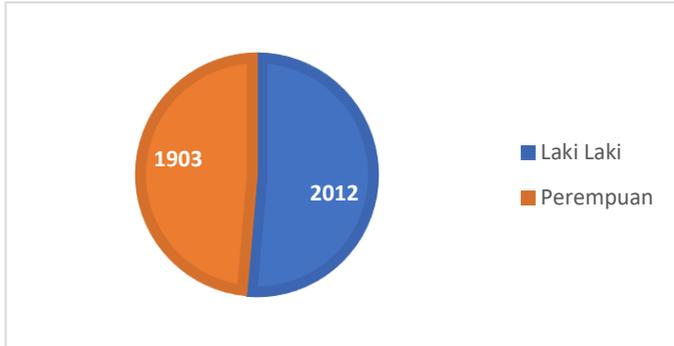
Secara geografis letak Desa Cipasung berbatasan langsung dengan:

- Sebelah Utara :Desa Kawahmanuk
- Sebelah Selatan :Desa Sukarasa
- Sebelah Timur :Desa Paninggaran
- Sebelah Barat :Desa Sindangpanji Kecamatan Cikijing Kabupaten Majalengka

### **C. Kondisi Demografis**

Berdasarkan hasil pemetaan yang telah dilakukan sebelumnya, Desa Cipasung memiliki jumlah penduduk keseluruhan yakni 3.915 jiwa dan 1.042 KK dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 2.012 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 1.903 jiwa.

Grafik 4. 1 Jumlah Penduduk Tahun 2023



Perbedaan jumlah penduduk di Desa Cipasung tidak terlalu jauh antara laki-laki dan perempuan, dan berdasarkan data yang telah diperoleh dari hasil pemetaan dilapangan jumlah penduduk laki-laki lebih banyak dari pada penduduk perempuan. Dengan perbandingan persentase laki-laki sekitar 51% yang berjumlah 2.012 jiwa dan penduduk perempuan 49% yang berjumlah 1.903 jiwa.

#### **D. Kondisi Pendidikan**

Pendidikan menjadi salah satu hal yang utama dalam kehidupan manusia, yang mana manusia sebenarnya wajib untuk melakukan pendidikan dalam kesehariannya dan yang di harapkan agar bisa berkembang menjadi pribadi yang lebih baik. Pemerintah tengah sedang melakukan revisi Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional (UU Sisdiknas). Revisi ini akan

menyesuaikannya dengan isi Peta Jalan Pendidikan (PJP) Indonesia 2020–2035. Sebelumnya, batas usia pendidikan minimal 12 tahun, tetapi sekarang menjadi 9 tahun. Ini untuk mencapai visi unggul SDM Indonesia. Oleh karena itu, ada institusi pendidikan di Desa Cipasung untuk membantu proses pendidikan.

**Gambar 4. 2 SDN  
Cipasung**

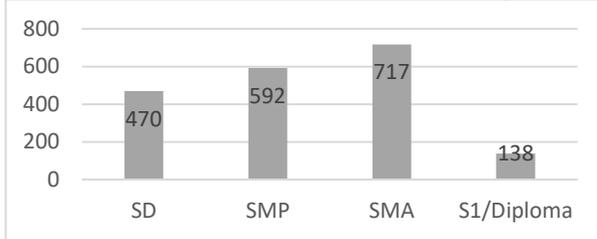


**Gambar 4. 3 SMA  
Darma**



Desa Cipasung tergolong memiliki fasilitas Pendidikan yang cukup lengkap, namun untuk SDM masih tergolong minim, masih banyak masyarakat yang Pendidikan terakhirnya hanya sampai tingkat SD, ini biasanya didominasi oleh kalangan masyarakat yang lanjut usia. Dan berikut merupakan data penduduk Desa Cipasung berdasarkan Pendidikan ditampilkan kedalam bentuk diagram berikut:

**Grafik 4. 2 Kondisi Pendidikan Masyarakat**



Dapat dilihat dalam diagram Pendidikan yang ada di Desa Cipasung sebagai berikut, dalam diagram diatas terdapat terdapat 4 tingkatan Pendidikan rata-rata masyarakat Desa Cipasung. Yang pertama tingkatan SD terdapat 470 orang yang tamat pendidikan sampai jenjang sekolah dasar, biasanya masyarakat yang tamat sekolah dasar adalah orang tua karena pada zaman dahulu, kesempatan mendapat pendidikan yang layak tidak seperti saat ini. Orangtua zaman dulu harus bekerja setelah tamat sekolah dasar, biasanya membantu orangtua mengurus kebun atau pertenakan. Kemudian untuk tingkatan Pendidikan yang kedua yakni tingkat SMP, terdapat 592 orang masyarakat Desa Cipasung yang tamat Pendidikan sampai SMP. Sedangkan untuk tingkat Pendidikan yang paling tinggi yaitu tingkat SMA. Sejak adanya peraturan wajib belajar 12 tahun, mayoritas penduduk di Desa Cipasung banyak melanjutkan Pendidikan sampai strata menengah atas. Sedangkan untuk tingkat Pendidikan perguruan tinggi masih minim yakni sekitar 138 orang

saja, hal ini disebabkan banyak para pemuda pemudi desa yang setelah lulus strata menengah atas memilih untuk merantau dan bekerja.

Sedangkan untuk fasilitas Pendidikan yang ada di Desa Cipasung sendiri bisa terbilang sangat cukup, karenanya fasilitas Pendidikan sudah cukup lengkap mulai dari Pendidikan dari tingkat playgroup dan taman kanak-kanak hingga strata menengah atas. Berikut adalah data fasilitas Pendidikan di Desa Cipasung:

**Tabel 4. 1 Daftar Instansi Pendidikan Desa Cipasung**

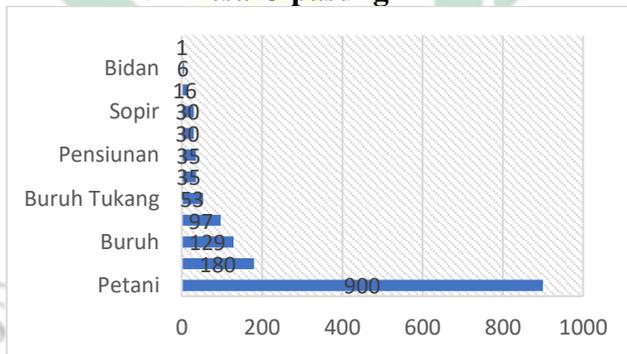
No.	Nama Instansi	Lokasi	Kondisi	Keterangan
1.	TK Dewi Kartika	Dusun Kliwon	Baik	Formal
2.	TK Kusuma Bangsa	Dusun Wage	Baik	Formal
3.	SDN Cipasung	Dusun Manis	Baik	Formal
4.	MI Cipasung	Dusun Puhun	Baik	Formal
5.	MTS Ar-Rasyid	Dusun Manis	Baik	Formal
6.	MTS Islam Terpadu	Dusun Manis	Baik	Formal
7.	SMA Darma	Dusun Kliwon	Baik	Formal
8.	SMK Islam Terpadu	Dusun Wage	Baik	Formal
9.	TPQ Cirawa	Dusun Manis	Baik	Non Formal
10.	TPQ Desa	Dusun Kliwon	Baik	Non Formal

11.	TPQ Wetan	Dusun Puhun	Baik	Non Formal
-----	-----------	-------------	------	------------

### E. Kondisi Ekonomi

Sebagian besar mata pencaharian masyarakat Desa Cipasung ialah berprofesi sebagai petani, baik itu petani kebun maupun petani sawah. Setelah dilihat dari kondisi geografisnya wilayah di Desa Cipasung masih banyak terdapat perkebunan dan tegalan, maka dari itu masyarakat setempat memanfaatkan potensi yang ada sebagai sumber perekonomian. Berdasarkan data yang diperoleh, berikut adalah data mata pencaharian masyarakat Desa Cipasung.

**Grafik 4. 3 Mata Pencaharian Masyarakat Desa Cipasung**



Dari data diatas dapat diketahui bahwa jumlah mata pencaharian masyarakat Desa Cipasung paling banyak adalah petani yakni berjumlah 900 orang, untuk jumlah terbanyak selanjutnya diduduki profesi pedagang yang berjumlah 180 orang. Sedangkan untuk buruh

berjumlah 129 orang, kemudian pekerjaan swasta lainnya berjumlah 97 orang, kemudian untuk profesi buruh berjumlah 53 orang, PNS sebanyak 35 orang, pensiunan jumlahnya sama dengan PNS yakni 35 orang, sedangkan untuk guru berjumlah 30 orang, sopir berjumlah 30 orang, bidan dan tenaga Kesehatan 6 orang, dan TNI 1 orang.

Karena mayoritas penduduk Desa Cipasung adalah petani, hal ini juga menjadikan potensi sumber daya manusia yang dimiliki, maka kelompok petani harus meningkatkan produktivitas dan keanekaragaman usaha pedesaan, memberikan sarana dan fasilitas yang mendukung ekonomi pedesaan, membangun dan memperkuat institusi yang mendukung rantai produksi dan pemasaran, dan mengoptimalkan sumber daya alam sebagai dasar pertumbuhan ekonomi pedesaan..

Atas dasar tersebut maka di Desa Cipasung dibentuklah BUMDes dimulai pada Bulan Januari 2016. Pada waktu Musyawarah Desa itu BUMDes diberi nama “*Rangga Pasung*” dan dibentuklah Susunan Kepengurusan BUMDes. BUMDes Rangga Pasung didirikan dan dikembangkan untuk mendorong pemberdayaan yang berfokus pada kemandirian masyarakatnya, dengan adanya dana (*budgeting*) untuk pengelolaan dan pembiayaan pembangunan untuk desa. Jika pembangunan pedesaan dapat berjalan dengan baik, diharapkan kualitas hidup masyarakat pedesaan akan meningkat. Dengan adanya PADesa, pemerintah desa akan memiliki kemampuan untuk merencanakan dan

melaksanakan pembangunan pedesaan untuk mengurangi kemiskinan.

Modal BUMDes Rangka Pasung berasal dari Bantuan Pemerintah, Bantuan APBDes dan Penyertaan aset Desa :

1. Berawal dari APBDesa Tahun Anggaran 2017. Sebagaimana tertuang dalam Perdes Nomor : 03 Tahun 2017, tertanggal 15 Juni 2017 tentang Penyertaan Modal Desa pada Badan Usaha Milik Desa Bumdes Rangka Pasung sebesar Rp. 50.000.000,- (Lima Puluh Juta Rupiah)
2. Bantuan dari Kementerian PDPT tahun 2017 sebesar Rp 50.000.000,- (Lima Puluh Juta Rupiah)
3. Penyertaan Aset Desa sebagaimana tertuang dalam Perdes Nomor : 06 Tahun 2017 tentang Penyertaan Aset Desa Pada Badan Usaha Milik Desa BUMDes, tanggal 27 Oktober 2017.

#### **F. Kondisi Keagamaan**

Untuk kondisi keagamaan di Desa Cipasung masyarakatnya beragama islam semua, berdasarkan data yang telah diperoleh masyarakatnya 100% beragama islam, sehingga hal ini juga mempengaruhi dalam budaya dan kegiatan masyarakatnya.

#### Grafik 4. 4 Kondisi Keagamaan Desa Cipasung



Salah satu kegiatan masyarakat di Desa Cipasung dalam bidang keagamaan ialah Muludan atau biasa disebut maulid merupakan suatu kegiatan masyarakat yang dilakukan untuk menyambut bulan Maulid, pada bulan ini masyarakat Desa Cipasung mengadakan acara di setiap musholah dengan membacakan sholawat Bersama masyarakat dengan membawakan makanan kemudian makanan tersebut dibagikan Kembali pada masyarakat. Kegiatan ini dilakukan secara bergantian disetiap musholah yang berbeda selama bulan Maulid.

#### Gambar 4. 4 Masjid Hidayatul Muslimin Desa Cipasung



Gambar diatas aalah salah satu masjid dari 3 masjid besar yang ada di Desa Cipasung, selain memiliki 3 masjid di Desa Cipasung juga memiliki 22 musholah yang tersebar dibeberapa RT.

## **G. Kondisi Sosial Budaya**

### **a) Karang Taruna**

**Gambar 4. 5 Kelompok Karang Taruna Desa Cipasung**



Karang Taruna Desa Cipasung Kecamatan Darma adalah organisasi sosial yang berfungsi sebagai wadah pengembangan generasi muda Desa Cipasung. Organisasi ini memiliki kemampuan untuk menunjukkan karakternya melalui ciptaa, rasa, dan karya yang berkaitan dengan kesejahteraan sosial. Organisasi ini tumbuh dan berkembang berdasarkan kesadaran dan tanggung jawab moral yang dimiliki oleh masyarakat di wilayah Desa Cipasung.

Hasil rapat seluruh elemen generasi muda Desa Cipasung pada tahun 2015 memutuskan untuk

membentuk Karang Taruna Desa Cipasung. Sampai saat ini, Karang Taruna Medal Anjung telah melakukan beberapa inisiatif kesejahteraan sosial, seperti:

1. Pengelolaan Sampah Desa
2. Konveksi Pakaian
3. Sablon Pakaian

b) Kelompok Tani Kopi Sirung Tanjung

Kelompok Tani Kopi Sirung Tanjung merupakan kumpulan petani kopi yang ada di Desa Cipasung. Kelompok ini berdiri tahun 2021 yang diketuai oleh Bapak Taufik, kelompok ini focus pada pengembangan asset kopi liberika yang merupakan salah satu komoditas kopi langka. Pengembangan kopi ini telah ditahap membangun agrowisata dan kedai kopi yang berkonsep edukatif menyajikan proses kopi dari hulu sampai ke hilir. Hingga saat ini kelompok tani kopi ini telah berjumlahkan anggota sebanyak 20 orang.

c) Kesenian

Tradisi dan kebudayaan di Desa Cipasung terbagi menjadi budaya sunda dan budaya islam namun kedua budaya tersebut berbaaur menjadi satu. Dapat dilihat dari beberapa kegiatan masyarakat berikut ini:

1. Seni Rudat

Seni rudat atau yang sering disebut pula dengan terbangan merupakan kesenian khas masyarakat Jawa Barat khususnya suku Sunda. Kesenian rudat ini berfungsi sebagai syair agama Islam dari para ulama dan santri kepada masyarakat. Itu juga dapat digunakan sebagai cara untuk berdakwah kepada para santri atau orang-orang di sekitarnya. Fungsi kesenian rudat tersebut berubah dari waktu ke waktu. Meskipun demikian, tujuan seni rudat telah berkembang. Saat ini, acara pernikahan, aqiqahan, dan sunatan adalah tempat yang sering digunakan. Selain itu, fungsi dan karakteristik utamanya tetap sama.

