

Pembuatan Media Promosi Dan Sosialisasi Tentang Mutu Jeruk Gerga Kerinci Di Desa Lolo Gedang Kabupaten Kerinci

Ade Octavia, RTS.Ratnawati, Dwi Kurniawan, Dahmiri, Yayuk Sriayudha

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

Email corresponding authors: ade_octavia@unja.ac.id

ABSTRAK

Desa Lolo Gedang Kecamatan Bukit Kerman Kabupaten Kerinci merupakan satu desa penghasil jeruk gerga di Kabupaten Kerinci. Bentuk dan rasanya yang khas menjadikan jeruk gerga kerinci banyak diminati oleh wisatawan. Pemerintah daerah melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata bermaksud menjadikan lokasi kebun jeruk sebagai kawasan wisata Agrowisata. Untuk itu diperlukan strategi promosi yang intensif agar minat berkunjung wisatawan meningkat. Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan bantuan atribut media promosi melalui katalog/brosur dan pembuatan web. Selain itu peningkatan pemahaman petani jeruk gerga kerinci dalam hal mutu produk juga akan dilakukan. Metode PPM yang dipilih adalah metode ceramah dan sosialisasi. Mitra dalam PPM ini adalah petani jeruk gerga di Kabupaten Kerinci. Hasil PPM yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa petani sangat antusias dengan kegiatan yang dilakukan. Mitra telah memiliki Instagram, namun pembuatan web masih dalam proses. Strategi promosi yang dilakukan masih sederhana. Memanfaatkan komunikasi dari orang per orang (*word of mouth*). Selanjutnya terlihat tingkat pemahaman mitra terhadap mutu jeruk gerga sudah cukup baik, meskipun instrument penilaiannya baru pada ukuran dan berat jeruk. Diharapkan kedepan pendampingan terhadap petani jeruk gerga dapat terus dilanjutkan.

Kata kunci: agrowisata, promosi, mutu produk

PENDAHULUAN

Desa Lolo Gedang Kecamatan Bukit Kerman Kabupaten Kerinci, dimana lebih kurang 70% masyarakat desa memiliki perkebunan jeruk gerga. Posisinya yang strategis di ketinggian lebih kurang 400 – 900 meter di atas permukaan laut menjadikan jeruk gerga kerinci dapat tumbuh subur dengan hasil yang berlimpah. Rasanya yang unik membuat banyak wisatawan yang khusus datang berkunjung ke lokasi untuk merasakan sensasi rasanya yang dinilai tidak dimiliki oleh jeruk jenis lain.

Lokasinya yang berada di kaki pegunungan dapat ditempuh lebih kurang 45 menit dari Kota Sungai Penuh. Jalan yang berliku menuju lokasi tidak menjadi hambatan bagi para wisatawan untuk melihat hamparan kebun jeruk gerga, yang ketika musim panen, menguning dan dapat menjadi lokasi swasfoto yang menarik.

Litbang Kementerian Pertanian Republik Indonesia menyatakan bahwa asal muasal Jeruk Gerga berasal dari Thailand. Pertama kalinya ditanam oleh petani bernama Gerga di Lebong, Provinsi Bengkulu. Di daerah tersebut jeruk ini lebih dikenal dengan nama Rimau Gerga Lebong. Kerinci dan Lebong merupakan daerah yang berdekatan dan hanya berbatasan Provinsi Jambi Bengkulu sehingga seiring berjalannya waktu, varietas jeruk ini juga ditanam di Desa Lolo Gedang, Kabupaten Kerinci.

Tentunya ada sensasi lain ketika jeruk langsung dipetik dari batang pohon. Apalagi, pengunjung yang datang banyak memposting pengalamannya tersebut melalui media social seperti facebook, instagram, whatsapp dan sebagainya. Secara tidak langsung pengunjung ikut

menyebarkan pesona perkebunan jeruk gerga kerinci kepada khalayak luas. Ini yang menjadikan informasi tentang jeruk gerga menjadi perbincangan menarik di sosial media sekaligus menaikkan minat wisatawan untuk berkunjung.



Gambar 1. Foto jeruk gerga kerinci

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kerinci telah melakukan beberapa langkah untuk menjadikan kebun jeruk gerga kerinci menjadi kawasan agrowisata jeruk. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa tingginya minat dan antusias masyarakat untuk berkunjung. Ditambah lagi lokasi perkebunan yang sangat menarik untuk melakukan swasfoto, serta rasa jeruk gerga yang unik. Namun, ada beberapa keberatan dari pemilik jeruk ketika langkah ini disampaikan kepada masyarakat pemilik kebun jeruk. Keberatan ini karena masuknya pengunjung ke kebun jeruk bisa merusak pohon jeruk, apalagi dengan cara memetik yang tidak benar bisa berpengaruh kepada produksi jeruk.

