Jurnal Pusat Inovasi Masyarat Januari 2021,Vol 3 (1) 2021: 69–81
ISSN 2721-897X

Pemulihan Ekonomi Petani Lokal Petungkriyono melalui Optimalisasi Pemasaran Beras Hitam

(Petungkriyono Local Farmers' Economic Recovery through Optimizing Black Rice Marketing)

Tjahja Muhandri[1*], Anni Syafa'ah[2], Mufti Abdillah[3], Ita Vera[1], Dilla Ferawati[4], Akhmad Sofyan Khalim[5]

[1] Departemen Ilmu dan Teknologi Pangan, Fakultas Teknologi Pertanian, Institut Pertanian Bogor, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680.

[2] Departemen Proteksi Tanaman, Fakultas Pertanian, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680.

[3] Departemen Silvikultur, Fakultas Kehutanan, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680.

[4] Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680.

[5] Departemen Bisnis, Sekolah Bisnis, Institut Pertanian Bogor, Kampus IPB Gunug Gede,Jl. Raya Pajajaran, RT.03/RW.06, Babakan, Bogor Tengah, Kota Bogor 16128.

[*]Penulis Korespondensi: cahyomuhandri@yahoo.com

ABSTRAK

Beras Hitam Genau merupakan varietas beras hitam jawa asli yang menjadi salah satu produk unggulan masyarakat Desa Tlogopakis, Kecamatan Petungkriyono, Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah. Saat ini, produk unggulan tersebut mengalami hambatan dalam pemasarannya. Kegiatan pengabdian IPB *Goes To Field* (IGTF) Domisili 2020 dari Tim Semanka bertujuan mengenalkan Beras Hitam Genau kepada masyarakat secara lebih luas dan meningkatkan penjualan Beras Hitam Genau di BUMDes Tlogopakis yang merupakan perantara penjualan dari petani ke pelanggan. Tulisan ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dengan melakukan studi lapang berupa wawancara langsung kepada pihak BUMDes dan petani beras hitam di Desa Tlogopakis, serta membandingkan data penjualan selama pandemi sebelum adanya kegiatan IGTF dan sesudah adanya kegiatan. Keberhasilan kegiatan IGTF dalam rangka optimalisasi pemasaran Beras Hitam Genau adalah terciptanya desain produk baru dari perancangan ulang kemasan serta sortasi dan *grading* beras, munculnya metode pemasaran baru dengan *digital marketing,* serta meningkatnya profit dan penjualan selama pandemi. Upaya untuk keberlanjutan program yang ditempuh adalah dengan mendaftarkan BUMDes Tlogopakis di Pasar Mitra Tani yang diselenggarakan oleh Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (DKPP) Kabupaten Pekalongan, memasarkan produk Beras Hitam Genau ke wisata-wisata yang ada di Petungkriyono, pengajuan dana ke BUMD Kabupaten Pekalongan dalam rangka untuk meningkatkan kualitas produksi Beras Hitam Genau, dan menggerakkan pemuda Desa Tlogopakis untuk mengambil alih akun media sosial Beras Hitam Genau yang telah terbentuk melalui program IGTF agar *digital marketing* dapat dilanjutkan.

Kata kunci: beras hitam genau, BUMDes Tlogopakis, *digital marketing*

ABSTRACT

Genau Black Rice is a native Javanese black rice variety which is one of the superior products of Tlogopakis Village, Petungkriyono District, Pekalongan Regency, Central Java. Currently, this superior product is experiencing obstacles in its marketing. IPB Goes To Field (IGTF) Domicile 2020 from Semanka Team aims to introduce Genau Black Rice to the wider community and increase sales of Genau Black Rice at BUMDes Tlogopakis, which is a sales intermediary from farmers to customers. This paper uses a qualitative and quantitative approach by conducting a field study in the form of direct interviews with BUMDes and black rice farmers in Tlogopakis Village, as well as comparing sales data during the pandemic before the IGTF activity and after the activity. The success of IGTF activities in order to optimize the marketing of Genau Black Rice is the creation of new product designs from packaging redesign and rice sorting and grading, the emergence of new marketing methods with digital marketing, and increased profits and sales during the pandemic. Efforts for the sustainability of the program are being taken by registering BUMDes Tlogopakis at the Mitra Tani Market organized by the Pekalongan Regency Food and Agriculture Security Service (DKPP), marketing Genau Black Rice products to tours in Petungkriyono, submitting funds to BUMD of Pekalongan Regency in in order to improve the quality of Genau Black Rice production, and motivate the youth of Tlogopakis Village to take over the social media accounts for Genau Black Rice that have been formed through the IGTF program so that digital marketing can continue.

