

**PENINGKATAN PEMASARAN KOPI MELALUI PENDAMPINGAN DAN
PEMBUATAN WEBSITE E-COMMERCE**

***INCREASING COFFEE MARKETING THROUGH ASSISTANCE AND
DEVELOPMENT OF E-COMMERCE WEBSITES***

**Puryantoro¹⁾, Firman Jaya²⁾, Yasmini Suryaningsih³⁾, Wiwik Sri Untari⁴⁾, Lusiana
Tulhsunah⁵⁾, Irfan Hendriansyah⁶⁾, Rifkian Jorgi Wardana⁷⁾, Mohammad Rizal
Hidayat⁸⁾**

^{1,3,4,6,7}Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Sains & Teknologi,
Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

²Prodi Pendidikan Teknologi Informasi, STKIP PGRI Situbondo

⁶Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

¹Email : puryantoro@unars.ac.id

Abstrak Di era digital saat ini menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha dalam memasarkan produknya agar pangsa pasar menjadi semakin luas. Kelompok Tani Sejahtera sebagai mitra pengabdian memiliki produk unggulan kopi khas kayumas yang perlu dipasarkan menggunakan media website dengan memanfaatkan *e-commerce* untuk mendukung aktivitas promosi. Pendekatan pelaksanaan menggunakan metode *Rational Unified Process* (RUP) yaitu salah satu metode yang digunakan untuk penyelesaian masalah pemasaran adalah menggunakan pembuatan aplikasi website. Website yang telah dibuat untuk mitra dengan alamat www.ktsejahterakopi.com menyediakan sarana pemesanan secara online. Dengan menggunakan media promosi website ini akan mampu meningkatkan jumlah konsumen sehingga akan berdampak pada kesejahteraan mitra.

Kata Kunci : E-Commerce; Kopi Kayumas; Website

Abstract In the current digital era, it is a challenge for businesses to market their products so that their market share becomes wider. The Prosperous Farmers Group as a service partner has superior products from Kayumas coffee which need to be marketed using website media by utilizing *e-commerce* to support promotional activities. The implementation approach uses the *Rational Unified Process* (RUP) method, which is one of the methods used to solve marketing problems by using a website application. The website that has been created for partners with the address www.ktsejahterakopi.com provides an online ordering facility. By using this website promotion media, it will be able to increase the number of consumers so that it will have an impact on the welfare of partners.

Keywords : E-Commerce; Kayumas Coffee; Website

PENDAHULUAN

Mitra sasaran pengabdian ini adalah masyarakat yang produktif secara ekonomi yaitu Kelompok Tani Sejahtera Di Desa Kayumas Kecamatan Arjasa Kabupaten Situbondo yang merupakan kelompok tani petani kopi arabika dan robuska didirikan pada tahun 2010. Kelompok Tani ini merupakan usaha skala kecil yang didirikan dan saat ini diketuai oleh bapak Alex Siswo Dwi Raharjo, dimana terdiri dari 19 anggota. Setiap anggota yang terdaftar di kelompok tani ini semuanya memiliki kebun kopi dengan luas 0,5 hingga 5 Ha. Kopi yang di proses diolah di suatu tempat yang kemudian di pasarkan dengan label kelompok. Petani kopi arabika kelompok tani sejahtera tergolong usia produktif karena 100% masih berusia antara 15-64 tahun (Puryantoro, 2021). Menurut Nursan (2012) usia produktif akan dapat menerima adopsi dan teknologi dengan baik. Tingkat pendidikan sebanyak 47,37% adalah lulusan SMA. Hal ini mengindikasikan tingkat pendidikan anggota kelompok tani sejahtera rata-rata ada pada kategori tinggi. Semakin tinggi tingkat pendidikan akan mempengaruhi kemampuan petani berpikir untuk memahami arti pentingnya usahatani kopi yang baik. Sementara itu luas lahan yang dimiliki oleh responden tergolong pada luas lahan perkebunan kopi sedang sebanyak 73,69% memiliki luas lahan antara 0,5-2 ha dan sebanyak 26,31 mempunyai luas lahan lebih dari 2 ha dengan kategori luas. Menurut La Hulu (2017) luas lahan petani menjadi salah satu faktor penting dalam mengelola usahatani perkebunan karena menentukan jumlah produk yang dihasilkan



