

# Penerapan Strategi Marketing Mix Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Kopi Di Desa Blitar Seberang Kec.Sindang Kelingi Kab Rejang Lebong

Sri Handayani <sup>1)</sup>; Andriyani Prawitasari <sup>2)</sup>; Kresnawati <sup>3)</sup>; Dennis Ryanto Tambunan <sup>4)</sup>; Asty Eka Fitriani <sup>5)</sup>

<sup>1, 2, 3, 4, 5</sup> Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1</sup> [ijehandayani27@gmail.com](mailto:ijehandayani27@gmail.com); <sup>2</sup> [andriyaniprawitasari@gmail.com](mailto:andriyaniprawitasari@gmail.com); <sup>3</sup> [ragilkresnawati25@gmail.com](mailto:ragilkresnawati25@gmail.com); <sup>4</sup> [tambunandennis376@gmail.com](mailto:tambunandennis376@gmail.com); <sup>5</sup> [astyekafitriani@gmail.com](mailto:astyekafitriani@gmail.com)

## ARTICLE HISTORY

Received [15 Mei 2023]  
Revised [28 Juni 2023]  
Accepted [08 Juli 2023]

## KEYWORDS

Harga, produk, promo

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



## ABSTRAK

Keberhasilan strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu riset dan analisa pasar, keputusan tentang produk, penetapan harga, promosi dan distribusi (marketing mix). Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pemahaman tentang bauran pemasaran (marketing Mix) dalam upaya meningkatkan penjualan produk kopi dan mampu mengaplikasikan proses bauran pemasaran pada usaha-usaha yang dijalankan berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini bekerjasama dengan masyarakat Desa Blitar Seberang Kec. Merigi Kelindang Kab Rejang Lebong yang memilih usaha Kopi untuk dijadikan mitra. Kurangnya pemahaman dalam penetapan harga, cara pemasaran produk, dan memberikan promo perlu dipersiapkan. Dengan permasalahan tersebut, solusi yang ditawarkan yakni melakukan sosialisasi dan pelatihan dalam penetapan harga cara pemasaran produk, dan memberikan promo. Adapun metode dalam kegiatan PKM ini diawali dengan tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap pelaporan yang direncanakan dalam jangka waktu 1 bulan selesai. Hasil dan luaran dari kegiatan PKM ini adalah mitra telah memahami penetapan harga cara pemasaran produk, dan memberikan promo, serta dengan adanya pelatihan penetapan harga cara pemasaran produk, dan memberikan promo dapat mengoperasikan dan dimanfaatkan dalam kegiatan pemasarannya

## ABSTRACT

The success of the marketing strategy is influenced by several factors, namely market research and analysis, decisions about products, pricing, promotion and distribution (marketing mix). The purpose of this community service is to provide an understanding of the marketing mix (marketing mix) in an effort to increase sales of coffee products and able to apply the marketing mix process to businesses that are run based on the needs and desires of consumers. This community service activity (PKM) is in collaboration with the people of Blitar Seberang Village, Merigi Kelindang District, Rejang Lebong Regency, who chose the coffee business to become partners. Lack of understanding in pricing, how to market products, and provide promos needs to be prepared. With these problems, the solutions offered are conducting outreach and training in pricing how to market products, and providing promos. The method in this PKM activity begins with the preparation stage, the implementation stage and the reporting stage which are planned within 1 month to complete. The results and outcomes of this PKM activity are that partners have understood pricing on how to market products and provide promos, as well as training on pricing on how to market products and provide promos can operate and be utilized in their marketing activities

## PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan proses tentang bagaimana perusahaan dapat mempengaruhi konsumennya agar konsumen tersebut menjadi tertarik untuk membeli produk yang ditawarkannya dan akhirnya konsumen menjadi puas sehingga mereka akan selalu membeli produk perusahaan itu. Pada dasarnya, tujuan perusahaan menggunakan konsep pemasaran adalah memberikan kepuasan kepada konsumen dan masyarakat lain dalam pertukarannya untuk mendapatkan laba, atau perbandingan antara

penghasilan dan biaya yang menguntungkan. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka di bidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lain, selain itu 5 juga tergantung pada kemampuan mereka untuk mengkombinasi fungsi-fungsi tersebut agar organisasi dapat berjalan lancar

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan pada saat sebelum pengabdian dibidang penjualan kopi ada beberapa permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat

- 1) Desa Belitar Seberang, Kecamatan Sindang Kelingi, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu merupakan salah satu desa yang dapat dicapai melalui jalan lintas Curup Lubuk Linggau. Desa yang terdiri dari 3 (tiga) dusun (Sawentar, Simpang dan Penataran) memiliki: Jumlah Penduduk :1010 jiwa Jumlah KK : 297 Kepala Keluarga Luas Wilayah : 625 ha Sejarah Desa Belitar Seberang berawal pada tahun 1930 ketika terjadi perpindahan penduduk /transmigrasi dari Kabupaten Blitar Jawa Timur ke Pulau Sumatera tepatnya di Provinsi Bengkulu dan Penaman Desa Belitar Seberang memiliki arti Daerah Blitar yang berada di Seberang Pulau Jawa. Didalam Sejarah desa disebutkan bahwa Sang Proklamator Ir. Soekarno yang merupakan presiden pertama Indonesia Pernah Berkunjung di Desa Belitar Seberang Ketika ia diasingkan di Provinsi Bengkulu pada tahun 1938.
- 2) Mata pencaharian penduduk sebagian besar mengandalkan hasil pertanian dan perkebunan dengan memanfaatkan lahan garapan sendiri. Desa belitar seberang akan kaya wisata alam, budaya dan tradisinya, profil masyarakat berikut permasalahannya; Kurangnya pemahaman dalam penetapan harga, cara pemasaran produk, dan memberikan promo perlu dipersiapkan.
- 3) Dengan permasalahan tersebut, solusi yang ditawarkan yakni melakukan sosialisasi dan pelatihan dalam penetapan harga cara pemasaran produk, dan memberikan promo. Adapun metode dalam kegiatan PkM ini diawali dengan tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap pelaporan yang direncanakan dalam jangka waktu 1 bulan selesai. Hasil dan luaran dari kegiatan PkM ini adalah mitra telah memahami penetapan harga cara pemasaran produk, dan memberikan promo, serta dengan adanya pelatihan penetapan harga cara pemasaran produk, dan memberikan promo dapat mengoperasikan dan dimanfaatkan dalam kegiatan pemasaran.

## METODE

Ada beberapa metode tahapan dan aktivitas pengabdian kepada masyarakat, dberdasarkan uraian diatas tampak pada tabel dibawah ini.

**Tabel1. permasalahan yang dialami masyarakat Desa Biltar Sebrang yang punya usaha kopi**

Mitra masyarakat yang mempunyai usaha kopi	
1.kurangnya pemahaman dalam penetapan harga, cara pemasaran produk, dan memberikan promo	3.Tidak adanya pengetahuan tentang strategi pemasaran dengan pemberian promo
2. Kurangnya keahlian dalam pemasaran produk serta pemberian promo	4. kurangnya keahlian dalam penetapan harga dalam penjualan kopi

Adapun solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Desa Blitar Sebrang dengan adanya Pengabdian kepada masyarakat diantaranya adalah

**Tabel 2. Permasalahan dan Rekomendasi dan solusi untuk Mitra**

mitra	permasalahan	solusi
<b>Masyarakat Desa Blitar Seberang</b>	kurangnya pemahaman dalam penetapan harga, cara pemasaran produk, dan memberikan promo	Mengadakan sosialisasi cara penetapan harga dan cara pemasaran produk dan cara pemberian promo
	Kurangnya keahlian dalam pemasaran produk serta pemberian promo	Mengadakan praktek dan pelatihan cara penetapan harga dan cara pemasaran produk dan cara pemberian promo

Metode pelaksanaa yang akan dilakukan dalam kegiatan program kemitraan masyarakat ini dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi kelompok mitra. Dalam PKM ini Metode yang dilaksanakan adalah antara lain;

### 1. Tahap Pertama

Pada awalnya dilakukan pengamatan langsung di lokasi tempat pengabdian dan dilanjutkan dengan sosialisasi PKM ini kepada mitra yang telah bersedia, yaitu masyarakat Desa Blitar Sebrang Kec Sindang Kelingi Kab. Rejang Lebong yang mempunyai usaha kopi yaitu pelatihan penetapan harga dan

cara pemasaran produk dan cara memberikan promo . Pada kegiatan ini, metode yang digunakan adalah memberikan materi ilmu pengetahuan tentang penetapan harga dan cara pemasaran produk dan cara memberikan promo pada produk kopi.