Keywords: BUMDes Tlogopakis, digital marketing, genau black rice

PENDAHULUAN

Petungkriyono merupakan salah satu kecamatan di daerah pegunungan dengan ketinggian 505-1717 mdpl, yang terletak di dataran tinggi Dieng, Kecamatan Petungkriyono, Kabupaten Pekalongan, Provinsi Jawa Tengah. Dengan ketinggian ini, Petungkriyono mendapat julukan "negeri diatas awan". Sebagaian besar bentang alam Petungkriyono terdiri dari bukit-bukit, hutan belantara, hutan pinus, air terjun serta sungai-sungai yang berair jernih (Eprilurahman *et al*. 2010). Terdapat 10 desa di Kecamatan Petungkriyono yaitu Desa Curug Muncar, Desa Gumelem, Desa Kasimpar, Desa Kayupuring, Desa Simego, Desa Songgodadi, Desa Tlogohendro, Desa Tlogopakis dan Desa Yosorejo.

Desa Tlogopakis merupakan salah satu desa yang terdapat di Kecamatan Petungkriyono. BUMDes Tlogopakis mengelola kekayaan alam yang dimiliki oleh desa seperti bidang pertanian, kuliner, dan pariwisata. Pada bidang pertanian, BUMDes "Karya Sejahtera" Desa Tlogopakis mengelola banyak produk yang merupakan hasil tani dari warga desa seperti jagung, kopi, jahe, dan beras hitam. Selain pada sektor pertanian, BUMDes Tlogopakis juga mengelola wisata alam seperti wisata air terjun Curug Bajing, Situs Peninggalan Hindu-Budha Lingga Yoni, dan Tlaga Rawa Jaya. Mayoritas masyarakat Desa Tlogopakis bekerja sebagai petani dan peternak pada lahan masing-masing. Seiring meningkatnya jumlah penduduk, perluasan lahan pertanian dapat dilakukan dengan cara pembelian tanah, sewa tanah, dan juga sistem bagi hasil yang sangat menjunjung tinggi kearifan lokal masyarakat daerah.

Beras hitam merupakan komoditas subsektor tanaman pangan fungsional yang perlu dikembangkan karena permintaannya terus meningkat namun volume produksinya masih rendah. Beras hitam organik memiliki nilai karena mengandung sejumlah khasiat dan baik

untuk kesehatan terutama para penderita diabetes (Hanifah *et al*. 2016). Beras hitam yang dibudidayakan di Tlogopakis merupakan varietas beras hitam jawa asli yang langka dan relatif sulit dibudidayakan di daerah lain. Produk beras hitam yang selama ini dipasarkan oleh BUMDes Tlogopakis memiliki *brand* "Beras Hitam Genau". Selain hanya bisa tumbuh di desa Tlogopakis, waktu panennya pun cukup lama yaitu 7-9 bulan dari penyemaian.

Permasalahan pemasaran Beras Hitam Genau antara lain akses wilayahnya yang cukup jauh dari pusat kota sehingga tidak memiliki banyak konsumen, adanya variasi harga beras hitam di kalangan petani ketika menjual sendiri beras hitam kepada pengepul yang berujung pada rendahnya kesepakatan harga, ketiadaan fasilitas produksi modern, dan mesin giling padi yang kurang mumpuni yang berakibat pada rendahnya kualitas produk, serta belum melakukan promosi secara optimal baik secara langsung maupun melalui media sosial. Permasalahan-permasalahan tersebut menurunkan gairah petani dalam menanam beras hitam. Menurunnya minat petani dalam menanam beras hitam dikarenakan biaya produksi mahal dan waktu panen lama, namun peminat sedikit bahkan tidak menentu dan harga kesepakatan kurang memuaskan. Akhirnya, para petani beras hitam secara berangsur mulai beralih menanam komoditas lain seperti jagung, sayuran, atau lainnya yang lebih menguntungkan. Dampak dari kemunduran jumlah petani beras hitam ini sangat terasa ketika beberapa kali terdapat permintaan dari pengepul untuk ekspor dalam jumlah besar, namun pihak BUMDes Tlogopakis tidak mampu memenuhi permintaan karena tidak adanya stok beras hitam.

Saat ini masih terdapat beberapa petani Desa Tlogopakis yang menanam beras hitam dan menjualnya ketika ada permintaan. Namun, jika permasalahan-permasalahan yang ada tidak diberi penyelesaian, kedepannya akan ada peluang kepunahan petani beras hitam di Desa Tlogopakis. Berdasarkan permasalahan diatas, Tim Semanka IPB *Goes To Field* Domisili 2020 memberikan beberapa solusi program pemasaran:

- Melakukan *re-branding* produk Beras Hitam Genau dengan membuat desain kemasan baru yang menarik dan melakukan penjualan satu pintu melalui BUMDes.
- Pelatihan sortasi, *grading,* dan pengemasan.
- Penyusunan struktur biaya produksi dan penentuan harga baru produk Beras Hitam Genau.
- Penerapan *digital marketing* produk beras hitam melalui Instagram.
- Penjualan produk dengan metode *pre-order* di Instagram dan WhatsApp.