**Gambar 4. 6 Kesenian Rudat Desa Cipasung**



Di Desa Cipasung sendiri memiliki kelompok tari rudat, kelompok ini diikuti oleh kalangan muda dan beberapa bapak-bapak hingga lanjut usia. Tarian ini diirigi oleh alat music sunda seperti angklung, gamelan, gong, kecapi, dan seruling. seni rudat ini biasanya ditampilkan saat cara desa seperti halal bi halal, peresmian desa wisata, dan ulang tahun desa.

## 2. Ngaruwat

Adat istiadat yang dikenal sebagai ngaruwat, atau ruwatan bumi, berasal dari Sunda, terutama Subang, dan telah ada sejak ratusan tahun yang lalu. Ngaruwat bumi adalah cara untuk berterima kasih atas hasil bumi yang melimpah. Dalam bahasa Inggris, "ruwat" berarti mengumpulkan. Padi memiliki tempat khusus dalam tradisi ruwatan bumi. Menurut kepercayaan masyarakat setempat, padi atau beras bukan hanya bahan makanan. Itu dianggap sebagai hasil pekerjaan dewi-dewi, dan proses menghasilkannya dianggap sakral.

## 3. Mungghan

Tradisi Mungghan masyarakat sunda dilakukan untuk menyambut kehadiran bulan Ramadan. Pelaksanannya pada akhir bulan Sya'ban biasaya ketika satu atau dua hari menjelang bulan Ramadhan. Bagi orang yang tinggal di luar tempat kelahirannya akan pulang kampung dengan tujuan berkumpul bersama keluarga.

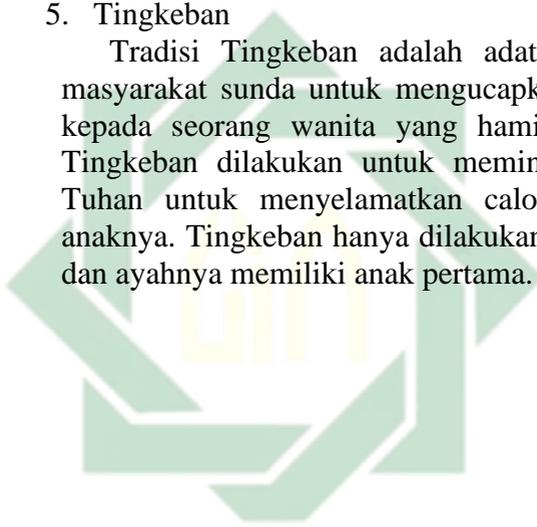
## 4. Muludan

Muludan atau biasa disebut maulid merupakan suatu kegiatan masyarakat yang dilakukan untuk menyambut bulan Maulid, pada bulan ini masyarakat Desa Cipasung mengadakan acara di setiap musholah dengan membacakan sholawat Bersama masyarakat

dengan membawakan makanan kemudian makanan tersebut dibagikan Kembali pada masyarakat. Kegiatan ini dilakukan secara bergantian disetiap musholah yang berbeda selama bulan Maulid.

#### 5. Tingkeban

Tradisi Tingkeban adalah adat kebiasaan masyarakat sunda untuk mengucapkan selamat kepada seorang wanita yang hamil 7 bulan. Tingkeban dilakukan untuk meminta bantuan Tuhan untuk menyelamatkan calon ibu dan anaknya. Tingkeban hanya dilakukan ketika ibu dan ayahnya memiliki anak pertama.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB V**

### **TEMUAN ASET**

#### **A. Gambaran Umum Aset**

Fokus utama penelitian ini adalah aset yang dimiliki oleh masyarakat, dengan menggunakan pendekatan berbasis ABCD (*Asset Based Community Development*). Ada kemungkinan bahwa aset ini adalah bakat atau keterampilan lokal yang dapat dimanfaatkan, dikembangkan, dan digunakan secara efektif oleh individu atau kelompok, serta kemampuan untuk mengajar orang lain. Mereka mungkin berbentuk keterampilan atau bakat komunitas yang dapat digunakan, dikembangkan, dan digunakan dengan benar secara individu atau kelompok, serta kemampuan untuk mengajar orang lain. Aset sumber daya alam termasuk varietas kopi liberika. Selain memiliki aset sumber daya alam dan sumber daya manusia adapun aset berupa aset, fisik, finansial, manusia dan sosial. Dan berikut adalah aset yang dimiliki di Desa Cipasung:

#### **B. Aset Alam**

Aset alam merupakan sebuah aset yang berasal dari alam yang mana potensi tersebut terletak di wilayah Desa Cipasung yang dapat dimanfaatkan dan dikembangkan oleh masyarakat guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat itu sendiri. Desa Cipasung memiliki aset alam yang cukup subur, dan sehingga masyarakat menggunakan kekayaan tersebut untuk menanam berbagai tanaman. Padi, singkong, cengkeh, kopi, jagung, dan tanaman lainnya adalah komoditas

utama. Sebagian besar orang di masyarakat setempat bekerja sebagai petani, menurut hasil pemetaan yang telah dilakukan.

**Tabel 5. 1 Pentagonal Aset**

<i>Topik/Aspek</i>	<i>Pemukiman</i>	<i>Tegalan</i>	<i>Perikanan</i>	<i>Wisata</i>
<i>Tata Guna Lahan</i>	Pemukiman dan Pekarangan	Tegalan	Jaring apung (keramba)	Agrowisata Kopi Liberica
<i>Kondisi</i>	Tanah Miring, tanah merah	Tanah merah, tanahnya cukup subur	Perairan	Komoditas kopi langka, kelompok petani kopi.
<i>Jenis Tanaman</i>	Pisang, bambu, singkong	Jati, nangka, jagung, singkong, kopi, cengkih	-	Singkong, kopi, jati
<i>Manfaat</i>	Mendirikan bangunan	Untuk memenuhi kebutuhan harian, hasil komoditas kopi langka (kopi liberica)	Tempat budidaya ikan air tawar, sumber mata pencaharian masyarakat.	Dijadikan sebagai lahan usaha.
<i>Masalah</i>	Tanah miring, sampah tersumbat di bawah, pembangunan jalan aspal	Serangan hama	Penataan jaring apung berantakan, sehingga kurang cocok untuk dijadikan pemandangan wisata	Penurunan pendapatan sejak pandemic covid-19.

<b>Topik/Aspek</b>	<b>Pemukiman</b>	<b>Tegalan</b>	<b>Perikanan</b>	<b>Wisata</b>
<i>Tindakan</i>	belum merata			
	Pondasi bangunan, memperbaiki saluran air	Obat anti hama, diberi tanda peringatan	Menata ulang jaring apung, agar rapih dan indah dipandang.	Memperluas pemasaran melalui digital marketing.
<i>Harapan</i>	Pembangunan jalan aspal lebih merata, membuat TPA	Hasil pertanian dapat dipasarkan keluar Kuningan	Hasil panen bertambah dan dapat memenuhi kebutuhan harian masyarakat.	Dapat meningkatkan kebutuhan harian petani kopi setempat.
<i>Potensi</i>	Masyarakatnya kompak, Memiliki kelompok petani kopi untuk pengembangan budidaya kopi, dan juga kelompok sadar wisata dan kelompok jaring apung.	Hasil komoditas kopi liberica Cipasung sudah bisa dipasarkan di wilayah Kabupaten Kuningan.	Jaring apung sebagai mata pencaharian utama masyarakat setempat,	Adanya SDA agrowisata kopi ini dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

Untuk memetakan aset alam yang berada di Desa Cipasung, peneliti bersama masyarakat melakukan penggalan data menggunakan teknik transect atau yang biasa disebut dengan penelusuran wilayah. Hasil dari transect yang diperoleh yaitu tata guna lahannya ada empat empat bagian pemukiman dan tegalan, perikanan, dan wisata. Hal ini sudah disesuaikan dengan keadaan Desa Cipasung.

**Gambar 5. 1 Tanaman Kopi Varietas Liberika**



Dari hasil pemetaan yang telah dilakukan sebelumnya terdapat potensi sumber daya alam di Desa Cipasung berupa adanya perkebunan kopi seluas kurang lebih 5ha, dan kopi tersebut merupakan salah satu komoditas kopi langka. Dikatakan langka karena kopi tersebut memiliki aroma yang khas seperti buah Nangka, dan biji kopinya pun lebih besar dari pada biji kopi pada umumnya. Liberika memiliki banyak keunggulan, salah satunya adalah mudah ditanam di dataran rendah dan lebih tahan terhadap hama, penyakit, dan cuaca. Tanaman kopi liberika juga sangat tahan terhadap kondisi tanah

yang tidak subur; mereka juga dapat tumbuh di tanah berpasir, kekeringan, dan cuaca basah. Tidak seperti kopi robusta dan arabika, kopi liberika memiliki aroma yang lebih menyengat dan tajam, dan rasa pahitnya dan lebih kental. dan biasanya diseduh dan dicampur dengan susu untuk menutupi rasa tajam dan pahitnya. Dalam setahun kopi liberika bisa menghasilkan 1,5 ton per hektarnya dalam masa panen setahun sekali. Kelompok petani kopi di Desa Cipasung tidak langsung menjual kopi dalam bentuk greenbean dikarenakan harganya sangat rendah, namun mereka biasanya mengolahnya terlebih dahulu melalui proses roasting. hasil biji kopi yang telah melalui proses roasting disebut roastbean dan harganya cukup tinggi yakni sekitar Rp. 150.000 – Rp 325 .000 per kilogramnya. Bagi penikmat kopi aroma kopi liberika dapat lebih menarik. Dari uraian diatas dapat dikatakan bahwa potensi terbesar Desa Cipasung ialah terdapatnya komoditas kopi liberika yang dimana jenis kopi langka.

### **C. Asset Fisik**

Selain itu, aset fisik, atau infrastruktur, membantu mengoptimalkan kegiatan masyarakat. Aset fisik adalah modal yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk melakukan berbagai kegiatan kepentingan bersama, dan fasilitas umum yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk melakukan kegiatan kepentingan bersama. Masyarakat Desa Cipasung memiliki aset fisik berikut:

#### **Tabel 5. 2 Data Fasilitas Umum Desa Cipasung 2023**

No.	Jenis Fasilitas	Nama Fasilitas	Jumlah	Status
1.	Umum	Balai Desa	1	Layak
2.		Lapangan	2	Kurang
3.		Makam	2	Layak
4.	Pendidikan	PG/TK	2	Layak
5.		Sekolah Dasar	2	Layak
6.		MTS	2	Layak
7.		SMA	1	Layak
8.		SMK	1	Layak
9.	Keagamaan	Masjid	3	Layak
10.		Musholah	10	Layak
11.		TPQ	3	Layak
12.	Ekonomi	Bumdes	1	Layak
13.		PDAM Tirta Anjung	1	Layak
14.		Kolam Renang	1	Layak
15.		Agrowisata Kopi Liberika	1	Layak

Menggunakan transect yang telah dilakukan bersama warga dan data yang telah dikumpulkan sebelumnya, Desa Cipasung memiliki aset fisik berupa sarana dan prasarana yang cukup lengkap untuk dimanfaatkan dan dikelola oleh masyarakat. Sarana dan prasarana yang ada di desa dapat memudahkan masyarakat menjalankan aktivitas sehari-hari. Baik dari tempat ibadah, sarana umum seperti balai desa, lapangan olah raga sarana pendidikan maupun sarana ekonomi. Masyarakat lebih ringan dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Untuk sarana ibadah, di Desa Cipasung

memiliki 3 masjid dan 10 mushollah. Dan untuk fasilitas lapangan ada 2 tempat. Sedangkan infrastruktur lainnya seperti fasilitas pendidikan, pemakaman, balai desa dan fasilitas umum lainnya.

**Gambar 5. 2 Kedai Kopi  
Liberika**



**Gambar 5. 3  
Agrowisata Kopi  
Liberika**



Di desa Cipasung juga memiliki beberapa potensi yang menonjol dibidang perekonomiannya, salah satunya Agrowisata Kopi Liberika. Yang dimana agrowisata ini milik kelompok petani kopi Sirung Anjung dan perintisnya ialah Bapak Topik (43) yang sudah sejak 2015 terjun ke dunia perkopian. Pada awalnya bapak topik hanya memasarkan kopi kepada orang terdekat, namun sejak adanya program dari STP Trisakti yang dimana tahun 2019 di dampingi untuk meningkatkan potensi yang ada di Desa Cipasung. Setelah ditelisik ternyata Desa Cipasung memiliki potensi berupa adanya komoditas kopi langka yakni liberika. STP Trisakti juga bekerja sama dengan IFG dan memfasilitasi alat pengelolaan kopi,

dengan memanfaatkan lahan bengkok milik Desa seluas 5 hektar lahan tersebut dimanfaatkan untuk membuka kedai dan agrowisata kopi yang pada akhirnya diberi nama Kopi Liberika Cipasung.

#### **D. Asset Sosial**

##### **a) Karang Taruna**

Karang Taruna Medal Anjung Desa Cipasung Kecamatan Darma adalah organisasi sosial yang berfungsi sebagai wadah pengembangan generasi muda di Desa Cipasung. Organisasi ini memiliki kemampuan untuk menunjukkan karakternya melalui ciptaan, rasa, dan karya yang berkaitan dengan kesejahteraan sosial. Organisasi ini tumbuh dan berkembang atas dasar kesadaran dan tanggung jawab sosial masyarakat di wilayah Desa Cipasung.

Hasil rapat seluruh elemen generasi muda Desa Cipasung pada tahun 2015 memutuskan untuk membentuk Karang Taruna Desa Cipasung. Sampai saat ini, Karang Taruna Medal Anjung telah melakukan beberapa inisiatif kesejahteraan sosial, termasuk:

- Pengelolaan Sampah Desa
- Konveksi Pakaian
- Sablon Pakaian

b) Kelompok Tani Kopi Sirung Tanjung

**Gambar 5. 4 Kelompok Tani Kopi Sirung Tanjung**



Kelompok Tani Kopi Sirung Tanjung merupakan kumpulan petani kopi yang ada di Desa Cipasung. Kelompok ini berdiri tahun 2021 yang diketuai oleh Bapak Taufik, kelompok ini focus pada pengembangan asset kopi liberika yang merupakan salah satu komoditas kopi langka. Pengembangan kopi ini telah ditahap membangun agrowisata dan kedai kopi yang berkonsep edukatif menyajikan proses kopi dari hulu sampai ke hilir. Hingga saat ini kelompok tani kopi ini telah berjumlah anggota sebanyak 20 orang.