**Gambar 1 . Tim PKM melakukan pengamatan langsung pada produk kopi yang dihasilkan mitra**



## 2. Tahap kedua

Peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan usaha yang sudah mereka jalani ataupun hal-hal yang ingin mereka tanyakan untuk memulai usaha. Adapun luaran dari kegiatan ini adalah kemampuan penetapan harga dan cara pemasaran produk dan cara memberikan promo

**Gambar 2. Suasana Diskusi peserta dalam kegiatan pengabdian Masyarakat**



## 3. Tahap ketiga

Tahap ketiga meliputi pelatihan dan pendampingan terstruktur mulai dari penetapan harga dan cara pemasaran produk serta cara memberikan promo tahap selanjutnya adalah evaluasi dalam penetapan harga dan cara pemasaran produk serta cara memberikan promo tersebut. Adapun luaran dari kegiatan ini adalah kemampuan mitra

- a. Kemampuan dalam penetapan harga produk kopi yang di produksi
- b. Mampu bagaimana cara pemasaran produk kopi yang diproduksi
- c. Mampu dalam memberikan promo pada produk yang dihasilkan

**Gambar 3, Pelatihan dan Pendampingan mengenai penetapan harga dan cara pemasaran produk dan cara memberikan promo pada produk kopi**



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan oleh tim PKM pada hari Minggu tanggal 1 Juni 2023 di Desa Blitar Sebrang Kec.Sindang Kelingi Kab. Rejang Lebong . Pengabdian ini diikuti oleh masyarakat desa Blitar Sebrang yang mempunyai usaha kopi sebagai pelaku usaha Kopi .Antusias peserta sangat tinggi dalam mengikuti pelatihan dan sosialisasi serta praktek dalam cara penetapan harga dan cara pemasaran produk dan cara pemberian promo dari awal sampai akhir karena sebelumnya mitra belum memahami tentang marketing Mix dan proses didalam pemasaran itu seperti apa.

Pelaksanaan kegiatan dan pelatihan dan Kegiatan dan pelatihan berlangsung sangat menarik, hal ini dapat dilihat dari interaksi dua arah yang dilakukan oleh pemateri dan peserta, selain itu setiap peserta didampingi dalam praktik penetapan harga suatu produk cara pemasara dan pemberian promo produk guna mengatasi kendala yang dialami oleh peserta dalam sesi praktik. Selain tim PKM, ikut serta juga 1 orang mahasiswa yang berpartisipasi sebagai trainer dalam sesi praktik pelatihan, yang tentunya mahasiswa tersebut telah dibekali ilmu tentang marketing Mix.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Kegiatan sosialisasi penetapan harga suatu produk cara pemasara dan pemberian promo produk telah memenuhi luaran yang ditargetkan, yakni dengan ukuran ketertarikan peserta dan mitra dalam materi yang diberikan tentang penetapan harga suatu produk cara pemasara dan pemberian promo produk
2. Dengan diskusi yang dilakukan dan yang berkaitan dengan penetapan harga suatu produk cara pemasara dan pemberian promo produk telah mencapai target luaran. Hal ini dapat dilihat dari menambahnya pemahaman peserta dan mitra dalam penetapan harga suatu produk cara pemasara dan pemberian promo produk
3. Kegiatan pelatihan pembuatan dalam penetapan harga suatu produk cara pemasara dan pemberian promo produk dapat menambah pemasukan nantinya.

### Saran

Kekurangan dalam kegiatan sosialisasi ini yakni belum siapnya sumber daya manusia dalam pengelola produk yang dihasilkan sehingga diharapkan adanya pelatihan yang kontinyu agar kegiatan tersebut dapat berjalan lagi dan dapat lebih ditambah

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami haturkan kepada ibu Dekan Fakultas Ekonomi dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Dehasen Bengkulu, atas kesempatan yang diberikan untuk melaksanakan kegiatan ini. Tak lupa, ucapan terimakasih tak terhingga bagi Kepala Desa Blitas Sebrang Kec. Sindang kelingi Kab. Rejang lebong atas kesempatan yang diberikan untuk menggunakan ruang pertemuan bagi seluruh peserta, serta Koordinator demi terlaksananya kegiatan ini. Semoga bermanfaat.

## DAFTAR PUSTAKA

- C.sani : Strategi Pemasaran, *Marketing Mix*, UMKM. pdf. Published. 2023-01-20. Issue. Vol 2 No 1 (2023): *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Hukum*  
[https://jadesta.kememparekraf.go.id/desa/belitar\\_sebrang](https://jadesta.kememparekraf.go.id/desa/belitar_sebrang) diakses Minggu tanggal 11 Juni 2023  
 Kotler, P. dan Keller, K.L. (2006). *Marketing Management*. Upper Saddle River: Prentice Hall.