Beberapa program diatas bertujuan untuk:

- Memberikan gambaran strategi pemasaran baru yang dapat diterapkan untuk meningkatkan penjualan beras hitam di Desa Tlogopakis.
- Meningkatkan kesadaran mitra (BUMDes) akan perlunya strategi pemasaran baru untuk produk beras hitam di Desa Tlogopakis.
- Memberikan ide program pemasaran terintegrasi dan *upgraded* yang dapat diterima oleh pihak BUMDes Tlogopakis.
- Meningkatkan penjualan beras hitam dan menjaga kekayaan hayati di Desa Tlogopakis.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Waktu, Tempat, dan Partisipan Kegiatan

Kegiatan pengabdian IPB *Goes To Field* (IGTF) Domisili dimulai dari bulan November 2020–Januari 2021 di Desa Tlogopakis, Kecamatan Petungkriyono, Kabupaten

Pekalongan, Jawa Tengah. BUMDes Tlogopakis menjadi target utama sekaligus mitra kegiatan IGTF Domisili 2020 Tim Semanka. Selain itu, petani lokal Desa Tlogopakis juga turut dilibatkan dalam salah satu kegiatan.

Bahan dan Alat

Bahan yang digunakan antara lain kemasan khusus *vacum sealer,* kemasan sekunder, stiker kemasan, dan beras hitam. Alat yang dibutuhkan yaitu timbangan digital, alat sortasi sederhana *(homemade)*, gunting, *vacuum sealer, sealer* kemasan plastik, corong, dan baskom. Adapun media *digital marketing* yang digunakan adalah Instagram.

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Metode pelaksanaan program pemasaran beras hitam ini adalah sebagai berikut:

- Pembuatan desain kemasan baru yang lebih menarik dan membuat produk lebih awet dengan alat *vacuum sealer.*
- Temu perdana dengan BUMDes untuk memaparkan program sekaligus melakukan koordinasi tentang jadwal pelaksanaan program, keterlibatan anggota maupun pihak lain, dan persiapan sarana pelatihan pada kegiatan IGTF selanjutnya.
- Sosialisasi serta pelatihan sortasi, *grading,* dan pengemasan beras hitam kepada BUMDes dan petani.
- Sosialisasi dan diskusi dengan pemuda desa terkait keberlanjutan program agar dilanjutkan oleh pemuda setelah program dari *IPB Goes To Field* berakhir.
- Penyusunan struktur biaya produksi dan penentuan harga baru produk beras hitam.
- Penerapan *digital marketing* produk beras hitam melalui Instagram.
- Penjualan produk dengan metode *pre-order* di Instagram dan WhatsApp.
- Pengiriman produk kepada konsumen dengan metode COD dan melalui kurir.

Promosi dan pengenalan produk secara langsung kepada masyarakat Kab. Pekalongan melalui acara *Car Free Day* di pusat kota.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik studi lapang untuk menghimpun data primer. Data diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan pihak mitra (BUMDes) dan petani setempat serta dari catatan penjualan beras hitam setelah adanya program IPB *Goes To Field.*

Pengolahan dan Analisis Data

Data yang telah diperoleh dikelompokkan sesuai dengan isinya dan dianalisis secara kualitatif. Selanjutnya, hasil analisis disusun sistematis sesuai perumusan masalah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terbentuknya Desain Kemasan Baru

Kemasan adalah suatu wadah yang menempati suatu barang agar aman, menarik, mempunyai daya pikat dari seorang yang ingin membeli suatu produk (Muchtar dan Nurif 2015). Kemasan merupakan hal yang penting karena kemasan tidak hanya digunakan sebagai pelindung terhadap produk, tetapi kemasan digunakan juga sebagai media promosi untuk memikat konsumen sehingga konsumen berkeputusan untuk melakukan pembelian produk yang bersangkutan (Susetyarsi 2012). Pengemasan beras hitam Tlogopakis sebelumnya hanya menggunakan plastik transparan dan ditempel *sticker* nama

produk, yang mana beras hitam dalam kemasan tersebut paling lama bertahan dalam 1 bulan. Besar kemungkinan beras akan ditumbuhi kapang apabila melewati batas waktu 1 bulan yang ditandai dengan munculnya warna putih pada beras. Selain itu, tampilan kemasan yang sederhana kurang menarik konsumen untuk membeli sehingga beras hitam Tlogopakis sulit bersaing dengan beras hitam lain di pasaran yang telah banyak dikemas menggunakan *standing pouch* dan *vacuum sealer*.

Oleh sebab itu, Tim Semanka mencoba mendesain ulang kemasan mulai dari jenis kemasan, desain stiker, dan alat pengemasan yang digunakan. Kemasan yang sebelumnya hanya menggunakan kemasan primer (Gambar 1) didesain ulang menjadi kemasan primer (Gambar 2) dan sekunder (plastik *vacuum* dan *standing pouch*) yang mana pada kemasan primer ini dilakukan proses vakum untuk mengeluarkan oksigen yang berada di dalam kemasan. Proses vakum bertujuan agar kemasan kedap udara, sehingga mampu mencegah tumbuhnya kapang dan kerusakan biologis lainnya serta untuk menambah daya simpan dari beras tersebut. Kemasan *standing pouch* berwarna putih dan desain baru stiker kemasan juga menjadikan tempilan kemasan Beras Hitam Genau lebih menarik.