Agrowisata kopi liberika berada dibawah kepemilikan kelompok tani kopi Sirung Anjung. Kelompok tani kopi ini merupakan gabungan dari petani kopi di seluruh Desa Cipasung. Adanya kelompok ini bertujuan untuk memudahkan pemberdayaan petani, mensejahterakan petani kopi, dan sebagai wadah untuk mempelajari hal baru terkait

kopi. Kelompok ini diketuai oleh Bapak Topik. Jumlah keanggotaan kelompok kopi liberika berjumlah 20 orang, antara lain:

**Tabel 5. 3 Data Keanggotaan Kelompok Tani Kopi Sirung Tanjung**

No.	Nama	Usia	Jabatan	Tugas
1.	Taufik	47 Tahun	Ketua Kelompok	Mampu mengkoordinir dan mengambil keputusan serta mengambil langkah untuk kepentingan bersama.
2.	Maman	52 Tahun	Wakil Ketua Kelompok	Membantu ketua mengkoordinir anggota, menjalankan tugas sesuai keahlian
3.	Nanang	48 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan baik dibidang sosial, produksi, dan pemasaran, menjembatani kelompok dengan stakeholder

<b>No.</b>	<b>Nama</b>	<b>Usia</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Tugas</b>
4.	Dede Kurnia	52 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan baik dibidang sosial, produksi, dan pemasaran,
5.	Didi Rohmadi	60 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan baik dibidang sosial, produksi, dan pemasaran,
6.	Jumhana	64 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan baik dibidang sosial, produksi, dan pemasaran,
7.	Kuswara	46 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan baik dibidang sosial, produksi, dan pemasaran,
8.	Asmari	70 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan baik dibidang sosial, produksi, dan pemasaran,
9.	Jahid	50 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan baik dibidang

No.	Nama	Usia	Jabatan	Tugas
				sosial, produksi, dan pemasaran,
10.	Naryono	57 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti setiap kegiatan baik dibidang sosial, produksi, dan pemasaran,
11.	Maman S.	49 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan baik dibidang sosial, produksi, dan pemasaran,
12.	Diding	55 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan baik dibidang sosial, produksi, dan pemasaran,
13.	Muksim	60 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan baik dibidang sosial, produksi, dan pemasaran,
14.	Asep	51 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan baik dibidang sosial, produksi, dan pemasaran,

<b>No.</b>	<b>Nama</b>	<b>Usia</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Tugas</b>
15.	Fikri	25 Tahun	Manajemen Kedai	Mengelolah manajemen keuangan dan bertanggung jawab terhadap media promosi dan pemasaran.
16.	Rian	19 Tahun	Barista dan Pramusaji	Meracik dan mengelolah hidangan kopi Melakukan piket setiap hari.
17.	Muis	20 Tahun	Barista	Meracik dan mengelolah kopi, melakukan piket setiap hari.
18.	Arik	19 Tahun	Barista dan pramusaji	Meracik dan mengelolah kopi, melakukan piket setiap hari.
19.	Fajri	18 Tahun	Pramusaji	Menyajikan kopi, melakukan piket setiap hari.

No.	Nama	Usia	Jabatan	Tugas
20.	Herdi	22 Tahun	Barista dan manajemen pemasaran	Meracik dan mengelolah kopi, melakukan piket setiap hari, melakukan promosi akun official Instagram.

Adapun kegiatan kegiatan kelompok petani kopi antara lain:

1.) Pelatihan Barista

**Gambar 5. 5 Pelatihan Barista**



Pelatihan barista merupakan pelatihan pengolahan kopi yang diadakan oleh kelompok tani kopi sirung anjung kepada para pemuda Desa Cipasung yang memiliki minat untuk terjun di dunia perkopian, hal ini bertujuan meningkatkan kahlian dan keterampilan sumber daya manusia di Desa Cipasung. Bapak Taufik sendiri selaku ketua kelompok pada awalnya mendirikan

agrowisata ini sebagai tempat edukasi yang memerikan ilmu bagi kalangan masyarakat. Bahkan kelompok Sirung Anjung ini memfasilitasi beasiswa bagi masyarakat desa yang ingin kuliah namun terkendala dengan biaya, namun calon penerima beasiswa tersebut harus terjun dan memasarkan produk kopi liberika dikampusnya. Pemerintah Desa Cipasung juga telah bekerjasama dengan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti Jakarta yang menerima beasiswa anak-anak didik di Kopi Sirung Anjung.

## 2.) Kumpulan Mingguan

Seperti kelompok pada umumnya kelompok kopi sirung anjung juga mengadakan kumpulan mingguan, biasanya kegiatan kumpulan mingguan ini diadakan setiap seminggu sekali. Namun biasanya untuk pengurus tetap, selalu kumpul setiap malam di kedai kopi. Kumpulan mingguan ini membahas kerjasama dengan kedai lain agar menjadi kolega sekaligus sebagai cadangan komoditas. Dikarenakan lahan perekebunan kopi di Desa Cipasung tidak terlalu luas, maka kelompok sirung anjung juga membuka anggota dari luar desa.

## 3.) Sortir Kopi

Sortasi kopi, juga dikenal sebagai sortir kopi, adalah proses memisahkan biji kopi yang telah dibersihkan dari kulit tanduk dan kulit ari menggunakan klasifikasi ukuran tetapi belum sampai ke tahap penggolongan tingkat mutu, dengan tujuan untuk membedakan ukuran biji kopi besar dan kecil, yang pada gilirannya akan berdampak pada harga jualnya.

Kegiatan sortir kopi ini dilakukan pasca panen yakni pada bulan Juli-September.

#### 4.) Roasting Kopi

**Gambar 5. 6 Proses Roasting Kopi**



Proses pemanggangan biji kopi mentah disebut roasting kopi terdapat tiga tingkat kematangan biji kopi: terang, medium, dan gelap. Jika biji kopi tidak diroasting terlebih dahulu, rasanya sangat pahit saat diseduh. Ini hanya menjual kopi di Liberia setelah proses roasting untuk meningkatkan harga. Berikut adalah kisaran harga kopi roasting:

**Tabel 5. 4 Jenis Kopi**

No		Jenis Kopi	Harga
.			

1.		Roasting Robusta	Rp. 160.000/kg
2.		Roasting Arabika	Rp. 200.000/kg
3.		Roasting Liberika	Rp. 225.000/kg
4.		Liberika 100/gr	Rp. 35.000
5.		Robusta 100/gr	Rp. 35.000

6.		Arabika 100/gr	Rp. 35.000
----	---	-------------------	------------

### c) Aset Utama Sebagai Pemicu Perubahan

Desa Cipasung memiliki sejumlah sumber daya alam dan sumber daya manusia yang banyak dan melimpah, / salah satunya dari sumber daya alam tersebut akan dipilih untuk dikembangkan. Pengertian memenuhi kebutuhan individu berarti mengutamakan kebutuhan yang dipandang lebih krusial, mendasar, dan mendesak. Fasilitator dalam penelitian ini menetapkan tujuan yang berpotensi mengubah masyarakat. Mempertimbangkan kendala usaha, biaya, dan tenaga kerja. Keunikan asset yang dimiliki Desa Cipasung adalah kopi liberika. Kopi liberika adalah jenis kopi langka yang jarang ditemui, konsumennya pun tidak sembarang orang. Karena kopi liberika memiliki aroma yang khas seperti buah Nangka, karena kopi ini juga dijuluki kopi Nangka. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa Desa Cipasung memiliki 5 hektar lahan kopi. Dan kopi ini pun sudah ditahap pengelolaan dari hulu ke hilir.

**Gambar 5. 7 Hasil  
Produk Kopi**

**Gambar 5. 8 Hasil  
Produk Kopi**



Melalui digital marketing produk kopi langka dapat dipasarkan yang lebih luas jangkauan sehingga eksistensi kopi liberika tidak hanya dikenal di Kabupaten Kuningan saja melainkan hingga keluar pulau Jawa, mengingat konsumsi kopi liberika lebih banyak berasal dari Sumatra hingga Malaysia, dengan digital marketing dipilih karena dapat memperluas pemasaran kopi liberica yang pasarannya sulit dijangkau. Dengan memanfaatkan teknologi digital dapat memudahkan dan mendapatkan informasi serta produk yang diinginkan secara real time.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB VI**

### **DINAMIKA PROSES PENGORGANISASIAN**

#### **A. Proses Pendekatan (Inkulturas)**

Proses pendampingan merupakan hal wajib dilakukan oleh mahasiswa program studi Pengembangan Masyarakat Islam sebagai bentuk tanggung jawab akademik dan sebagai syarat kelulusan, dengan melakukan proses aksi dan terjun langsung ke masyarakat merupakan hal yang *harus dikuasi*. Maka sebelum melakukan proses pemberdayaan masyarakat peneliti melakukan proses pendekatan terlebih dahulu kepada masyarakat.

Proses pendekatan merupakan kegiatan yang dilakukan bersama kegiatan, dimana pemberdaya mengikuti kegiatan masyarakat supaya masyarakat lebih mengenal dan lebih menyatu dengan masyarakat, proses pendekatan dilakukan sebelum melakukan penelitian karena peneliti dalam proses pendampingan. Pada tahap inkulturasi, seorang peneliti berinteraksi secara pribadi dengan masyarakat untuk membantu mereka memahami maksud dan tujuan penelitian. Sebelum mendapatkan pendampingan masyarakat, inkulturasi sangat penting dalam proses penelitian karena masyarakat akan menerima peneliti sebagai fasilitator dan ingin berkontribusi pada pembangunan masyarakat. Untuk program pengembangan masyarakat berhasil, tahapan inkulturasi sangat penting; ini diperlukan untuk membangun kepercayaan masyarakat sebagai modal sosial yang cukup. Untuk program pengembangan

masyarakat berhasil, tahapan inkulturasi sangat penting; ini diperlukan untuk membangun kepercayaan masyarakat sebagai modal sosial yang cukup. Proses inkulturasi dilakukan untuk mempelajari kondisi daerah lokasi penelitian aksi. Baik mengamati kondisi fisik dan nonfisik termasuk lingkungan dan kondisi fasilitas umum. terdapat dua aktivitas pendampingan awal dimulai dari inkulturasi pengamatan langsung dan pengamatan dari jarak jauh meliputi kondisi lingkungan yang meliputi wilayah tersebut. /

### **Gambar 6. 1 Proses Inkulturasi**



Peneliti mengikuti kegiatan masyarakat yang ada di wilayah penelitian seperti kegiatan sholat jamaah, khotmil quran, tahlil, serta lain sebagainya. Proses ini biasa disebut dengan inkulturasi atau menyatu dengan masyarakat yang mana memiliki tujuan agar diterima oleh masyarakat sehingga proses pemberdayaan atau penelitian yang akan dilakukan dapat berjalan dengan sebagaimana mestinya yaitu lancar dan mudah. Melakukan pendekatan kepada masyarakat dengan mengikuti kegiatan—kegiatan, seperti kegiatan

keagamaan di lokasi ini adalah kegiatan rutin yang dilakukan oleh masyarakat.

### **Gambar 6. 2 Proses Perizinan Kepala Desa Cipasung**



Dalam penelitian ini, proses pendekatan diawali dengan penentuan lokasi penelitian, penelitian kali ini berada di Agrowisata Kopi Liberika Desa Cipasung Kecamatan Darma Kabupaten Kuningan Jawa Barat karena lokasi tersebut berada dekat dengan domisili peneliti sehingga memudahkan dalam proses mengambil data. Setelah lokasi telah ditetapkan, peneliti mengurus perizinan terkait proses penelitian yang akan dilakukan hal ini bertujuan untuk mengenal dan memudahkan dalam proses aksi. Kegiatan ini dilakukan pada bulan November 2022 berupa silaturahmi kepada Kepala Desa setempat Bapak Nanang. Proses tersebut menjadi proses awal untuk memperoleh info perihal aset dan juga potensi yang ada di Desa Cipasung. Pengenalan dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan mengenali kondisi Desa Cipasung terutama baik aspek sumber daya alam, manusia, kebudayaan, lingkungan, dan aspek social masyarakat yang akan didampingi.

## B. Melakukan Apresiasi Inquiry

### 1. Discovery (Menemukan)

Dalam tahap discovery, peneliti penggali dan menemukan potensi yang dimiliki pada masyarakat, potensi ini baik potensi sumber daya alam, potensi sumber daya manusia, potensi ekonomi, potensi pendidikan, dan potensi lainnya yang diharapkan dapat menjadi asset utama dalam pemberdayaan masyarakat. Pada proses ini, peneliti berusaha membangun kedekatan dengan kelompok petani kopi sirung anjung melalui pengurusnya yaitu Kak Wulan. Proses pendekatan tidak hanya dilakukan selama sekali, namun hingga beberapa kali pertemuan mulai dari observasi lokasi, wawancara, hingga melakukan *FGD (Focus Group Discussion)* pada tahap ini kami berdiskusi terkait permasalahan yang sedang dihadapi oleh petani kopi kemudian potensi yang dimiliki yang nantinya akan dikembangkan sebagai bentuk pemecahan masalah.. Proses discovery bertujuan untuk membangun komunikasi dan kesamaan tujuan dengan kelompok petani kopi setempat.

### Gambar 6. 3 FGD Dengan Pengurus Kedai Kopi



Pada tahap ini, peneliti menemukan potensi asset yang dimiliki dilokasi penelitian, yakni adanya komoditas kopi langka atau disebut kopi liberika. Selain itu dibidang sosial sudah terbentuknya kelompok petani kopi sehingga memudahkan dalam mengorganisir dan mengarahkan tujuan bersama. Pasar liberika dunia memiliki prospek yang cukup menjanjikan untuk berkembang, tetapi produksi dan budidaya kopi yang menyerupai pohon nangka ini rendah dan tidak banyak peminat di dalam negeri.