Dalam rangka menyiapkan kawasan perkebunan jeruk gerga menjadi kawasan agrowisata, pada tahun 2020 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kerinci bersama Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura serta dengan kelompok tani melakukan diskusi, dimana hasilnya untuk pengembangan Agrowisata ini, kelompok tani bersedia menanam kembali pohon jeruk gerga dan jeruk madu dengan jarak yang disesuaikan, hal ini bertujuan agar masyarakat nantinya bisa menikmati untuk berkunjung ke kebun secara langsung tanpa mengganggu buah jeruk tersebut (<https://rri.co.id>, 2021).

Dalam rangka mendukung Agrowisata maka diperlukan promosi yang intensif untuk menunjang pemasaran jeruk gerga. Strategi promosi yang tepat akan memberikan informasi secara komprehensif terhadap audiens tentang fasilitas agrowisata yang ditawarkan oleh pemilik kebun jeruk. Ini akan membantu pemasaran jeruk selain diversifikasi jeruk berupa olahan buah jeruk menjadi produk lainnya.

Promosi wisata agrowisata memerlukan beberapa dokumen untuk membantu masyarakat dalam menemukan lokasi maupun informasi tentang jeruk gerga. Media utama untuk promosi langsung mencakup penjualan tatap muka, surat langsung, katalog, kios dan web (Ria dan Sayatman, 2014). Untuk memperkenalkan agrowisata jeruk gerga kerinci, maka pembuatan katalog dan web serta media komunikasi visual lainnya menjadi atribut penting yang harus disiapkan. Berdasarkan pembicaraan dengan mitra maka permasalahan yang dikeluhkan adalah harga yang tidak stabil, kualitas buah yang dipanen petani, pengetahuan petani tentang mutu panen dan kurangnya keinginan petani untuk menjaga kualitas buah serta penggunaan media promosi agar penjualan dapat lebih meningkat.

METODE PELAKSANAAN

Perumusan masalah mitra dilakukan setelah duduk bersama berdiskusi tentang permasalahan mitra. Tim PPM berperan sebagai fasilitator untuk memberikan bantuan penyelesaian masalah mitra melalui penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi. Tim PPM juga memberikan motivasi kepada mitra. Selanjutnya memberikan pemahaman tentang aspek manajemen usaha khususnya peningkatan kemampuan mitra dalam pengelolaan SDM dan media promosi berbasis IT. Dengan kegiatan ini diharapkan tim PPM dapat melakukan transfer ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi sebagai wujud Tri Dharma Perguruan tinggi. Mitra diharapkan akan memperoleh pemahaman dan ketrampilan sehingga berpotensi untuk meningkatkan pendapatan petani dan kesejahteraan keluarganya.

HASIL-HASIL DAN KETERCAPAIAN

Sosialisasi Penggunaan Media Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam rangka memperkenalkan produk lebih luas kepada konsumen. Jeruk gerga sebagai produk unggulan dari Kabupaten Kerinci sudah banyak dikenal orang. Bentuknya yang unik dan warnanya yang mencolok menjadi perhatian banyak konsumen. Rasanya yang segar dan kandungan vitamin yang ada di dalamnya membuat antusias konsumen untuk membeli meningkat. Terutama di saat pandemi covid 19, yang membutuhkan banyak vitamin untuk menjaga imunitas tubuh. Dalam hal ini tim PPM telah mempersiapkan bantuan media promosi berupa brosur. Tujuan dari adanya brosur adalah untuk sarana publikasi yang berbentuk cetakan yang memiliki informasi tentang sebuah produk, layanan atau program lainnya yang ditujukan kepada pasar sasaran tertentu. Brosur yang didesain berisi informasi tentang jeruk gerga, lokasi mitra, gambar dan informasi lainnya.