Temu Perdana dengan BUMDes Tlogopakis

Badan Usaha Milik Desa yang selanjutnya disebut BUMDes adalah suatu lembaga/badan perekonomian desa yang berbadan hukum dibentuk dan dimiliki oleh pemerintah desa, dikelola secara ekonomis, mandiri, dan profesional dengan modal seluruhnya atau sebagian besar merupakan kekayaan desa yang dipisahkan (Dewi 2014). Berkaitan dengan hal tersebut, dalam pengembangan produk Beras Hitam Genau, BUMDes Tlogopakis memiliki peranan penting baik dalam pengadaan maupun pemasaran beras hitam ke konsumen. Temu perdana dengan pihak BUMDes ini dimaksudkan untuk memaparkan program kerja Tim Semanka dalam IGTF Domisili 2020 beserta jadwal pelaksanaan program dan persiapan yang dibutuhkan pada kegiatan IGTF selanjutnya. Program yang ditawarkan meliputi *re-branding* produk Beras Hitam Genau dengan membuat desain kemasan baru yang lebih menarik, peningkatan mutu produk beras hitam Tlogopakis dengan sortasi, *grading,* dan pengemasan menggunakan alat modern, penyusunan struktur biaya produksi dan penentuan harga baru produk Beras Hitam Genau, penerapan *digital marketing* melalui Instagram, dan penjualan produk dengan metode *pre-order* di Instagram dan WhatsApp.

Gambar 1 Kemasan lama beras hitam Genau.

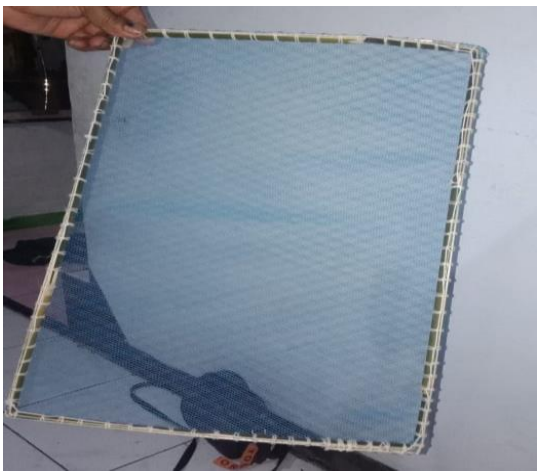
Gambar 2 Kemasan baru beras hitam Genau.

Program-program yang ditawarkan bertujuan untuk meningkatkan nilai mutu Beras Hitam Genau sehingga mampu bersaing dengan beras hitam lainnya di pasaran. Pertemuan dan diskusi ini menghasilkan kesepakatan untuk bekerja sama dalam mengembangkan produk beras hitam Desa Tlogopakis. BUMDes Tlogopakis menyarankan Tim Semanka agar dalam melakukan sosialisasi serta pelatihan sortasi dan *grading* melibatkan petani. Tim Semanka juga diminta untuk memotivasi petani dengan pemaparan program-program yang dibawa sehingga petani berkenan kembali menanam beras hitam sebagai wujud menjaga kekayaan hayati Petungkriyono.

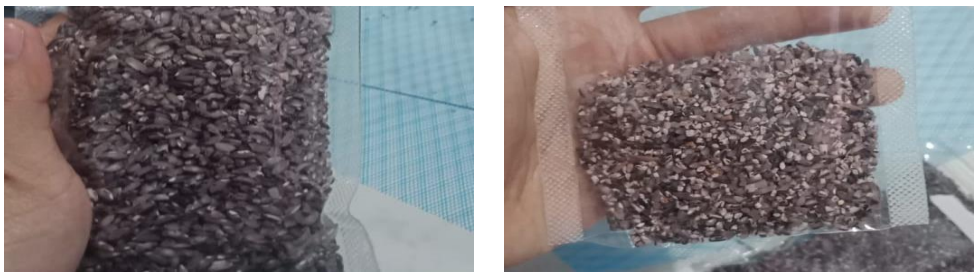
Sosialisasi dan Pelatihan Sortasi, *Grading*, hingga Pengemasan Beras Hitam kepada BUMDes dan Petani serta Diskusi dengan Pemuda Desa Tlogopakis

Sortasi merupakan proses pemisahaan dan penggolongan tingkat kebagusan dan keseragaman hasil. Sortasi dapat dilakukan dengan prinsip-prinsip pemisahan, seperti benda ukuran berat, beda sifat permukaan, beda warna, dan beda tingkat kematangan atau kemasakan (Joko 2017). *Grading* adalah mengelompokkan produk berdasarkan ukuran (besar, kecil, dan sedang) serta proses pengklasifikasian bahan berdasarkan mutu produk. *Grading* bisa dilakukan bersamaan dengan penyortiran atau dilakukan secara terpisah (Iftitah *et al*. 2017).