**Gambar 6. 4 Perbedaan Varian Kopi**



Bahkan untuk konsumsi pribadi, masyarakat biasanya menjual kopi liberika dalam skala kecil. Padahal pasar kopi global telah menanti jika dikelola lebih profesional. Kopi jenis excelsa dan liberika tidak banyak diperdagangkan. Saat ini, pasar kopi dikuasai oleh jenis arabika sebesar 70% dan robusta sebesar 28%. Kopi liberika yang ditanam banyak diekspor ke Malaysia karena rasanya yang enak, seperti yang disebutkan

sebelumnya. Para produsen lahan perkebunan kopi harus jelas terus meningkatkan kualitas dan volume ekspor mereka ke negara tetangga. Filipina juga merupakan negara pengimpor kopi liberika, dengan luas perkebunan liberika yang mencakup sekitar 25% dari total luas perkebunan kopi di negara tersebut. Kondisi tersebut meninggalkan celah bagi eksportir kopi dari Indonesia karena tidak memenuhi permintaan dalam negeri Filipina.

Peneliti berharap perluasan pemasaran kopi liberika ini dapat meningkatkan penjualan kelompok tani, selain itu dapat menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Desa Cipasung karena Desa Cipasug memiliki keunikan sendiri. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Taufik (40 Tahun) selaku ketua kelompok sekaligus perintis kelompok ini, beliau menginginkan desa kelahirannya menjadi desa yang menarik, namun pada saat itu beliau belum menemukan apa yang istimewa dari desanya. Beliau hanya membuka usaha berjualan biji kopi dan dijual pereorangan. Dan beliau memiliki 1 pelanggan setia yang sering membeli kopinya, kemudian beliau menanyakan kepada pembeli itu apa yang membuatnya begitu suka dengan kopi pak Taufik, dan pembelinya menjawab kopi yang dimiliki Pak Taufik memiliki aroma dan rasa yang berbeda dari pada kopi lainnya. Ia mengaku sudah lama menjadi pecinta kopi, namun rasa kopi yang dijual pak Taufik berbeda. Tidak lama dari itu pemerintah desa kedatangan tamu dari STP Trisakti dan dari sana, diketahui bahwa komoditas kopi yang dimiliki di Desa Cipasung ada 3 yaitu jenis kopi

Arabika, robusta, dan liberika. Dan kopi liberika yang merupakan jenis kopi yang langka di dunia. Dan sejak saat itu pemerintah setempat juga mulai mengembangkan potensi tersebut dan didorong oleh kelompok dan STP Trisakti.

Sejak Belanda menduduki Indonesia, kopi Arabika dibawa oleh mereka ke Indonesia. Ditanam di wilayah Jakarta dan Bandung, kemudian tersebar di seluruh Indonesia, membuat kopi liberika disebut langka karena populasinya hanya 1% dari semua tanaman kopi di dunia. Oleh karena itu, Indonesia terkenal sebagai negara yang mengekspor Arabika. Namun, karena semua rute perdagangan kala itu melalui Jakarta atau Java, kopi Indonesia dikenal di seluruh dunia sebagai Java Coffe. Meskipun varietas robusta lebih populer di Indonesia, jenis ini lebih tahan terhadap karat daun dan dapat ditanam di seluruh Indonesia, dari dataran rendah hingga pesisir pantai. Selain itu, tampaknya orang Indonesia paling cocok dengan kopi Robusta ini. Karena kadar kafeinnya yang tinggi, aroma dan rasanya sesuai dengan lidah orang Indonesia. Dia menambahkan bahwa Liberika tidak masuk akal bagi orang Indonesia. Menurut penguji, rasa Liberika pahit, sepet, dan getir, sedangkan rasa Arabika manis dan asam. aroma daun dan getah. Dia menambahkan bahwa Robusta menyumbang 65% perdagangan kopi global, Arabika 30%, dan Liberika 5%, bersama dengan jenis kopi lain seperti conuca dan excelca. Namun, bagi mereka yang menyukai kopi, jenis Liberika memiliki aroma khas seperti buah Nangka, maka

dari itu banyak orang menyebut kopi liberica sebagai julukan “Kopi Nangka”.

Kegiatan pada tahap ini dilakukan langsung dilokasi kedai kopi liberica yang setiap malamnya selalu ada kegiatan kumpul rutin para petani kopi. Hingga saat ini jumlah keanggotaan petani kopi berjumlah 20 orang yang berasal dari berbagai desa bahkan dari luar Desa Cipasung, namun hanya beberapa orang saja yang aktif. Kelompok petani kopi liberica ini memiliki berbagai kegiatan, ada yang kegiatan di kebun dan fokus pada perawatan tanaman kopi, ada juga kegiatan pasca panen seperti kegiatan proses pemilihan biji kopi yang baik atau yang hiasa disebut sortir, kemudian setelah disortir dilakukan proses roasting atau pemanggangan biji kopi.

## 2. Dream (Impian)

Tahap selanjutnya setelah peneliti menemukan potensi yang dapat dikembangkan ialah menyusun mimpi atau *dream*. Pada tahap ini peneliti mulai mengajak para petani kopi untuk menyuarakan harapan dan keinginan saat ini, berbicara tentang hal-hal yang baik di masa lalu dan tentang apa yang diharapkan untuk masa depan. Dalam metode pembangunan masyarakat berbasis aset (ABCD), Teknik *dream* (membangun mimpi) menyatakan bahwa harapan bermula dari harapan dan mimpi: mimpi masyarakat dapat dicapai hanya jika masyarakat itu sendiri memiliki kemampuan untuk mencapainya. Setiap orang di dunia ini ingin sukses, termasuk komunitas petani kopi liberica di Desa Cipasung. Memimpikan kesuksesan di masa depan berarti

mengharapkan atau memimpikan sesuatu yang akan atau ingin dicapai di masa depan. Impian kesuksesan ini didasari pada tujuan bersama.

Metode *Asset Based Community Development* (ABCD) adalah pendekatan pendampingan yang berbasis aset yang dimiliki oleh masyarakat. Proses memimpikan dan mengharapkan kesuksesan adalah kekuatan positif yang dapat mendorong orang untuk melakukan perubahan yang lebih baik. Apa yang diharapkan atau diinginkan masyarakat adalah dasar dari proses kegiatan ini. Tentunya, kegiatan ini harus dilakukan secara partisipatif bersama kelompok petani kopi untuk mendiskusikan aset yang dapat digunakan. Membangun rencana bersama untuk masa depan adalah bagian dari mimpi.

Dalam tahapan ini, peneliti melakukan FGD Bersama para anggota kelompok tani terkait kisah-kisah pencapaian yang telah diraih dan memberikan bayangan jika prestasi yang diraih dapat diraih kembali atau dikembangkan. Dari hasil diskusi Bersama kelompok tani, peneliti berhasil menemukan impian dan tujuan bersama kelompok tani kopi, ialah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan keterampilan, baik dari anggota kelompok yang tua yang mengurus ketersediaan kopi di kebun hingga anggota kelompok yang muda yang mengurus pengelolahaan kopi pasca panen. Hal ini untuk mengembangkan potensi sumber daya manusia yang ada.

- b. Membuka ruang belajar bagi pemuda pemudi desa yang tertarik di dunia perkopian, Hal ini juga bertujuan untuk mengembangkan potensi sumber daya manusia yang ada. Ini merupakan tujuan utama dalam kelompok tani kopi untuk menyebarkan ilmu dan belajar bersama, dan bisnis merupakan bonus dari ilmu itu sendiri.
- c. Memperluas pemasaran kopi liberika, agar Desa Cipasung lebih dikenal dengan keunikannya dan menjadi daya tarik orang lain untuk berkunjung. Hal ini juga sejalan dengan program desa cipasung menuju desa wisata.

Setelah memahami impian dan cita cita kelompok tani kopi, kami mendiskusikan terkait program yang akan kami lakukan yang dengan tentunya dapat memenuhi impian bersama dengan memperluas penjualan kopi liberika cipasung agar lebih dikenal dikhalayak luar namun dengan memanfaatkan potensi sumber daya manusia dengan cara memfasilitasi pelatihan digital marketing.

### 3. Desain (Merancang)

Pada tahap ini peneliti Bersama-sama dengan kelompok petani kopi liberica, mulai merencanakan tindakan yang harus ditempuh untuk mewujudkan impian dan harapan melalui pengembangan potensi atau asset yang ditemukan. Mimpi dan harapan tidak akan terwujud jika tidak merencanakan tindakan untuk mewujudkannya. Beberapa kekayaan fisik dan non-fisik,

seperti kemampuan dan keterampilan, telah diketahui. Kemampuan yang dimiliki tiap anggota kelompok dapat dikembangkan untuk mewujudkan cita-cita bersama yakni mengenalkan produk kopi langka dari Desa Cipasung.

Disini peneliti bersama anggota kelompok tani melakukan diskusi atau yang biasa disebut FGD terkait langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan untuk mampu mewujudkan mimpi dan harapan. Dalam penyusunan langkah-langkah setiap anggota memberikan peran dan saran masing-masing. Dan berikut adalah hasil dari diskusi terkait langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan:

**Tabel 6. 1 Strategi Program Pendampingan**

<b>Masalah</b>	<b>Harapan</b>	<b>Strategi</b>
Petani belum memahami cara memperluas pemasaran	Petani memahami cara memperluas pemasaran	Mengedukasi petani melalui pelatihan digital marketing
Belum terbangunnya kelompok yang terstruktur	Dapat membangun kelompok petani kopi yang terstruktur	Mengorganisir petani kopi yang terstruktur sesuai job deskription
Belum terbangunnya kerjasama yang dapat meningkatkan penjualan	Dapat meningkatkan penjualan melalui jalinan kerjasama	Mengorganisir proses membangun kerjasama dengan stakeholder

- a. Membagi tugas dan kewajiban atau (*job description*) sesuai kemampuan masing-masing. Dikarena anggota kelompok berasal dari berbagai kalangan usia, maka peneliti membaginya menjadi 2 yaitu kelompok muda yang mengelolah manajemen kedai kopi dan kelompok tua yang menyediakan pasokan kopi di lapangan dan mengurus perawatannya. Kemudian dari kelompok itu kami klasifikasikan Kembali, untuk kelompok muda dibagi menjadi 2 yaitu team barisa yang bertugas mengelolah dan meracik kopi, sedangkan team manajemen yang membantu mengurus pengelolaan, budgeting, serta pemasaran di kedai kopi.
- b. Menyusun system tatanan keanggotaan, dikarenakan sebelumnya tatanan keanggotaan pada kelompok tani kopi kurang jelas, maka kami bentuk kembali struktur keanggotaan sesuai dengan *job description* masing-masing.
- c. Merancang strategi program untuk mewujudkan mimpi bersama yaitu mengenalkan dan memperluas pemasaran Kopi Liberika Cipasung agar dapat menjadi daya tarik pengunjung melalui kegiatan pelatihan digital marketing. Pada pelatihan ini, sasarannya adalah anggota kelompok tani kopi terutama team manajemen yang bertugas

memasarkan produk kopi liberika. Pelatihan ini rencananya akan di laksanakan selama 2 minggu, dan setiap minggu terdapat 3 pertemuan. Pada pelatihan ini rencanya kami akan melakukan sharing-sharing tentang keilmuan masing masing, mengenai cara merespon pembeli, memberikan pelayanan yang terbaik, branding produk, digital marketing hingga mengenal *mobile advertising*. Kemudian rencananya kami akan mendatangkan narasumber yang ahli di bidang marketing untuk menambah wawasan mengenai digital marketing.

- d. Menyusun kerja sama kelompok tani kopi dengan stakeholder, disini rencananya kami juga akan memasarkan produk melalui online dan offline, pemasaran produk offline dilakukan dengan bekerjasama dengan koperasi Kab. Kuningan, pusat oleh-oleh khas Kuningan, dan juga toko-toko lainnya.

#### 4. Define (Menentukan)

Pada tahap ini, ketua kelompok bersama peneliti mulai menentukan topik positif yang akan diambil sebagai langkah awal memulai kegiatan aksi. Penentuan awalnya mengenai topik yang akan diangkat menjadi tema tertentu. Dan setelah melakukan diskusi topik yang akan dipilih yakni mengenai pelatihan digital marketing dengan memanfaatkan potensi asset sumber daya manusia

sebagai pelakunya dan kopi langkah liberika sebagai obyek yang akan dipromosikannya Berdasarkan temuan, mulai dari penemuan aset fisik dan non-fisik anggota kelompok hingga peluang saat ini, pengembangan kapasitas dianggap dapat membawa inovasi baru dalam proses pemberdayaan. Kelompok petani kopi liberika di Desa Cipasung yang memiliki keahlian dan keterampilan kemudian disusun sesuai dengan keahlian dan kebutuhan. Mengajak generasi muda untuk belajar tentang pemasaran yang lebih luas untuk memahami kekayaan dan kemampuan yang dimiliki, baik kekayaan alam maupun manusia.

FGD adalah satu metode untuk saling menemukan aset dan potensi, dimana setiap aset yang dimiliki dapat dibaca oleh peneliti dan kelompok tani kopi dalam suatu forum. Jika proses pembacaan aset dilakukan secara individual, mungkin hanya satu arah dan mungkin tidak dapat membaca secara menyeluruh. Namun, jika dilakukan bersama, setiap orang akan memberikan penjelasan sesuai dengan perspektif mereka masing-masing, sehingga ada banyak peluang untuk memahami aset dengan lebih baik. Pada tahap ini peneliti sepakat untuk membuat program pelatihan digital marketing bagi anggota kelompok tani dan pelatihan ini juga dibuka untuk umum seluruh muda/mudi Desa Cipasung yang berminat untuk belajar mengenai digital marketing dan manajemen.

##### 5. Destiny (Monitoring dan Evaluasi)

Pada saat ini, peneliti yang bekerja sama dengan kelompok tani kopi telah mengambil tindakan dan menyusun rencana program untuk mencapai tujuan. Kemudian, kelompok tani kopi melakukan evaluasi program yang telah dilaksanakan dan yang belum, mengidentifikasi kekurangan, dan memasukkan perbaikan. Untuk memastikan program berkelanjutan, mereka juga membuat rencana tindak lanjut untuk program yang telah dilaksanakan. Agar para anggota kelompok dapat terus-menerus mengembangkan kapasitas.

Merubah pola pikir atau perilaku adalah proses yang sulit, karena perubahan ini harus didasarkan pada keinginan dan kemauan alami setiap orang. Proses ini tidak akan berhasil tanpa partisipasi masyarakat, terutama kelompok karang taruna, yang saat ini menjadi sumber daya manusia peneliti. Diharapkan bahwa aktivitas kelompok karang taruna dapat memengaruhi masyarakat untuk menjadi sadar dan peduli terhadap masalah lingkungan. iProses pendampingan atau pembangunan model apapun akan sulit terwujud dan tercapai jika masyarakat tidak mampu mengembangkan polai pikir dan berorganisasi dalam kelompok. Ini karena setiap faktor masyarakat dapat mendukung perubahan sosial.

