



METODE PENJUALAN ONLINE DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN DAYA JUAL KOPI ROBUSTA BENK-CO TERHADAP PASAR LOKAL DAN NASIONAL

Ray Ardian Putra¹⁾; Suwarni²⁾

¹⁾ Study Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ rayardianputra@gmail.com ; ²⁾ Suwarni.H13@gmail.com

Abstrak

In dealing with the Covid 19 pandemic situation, marketing products through online media is a method that is very much worked on by entrepreneurs or sellers of goods and services, because only by posting and packing sellers and buyers can transact without having to meet and make direct contact with the aim of avoiding spread of the covid 19 virus. Taking this into account, we took a sample of the online sales method for Robusta Benk-co coffee products to find out how to increase distribution and sales in the face of the Covid 19 period with the type of interview in order to gain profits and maintain a workforce during the Covid 19 period. With the online method, of course, the owner of Benk-co robusta coffee can not only market coffee products within the city of Bengkulu, it has been proven that Benk-co robusta coffee is also ordered by buyers from outside Bengkulu province through online media. Of course, if you want to enter the national market, the owner of Benk-co robusta coffee must really pay attention to the quality of the coffee and maintain grammar in serving buyers or consumers through online media.

Kata Kunci : *Online business, Strategi, Maximize quality.*

Pendahuluan

Kopi merupakan salah satu minuman yang sangat di gemari oleh masyarakat Indonesia karena rasa dan aromanya. Minuman ini di gemari oleh segala umur secara turun temurun. Kondisi ini sama dengan di luar negeri, di Amerika misalnya, sebagian besar masyarakat menyukai minuman ini, sehingga istilah coffe break masih di gunakan hingga saat ini untuk menandai waktu istirahat maupun jam makan siang. Sebagian orang mengkonsumsi kopi sebagai salah satu minuman kegemaran, sedang sebagian orang tidak menyukai minum kopi karena khawatir efek kopi terhadap kesehatan. Menurut hasil penelitian, kopi mampu menurunkan risiko diabetes mellitus, penyakit kardiovaskuler, kanker serta mampu menurunkan kadar asam urat darah. Hal tersebut karena kandungan polyphenol yaitu chlorogenic acid di dalam kopi (Lelyana, 2008). Kandungan Polyphenol yang terdapat dalam kopi dapat berfungsi sebagai penangkap radikal bebas gugus hidroksil sehingga tidak mengoksidasi lemak, protein dan DNA dalam sel. Kandungan polyphenol sebagai senyawa antioksidan yang bermanfaat bagi kesehatan (Funder, 2004).

Kopi Robusta Benk-co di petik dari kebun petani Kopi di daerah Bengko kab.Rejang Lebong, di daerah pegunungan tentunya hasil dari biji kopi Robusta Benk-co bisa bersaing dengan produk yang sudah memiliki brand di Indonesia karena melihat peluang dan memperhatikan kondisi bahwa negara Indonesia merupakan negara produsen kopi keempat terbesar di dunia. Dari total produksi, sekitar 67% kopinya diekspor sedangkan sisanya 33% untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Tingkat konsumsi kopi dalam negeri berdasarkan hasil survei LPEM UI tahun 1989 adalah sebesar 500 gram/ kapita/ tahun. Dewasa ini kalangan pengusaha kopi memperkirakan tingkat konsumsi kopi di Indonesia telah mencapai 800 gram/ kapita/ tahun. Dengan demikian dalam kurun waktu 20 tahun peningkatan konsumsi kopi telah mencapai 300 gram/ kapita/ pertahun.

Untuk menghasilkan biji kopi yang berkualitas menurut asosiasi ekportir dan Industri Kopi Indonesia petani kopi harus memperhatikan beberapa hal seperti :

1. Serangga Hidup (Tidak ada)
2. Biji berbau busuk dan atau barbau kapang (Tidak ada)
3. Kadar air (b/b) Maks 12.5%
4. Kadar kotoran b/b Maks 0.5%

Tinjauan Pustaka

Kopi Robusta merupakan bagian dari family Rubiaceae, family ini meliputi lebih dari 500 genus dan lebih dari 600 spesies. Kopi sendiri hanya memiliki 2 spesies yang berpengaruh nyata pada perekonomian yaitu kopi arabika dan kopi robusta. Biasanya tumbuh berupa semak atau pohon kecil yang dapat mencapai 5 meter ketika tidak berbuah. Daunnya berwarna hijau gelap dan mengkilat, panjangnya 10- 15 cm dan mempunyai lebar 6 cm. Bunganya berwarna putih dan berbau harum. Bijinya berbentuk oval, dengan panjang kira-kira 1,5 cm, berwarna hijau saat belum matang, kemudian berwarna kuning ketika hendak matang, kemudian kemerahmerahan, dan menjadi hitam ketika kering. Biasanya dikotil tapi 5-10% merupakan monokotil yang disebut peaberries. Biji kopi ini umumnya matang sekitar tujuh hingga sembilan bulan. Berdasarkan keterangan yang kami dapat melalui owner Kopi Robusta Benk-co untuk benar benar mendapatkan hasil biji kopi yang baik memang harus memperhatikan kondisi kebun petani kopi.