Beras hitam varietas jawa asli merupakan beras lokal yang tumbuh di Petungkriyono khususnya Desa Tlogopakis. Tinggi tanaman ini berkisar 1-1.5 m dan memiliki masa panen 7-9 bulan. Beras hitam Petungkriyono merupakan beras hitam semiorganik yang mana dalam pengolahannya tidak menggunakan pestisida dan bahan kimia lainnya, sedangkan tanah yang digunakan untuk menanam belum organik. Kualitas beras hitam yang dihasilkan masih kurang baik karena masih banyak dijumpai beras yang pecah-pecah secara fisik dan kulit hitam pada beras banyak yang terkelupas akibat mesin penggiling yang kurang baik. Mesin penggiling yang digunakan bergantian dengan biji-bijian lainnya. Berdasarkan permasalahan tersebut, Tim Semanka menawarkan solusi berupa alat sortasi *homemade* sederhana (Gambar 3) yang dapat memisahkan beras utuh dan beras pecah-pecah, meskipun tidak 100% terpisah, namun hal tersebut cukup efektif untuk mengumpulkan beras yang masih utuh (Gambar 4). Solusi untuk kulit hitam pada beras yang banyak terkelupas padahal disitulah terdapat kandungan antosianin yang tinggi bisa diselesaikan dengan pembelian mesin giling baru agar dapat melakukan penggilingan



Gambar 3 Alat sortasi sederhana.



a b

Gambar 4 Beras tidak lolos saring (a) dan beras lolos saring berupa beras yang pecah parah dan menir (b).

pecah kulit (sekali giling saja) sehingga beras masih hitam pekat. Terkait pembelian mesin giling baru, Tim Semanka menawarkan solusi pengajuan dana kepada BUMD untuk upaya berkelanjutan setelah program. Sedangkan untuk saat ini, beras hitam pekat dapat disiasati untuk diperoleh melalui pemecahan gabah menggunakan alat tradisional yaitu lesung.

Obyek pengetahuan sortasi ditujukan kepada BUMDes sekaligus petani karena proses pengeringan gabah hingga penggilingan baik dengan mesin ataupun dengan alat tradisional dilakukan oleh petani. Output yang diharapkan dari sosialisasi ini adalah dihasilkannya produk beras hitam dengan kuantitas beras pecah yang lebih sedikit. Obyek sasaran pelatihan *grading* adalah BUMDes Tlogopakis. *Grading* yang disepakati bersama adalah pembentukan Beras Hitam Genau *Grade* A dan *Grade* B (Gambar 5). *Grade* A merupakan beras hitam yang lebih pekat yang ditumbuk menggunakan lesung, sedangkan *grade* B merupakan beras hitam yang digiling menggunakan mesin penggiling apa adanya (berwarna hitam keabuan karena kulit banyak terkelupas). Selain itu, dalam pengolahan beras sebelum dikemas juga ditentukan standarisasi komposisi beras hitam pecah fisik dalam setiap kemasan. Komposisi yang disepakati adalah 80% beras utuh dan 20% beras pecah. Standarisasi ini dilakukan dengan menggunakan alat timbangan digital, yang bertujuan untuk meminimalisir jumlah beras pecah fisik dalam kemasan yang berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan pengemasan menggunakan alat *vacuum sealer.* prinsip kerja alat tersebut adalah dengan mengeluarkan udara yang ada dalam kemasan serta melekatkan plastik supaya terjaga dalam kondisi vakum sehingga mampu mencegah tumbuhnya kapang dan mikroba aerob lainnya (Gambar 6). Secara bergantian petani mencoba alat tersebut sebagai demo penggunaan *vacuum sealer.* Kegiatan-kegiatan tersebut

Gambar 5 Beras hitam Genau grade A dan grade B.

Gambar 6 Demonstrasi penggunaan alat *vacuum sealer* bersama petani.

diharapkan dapat meningkatkan nilai mutu produk beras hitam sehingga mampu bersaing dengan produk sejenis serta meningkatkan jumlah permintaan. Permintaan yang meningkat mampu memotivasi petani untuk menanam beras hitam di lahan mereka.

Digital Marketing Produk Beras Hitam Genau Melalui Promosi dan Penjualan di Media Sosial Instagram

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu (Chandra 2002). Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki pengaruh besar dan penting dalam suatu bisnis. Sampai saat ini, Instagram sudah memiliki 700 juta pengguna dan setiap harinya sekitar 60 juta foto dibagikan dan dapat memberikan 1,6 milyar likes. Instagram merupakan aplikasi yang paling popular yang berguna untuk membagikan foto dan video (Untari dan Fajariana 2018). Oleh karena itu, menggunakan media sosial Instagram merupakan salah satu cara yang ampuh untuk mempromosikan produk beras hitam genau Tlogopakis, caranya mudah, sederhana tetapi memiliki efek yang luar biasa.