Pendampingan Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM)

Mitra PPM memiliki kebun jeruk yang dikelola bersama keluarga. Pemilik kebun jeruk masih memiliki hubungan kekerabatan. Berdasarkan diskusi dengan mitra diketahui bahwa bisnis keluarga ini sudah dilakukan sejak lama. Dalam pengelolaan kebun jeruk ikut terlibat isteri dan orang tua mitra. Fungsi mereka lebih kepada pengelolaan pesanan dan melayani konsumen yang datang langsung ke kebun. Terdapat beberapa keuntungan dari bisnis yang dikelola bersama keluarga antara lain memudahkan komunikasi dan kolaborasi, memiliki tujuan yang sama, memiliki komitmen yang kuat untuk keberhasilan usaha dan pembagian tugas dapat berjalan dengan mudah. Tingkat pendidikan terakhir mitra adalah SMA. Beberapa pelatihan sudah diikuti, baik yang dilaksanakan oleh pemerintah daerah melalui dinas terkait juga Perguruan Tinggi yang datang dalam rangka pembinaan usaha. Terlihat ketrampilan mitra dalam berkomunikasi sudah sangat baik, terutama dalam menjelaskan proses bisnis dan keunggulan dari jeruk gerga. Tenaga kerja yang digunakan 5-10 orang. Penggunaan tenaga kerja menyesuaikan dengan kebutuhan pekerjaan seperti banyak sedikitnya jumlah pesanan. Tenaga kerja tersebut telah memiliki ketrampilan yang baik dalam pengelolaan kebun.

Memberikan Pemahaman Tentang Pentingnya Mutu Produk

Ukuran jeruk gerga bervariasi, perbedaan ukuran menjadi salah satu pertimbangan untuk mengelompokkan (grading) buah, dengan harga yang berbeda. Hasil penelitian Thevaldo dkk (2019) menunjukkan bahwa tingkat kematangan buah jeruk Gerga berpengaruh nyata terhadap berat buah, ukuran buah, jumlah jus buah, kandungan vitamin C, dan kadar gula. Daerah Pemasaran produk sudah merambah ke berbagai daerah, bahkan mitra cukup kesulitan untuk memenuhi semua permintaan. Jalur hubungan dengan pedagang pengecer sudah baik. Tim PPM

menyarankan untuk memasukkan produksinya ke Supermarket. Hal ini sudah dicoba dilakukan oleh mitra, namun banyaknya pemesanan dari luar daerah dalam jumlah banyak menjadi salah satu penyebab jalur pemasaran ke supermarket tidak bisa secara kontiniu dipenuhi. Mitra fokus kepada pemenuhan pemesanan buah jeruk oleh pedagang besar, pengecer ataupun konsumen yang datang secara langsung ke lokasi kebun.

KESIMPULAN

Desa Lolo Gedang Kecamatan Bukit Kreman Kabupaten Kerinci merupakan satu desa penghasil jeruk gerga di Kabupaten Kerinci. Bentuk dan rasanya yang khas menjadikan jeruk gerga kerinci banyak diminati oleh wisatawan. Pemerintah daerah melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata bermaksud menjadikan lokasi kebun jeruk sebagai kawasan wisata Agrowisata. Untuk itu diperlukan strategi promosi yang intensif agar minat berkunjung wisatawan meningkat. Media promosi yang dirasa sangat membantu adalah informasi dari mulut kemulut . Beberapa petani telah memiliki media sosial sebagai sarana untuk memasarkan jeruk. Namun belum memiliki dampak yang tinggi terhadap penjualan. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pendampingan kepada petani untuk bisa lebih memanfaatkan potensi, memperbaiki manajemen usaha dan menggunakan media berbasis IT dalam memasarkan produknya.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Universitas Jambi yang telah memberikan dana untuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang bersumber dari DIPA Universitas Jambi yang tertuang dalam anggaran Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Jambi tahun 2021.

DAFTAR PUSTAKA

- Alasadi,R & Al Sabbagh,H. (2015). The Role of Training in Small Business Performance. *International Journal of Information, Business and Management*. Vol.7,No.1.p.292-311.
- Putha,S.S.(2014). Improving Entrepreneur's Management Skills Through Entrepreneurship Training. *Journal of Commerce Thought*.Vol.5-3.
- Prastini,Ria Aprilia & Suyatman (2014). Perancangan Media Promosi Langsung Agrowisata Bhakti Alam. *Jurnal Sains dan Seni Promits*. Vol.3 No.2. 2337-3520.
- Tambunan, M (2009). Melangkah Ke Depan UMKM Dalam Perekonomian Indonesia di Masa Depan, Makalah Pada Debat Ekonomi ISEI.
- Thevaldo, Wira and Yulian, Yulian and Prasetyo, Prasetyo (2019) EVALUASI KUALITAS PANEN BUAH JERUK GERGA (Citrus sp) BERDASARKAN WARNA KULIT BUAH.*