Metodologi Penelitian

Penelitian menggunakan type wawancara yang di lakukan langsung oleh owner kopi Benk-co, mulai dari bagaimana menyikapi pandemi covid 19 dan memaksimalkan sertameningkatkan penjualan dan mempertahankan seluruh tenaga kerja dengan metode online dalam memasarkan produk kopi benk-co.

Hasil dan Pembahasan

Hasil wawancara dengan pemilik Robusta Coffee Bunga dapat diperoleh kondisi faktor dalam dan faktor luar seperti yang di bawah ini: Faktor internal :

1. Produk

Usaha kopi bubuk Robusta Benk-c0 produk kopi bubuknya dengan berbagai varian-varian yaitu : Original, petik merah, luak, dan kopi lanang

2. Harga Harga masing-masing varian adalah varian original dengan harga Rp.20.000, petik merah dengan harga Rp.25.000, Luak dengan harga Rp.30.000 dan kopi lanang dengan harga Rp.35.000.
3. Distribusi Robusta Benk-co berlokasi di jalan Timur indah raya, bengkulu, Kantor dan pabrik produksi biji kopi menjadi kopi bubuk juga milik sendiri.

Kopi Benk-co merupakan salah satu kopi yang di hasilkan mnelalui kebun petani kopi di provinsi bengkulu, tepatnya di kab. Rejang lebong. Tidak mudah untuk owner dari kopi benk-co bertahan dalam menghadapi pandemi covid 19, tetapi dengan keyakinan dan memaksimalkan kerja tim bersama karyawan kopi benk-co bisa tetap berproduksi dengan baik di pasaran lokal dan nasional. Strategi apa yang di lakukan oleh owner kopi benk-co ? owner kopi benk-co membuat program dan reward untk karyawan dalam penjualan melalui media online, di sela pekerjaan masing masing karyawan, karyawan juga giat melakukan pemasaran memalui media sosial masing masing karyawan itu sendiri, tidak sedikit dari medai sosial karyawan yang bekerja di kopi Benk-co berhasil mendapatkan orderan dari pelanggan.

Owner dari kopi Benk-co juga membuat akun akun di media sosial khusus untuk kopi benk-co yang berisi produk produk pemasaran, sehingga pengunjung dari akun tersebut juga mendapatkan edukasi terhadap kopi robusta benk-co dan bagaimana cara memesan kopi benk-co meelalui media online.

Berdasarkan informasi yang di dapat dari owner kopi benk-co, pada saat masa covid 19 kopi benk-co juga pernah mendapat orderan dari pulau luar sumatera, dan melihat peluang tersebut owner kopi benk-c0 mencoba menjalin komunikasi dan kerja sama meelalui media online dengan pembeli, sehingga pembeli di luar kota bengkulu bisa menjadi reseller dan membantu pemasaran dari produk kopi benk-co di luar kota Bengkulu

Dengan meningkatkan kuantitas pemasaran melalui media online on line oleh pekerja dan pembeli kopi benk-c0 owner kopi benk-co bisa tetap mempertahankan seluruh pekerja di masa covid 19.

Kesimpulan

Berdasarkan informasi dari owner kopi Benk-c0 dengan menggunakan metode online penjualan kopi benk-co masih bisa di katakan relative bagus saat masa covid 19, bagaimana cara karyawan memasarkan produk kopi benk-co sangat berpengaruh pada pembeli dan seberapa sering karyawan dan owner memposting iklan kopi benk-co dalam memasarkan iklan tentang produk kopi benk-co.

Refrensi

Annisa Marchantia Pratiwi, Hari Kaskoyo, Susni Herwanti, Rommy Qurniati
(Saluran Pemasaran Kopi Robusta (Coffea Robusta) Di Agroforestri Pekon
Air Kubang, Kecamatan Air Naningan, Kabupaten Tanggamus)

I Kadek Maryana, I Nyoman Gede Ustriyana, Dan Nyoman Parining (Strategi
Pemasaran Kopi Bubuk Lumbung Mas Kelurahan Beng Kecamatan Gianyar
Kabupaten Gianyar)

Arbi Ardiansyastrategi Pemasaran Kopi Siap Saji (Studi Kasus Kedai Kopi “Teori”
Di Kota Makassar)

Vonny Tiara Narundana² Strategi Pemasaran Robusta Coffee Bunga Dalam Upaya
Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 Steven Frans¹ ,