Strategi yang dilakukan Tim Semanka dan BUMDes Tlogopakis dalam memasarkan produk beras hitam di Instagram meliputi pembuatan akun media sosial @berashitam.genau yang berfokus pada pemasaran, info terkait beras hitam genau, serta fakta menarik dari beras hitam, menentukan *master plan,* menentukan target pasar yakni generasi millenial dan ibu-ibu muda yang peduli dengan pola hidup sehat, serta orang dewasa yang memiliki masalah berat badan. Langkah awal yang dilakukan Tim Semanka yaitu melakukan *branding* akun instagram @berashitam.genau dengan membuat konten-konten terkait beras hitam dan melakukan *share* konten tersbut di grup-grup *chat* keluarga, komunitas, kelas dan sebagainya untuk meningkatkan jumlah pengikut akun instagram @berashitam.genau. Semakin banyak jumlah pengikut maka semakin banyak pula yang melihat konten pemasaran Beras Hitam Genau di Instagram. Berdasarkan data, dalam rentang waktu 1 bulan jumlah pengikut media sosial @berashitam.genau sebanyak 161 pengikut. Selain itu, langkah lainnya adalah menyisipkan *hashtag-hashtag* terkait beras hitam yang banyak dipakai oleh pengguna instagram lainnya atau *hashtag* terkait hal-hal viral sehingga tidak hanya pengikut Instagram @berashitam.genau saja yang melihat postingan tersebut, namun juga pengguna Instagram secara luas.

Setelah melakukan *branding* instagram dan memiliki cukup followers, Tim Semanka memulai percobaan penjualan Beras Hitam Genau melalui metode *open pre-order* dengan membagikan poster di Instagram maupun WhatsApp. Harga beras yang tercantum dalam poster *open pre-order* diperoleh dari struktur harga pokok produksi baru yang diolah oleh Tim Semanka berdasarkan biaya produksi setelah adanya teknik pengemasan baru. *Open pre-order* dilakukan 2 kali selama program IGTF berlangsung.

Berdasarkan wawancara langsung dengan Ketua BUMDes, diperoleh data bahwa tidak ada penjualan beras hitam selama pandemic. Berikut adalah hasil penjualan Beras Hitam Genau selama pandemi setelah adanya program IGTF melalui *open pre order* 1 dan 2 (Tabel 1 dan 2).

Berdasarkan data penjualan, beras hitam grade A yang sudah terjual sebanyak 2 kg dan beras hitam grade B sebanyak 10,7 kg dengan total pendapatan Rp 661.000. Perbandingan data penjualan Beras Hitam Genau selama pandemi sebelum dan sesudah adanya kegiatan IGTF, diperoleh kesimpulan bahwa program pemasaran yang dibawa oleh kegiatan IGTF Tim Semanka mampu memberikan dampak yang cukup terlihat pada penjualan beras hitam di desa Tlogopakis. Selain itu, dampak dari adanya *branding* Beras Hitam Genau melalui media sosial juga terasa pada variasi alamat pelanggan yang

Tabel 1 Hasil penjualan beras hitam Genau setelah adanya program IGTF Domisili 2020 *pre-order* 1 (15–19 Desember 2020)

Grade beras		Jumlah	Harga
Grade A (g)	1000	0	0
	700	0	0
	300	0	0
	100	0	0
Grade B (g)	1000	0	0
	700	4	36.000 × 4 = 144.000
	300	4	17.000 × 4 = 68.000
	100	2	7.000 × 2 = 14.000
Total			226.000

Tabel 2 Hasil penjualan beras hitam Genau setelah adanya program IGTF Domisili 2020 *pre-order* 2 (10–15 Januari 2021)

Grade beras		Jumlah	Harga
Grade A (g)	1000	2	61.000 × 2 = 122.000
	700	0	0
	300	0	0
	100	0	0
Grade B (g)	1000	6	47.000 × 6 = 282.000
	700	0	0
	300	1	17.000 × 1 = 17.000
	100	2	7.000 × 2 = 14.000
Total			435.000

memesan produk Beras Hitam Genau melalui media sosial. Tidak hanya warga Pekalongan yang memesan produk pada *open pre-order* 1 dan 2, namun juga pelanggan dari Tangerang dan Bogor. Pengiriman produk pesanan di lingkup Pekalongan dilakukan dengan metode COD, sedangkan untuk wilayah di luar Pekalongan digunakan metode pengiriman paket melalui kurir.

Mengenalkan Produk Beras Hitam Secara Langsung di *Car Free Day* Alun - Alun Kajen (Pusat Kabupaten Pekalongan)

Pemasaran secara langsung dilakukan dengan cara komunikasi pemasaran terpadu. Komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh Tim Semanka dan BUMDes Tlogopakis adalah memperkenalkan produk kepada pelanggan dengan menggunakan brosur, *banner* (spanduk), dan produk *sample* (gratis). Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Minggu, 17 Januari 2020 di Alun-Alun Kajen saat kegiatan *Car Free Day* pagi (Gambar 7). Tujuan dari kegiatan ini adalah mengenalkan beras hitam kepada masyarakat Kabupaten Pekalongan, yang mana banyak diantara mereka belum mengetahui tentang Beras Hitam Genau asli Petungkriyono, serta mengajak masyarakat untuk bersama membantu melestarikan kekayaaan hayati Pekalongan dengan membeli produk dari petani lokal. Sebagian besar golongan masyarakat yang tertarik mengunjungi, mencoba, dan bertanya-tanya produk Beras Hitam Genau adalah pria dan wanita usia 35 tahun keatas. Hal ini dapat memberi kesimpulan bahwa Beras Hitam Genau dapat lebih fokus pada target pasar di usia 35 tahun ke atas dan pada kalangan menengah ke atas mengingat harga beras hitam sendiri yang cukup mahal.

