
Pengembangan Kawasan Agribisnis Kopi melalui Pelatihan Pembuatan Video Channel Online pada Masyarakat Petani Kopi di Desa Sidoharjo Kecamatan Samigaluh Kabupaten Kulonprogo

Ok Wijaya^{1*}, Muhammad Muttaqien², Bagustama Hamka³, Syahdani Satria Nugraha⁴

¹ Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

² Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

³ Teknik Elektro, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

⁴ Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

*Email: okiwijaya@umy.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this community service is to provide training and assistance to the community in branding villages based on video channels in Dusun Madigondo Desa Sidoharjo Kecamatan Samigaluh Kabupaten Kulon Progo Daerah Istimewa Yogyakarta. The method of implementing this activity includes training on video concept making, shooting, audio shooting training, video editing training, and online social media assistance. This activity was carried out in February-March 2022. This activity was attended by the Dusun Madigondo community, both men and women. The male and female participants are members of the Youth Organization and the Coffee Farmers Group. The number of core participants was only 25 people. Methods of implementing activities include 1) Observation; 2) Focus Group Discussion (FGD); 3) Socialization; 4) Concept Making and Video Script Training; 5) Video Shooting Training; 6) Video Editing Training; 7) Social Media Management Assistance; 8) Community Empowerment; 9) Monitoring and Evaluation. The implementation of this activity is based on science and technology. The results of this activity can be concluded that the mocha coffee-producing tourism village in Dusun Madigondo can be an effective solution in an effort to improve the community's economy in Dusun Madigondo Desa Sidoharjo Kecamatan Samigaluh Kabupaten Kulon Progo Daerah Istimewa Yogyakarta.

Keywords: Agribusiness; Video; Coffee.

ABSTRAK

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat untuk mem-branding desa berbasis video channel di Dusun Madigondo, Desa Sidoharjo, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode pelaksanaan kegiatan ini meliputi pelatihan pembuatan konsep video, pelatihan pengambilan gambar dan audio, pelatihan editing video serta pendampingan media sosial online. Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan Februari-Maret 2022. Kegiatan ini diikuti oleh masyarakat Dusun Madigondo, baik laki-laki maupun perempuan. Partisipan laki-laki dan perempuan adalah masyarakat yang tergabung dalam Karang Taruna dan Kelompok Tani Kopi. Jumlah partisipan ini hanya berjumlah 25 orang. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi: 1) Observasi; 2) Focus Discussion Group (FGD); 3) Sosialisasi; 4) Pelatihan Pembuatan Konsep dan Naskah Video; 5) Pelatihan Pengambilan Video; 6) Pelatihan Editing Video; 7) Pendampingan Pengelolaan Media Sosial; 8) Pemberdayaan Masyarakat; 9) Monitoring dan Evaluasi. Pelaksanaan kegiatan ini berbasis pada ilmu pengetahuan dan teknologi. Hasil dari kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa desa wisata penghasil kopi moka di Dusun Madigondo dapat menjadi salah satu solusi yang efektif dalam upaya peningkatan ekonomi masyarakat di Dusun Madigondo, Desa Sidoharjo, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata Kunci: Agribisnis; Video; Kopi.

PENDAHULUAN

Dusun Madigondo terletak di Desa Sidoharjo, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta, berada pada kawasan program Jalur Bedah Menoreh yang dikembangkan Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini merupakan kesempatan bagi Dusun Madigondo untuk menangkap peluang sebagai destinasi wisata dalam rangka meningkatkan ekonomi masyarakat. Jalur Bedah Menoreh merupakan salah satu akses jalan yang menghubungkan kawasan wisata Borobudur dengan Bandara New Yogyakarta International Airport (NYIA). Hal tersebut bisa dijadikan peluang untuk meningkatkan ekonomi dan nilai kawasan di daerah sekitar. Kawasan Pegunungan Menoreh banyak terdapat tanaman kopi dari jenis arabika maupun robusta. Tanaman kopi dikembangkan dan ditanam dengan sistem tumpang sari berada di antara tanaman kebun yang lainnya seperti misalnya tanaman moka sehingga kopi yang dihasilkan menjadi ciri khas tersendiri dibandingkan dengan kopi di daerah lain (Ramadhan & Maghfiroh, 2023). Dusun Madigondo saat ini dikembangkan menjadi desa wisata ritisan yang mempunyai potensi utama penghasil kopi moka (Pemerintah Desa Sidoharjo, 2022).