Strategi besar tidak akan memiliki dampak yang signifikan jika tidak diterapkan dengan baik. iKita dapat melihat dan mengukur bagaimana rencana itu dapat mempengaruhi situasi masyarakat tertentu saat terjadi dampak, baik positif maupun negatif. Ada berbagai

macam cara untuk mengevaluasi program yang telah dilakukan salah satunya dengan menggunakan tabel perubahan signifikan. Tabel ini memaparkan setiap kegiatan yang dilakukan, dan dampak serta manfaat yang didapatkan. Jika terdapat dampak negatif terjadi, maka hal yang harus dilakukan selanjutnya adalah evaluasi. evaluasi harus dilakukan agar dampak yang dihasilkan dapat ditangani dengan baik dan hal ini akan menjadi perhitungan pada program selanjutnya. Bahkan sebelum rencana dilaksanakan, harus dipikirkan dampak apa yang akan terjadi setelah proses, baik positif maupun negatif.

Kemudian, program lanjutan baru dirancang kembali dengan memperhitungkan dampak negatif yang telah terjadi pada program sebelumnya, hal ini untuk mendukung sesuatu yang sudah berjalan dengan baik. Proses aksi merupakan langkah terakhir dalam hubungan program, sebab pada tahap ini program yang sudah direncanakan sebelumnya akan dilaksanakan. Tentunya program yang sudah direncanakan merupakan program yang mengutamakan tujuan bersama, yakni tujuan kelompok Petani Kopi Sirung Tanjung. Diharapkan setelah dilakukannya kegiatan aksi dapat memberikan manfaat bagi petani kopi, tentunya hal ini juga diharapkan dapat menjawab permasalahan yang tengah dihadapi oleh petani kopi.

## **BAB VII**

### **AKSI DAN PERUBAHAN**

#### **A. Strategi Program Pendampingan**

Proses pendampingan kelompok petani kopi liberika melalui proses awal yaitu mengetahui kondisi awal melalui observasi dan wawancara sebelumnya, dan melakukan proses pengenalan dan penyampaian tujuan. Pada saat ini, peneliti bekerjasama bersama dengan kelompok petani kopi liberika mulai merencanakan tindakan apa yang harus dilakukan untuk mewujudkan impian dan harapan tersebut. Hal ini dilakukan dengan mengeksplorasi aset dan potensi yang telah ditemukan. Mimpi dan harapan tidak akan terwujud jika tidak ada tindakan yang diambil untuk mewujudkannya. Asset fisik dan non-fisik, seperti kemampuan dan keahlian anggota kelompok, dapat dikembangkan untuk mewujudkan cita-cita bersama, yaitu mempromosikan kopi langka Desa Cipasung.

Disini peneliti bersama anggota kelompok tani melakukan diskusi atau yang biasa disebut FGD terkait langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan untuk mampu mewujudkan mimpi dan harapan. Dalam penyusunan langkah-langkah setiap anggota memberikan peran dan saran masing-masing. Setelah melakukan pendekatan atau inkulturasi masyarakat dan anggota kelompok tani kopi Liberika, peneliti melakukan perjalanan melalui sejumlah tokoh dan komunitas penting di wilayah tersebut. Peneliti kemudian menggunakan pendekatan ABCD (Asset-Based Community

Development). Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa pada tahap awal metode, peneliti mencari informasi tentang aset seperti aset alam, manusia, sosial, dan lainnya. Selanjutnya, peneliti melakukan wawancara atau diskusi dengan anggota kelompok petani kopi maupun tokoh setempat. Kemudian bekerja sama dengan masyarakat dan beberapa tokoh setempat kami melakukan pemetaan wilayah di sekitar subjek penelitian untuk menentukan lokasi yang mungkin. Proses pemetaan dilakukan menggunakan aplikasi Geospasial Indonesia. Berikut adalah tabel rencana program yang akan dilakukan. Setelah dilakukan diskusi dengan beberapa anggota kelompok tani kopi, maka dikrucutkan mana yang akan didahului tentunya semua program ini adalah hasil dari diskusi terkait cita-cita yang diinginkan bersama.

**Tabel 7. 1 Strategi Pengembangan Aset**

Jenis Aset	Harapan	Strategi Program
Aset Alam (Kopi Liberika)	Merupakan varian jenis kopi langka sehingga dapat dikembangkan dengan cara memperluas pemasaran agar lebih dekat dengan konsumen.	Praktek Pemasaran Online membuat media social, dan e-commerce, dan juga pendekatan dengan konsumen.
Aset Manusia	Menyadarkan masyarakat akan pentingnya	Melakukan kegiatan sosialisasi terkait

	mempelajari digital marketing di era <i>society 5.0</i> yang dimana manusia hidup berdampingan dengan teknologi.	digital marketing untuk menambah wawasan dan keilmuan masyarakat dibidang marketing.
Aset Sosial	Terbentuknya kelompok petani kopi yang terstruktur.	Mengorganisir anggota kelompok dan pembagian tugas sebagaimana dengan kemampuan yang dimiliki.

## B. Implementasi Aksi

### 1. Pelatihan Digital Marketing

Kelompok tani kopi sirung tanjung merupakan kelompok tani kopi di Desa Cipasung yang dibentuk sejak tahun 2020 sejak pandemic covid, kelompok tani ini membangun agrowisata kopi dari hulu ke hilir mulai dari proses pembudidayaan hingga pengelolaan kopi menjadi minuman yang dapat dikonsumsi, pembangunan agrowisata ini memiliki tujuan untuk mengembangkan dan menyebarkan potensi yang dimiliki di Desa Cipasung yaitu adanya komoditas kopi langka jenis liberica. Kopi liberica ini terbilang jenis kopi yang cukup langka dikarenakan di Indonesia sendiri jumlahnya hanya sedikit. Selain

itu peminat kopi liberica terbilang cukup jarang, hanya orang-orang pecinta kopi yang menyukai kopi liberika. Maka dari itu pasaran kopi liberika cukup sulit untuk dijangkau, terutama kopi liberica cipasung letaknya tersembunyi sehingga sulit dikenal khalayak.

Menurut Pak Taufik (40 Tahun) selaku ketua kelompok tani kopi sirung anjung, menginginkan kopi liberica cipasung dikenal di wilayah kuningan namun tidak lepas dengan ciri khasnya yang tersembunyi.

“Saya mau liberica ini dikenal diseluruh Kabupaten Kuningan dulu karena peminat kopi di kuningan the lumayan banyak, apalagi saat ini banyak kedai kopi rintisan yang baru muncul, saya ingin menggaet seluruh kalangan pecinta kopi untuk berkunjung ke liberica cipasung. Setelah sudah dikenal di seluruh Kuningan baru keluar Kuningan, se Jawa Barat dulu. Tapi saya gamau pasang plang dari jalan besar penunjuk arah menuj ke liberika, saya ingin pengunjung yang menemukan sendiri dimana liberika. Saya malah seneng kalo pengunjung pada nyasar sampai sagara (waduk darma) artinya orang orang bisa explore sendiri desa cipasung, ternyata desa cipasung tidak hanya ada kopi, tapi ada pemandangan yang indah juga.”

Mendengar impian yang diutarakan langsung oleh ketua kelompok kopi liberica, menjadi tantangan tersendiri bagi saya untuk mengembangkan potensi kopi liberica namun tetap mempertahankan karakteristiknya. Hal ini juga menjadi struggle bagi saya sendiri karena harus menyelaraskan seluruh impian menjadi satu tujuan yang jelas. Dari sini terdapat benang merah yang dapat diambil yaitu dengan melakukan pelatihan digital marketing. Seperti yang telah dikatakan sebelumnya tujuan utama dari penelitian ini dan keinginan dari para kelompok tani kopi adalah ingin lebih mengenalkan kopi liberica secara luas, dikarenakan pasaran kopi liberica itu sulit dijangkau maka solusi yang baik yang akan dilakukan yaitu dengan melakukan pemasaran digital.

Digital marketing merupakan segala suatu cara yang dilakukan untuk memasarkan suatu produk atau jasa dengan memanfaatkan media elektronik. Komunikasi pemasaran sangat penting untuk menjalankan bisnis dan merupakan komponen penting dalam memenangkan persaingan dan mencapai tujuan perusahaan. Komunikasi pemasaran adalah semua komponen promosi dalam marketing mix, yang mencakup komunikasi antara target audience dan organisasi dalam berbagai bentuk dengan tujuan meningkatkan kinerja pemasaran. Untuk mendukung promosi produk, komunikasi

pemasaran harus dilakukan dengan benar untuk memenuhi target konsumen.

Kegiatan pelatihan digital marketing dipilih karena dapat memperluas pemasaran kopi liberica yang pasarannya sulit dijangkau. Dengan memanfaatkan teknologi digital dapat memudahkan dan mendapatkan informasi serta produk yang diinginkan secara real time. Hal ini dianggap bisa menjawab impian dan cita-cita para petani kopi yang mendukung pengembangan asset di Desa Cipasung.

Digital marketing dipilih karena saat ini telah memasuki era new normal yang dimana sebelumnya merupakan masa kelam dimana pandemic covid-19 berlangsung mematikan seluruh kegiatan perekonomian. Banyak usaha usaha mengalami gulung tikar karena polamasyarakat mulai berubah. Yang sebelumnya masyarakat gemar melakukan kegiatan ekonomi secara langsung dengan mendatangi langsung ke pasar namun sejak pandemic covid dengan adanya berbagai peraturan dan PSBB yang membatasi pergerakan manusia mengubah rutinitas masyarakat yang seara mendadak dilakukan secara online. Hal ini juga luput dari sector perekonomian online yang mulai meningkat saat pandemic covid-19.

**Gambar 7. 1 Prediksi Pengguna E-commerce 2024**



Berdasarkan data yang diperoleh dari data statistika nasional, prediksi penggunaan e-commerce naik setiap tahunnya, angka ini terus melonjak tinggi pada masa pandemic covid-19. Tentu hal ini dapat menjadi peluang tersendiri untuk memasarkan kopi liberica melalui media social dan e-commerce.

**Gambar 7. 2 Proses Sosialisasi Digital Marketing**



### **Gambar 7. 3 Proses Implementasi Digital Marketing**



Kegiatan pelatihan dan sosialisasi mengenai digital marketing ini dilakukan selama 2 minggu dan satu minggu terdapat 2 kali pertemuan pada tanggal 6-7 April dan 9-10 April, sasaran pelatihnannya ialah anggota kelompok muda yang bertugas mengelolah kedai kopi. Adapun berbagai cara dilakukan untuk memperluas pemasaran kopi liberica antara lain:

a) Menentukan target pasar

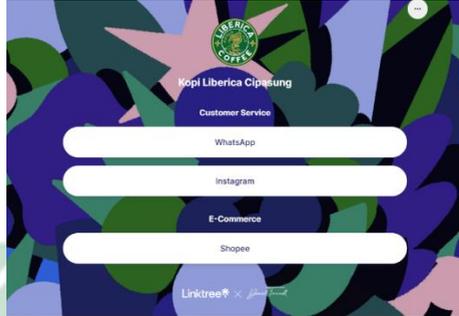
Setelah melakukan diskusi dengan para anggota kelompok, para petani menargetkan pasaran mereka adalah para pecinta kopi dari berbagai kalangan. Sebelumnya pelanggan kopi liberica hanya berasal dari rekan dan kenalan saja, maka setelah melakukan pemasaran digital, karena audience yang lebih luas pelanggannya pun berasal dari berbagai daerah.

b) Menggunakan SEO (Search Engine Optimization)

SEO (*Search Engine Optimization*) merupakan teknik yang digunakan untuk mengoptimalkan mesin pencari kata untuk menemukan website usaha kita. Dengan menambahkan kata kunci akan mempermudah algoritma mesin pencari dalam mengidentifikasi informasi yang tersedia. SEO (*Search Engine Optimization*) sangat penting karena dapat mengurangi biaya pelanggan dan membantu bisnis tetap tanpa menghabiskan uang. Semakin tinggi peringkat mesin pencari bisnis kita, semakin banyak lalu lintas yang dapat kita hasilkan tanpa mengeluarkan uang untuk hasil berbayar atau metode lain untuk menjangkau audiens. SEO biasanya menggunakan link atau URL situs web perusahaan kami. Untuk meningkatkan keterlibatan, pengoptimalan mesin telusur sangat penting; semakin banyak orang yang mencari "kopi liberika", semakin terkenal di pasar.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**Gambar 7. 4 Hasil Praktik SEO**



Dalam kegiatan ini kami belajar membuat linktree official Kopi Liberia Cipasung, manfaat adanya linktree yaitu dapat memudahkan audience atau pengunjung untuk mengetahui social media kita. Menggunakan teknik seo dapat meningkatkan traffic pengunjung yang jauh lebih banyak. Seo juga dapat digunakan untuk meningkatkan brand awareness yang dapat memberikan keuntungan berkali-kali. Contohnya, seo akan meningkatkan mesin pencari dengan keyword Kopi Liberia, jika link Kopi Liberia berada di halaman pertama maka hal ini juga bisa sebagai media promosi karena web Kopi Liberia dipajang dan banyak dikunjungi orang.

c) Mobile Advertising

Mobil Advertising atau periklanan seluler merupakan kegiatan memasarkan produk, atau jasa dengan memanfaatkan telepon seluler.

Saat ini telepon seluler adalah barang pribadi yang hampir dimiliki setiap orang. Kemajuan teknologi memudahkan orang untuk mendapatkan informasi dengan mudah hanya dengan menggunakan telepon seluler. Oleh karena itu, iklan telepon seluler sangat tinggi peminat karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Pemanfaatan mobile advertising ini kami lakukan dengan mengoptimalkan social media yang ada dan membuat akun resmi Kopi Liberica seperti Facebook, Instagram, Tiktok, WhastApp dan aplikasi e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia. Hal ini bertujuan agar calon pembeli tidak ragu karena barang yang dijual merupakan produk asli yang dijual langsung oleh akun official.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**Gambar 7. 5 Akun Instagram Kopi Liberica**



Saat ini kami berhasil menaikan engagement social media hal ini ditunjukkan dengan jumlah followers yang meningkat mencapai 1.276 pengikut. Tentu dengan naiknya jumlah followers maka akan semakin banyak juga orang yang mempercayai Kopi Liberica.