Gambar 7 *Stand* penjualan beras hitam Genau di CFD Alun-alun Kajen.

Kendala yang dihadapi

- **Akses Wilayah**

Desa Tlogopakis, Kecamatan Petungkriyono berjarak sekitar 41 km dari pusat kota. Jarak yang cukup jauh dari pusat kota menjadi salah satu alasan Beras Hitam Genau tidak memiliki banyak pelanggan, apalagi *branding* di sosial media yang belum gencar sehingga masyarakat semakin tidak mengetahui adanya produk ini. Selain itu, produk beras hitam genau belum didistribusikan ke wisata-wisata di Petungkriyono sehingga konsumen yang ingin mendapatkan produk ini harus datang ke Tlogopakis atau memiliki relasi dengan warga Tlogopakis.

- **Jumlah Petani Beras Hitam Berkurang**

Masa panen beras hitam ini sekitar 7-9 bulan, yang berarti 2 kali masa panen beras biasa, selain itu era pandemi tahun ini membuat permintaan beras hitam mengalami penurunan. Oleh karena itu, saat ini sebagian besar petani memilih untuk menanam beras biasa atau tanaman palawija lain yang memiliki masa panen lebih singkat dengan nilai jual lebih tinggi.

- **Peralatan**

Selain pada proses penggilingan, dalam proses pengemasan, produk Beras Hitam Genau membutuhkan alat *vacuum sealer*. Kemasan *vacuum* yang tahan lama membutuhkan alat *vacuum* yang berkualitas, yang mana harganya pun cukup mahal. Harga alat *vacuum* yang cukup mahal juga menjadi kendala produksi, karena dana yang dimiliki BUMDes tidak memadai untuk membeli alat *vacuum* yang kualitas tinggi.

Upaya Keberlanjutan

Mendaftarkan BUMDes Tlogopakis di Pasar Mitra Tani yang diselenggarakan oleh Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (DKPP) Kabupaten Pekalongan. Memasarkan produk Beras Hitam Genau ke wisata-wisata yang ada di Petungkriyono sehingga wisatawan dapat membeli produk ini di berbagai obyek wisata yang tersebar di Petungkriyono. Pengajuan Proposal Dana untuk Pengembangan Produk Beras Hitam kepada Dinas Terkait

Dana merupakan faktor penting dalam pengembangan produk, terutama dalam rangka peningkatan nilai mutu produk. Tidak dipungkiri bahwa untuk menghasilkan produk yang memiliki nilai mutu tinggi membutuhkan peralatan dengan kualitas terbaik, begitu juga dengan Beras Hitam Genau. Beras hitam pecah kulit yang utuh dengan kualitas yang baik dapat dihasilkan menggunakan penggilingan yang berkualitas tinggi. Sayangnya, di Desa Tlogopakis, penggilingan yang digunakan merupakan penggilingan bersama untuk semua komoditas, bergantian dengan biji-bijian lainnya, sehingga beras giling yang dihasilkan memiliki kualitas yang kurang baik, seperti pecah-pecah, kulit ari luar hilang sehingga menimbulkan warna abu-abu pada butir beras.

Salah satu solusi dari permasalahan ini adalah dengan pembelian alat penggilingan beras yang khsusu digunakan untuk menggiling beras hitam, sehingga beras hitam hasil penggilingan dengan alat tersebut memiliki kualitas yang lebih baik dari sebelumnya. Meskipun desa mendapat bantuan dana desa dari pemerintah, namun dana tersebut telah terbagi-bagi untuk tiap program kerja yang sudah direncanakan, sehingga tidak dapat mengambil dana desa begitu saja. Oleh karena itu, Tim Semanka mencoba membantu pengajuan dana kepada Bappeda Kab. Pekalongan.

Bappeda Kab. Pekalongan bersedia membantu BUMDes Tlogopakis dengan membimbing dalam pengajuan proposal dana pada program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang merupakan kewajiban perusahaan yang harus dilaksanakan. CSR berkonsep pada pemberian bantuan dana kepada masyarakat maupun lingkungan sosial (Dewi 2018). Bappeda Kab. Pekalongan memberikan rekomendasi kepada BUMDes Tlogopakis agar mengajukan proposal dana kepada BUMD di Kab. Pekalongan yaitu Bank Jateng, PDAM Tirta Kajen, serta PT. BPR BKK Kabupaten Pekalongan. Pengajuan proposal ini dilakukan oleh BUMDes dengan didorong oleh mahasiswa IGTF Tim Semanka.

Menggerakkan pemuda Desa Tlogopakis untuk mengambil alih akun media sosial Beras Hitam Genau yang telah terbentuk melalui program IGTF agar *digital marketing* dapat dilanjutkan.