Potensi lain di Dusun Madigondo berupa topografi keindahan alam, kearifan lokal, budaya, religi, historis, kerajinan hingga kuliner dikembangkan menjadi suatu daya tarik wisata. Potensi-potensi tersebut dikemas dalam sebuah atraksi wisata yaitu yang di branding dengan nama Tracking Terbit Menoreh (TTM). Wisata TTM merupakan wisata tracking jalan kaki menyusuri spot-spot potensi di Dusun Madigondo. Dalam kegiatan Tracking ini, TTM tidak hanya mempunyai jalur di Dusun Madigondo tetapi juga melintasi Dusun Majaksingi, Desa Kapuhan, Kecamatan Borobudur, Jawa Tengah. Selain itu, Kecamatan Samigaluh juga merupakan salah satu lokasi yang masuk ke dalam Kawasan Strategis Pariwisata Borobudur (Dinas Pariwisata, 2022).

Dinas Pertanian dan Pangan, Kabupaten Kulonprogo berharap bahwa pengembangan Dusun Madigondo dapat dilakukan dengan pendekatan pengembangan agribisnis kopi dan wisata secara terintegrasi. Namun, potensi sumberdaya alam, khususnya Kopi sebagai komoditas unggulan, yang ada Dusun Madigondo belum banyak terpublikasi baik dengan baik (Republika, 2022). Hasil observasi didapatkan bahwa masyarakat belum memiliki kemampuan untuk mem-branding potensi desanya. Berdasarkan identifikasi tersebut, dirumuskan bahwa ada 2 permasalahan utama, yaitu: 1) Masyarakat belum memiliki keahlian dalam membuat publikasi potensi desa; 2) Desa belum memiliki media online untuk mempublikasikan potensi. Oleh karena itu, pengabdian kepada masyarakat ini bermaksud memberikan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat untuk mem-branding desa berbasis video channel.

METODE

Untuk melaksanakan kegiatan ini, metode pelaksanaan antara lain:

- Waktu dan Tempat Kegiatan
Kegiatan dilaksanakan pada bulan Februari – Maret 2022, berlokasi di Dusun Madigondo, Desa Sidoharjo, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulonprogo.
- Partisipan Kegiatan
Kegiatan diikuti oleh Karang Taruna dan Kelompok Tani Kopi di Dusun Madigondo yang berjumlah 50 orang.
- Sosialisasi Kegiatan
Sosialisasi dilakukan untuk memberikan penjelasan kepada warga mengenai rencana kegiatan yang akan dilakukan. Sosialisasi dilakukan kepada perangkat desa, dusun, pengurus karang taruna, kelompok tani, dan berbagai kelompok masyarakat terkait lainnya.
- Pelatihan Pembuatan Konsep dan Naskah Video
Tahap awal setelah dilakukan sosialisasi kegiatan adalah melakukan pelatihan pembuatan konsep dan naskah video. Kegiatan ini dilakukan agar masyarakat sasaran dapat membuat konsep dan naskah video secara mandiri. Konsep video juga akan disesuaikan dengan karakter sumberdaya alam dan sumberdaya manusia (potensi talent).
- Pelatihan Pengambilan Video
Tahap selanjutnya adalah memberikan pelatihan pengambilan video. Tahap ini meliputi pengambilan gambar, pengambilan suara, serta pencahayaan yang benar.
- Pelatihan Editing Video
Setelah pengambilan video, tahap selanjutnya adalah pelatihan editing video menggunakan aplikasi yang sederhana. Tahap ini bertujuan agar video yang telah diambil oleh masyarakat dapat ditayangkan lebih baik, sesuai dengan konsep cerita yang telah dibuat.

- Pendampingan Pengelolaan Media Sosial
Tahap selanjutnya adalah melakukan pendampingan media sosial kelompok masyarakat sasaran. Dengan adanya kegiatan ini, video yang telah dibuat tidak hanya berhenti setelah kegiatan pengabdian selesai, namun ada keberlanjutan dari kelompok masyarakat tersebut.
- Pemberdayaan Masyarakat
Pada tahap ini masyarakat diberikan tugas untuk membuat video secara mandiri yang kemudian akan dilombakan atau dibuat festival film pendek hasil buatan masyarakat.
- Monitoring dan Evaluasi
Monitoring dan evaluasi dilakukan dalam tiap tahap pelaksanaan. Tujuannya agar kegiatan ini berjalan secara efektif dan dapat memberikan manfaat untuk masyarakat sasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Observasi Pra Kegiatan