Untuk produk kopi liberica sendiri yang dipasarkan secara online hanya berupa bubuk kopi atau pun roastbeannya saja yaitu kopi arabica, robusta, dan liberica dengan berbagai tingkatan roasting. Namun untuk olahaan kopinya terdapat berbagai macam jenis berikut adalah daftar produk liberica.

**Gambar 7. 6 Katalog Roastbeen Kopi**



Adapun manfaat iklan digital ini yang perlu diketahui yaitu dapat menghemat biaya, Menurut mobileads, biaya mobile advertising ini tidak semahal dengan biaya pemasangan iklan melalui tv maupun radio. Mobile advertising dapat mengoptimalkan iklan dengan biaya yang rendah melalui seluler serta dapat memanfaatkan anggaran lainnya untuk keperluan bisnis.

d) Display Advertising

Display advertising, juga disebut sebagai display ads, adalah iklan bergambar yang dipasang di internet yang mengiklankan barang atau jasa. Iklan bergambar ini dapat berupa gambar atau video. Iklan ini biasanya muncul di situs web seperti Facebook, Google, dan lainnya. Mungkin di atas, di bawah, atau di samping, tergantung pada pemasang iklan.

Disini kami melakukan pemasangan iklan melalui Instagram advertising yang merupakan pemasangan iklan melalui postingan atau story di akun milik orang lain. Instagram Ads menawarkan berbagai fitur yang menarik untuk membantu bisnis mempromosikan atau memasarkan barang dan jasa di platform sosial medianya. Tidak diragukan lagi, Instagram Ads adalah salah satu platform periklanan terbaik.

Fitur instagram Ads juga memberi pengiklan kebebasan untuk mengatur iklan mereka sendiri. Mereka dapat memilih format iklan mereka, baik foto maupun video, sesuai kebutuhan, dan, seperti platform periklanan lainnya, pengguna dapat mengatur dan mengelola kampanye iklan mereka dengan lebih fleksibel.

e) Membangun Komunikasi Pemasaran

Langkah yang terakhir yaitu membangun komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran

sangat penting untuk menjalin hubungan penjual dengan pembeli, komunikasi pemasaran juga dapat mempermudah suatu usaha menghubungkan produk dengan lokasi, orang, tempat acara, pengalaman dan hal-hal lainnya. Sehingga komunikasi pemasaran harus mampu untuk disatukan sebagai upaya menghantarkan pesan yang konsisten dan mencapai posisi yang strategis.

Kopi liberica mengambil konsep kedai kopi edukasi mulai dari edukasi pembenihan, perkebunan, hingga edukasi prosesing pengolahan kopi. Agrowisata ini dibangun dengan konsep terbuka agar memudahkan pengunjung yang ingin belajar dan mendalami mengenai kopi. Dengan konsep yang unik seperti ini, pengunjung tidak hanya menikmati hidangan kopi namun juga bisa sambil belajar. Hal ini juga merupakan teknik komunikasi yang dilakukan di agrowisata kopi liberica yang dapat menjadi daya tarik tersendiri. Pengunjung akan dibuat nyaman sehingga dapat memberikan kesan yang baik untuk kembali lagi ke Kopi Liberica.

Agar pengunjung merasa dekat maka kami berusaha membangun komunitas, Komunitas yang dimaksud disini adalah komunitas yang dibuat secara sengaja untuk menggaet para pecinta kopi liberica agar tetap loyal. Membuat sebutan pecinta atau penikmat

kopi seperti “Sobat Liberica”. Sebutan ini tidak hanya diucapkan secara langsung namun juga kemudian kami cantumkan Hastag #SobatLiberica di setiap caption-caption yang dibuat dalam disetiap konten.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB VIII**

### **ANALISA DAN REFLEKSI**

#### **A. Evaluasi Program**

Pengembangan petani kopi liberica melalui digital marketing merupakan suatu proses perwujudan kemandirian. Digital marketing adalah sistem pemasaran berbasis web yang memungkinkan setiap orang (penjual) berhubungan dengan calon pelanggan (pembeli) dengan lebih cepat dan efisien. Dengan ini petani kopi juga dapat memasarkan produknya lebih luas, sebagaimana cita-cita kelompok dalam membangun impian (*dream*) yang menginginkan kopi liberica agar dapat dikenal lebih luas terutama sekabupaten Kuningan. Hal ini juga dapat menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Desa Cipasung.

Seseorang dapat mengatakan bahwa pemberdayaan yang dilakukan berhasil ketika ditemukan bahwa kegiatan yang dilakukan membuat perbedaan atau kemajuan. Salah satu cara untuk mengetahui seberapa baik pelatihan telah dilakukan adalah dengan melakukan evaluasi. Perubahan Paling Signifikan (The Most Significant Change/MSC) adalah metode analisis data yang memantau dan menilai setiap perubahan yang terjadi dalam komunitas. Evaluasi diberikan untuk program yang telah dijalankan. Metode ini juga dikenal sebagai evaluasi kegiatan pelatihan new normal marketing. Tabel berikut menggambarkan hasil dari kegiatan yang telah dilakukan Adapun perbedaan yang dirasakan setelah kegiatan antara lain;

**Tabel 8. 1 Perubahan Signifikan (The Most Significant Change / MSC)**

<b>N o.</b>	<b>Kegiat an</b>	<b>Partis ipan</b>	<b>Tangga pan</b>	<b>Manfaat</b>	<b>Harapan</b>
1.	Pelatihan digital marketing	10 orang	Memberikan edukasi kepada petani kopi terkait digital marketing	Meningkatkan kemampuan sumber daya manusia kelompok tani kopi liberica	Dapat memperluas pemasaran
2.	Memban- gung kelom- pok tani kopi yang terstruk- tur	10 orang	Mengor- ganisir anggota kelom- pok secara terstruk- tur	Terbang- gunnya kelom- pok tani yang terstruk- tur sesuai jobdesk masing- masing.	Setiap anggota dapat menjala- nkan tugasnya sesuai jobdesk masing- masing.
3.	Memban- gung Kerjasa- ma	3 orang	Kerjasa- ma dengan beberapa	Menjali- n Kerjasa- ma	Mening- katkan perekon- omian

<b>No.</b>	<b>Kegiatan</b>	<b>Partisipan</b>	<b>Tanggapan</b>	<b>Manfaat</b>	<b>Harapan</b>
	dengan stakeholder		kafe sebagai supplier kopi dan petani kopi di desa lainnya.	untuk mencapai tujuan bersama.	petani kopi liberica.

Setiap tindakan selalu bergantung pada perubahan yang ingin dicapai. Semua pihak yang terlibat dalam suatu perubahan berusaha mencapai tujuan dan harapan. Begitu pula dengan strategi digital marketing ini untuk mendorong petani kopi liberica, tabel di atas menunjukkan tiga tahapan kegiatan yang telah dilakukan, sebagai berikut:

#### 1. Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan digital marketing ini merupakan pelatihan mengenai penggunaan media digital sebagai sarana memperluas pemasaran. Proses kegiatan ini berlangsung sejak 6 April sampai 10 April 2023 dengan jumlah partisipannya sebanyak 10 orang yang antara lain merupakan anggota kelompok, 4 orang diantaranya anggota muda yang bertanggung jawab mengelolah kedai dan 4 orang sisanya anggota kelompok tua yang biasanya diisi oleh bapak-bapak

yang bertugas dalam pembudidayaan tanaman kopi hingga ke tahap panen.

Dalam pelatihan ini pemberdaya memaparkan materi terkait digital marketing, dikarenakan sebagian masyarakat masih awam terhadap digital marketing , maka disini pemberdaya menjelaskan mengapa mempelajari digital marketing terlebih dahulu, hal ini dilakukan agar masyarakat sadar bahwa era saat ini telah memasuki era new normal yang dimana ditahun sebelumnya kita telah melewati masa pandemic covid-19 yang dimasa itu semua hal dilakukan secara online guna memperkecil mata rantai penyebaran virus covid-19 dan saat ini merupakan masa trasisi kebiasaan masyarakat yang sebelumnya dilakukan secara online karena terbiasa di masa pandemic covid masyarakat juga mulai nyaman dengan melakukan berbagai kegiatan secara online. Salah satunya adalah kegiatan jual beli. Hingga saat ini jumlah pengguna e-commerce mengalami peningkatan setiap tahunnya dan hal ini dapat menjadi peluang besar untuk memperluas jangkauan pemasaran kopi liberika.

## 2. Membangun Kelompok Tani Kopi Yang Terstruktur

Kegiatan ini merupakan kegiatan mengorganisir anggota kelompok tani kopi liberica agar lebih terstruktur, karena sebelumnya keanggotaan kelompok ini hanya segelintir orang saja yang aktif dan yang lainnya pasif padahal jumlah anggota kelompok tania da 20 orang. Maka disinilah peran

pemberdaya sebagai mediator yang membagi tugas dan kewajiban tiap anggota sesuai job desc masing-masing.

Kegiatan ini membagi anggota kelompok menjadi 2, yaitu kelompok sepuh yang mengurus proses pembudidayaan dari hulu sampai proses pasca panen dan kelompok barista yang dibagi lagi tugasnya menjadi barista, pramusaji, marketing dan keuangan. Berikut adalah daftar kenaggotaan kelompok sesuai jobdesc masing-masing.

**Tabel 8. 2 Daftar Tugas Anggota Kelompok**

No	Nama	Usia	Jabatan	Tugas
1.	Taufik	47 Tahun	Ketua Kelompok	Mengkoordinir dan menarahkan kelompok
2.	Maman	52 Tahun	Wakil Ketua Kelompok	Membantu ketua mengkoordinir anggota
3.	Nanang	48 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan dan kumpul rutin, dan menyetorkan hasil panen

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Usia</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Tugas</b>
4.	Dede Kurnia	52 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan dan kumpul rutin, dan menyetorkan hasil panen
5.	Didi Rohmadi	60 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan dan kumpul rutin, dan menyetorkan hasil panen
6.	Jumhana	64 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan dan kumpul rutin, dan menyetorkan hasil panen
7.	Kuswara	46 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan dan kumpul rutin, dan menyetorkan hasil panen
8.	Asmari	70 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan dan kumpul

No	Nama	Usia	Jabatan	Tugas
				rutin, dan menyertakan hasil panen
9.	Jahid	50 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan dan kumpul rutin, dan menyertakan hasil panen
10.	Naryono	57 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan dan kumpul rutin, dan menyertakan hasil panen
11.	Maman S.	49 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan dan kumpul rutin, dan menyertakan hasil panen
12.	Diding	55 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan dan kumpul rutin, dan menyertakan hasil panen

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Usia</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Tugas</b>
13.	Muksim	60 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan dan kumpulan rutin, dan menyetorkan hasil panen
14.	Asep	51 Tahun	Anggota Kelompok	Mengikuti kegiatan dan kumpulan rutin, dan menyetorkan hasil panen
15.	Fikri	25 Tahun	Manajemen Kedai	Mengelolah manajemen keuangan dan bertanggung jawab promosi dan pemasaran.
16.	Rian	19 Tahun	Barista dan Pramusaji	Meracik dan mengelolah hidangan kopi Melakukan piket setiap hari.

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Usia</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Tugas</b>
17.	Muis	20 Tahun	Barista	Meracik dan mengelolah kopi, melakukan piket setiap hari.
18.	Arik	19 Tahun	Barista dan pramusaji	Meracik dan mengelolah kopi, melakukan piket setiap hari.
19.	Fajri	18 Tahun	Pramusaji	Menyajikan kopi, melakukan piket setiap hari.
20.	Herdi	22 Tahun	Barista dan manajemen pemasaran	Meracik dan mengelolah kopi, melakukan piket setiap hari, melakukan promosi akun official Instagram.

### 3. Membangun Kerjasama Dengan Stakeholder

Semua pihak, terdiri dari individu, komunitas, atau kelompok masyarakat yang memiliki hubungan dan kepentingan dengan organisasi, perusahaan, dan masalah yang dibahas. Stakeholder disebut sebagai stakeholder. Stakeholder dalam terjemahan bahasa Indonesia memiliki arti "pihak yang berkepentingan" berarti pihak yang berkepentingan. Secara sederhana stakeholder adalah pihak yang memiliki peran penting dalam suatu program.

Dalam hal ini, pemberdaya sebagai mediator antara komunitas dengan stakeholder untuk menjalin kerjasama guna mencapai tujuan dan impian yang diharapkan. Kerjasama ini dilakukan untuk memperluas jangkauan pemasaran dan juga peluang. Semakin banyak yang mengetahui dan mengenali komunitas ini maka semakin besar pasar yang dapat dijangkau.

Maka ini kami menjalin kerjasama dengan beberapa kedai kopi di Kabupaten Kuningan untuk memperluas kopi liberica, dan agrowisata kopi liberica juga bersedia sebagai pemasok kopi di beberapa kedai kopi. Kedai kopi tersebut diantaranya adalah kopi arunika, d'lamping kidang coffe, dan juga produk kopi liberica telah dipasarkan melalui koperasi Kabupaten Kuningan.

## **B. Refleksi Keberlanjutan**

Pemberdayaan masyarakat didefinisikan sebagai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan sendiri tanpa bergantung pada orang lain menunjukkan betapa

pentingnya pemberdayaan untuk mencapai kemandirian, terutama bagi masyarakat lemah, yang sering dipandang sebelah mata. Masyarakat yang kuat dan berdaya akan dapat berpartisipasi, mempengaruhi, dan mempengaruhi. Pemberdayaan masyarakat pasti akan menghasilkan beberapa perubahan yang memungkinkan perubahan yang mengarah pada kondisi yang lebih baik. Kemudian datang analisis perubahan setelah program.