Saat ini, produk beras hitam genau telah memiliki akun media sosial intagram dan akun belanja online seperti shopee. Harapannya dengan adanya media sosial tersebut dapat memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk Beras Hitam Genau. Kerja sama antara BUMDes dan Pemuda Desa Tlogopakis juga menghasilkan kesepakatan untuk mengirim pesanan dengan metode COD dan melalui kurir sehingga konsumen tidak perlu jauh-jauh ke Tlogopakis.

SIMPULAN

IGTF Domisili 2020 Tim Semanka Kab. Pekalongan mengangkat judul "Pemulihan Ekonomi Petani Lokal Petungkriyono Melalui Optimalisasi Pemasaran Beras Hitam". Kegiatan yang telah dilakukan diantaranya terciptanya bentuk kemasan baru, akun media sosial dan metode pemasaran *digital marketing*, pengenalan Beras Hitam Genau secara lebih luas khususnya kepada masyarakat Pekalongan, serta peningkatan penjualan selama pandemi setelah adanya kegiatan IGTF. Pemasaran melalui media sosial instagram dengan metode *digital marketing* membuat produk beras hitam genau dikenal lebih luas dan jumlah permintaan beras hitam sebelum dan setelah dipasarkan melalui instagram mengalami peningkatan. Mitra semakin menyadari akan pentingnya strategi pemasaran melalui media sosial dalam memperkenalkan dan mengembangkan produk. Pemasaran tidak hanya berhenti melalui *digital marketing*, namun juga pemasaran secara langsung kepada konsumen melalui pendirian *stand* di *Car Free Day* Alun-Alun Kajen. Upaya untuk

keberlanjutan program yang ditempuh adalah dengan mendaftarkan BUMDes Tlogopakis di Pasar Mitra Tani yang diselenggarakan oleh Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (DKPP) Kabupaten Pekalongan, memasarkan produk Beras Hitam Genau ke wisata-wisata yang ada di Petungkriyono, pengajuan dana ke BUMD Kabupaten Pekalongan dalam rangka untuk meningkatkan kualitas produksi Beras Hitam Genau, dan menggerakkan pemuda Desa Tlogopakis untuk mengambil alih akun media sosial Beras Hitam Genau yang telah terbentuk melalui program IGTF agar *digital marketing* dapat dilanjutkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada LPPM IPB yang telah memberikan kesempatan dan mendanai Tim Semanka dalam kegiatan IGTF Domisili 2020, kepada Bappeda Kabupaten Pekalongan, Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (DKPP) Kabupaten Pekalongan, Pemerintah Kecamatan Petungkriyono, Pemerintah Desa, BUMDes, masyarakat serta pemuda desa Tlogopakis yang telah turut serta membantu selama pelaksanaan kegiatan IGTF Domisili 2020, serta Bapak Dr. Tjahja Muhandri selaku dosen pembimbing tim SEMANKA yang selalu memberikan pengarahan sehingga kami bisa menyelesaikan program ini dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Chandra G. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta (ID): Penerbit Andi Ofset.

Dewi AS. 2014. Peranan badan usaha milik desa (BUMDes) sebagai upaya dalam meningkatkan pendapatan asli daerah (PADes) serta menumbuhkan perekonomian desa. *Journal of Rural and Development.* 5(1): 1-14.

Dewi NLPIT. 2018. Analisis proses penganggaran dan pengelolaan dana CSR serta dampaknya terhadap peningktan citra perusahaan . *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi.* 9 (2) : 149 -162.

Eprilurahman R, Qurniawan TF, Kusuma KI, Chomsun HK. 2010. Studi awal keanekaragaman herpetofauna di Petungkriyono, Kabupaten Pekalongan, Provinsi Jawa Tengah. *Zoo Indonesia.* 19 (1): 19-30.

Hanifah N, Wibowo A, Setyowati N. 2016. Strategi pengembangan usaha beras hitam organik (studi kasus di Kelompok Tani Gemah Ripah Kecamatan Karangpandan Kabupaten Karanganyar) *AGRISTA*. 4(3): 181-191.

Iftitah ED, Sabarudin A, Ulfa SM. 2017. Sortasi dan grading bahan baku klobot jagung untuk kreasi bunga kering di ukm garuda jaya. *Journal of Inovation and Applied Technology.* 3 (2) : 505 - 509.

Joko T. 2017. Perancangan alat sortasi buah tomat berdasarkan warna menggunakan arduino [skripsi]. Yogyakarta (ID) : Universitas Amikom Yogyakarta.

Muchtar S, Nurif M. 2015. Peranan packaging dalam meningkatkan hasil produksi terhadap konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora.* 8 (2) : 182-191.

Susetyarsi T. 2012. Kemasan produk ditinjau dari bahan kemasan, bentuk kemasan dan pelabelan pada kemasan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk minuman mizone di kota semarang. *Jurnal STIE Semarang.* 4 (3) : 19 -28.

Untari D, Fajarina DE. 2018. Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun @subur_batik). *Jurnal Sekretari dan Manajemen.* 2 (2) : 271 - 277.