Tahap pertama yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat adalah observasi kegiatan. Observasi ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan dan potensi yang ada di lokasi, sehingga kegiatan yang dilakukan efektif. Kelebihan dari melakukan observasi adalah dapat menemukan dan mengembangkan informasi secara lebih luas (Hasanah, 2016; Airlangga, *et al.*, 2020). Observasi mendapatkan hasil bahwa lokasi sasaran merupakan salah satu akses jalan yang menghubungkan kawasan wisata Borobudur dengan Bandara New Yogyakarta International Airport (NYIA). Hal tersebut bisa dijadikan peluang untuk meningkatkan ekonomi dan nilai kawasan di daerah sekitar. Kawasan Pegunungan Menoreh banyak terdapat tanaman kopi dari jenis arabika maupun robusta. Namun, potensi sumberdaya alam, khususnya Kopi sebagai komoditas unggulan, yang ada Dusun Madigondo belum banyak terpublikasi baik dengan baik. Masyarakat Dusun Madigondo belum memiliki kemampuan untuk mem-branding potensi desanya. *Branding* merupakan tindakan mengembangkan dan memelihara nilai produk yang khas dan menarik bagi konsumen (Murphy, 1992).



Gambar 1. Observasi Pra Kegiatan di Dusun Madigondo

Focus Discussion Group

Setelah dilakukan observasi, tahap selanjutnya adalah melaksanakan *Focus Discussion Group* (FGD) bersama dengan tokoh masyarakat desa, terutama Karang Taruna dan Kelompok Tani Kopi di Dusun Madigondo. Hasil dari FGD adalah diperlukannya pembuatan video serta pemanfaatan media online dalam mendukung pengembangan agribisnis kopi di Dusun Madigondo. Penggunaan media sosial terutama selama pandemic Covid-19 dapat meningkatkan frekuensi penjualan dan promosi penjualan (Zainularifin & Riyanto, 2021). Hal ini diputuskan berdasarkan permasalahan dan potensi daerah hasil observasi, serta harapan warga untuk meningkatkan ekonomi masyarakat dengan berbasis pada ilmu pengetahuan dan teknologi. Sebuah bisnis dapat berkembang dengan upaya yang efisien dan efektif yaitu dengan memanfaatkan media social yang sekarang tengah berkembang pesat (Sugiarto, 2020).

Sosialisasi Rencana Kegiatan

Hasil dari FGD yang hanya diikuti oleh beberapa tokoh masyarakat desa kemudian disosialisasikan kepada masyarakat desa secara lebih luas. Tahap ini dilakukan agar warga mengetahui rencana kegiatan, yang pada akhirnya diharapkan agar warga ikut serta dalam kegiatan ini. Sosialisasi terkait manfaat dari kegiatan yang direncanakan mampu meningkatkan antusias masyarakat dalam mengembangkan potensi desa (Darmayanti & Oka, 2020). Tahap sosialisasi ini dihasilkan keikutsertaan dan antusias warga dalam kegiatan, dengan jumlah partisipan yaitu 50 orang. Ini menjadi titik poin pengembangan desa wisata yang mempunyai potensi utama penghasil kopi moka.



Gambar 2. Sosialisasi Rencana Pelatihan Pembuatan Konsep dan Naskah Video

Pelatihan Pembuatan Konsep dan Naskah Video

Tahap awal setelah dilakukan sosialisasi kegiatan adalah melakukan pelatihan pembuatan konsep dan naskah video. Pelatihan berguna untuk memberikan ilmu dan meningkatkan kemampuan masyarakat dalam rangka pengembangan produk atau suatu yang diupayakan (Joesyiana, 2017). Kegiatan ini dilakukan agar masyarakat sasaran dapat membuat konsep dan naskah video secara mandiri. Konsep video juga akan disesuaikan dengan karakter sumberdaya alam dan sumberdaya manusia (potensi talent).

Pelatihan Pengambilan Video

Tahap selanjutnya adalah memberikan pelatihan pengambilan video. Tahap ini meliputi pengambilan gambar, pengambilan suara, serta pencahayaan yang benar.



Gambar 3. Pelatihan Pengambilan Video di Kedai Kopi Menoreh

Pelatihan Editing Video

Setelah pengambilan video, tahap selanjutnya adalah pelatihan editing video menggunakan aplikasi yang sederhana. Tahap ini bertujuan agar video yang telah diambil oleh masyarakat dapat ditayangkan lebih baik, sesuai dengan konsep cerita yang telah dibuat.