**Tabel 8. 3 Analisa Perubahan**

Kondisi Sebelum Sosialisasi dan Pelatihan Digital Marketing	Indikasi Perubahan	Proses Menuju Perubahan	Hal Yang Memungkinkan Terjadinya Perubahan
Petani kopi belum memiliki pemahaman terkait digital marketing	Sudah terbentuknya anggota kelompok tani	Mengadakan sosialisasi dan pelatihan digital marketing.	Produk kopi mulai dipasarkan melalui digital marketing agar mendapatkan jangkauan yang lebih luas.
Petani kopi	Mengikuti sosialisasi	Mulai melakukan	Penjualan kopi

mengalami penurunan pendapatan akibat pandemic covid-19	dan pelatihan digital marketing	pemasaran digital dan menjalin kerjasama dengan stakeholder untuk meningkatkan penjualan.	meningkat dari sebelumnya, petani mengalami peningkatan pendapatan.
---	---------------------------------	---	---

### **Indikator Pemberdayaan Masyarakat**

Pemberdayaan berarti lebih dari hanya memiliki kuasa. Ini berarti memiliki kemampuan untuk mengelola pengetahuan dan keterampilan seseorang sehingga mereka dapat hidup sendiri dan berkuasa. Terbentuknya keanggotaan kelompok yang terstruktur merupakan awal dari peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam kelompok petani kopi sirung Tanjung.

#### **1) Tingkat kesadaran dan keinginan untuk berubah (*power to*)**

Tingkat kesadaran dan keinginan untuk berubah dari masyarakat menunjukkan niat masyarakat untuk melaksanakan kegiatan pemberdayaan masyarakat tertentu. Tingkat kesadaran dan keinginan untuk berubah (*power to*) pada penelitian aksi kali ini lahir sejak proses FGD yang telah dilakukan sebelumnya, dimana pemberdaya bersama dengan kelompok petani kopi mendiskusikan terkait hal apa saja yang akan dicita-

citakan. Tahapan proses ini membangun kesadaran kelompok tani untuk membangun atau merancang mimpi yang diinginkan. Dan setelah didiskusikan terdapat beberapa hal tujuan bersama yang akan diwujudkan. Berawal dari sinilah, proses pemberdayaan dimulai.

## **2) Tingkat kemampuan meningkatkan kapasitas untuk memperoleh akses (power within)**

Pada penelitian aksi kali ini, tingkat kesadaran untuk berubah didasari dengan keinginan untuk menambah pengetahuan dan kemampuan dibidang digital marketing

Pelatihan digital marketing telah menambah pengetahuan dan kemampuan anggota kelompok dibidang marketing. Pelatihan ini berisikan materi mengenai pemasaran digital. Namun sayangnya, penggunaan digital marketing belum tentu dapat diaplikasikan kepada seluruh kalangan terutama pada petani petani berusia tua lainnya. Sehingga dibutuhkan peran serta berbagai pihak yang dapat melakukan pendampingan terhadap petani dalam memasarkan hasil panennya dengan memanfaatkan digital marketing.

Untuk mendampingi petani, generasi muda yang lebih akrab dengan media sosial melalui kegiatan Karang Taruna dan kelompok pemuda lainnya harus dilibatkan. Maka dari itu pengelolaan manajemen dan digital marketing diurus oleh anggota kelompok yang berasal dari kalangan muda. Generasi muda memiliki kreatifitas yang tinggi sehingga bisa menarik konsumen untuk

membeli produk yang dipasarkan melalui media online dan tentunya kalangan muda lebih memahami berbagai teknologi sesuai dengan perkembangan zaman. Untuk sukses dalam digital marketing, diperlukan sarana dan prasarana yang memadai seperti jaringan internet yang mendukung dan perangkat digital seperti smartphone. Pemasaran secara online juga harus mempertimbangkan biaya pengiriman dan kualitas produk sebelum sampai ke pelanggan. Ini karena produk segar seperti sayur dan buah mudah rusak dan memerlukan perawatan khusus saat pascapanen.

Petani memerlukan penyuluhan untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dan berkelanjutan, serta teknik mengemas produk yang dapat menarik pembeli, serta strategi untuk memasarkan produk secara online. Selain itu, petani membutuhkan ketersediaan informasi harga pasar atas produk yang mereka produksi. Akibatnya, petani tidak lagi memiliki posisi tawar yang rendah dalam menentukan harga jual produk mereka.

### **3) Tingkat kemampuan menghadapi hambatan (power over)**

Pada tahap ini beirisikan hambatan dan tantangan selama proses pemberdayaan. Dan hambatan yang ada selama proses pemberdayaan petani kopi melalui digital marketing adalah masih terdapat beberapa petani belum bisa menggunakannya. Menurutny, alasan mereka seringkali adalah aplikasi yang rumit dan petani yang merasa belum membutuhkan. penggunaan teknologi

digital marketing ini tidak semudah membalikkan telapak tangan. Untuk meningkatkan hasil penjualan petani dan memudahkan pemasaran hasil panen mereka, diperlukan waktu dan komitmen dari semua pihak.

Maka pihak-pihak terkait seperti dinas pertanian dan perdagangan serta generasi muda di daerah sekitar harus mendukung dan mendampingi teknologi digital dalam pemasaran hasil pertanian agar berhasil. Dinas pertanian dan perdagangan yang langsung berhubungan dengan petani dan penjualan hasil pertanian dapat melakukan sosialisasi dan pelatihan tentang penggunaan teknologi digital dalam pemasaran hasil pertanian.

#### 4) 4) Tingkat kemampuan kerjasama dan solidaritas (power with).

Pada tahap ini beirisikan kemampuan kerjasama selama proses pemberdayaan. Dan kemampuan kerjasama dalam penelitian aksi kali ini berupa kerjasama antar anggota sesama kelompok tani, yang dimana setiap anggota telah melakukan tugas dan tanggung jawabnya sesuai *jobdesc*.

Selain adanya indikator pemberdayaan diatas, ada pun manfaat dengan adanya program ini. Berikut merupakan beberapa perubahan yang telah dicapai:

##### 1. Memiliki akun social media dan e-commerce

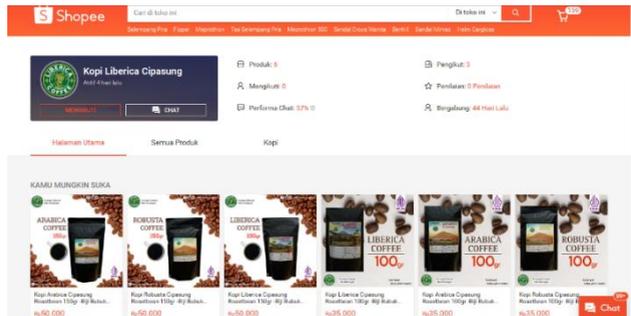
Penggunaan media sosial dan e-commerce memberikan dampak kemajuan dan keuntungan bagi para pelaku usaha, begitupun dengan petani yang berperan sebagai produsen yang memanfaatkannya sebagai alat untuk memasarkan usaha

(produk) mereka. Karena itu, Para pelaku usaha harus memanfaatkan peluang yang ada yang diberikan oleh media sosial dan e-commerce untuk mengembangkan bisnis mereka. Media sosial dan e-commerce merupakan media yang sangat penting dan wajib dimiliki setiap pelaku usaha. Untuk memanfaatkan peluang ini, para pelaku bisnis dan masyarakat yang baru ingin memulai usahanya harus diberdayakan dengan memahami secara menyeluruh bagaimana media sosial dan e-commerce dapat membantu mereka dalam mengembangkan usaha mereka.

**Gambar 8. 1 Akun Instagram Kopi Liberika**



**Gambar 8. 2 Akun Official Shopee**



Maka dari itu, kegiatan pemberdayaan masyarakat ini dapat dilakukan melalui tiga tahap yaitu penyuluhan atau sosialisasi, pelatihan, dan juga pendampingan terkait dengan cara menggunakan dan mengoptimalkan media sosial dan e-commerce dalam mengembangkan usaha mereka sebagai alat pemasaran. Tahap pertama dalam kegiatan pemberdayaan ini adalah penyuluhan atau sosialisasi. Di mana penyuluhan atau sosialisasi ini dapat diberikan pengenalan dan pemahaman mengenai jenis-jenis media sosial dan e-commerce secara keseluruhan terkait dengan kegunaannya sebagai alat pemasaran usaha.

Kemudian, setelah penyuluhan atau sosialisasi ini di lakukan, maka tahap selanjutnya adalah pelatihan. Di mana, pelatihan ini proses praktek bagi masyarakat untuk membuat desain pemasaran terkait usaha mereka baik yang sudah ada maupun yang baru ingin dilaksanakan. Dalam hal ini pemberdaya membantu dalam proses pembuatan akun media social dan akun shopee. Kemudian pemberdaya juga membantu mengajarkan

desain khusus agar dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan. Hasil dari kegiatan sosialisasi dan pelatihan digital marketing, yaitu berupa hasil praktik pembuatan akun social media dan e-commerce seperti menyusun feed Instagram yang menarik, menambah jumlah follower, pembuatan akun e-commerce shoopee, dan pembuatan linktree.

## 2. Jangkauan Pemasaran Semakin Luas

Digital marketing dapat mempermudah interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen karena biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu. Dengan digital marketing, pelaku bisnis dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan calon konsumen dengan lebih mudah. Di sisi lain, calon konsumen dapat mencari produk hanya dengan menjelajah dunia maya, yang memudahkan proses pencarian mereka. Jumlah orang yang dapat mengakses internet semakin meningkat setiap hari karena kemudahan akses yang tersedia saat ini. Lebih banyak orang menghabiskan waktu di internet. Pemasaran offline tidak seefektif dulu, karena konsumen lebih banyak berbelanja secara online. Digital marketing lebih hemat biaya dan terukur daripada metode konvensional untuk menjangkau lebih banyak audiens.

Dikarenakan kopi liberica merupakan jenis kopi yang langka dengan sedikit peminat, hanya penikmat kopi yang menyukai kopi liberica dan untuk mendapatkan kopi liberica yang original tergolong sulit, maka dengan memanfaatkan digital marketing pembeli kini semakin

mandiri dalam membuat keputusan pembelian berdasarkan hasil pencariannya. Digital marketing dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis ataupun waktu. Produk kopi liberica yang dipasarkan menggunakan digital marketing akan dipajang diberbagai website dan toko online hal ni memudahkan konsumen untuk menemukan produk yang diinginkan. yang dibangun sebagai strategi pemasaran hasil pertanian meliputi website penjualan (e-commerce) padi dan sosial media yang terintegrasi dengan e-commerce.

### 3. Pengunjung Meningkatkan

Salah satu cara yang dilakukan untuk memasarkan kopi liberica adalah lewat dunia digital (go digital) yang tentunya mempengaruhi peningkatan jumlah kunjungan ke Agrowisata Kopi Liberica Cipasung. Digital marketing sudah seharusnya digunakan oleh para pelaku usaha tidak dipungkiri juga oleh petani kopi. Dikala petani kopi biasanya langsung menjual hasil panen kepada tengkulak, kelompok petani disini justru mengelolah hasil panennya agar memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

Digital marketing sesuai dengan dinamika dan gaya hidup masyarakat saat ini yang serba online, interaktif, dan menggunakan ponsel. Saat ini, platform digital seperti website, Facebook, Instagram, Twitter, dan media sosial lainnya menjadi yang paling banyak digunakan oleh bisnis dan wisatawan untuk

mendapatkan informasi tentang kopi. Berdasarkan uraian tersebut pengaruh digital marketing terhadap peningkatan kunjungan agrowisata kopi liberika cukup berpengaruh. Terutama melalui media social, pengunjung lebih banyak mendapatkan informasi mengenai adanya agrowisata kopi liberika melalui *Instagram* dan *whatsapp* hal ini diandai dengan peningkatan jumlah pengunjung pada bulan April dan mei yang mengalami peningkatan. Berikut adalah perbandingan data keadaan pengunjung kedai kopi liberika tahun 2021 dengan tahun 2023.

**Grafik 8. 1 Peningkatan Jumlah Pengunjung**



Dari data diatas, sejak pasca pandemic covid-19 jumlah pengunjung di kedai kopi mengalami peningkatan, yang pada kondisi terakhir di bulan April 2021 hanya 20 pengunjung paling banyak perharinya, hingga di bulan April dan Mei 2023 mencapai jumlah pengunjung paling banyak yang dalam sehari bisa mencapai 60-80 orang pengunjung, hal ini juga disebabkan media promosi

sosmed yang cukup menarik, selain itu kedai kopi liberika juga dijadikan sebagai lokasi berbagai acara oleh pemuda setempat sehingga dapat menarik pengunjung dari luar.

### **C. Refleksi Program Dalam Perspektif Islam**

Selain itu, setiap muslim diwajibkan untuk berdakwah dengan berbagai cara. Surat An-Nahl ayat 125 mengatakan, "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik." Sebagai pemimpin di dunia ini, mereka harus mengajarkan orang lain untuk berbuat baik melalui pelajaran dan contoh yang baik. Jika mereka menyimpang atau melakukan hal-hal yang tidak seharusnya, mereka harus ditegur dengan baik dan diajarkan bagaimana melakukannya kembali. Dakwah tidak hanya berkaitan dengan iman. Salah satu tujuan dakwah bilhal, juga dikenal sebagai dakwah melalui perbuatan, adalah mendorong orang untuk menjadi lebih mandiri.

Dengan memberi mereka keuntungan, Allah menunjukkan kekuatan-Nya. manusia dalam keseluruhan kesempurnaannya sebagai makhluk Tuhan. Sebagaimana dalam Al-Qur'an Surah At-Tin ayat 4:

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ ﴿٤﴾

*Artinya: Sungguh, Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya. (Q.S. At-Tin ayat 4)*<sup>15</sup>

Salah satu cara untuk menunjukkan rasa syukur kepada Allah atas nikmat-Nya adalah dengan menggunakan kelebihan yang diberikan-Nya untuk mengembangkan kapasitas. Petani memiliki motivasi, semangat, dan upaya untuk belajar lebih banyak dan menjadi petani yang lebih mandiri. Ini adalah bagian dari dakwah, yang berarti mendorong kebaikan melalui pendidikan dan contoh yang baik. memungkinkan petani kopi untuk mengetahui potensi aset dak yang dapat digunakan untuk membangun sistem yang akan memberikan kesejahteraan dan kemandirian bagi anggota komunitas.

Korelasi dakwah dengan pemberdayaan masyarakat adalah, tujuan dalam proses pemberdayaan juga mengajak pada hal kebaikan, merangkai cita-cita dan tujuan bersama untuk kondisi yang lebih baik dan kesejahteraan masyarakat. Disini pemberdaya berperan sebagai pendakwah yang mengajak masyarakat agar lebih sejahtera dan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki. Menyatukan potensi dan asset yang dimiliki dan dikolaborasikan untuk membuat hal baru yang dapat mencapai tujuan bersama.

---

<sup>15</sup> Kementrian Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta Timur; PT Surya Prisma Sinergi, 2012), Hal 597.