Pendampingan Pengelolaan Media Sosial

Tahap selanjutnya adalah melakukan pendampingan media sosial kelompok masyarakat sasaran. Dengan adanya kegiatan ini, video yang telah dibuat tidak hanya berhenti setelah kegiatan pengabdian selesai, namun ada keberlanjutan dari kelompok masyarakat tersebut. Sebagian masyarakat tidak memiliki persepsi positif dan keyakinan terhadap penggunaan media sosial di masa mendatang sehingga diperlukan pendampingan sebagai dorongan masyarakat (Primanto & Rahman, 2019).

Pemberdayaan Masyarakat

Pada tahap ini masyarakat diberikan tugas untuk membuat video secara mandiri yang kemudian akan dilombakan atau dibuat festival film pendek hasil buatan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat bertujuan untuk mengembangkan dan mendorong kontribusi aktif masyarakat dalam melaksanakan pembangunan (Hamid, 2018).

Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan dalam tiap tahap pelaksanaan. Tujuannya agar kegiatan ini berjalan secara efektif dan dapat memberikan manfaat untuk masyarakat sasaran. Monitoring dan evaluasi merupakan tindakan menganalisis yang sudah terjadi atau dilakukan dan merencanakan masa depan (Jr, 1971).

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian di desa wisata penghasil kopi moka di Dusun Madigondo menjadi salah satu solusi yang efektif dalam upaya peningkatan ekonomi masyarakat di Dusun Madigondo, Desa Sidoharjo, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta.

DAFTAR RUJUKAN

- Airlangga, P., Muhammad, A., & Kurniawan, J. D. (2020). Optimalisasi Lahan Pekarangan dan Pengembangan Potensi Desa Gondangmanis Berkelanjutan dengan Media Polybag. *Jumat Pertanian: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 6–8.
- Darmayanti, P. W., & Oka, I. M. D. (2020). Implikasi Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Bagi Masyarakat Di Desa Bongan. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 10(2), 33–41. <https://doi.org/10.22334/jihm.v10i2.167>
- Dinas Pariwisata. (2022). Retrieved from Dinas Pariwisata Kabupaten Kulon Progo: <https://dinpar.kulonprogokab.go.id/puncak-surolooyo.html>
- Hasanah, H. (2016). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Hamid, H. M. S. (2018). Manajemen Pemberdayaan Masyarakat. In *De La Macca* (Vol. 1, Issue 1).
- Joesyiana, K. (2017). Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Usaha Tas Rajut Industri Pengolahan Kreatifitas Tali Kur). *Jurnal Valuta*, 3(1), 159–172.
- Jr, L. H. (1971). Performance evaluation and monitoring. *ACM Computing Surveys (CSUR)*, 3(3), 79–91. <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=356590>
- Murphy, J. M. (1992). What Is Branding? *Branding: A Key Marketing Tool*, 1–12. https://doi.org/10.1007/978-1-349-08280-3_1
- Pemerintah Desa Sidoharjo. (2022). Retrieved from Desa Sidoharjo: <http://sidoharjo-kulonprogo.desa.id/index.php/first>
- Primanto, A. B., & Rahman, F. (2019). Perlukah Pendampingan Terhadap Pelaku Umkm Dalam Memanfaatkan Media Sosial Sebagai Saluran Pemasaran Strategis? *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 3(2), 93–102. <https://doi.org/10.30988/jmil.v3i02.146>
- Ramadhan, R., & Maghfiroh, C. N. (2023). The Effect of Dead-end trench on Disease Attacks on Robusta Coffee Plants (*Coffea robusta* L.). *AGRICUS: Advances Agriculture Science & Farming*, 2(3), 98–107.
- Republika. (2022, Januari 17). News Nusantara. Retrieved from Republika: <https://www.republika.co.id/berita/p29175284/bersiap-menikmati-seduan-kopi-di-kampung-kopi-madigondo>
- Sugiarto, C. (2020). Pelatihan Branding Sebagai upaya Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Nugget Lele Desa Mojogedang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 8(2), 1–5. <https://doi.org/10.20961/semar.v8i2.40203>
- Zainularifin, F. H. & Riyanto, S. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Tingkat Penjualan Pedagang Konvensional Produk Pertanian Di Kelurahan Kedungsari Kota Magelang Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(1), 32–39. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i1.112>