Dalam contoh kegiatan pemberdayaan kali ini, peneliti mengajak masyarakat mengajak anggota kelompok petani kopi sirung tanjung untuk melakukan kebaikan berupa mempelajari digital marketing yang hal ini akan sangat bermanfaat untuk perluasan pemasaran. Digital marketing juga merupakan suatu ilmu wajib yang dipelajari di era saat ini, yang dimana semua hal sudah dilakukan serba digital, dan hal ini juga tidak dapat dipungkiri bagi petani kopi, meskipun kegiatan sehari-hari hanya dikebun namun pelajaran akan ilmu digital marketing juga sangat penting.

Dengan meningkatkan posisi tawar menawar petani dengan mengatur hubungan langsung antara petani dan konsumen adalah salah satu caranya adalah dengan menggunakan digital marketing (pemasaran digital), yaitu memasarkan produk secara online. Dalam beberapa kasus, sistem yang memasarkan hasil pertanian menggunakan media online seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp tampaknya dapat membantu petani memasarkan hasil panen mereka secara langsung kepada pelanggan. Pemasaran online memungkinkan pelanggan untuk lebih mudah memahami produk yang dijual oleh penjual, memungkinkan pelanggan untuk melakukan perbandingan produk sebelum melakukan transaksi, promosi menjadi lebih mudah dan murah, dan, tentu saja, memiliki jangkauan pasar yang lebih luas.

Berwirausaha atau berdagang adalah pekerjaan yang sangat menguntungkan karena mereka dapat membantu satu sama lain. Dalam proses penyebaran

agama islam, berdagang juga merupakan kegiatan yang dilakukan nabi. Dengan berdagang, kita bertemu dengan berbagai macam orang dan kita dapat membuat otak kita selalu bekerja dan berkembang, memiliki banyak kolega, dan menjaga silaturahmi, dan banyak manfaat yang lainnya. Seperti yang tertulis dalam surat Al - Jumuah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا

اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

*Artinya: Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung. (Q.S Al-Jumu'ah ayat 10)<sup>16</sup>*

Selain itu, "pemuda yang berkarya/bekerja keras" dalam riwayat Ibnu Abdan (HR Baihaqy). Allah telah meminta hambanya untuk berusaha, menghasilkan, dan bekerja keras setiap saat. Selain itu, Nabi mengatakan, "Dari Ashim bin Ubaidillah, dari Salim, dari bapaknya, dia berkata, Rasulullah SAW telah bersabda: Sesungguhnya Allah mencintai seorang mukmin yang berkarya/bekerja keras" (HR Baihaqy). Penggalan hadits di atas menunjukkan bahwa seorang mukmin harus selalu menganggap dirinya mampu dan terus berusaha. Mengembangkan kapasitas diri yang dimulai dengan

---

<sup>16</sup> Kementrian Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta Timur; PT Surya Prisma Sinergi, 2012), Hal 554.

pemahaman tentang potensi dan aset diri merupakan ciri hamba yang berusaha dan bekerja keras. Potensi dan aset adalah keahlian yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan. Selain itu, bekerja keras harus terus dilakukan dengan telaten, ulet, sabar, dan tidak pernah menyerah agar digital marketing dapat terus berkembang.

Prinsip yang dikelola dalam program pemberdayaan petani kopi melalui digital marketing mengangkat konsep dakwah dan keislaman dalam setiap prosesnya. Dimulai dengan mengajak para anggota petani kopi akan pentingnya mempelajari digital marketing di era society 5.0, kemudian penyatuan anggota menjadi satu tim yakni dengan mengorganisir keanggotaan petani kopi sesuai dengan keahlian yang dimiliki, dan juga saling terkait satu sama lainnya sehingga mendorong terwujudnya ukhuwah yang baik antar anggota kelompok.

Dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim, Nabi Muhammad saw bersabda, "Sesungguhnya perumpamaan seorang mukmin dengan mukmin lainnya laksana bangunan kukuh, yang saling menguatkan satu sama lain." Oleh karena itu, anggota kelompok adalah saudara yang harus saling mendukung. Implementasi dan implementasi bekerja sama dalam proses perubahan untuk mencapai tujuan perubahan: menjadi petani kopi yang mandiri dan sejahtera.

## **BAB IX PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan di Desa Cipasung, Kecamatan Darma, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat, pemberdayaan petani kopi liberika dimulai dengan fasilitator memulai pendekatan kepada masyarakat dengan berinteraksi secara langsung atau melakukan inkulturasi. Ini dilakukan dengan menggunakan metode pendampingan ABCD (*Asset Based Community Development*). Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mendapatkan sumber data yang dapat diandalkan untuk penelitian ini. Beberapa strategi telah digunakan untuk mendukung petani kopi, termasuk:

- a. Potensi asset di Desa Cipasung cukup melimpah terutama pada potensi sumber daya alam. Banyak sumber daya alam yang dimiliki salah satunya berupa adanya komoditas kopi varietas langka (kopi liberika) dikatakan langka karena kopi tersebut memiliki aroma yang khas seperti buah Nangka, dan biji kopinya pun lebih besar dari pada biji kopi pada umumnya. yang dapat menjadi daya tarik Desa Cipasung. Selain potensi sumber daya alamnya, adapula potensi sumber daya manusianya, berupa sudah adanya kelompok petani kopi. Kelompok Petani Kopi Sirung Tanjung merupakan kumpulan petani kopi yang ada di Desa Cipasung. Kelompok ini berdiri tahun 2021 yang diketuai oleh Bapak Taufik, kelompok

ini focus pada pengembangan asset kopi liberika yang merupakan salah satu komoditas kopi langka. Pengembangan kopi ini telah ditahap membangun agrowisata dan kedai kopi yang berkonsep edukatif menyajikan proses kopi dari hulu sampai ke hilir. Hingga saat ini kelompok tani kopi ini telah berjumlahkan anggota sebanyak 20 orang. Selain itu pengembangan komoditas kopi liberika sudah ditahap agowisata dan membuka kedai kopi. Potensi lainnya sudah adanya kelompok tani kopi Sirung Tanjung.

- b. Strategi dalam pemanfaatan kali ini menggunakan pendekatan *ABCD (Asset Based Community Development)* yang dimana pengembangan kopi liberika yang dilakukan kelompok tani kopi melalui *digital marketing*. *Digital marketing* merupakan segala suatu cara yang dilakukan untuk memasarkan suatu produk atau jasa dengan memanfaatkan media elektronik Digital marketing dipilih karena saat ini merupakan masa transisi pasca pandemic covid, yang dimana semua hal dilakukan secara digital termasuk kegiatan jual beli. Melalui digital marketing produk kopi langka dapat dipasarkan yang lebih luas jangkauan sehingga eksistensi kopi liberika tidak hanya dikenal di Kabupaten Kuningan saja melainkan hingga keluar pulau jawa, mengingat konsumsi kopi liberika lebih banyak berasal dari Sumatra hingga Malaysia, dengan digital

marketing dipilih karena dapat memperluas pemasaran kopi liberica yang pasarannya sulit dijangkau. Dengan memanfaatkan teknologi digital dapat memudahkan dan mendapatkan informasi serta produk yang diinginkan secara real time.

- c. Hasil dari pendampingan tersebut antara lain, **pertama** pelatihan digital marketing telah menambah pengetahuan dan kemampuan anggota kelompok dibidang marketing. Pelatihan ini telah mengubah cara pemasaran petani, yang tidak hanya bergantung pada pemasaran offline melainkan pemasaran online juga. **Yang kedua**, Memiliki akun social media dan e-commerce, Penggunaan media sosial dan e-commerce memberikan dampak pada kemajuan dan keuntungan bagi para pelaku usaha, serta bagi petani yang berfungsi sebagai produsen yang memanfaatkannya sebagai alat untuk memasarkan usaha (produk) mereka. Oleh karena itu, media sosial dan e-commerce menawarkan peluang bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis mereka. **Yang Ketiga**, digital marketing juga dapat memperluas pemasaran sehingga, pengunjung lebih banyak mendapatkan informasi mengenai adanya agrowisata kopi liberica melalui *Instagram* dan *whatsapp* hal ini diandai dengan peningkatan jumlah pengunjung pada bulan April dan mei yang mengalami peningkatan. **Yang**

**keempat**, hasil dari pengorganisasian kelompok petani kopi, setiap anggota memiliki keterampilan baru yang disesuaikan dengan keahlian masing-masing, guna mencapai tujuan bersama.

Adanya hubungan dan korelasi pada penelitian aksi dengan teori dakwah dan keislaman, contohnya mengembangkan petani kopi melalui digital marketing dan dakwah Islam, yaitu skema strategi program yang didasarkan pada nilai-nilai Islam. Pada awalnya, tujuan dari pembentukan tim adalah untuk memupuk ikatan yang kuat antara sesama anggota kelompok.

## **B. Rekomendasi dan Saran**

Peneliti berharap setelah dilakukan kegiatan atau program pemberdayaan ini, kelompok petani kopi sirung tanjung mampu menjadi kelompok yang mandiri dan sejahtera, meskipun petani adalah kalangan tua namun diharap setelah adanya program ini eksistensi petani kopi tidak tergerus oleh perkembangan zaman, namun tetap menjadi petani yang modern yang memanfaatkan teknologi digital.

Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat menjadi kunci yang dibutuhkan upaya-upaya yang dilakukan untuk keluar dari belenggu kemiskinan yang disebabkan wabah covid. Yang hanya memutuskan penyebaran virusnya namun bukan memutuskan perekonomian masyarakatnya. Melalui pemanfaatan potensi yang ada pemberdayaan yang berfokus pada pendidikan kaum tertindas, yakni dengan membangun

kesadaran masyarakat dan fokus pada pendidikan kemampuan. Pelatihan digital marketing menjadi upaya pemberdayaan petani kopi di masa pandemic covid, dengan pemasaran digital petani masih bisa memasarkan produknya secara luas dan tidak terhambat dengan kebijakan pembatasan sosial. Pelatihan digital marketing juga menjadikan masyarakat lebih mandiri dan tidak bergantung pada orang lain karena subyeknya adalah masyarakat

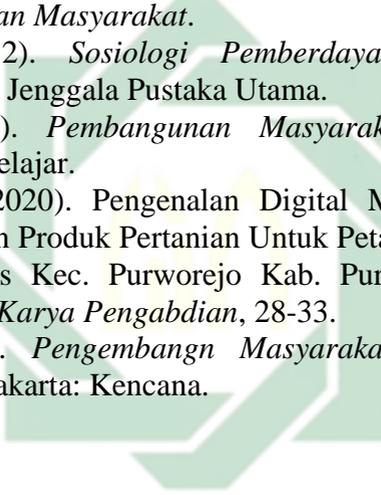


## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. (2012). *Dasar-Dasar Pengembangan Masyarakat Islam*. Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press.
- Afandi, A. (2017). *Modul Riset Transformatif*. Sidoarjo: Dwiputra Pustaka Jaya.
- Alfitri, M. (2013). *Community Development Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Alison, M. (2016). *Panduan Evaluasi dan Partisipatif Untuk Program Pemberdayaan Masyarakat*. Coady International Institute.
- Apsari, N. C. (2017). Pemberdayaan Petani Kopi Melalui Penguatan Kapasitas Dalam Pengelolaan Hasil Kopi Di Desa Genteng Kec. Sukasari Kab. Sumedang. *Jurnal Unpad*.
- Azis, M. (2020). Analisis Pemberdayaan Petani Kopi Melalui Kelompok Guyub Kopi dan Kakao Pacitan. *Jurnal IAIN Ponorogo*.
- Aziz, A. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Dureau, C. (2013). *Pembaru dan Kekuatan Lokal Untuk Pembangunan (Community Development and Civil Society Strehtening Scheme)*. Australian: Phase II.
- Ferina. (2022). *Pemberdayaan Anggota Fatayat NU Melalui Optimalisasi Pekarangan Guna Meningkatkan Ketahanan Pangan Di Masa Pandemi Covid-19 Di drokiyo Tunjung Kec. Udanawu Kab. Blitar*. Surabaya: digilib.uinsby.ac.id.

- Handayani, D. (2020). *Pengorganisasian Masyarakat Pada Paguyuban Petani Kopi Di Desa Sukorejo Kec. Sumber Wringin Kab. Bondowoso*. Jember: Digital Repository Universitas Jember.
- Hikmat, H. (2001). Strategi Pemberdayaan Masyarakat. *Humaniora Utama Press*, 222.
- Ifani, N. (2021). *Pemberdayaan Petani Melalui Inovasi Pengolahan Uni Kayu Di Dusun Kranjan Desa Siwalan Kab. Nganjuk*. Surabaya: digilib.uinsby.ac.id.
- Kamita, K. H. (2021). Pemberdayaan Petani Kopi Oleh Dinas Pertanian Di Desa Ramung Jaya Kec. Permata Kab. Bener Meriah Aceh. *Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintah*, 152-170.
- Kartasmita, G. (1996). *Pengembangan Untuk Rakyat: Meadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*. Jakarta: PT Pustaka Cidesindo.
- Maulana, M. (2019). Asset Based Community Development. *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, 261.
- Maulana, M. (2019). Asset Based Comunity Development: Strategi Pengembangan Masyarakat Di Desa Ledok Sambi Kaliurang. *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, 259.
- Nugroho, S. S. (2020). *Hukum Untuk Petani Perlindungan dan Pemberdayaan Petani Dalam Era Globalisasi*. Klaten: CV Penerbit Lakeisha.
- Salahuddin, N. (2015). *Panduan KKN ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya Asset Based Community Driven Development*. Surabaya: LPPM UIN Sunan Ampel.

- Salahuddin, N. (n.d.). *Panduan KKN ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya*. Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Selasi, D. (2021). Pendekatan ABCD (Asset Based Community Development): Upaya Peningkatan Pendapatan Keluarga Melalui Pelatihan Pembuatan Telur Asi Di Desa Marikangen Kec. Plumbon Kab. Cirebon. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Soenyono. (2012). *Sosiologi Pemberdayaan Masyarakat*. Surabaya: Jengjala Pustaka Utama.
- Soetomo. (2009). *Pembangunan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Utami, D. P. (2020). Pengenalan Digital Marketing Dalam Pemasaran Produk Pertanian Untuk Petani Milenial Desa Wonotulus Kec. Purworejo Kab. Purworejo. *Seminar Nasional Karya Pengabdian*, 28-33.
- Zubaedi. (2013). *Pengembangn Masyarakat: Wacana dan Praktik*. Jakarta: Kencana.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A