Gambar 1. Lahan Penjemuran Kopi Kelompok Tani Sejahtera

Tidak hanya kopi gelondongan atau biji kopi seperti pada gambar 2 saja, kelompok tani sejahtera juga melakukan produksi pasca panen yaitu memproduksi biji kopi menjadi bubuk kopi dengan kemasan yang menarik. Seperti kopi robusta 200 gr base kopi susu, robusta kayumas roastbean 1 kg, arabika specialty 1000 gr, arabika kayumas fullwash roastbean, dan kayumas old blend. Pencatatan di kelompok tani ini juga masih dilakukan dengan cara manual. Berdasarkan hasil penelitian ketua pengusul pengolahan sebanyak 1 kg kopi arabika biji menjadi kopi arabika bubuk jenis fullwash di kayumas ini diperoleh nilai tambah rata-rata sebesar Rp.50.600 dengan rasio sebesar 40,48% yang berarti untuk setiap Rp 100 nilai produk akan diperoleh nilai tambah sebesar Rp 40,48. Nilai tambah ini sama dengan pengolahan untuk 48 kg kopi arabika biji menjadi kopi arabika bubuk jenis natural. Sementara itu besar keuntungannya adalah sebesar Rp 47.600,- atau tingkat keuntungan sebesar 94,07% dari nilai produk kopi arabika fullwash. Keuntungan untuk kopi arabika natural lebih rendah yaitu Rp. 46.850 atau tingkat keuntungan 92,6%. Keuntungan ini menunjukkan keuntungan total yang diperoleh dari setiap produksi kopi arabika. Tingginya keuntungan yang diperoleh petani anggota Kelompok Tani Sejahtera Desa Kayumas ini dipengaruhi oleh tingginya harga produk kopi arabika jenis fullwash dan natural yang mencapai Rp. 150.000/kg. Selain itu biaya tenaga kerja juga tergolong murah sehingga mempengaruhi tingginya nilai tambah dan keuntungan yang diperoleh petani (Puryantoro, 2021). Dari sisi pendapatan petani kopi lebih banyak memperoleh keuntungan apabila menjual biji kopi yang diolah menjadi bubuk kopi yang bisa mencapai 90% lebih. Namun begitu penjualan bubuk kopi ini lebih rendah dari pada biji kopi.

Pada bidang manajemen pemasarannya, di kelompok tani sejahtera terjadi pola pemasaran 2 saluran. Saluran pertama yaitu produsen – konsumen. Kelompok tani menjual kopi langsung kepada konsumen. Konsumen biasanya mendatangi langsung ketempat produksi di Kayumas. Alasan konsumen datang langsung ke tempat produksi untuk kegiatan agrowisata dengan melihat kondisi kebun kopi. Saluran kedua yaitu produsen – pedagang besar – konsumen.

Pedagang besar langsung membeli produk kopi arabika ke produsen, kemudian menjual kembali ke konsumen. Kelompok Tani sejahtera sebagai produsen selain menawarkan langsung kepada konsumen juga sebagai penyuplai, baik itu di pusat oleh-oleh, kafe, selep dan jasa rumah sangrai (Roastery). Pedagang besar melakukan pembelian biji kopi dengan jumlah yang besar sehingga harga yang di tawarkan produsen lebih murah. Kelompok tani masih belum memiliki website sebagai sarana pemasaran untuk menjual produk kopinya. Utamanya untuk mempromosikan kopi kemasan yang diproduksi oleh anggota kelompok seperti kopi robusta base kopi susu, robusta kayumas roastbean, arabika specialty, arabika kayumas fullwash roastbean, dan kayumas old blend. Cita rasa kopi arabika dan robusta kayumas yang khas ini dapat tembus pasar internasional yang lebih luas jika dapat dipromosikan dengan lebih baik lagi sehingga akan dapat menambah pendapatan kelompok tani sejahtera. Furqan, Maulana & Yakin (2021), sebelumnya pernah dirancang website media promosi pada kelompok tani di Desa Sopet Kecamatan Jangkar Kabupaten Situbondo.

Permasalahan prioritas mitra yang telah disepakati bersama mitra dibagian hilir yaitu pada bidang pemasaran yaitu masih rendahnya pemasaran pasca panen khususnya kopi kemasan bubuk yang diproduksi oleh kelompok tani. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan jumlah penjualan kopi bubuk dengan memberikan keterampilan dan pengetahuan kepada mitra melalui pemasaran e-commerce berbasis website. Hal ini sesuai dengan IKU ke 5 dan 3 yaitu hasil kerja dosen digunakan oleh masyarakat dan dosen berkegiatan di luar kampus melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Selain itu kegiatan ini juga melibatkan mahasiswa sehingga mahasiswa mendapat pengalaman di luar kampus sesuai dengan IKU ke 2.

METODE

Pendampingan dan pembuatan website kelompok tani kopi sejahtera melalui pendekatan pelaksanaan menggunakan metode *Rational Unified Process* (RUP) (Rachman, 2016), yaitu salah satu metode yang digunakan untuk penyelesaian

masalah bidang manajemen pemasaran adalah menggunakan pembuatan aplikasi website dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Inception. Fase ini telah dilakukan, yaitu merupakan analisis awal (observasi) pada mitra dan mencari solusi dari masalah tersebut. Target dari fase ini memperoleh masalah mitra dan menentukan solusinya
2. Elaboration, yaitu menganalisa berbagai persyaratan dan risiko kemudian menetapkan base line. Fase ini adalah dengan *Focus Group Discussion* (FGD) kepada mitra (secara parsial) untuk mengumpulkan informasi lebih lengkap guna menentukan rancangan aplikasi *e-commerce*, mulai bentuk, desain dan cakupan dari aplikasi yang akan dibuat oleh pelaksana, sehingga diharapkan aplikasi *e-commerce* yang dibuat sesuai dengan kebutuhan mitra. FGD dilakukan di tempat mitra, agar pelaksana lebih dapat memahami masalah. Durasi kegiatan dari fase ini adalah 3 kali pertemuan per minggu selama 2 bulan. Target dari fase ini adalah terkumpulnya informasi lengkap sebagai acuan pembuatan aplikasi.
3. Construction, fase ini adalah pembuatan aplikasi *e-commerce* berdasarkan data dari fase 1 dan 2. Testing aplikasi hingga siap untuk digunakan oleh mitra. Durasi waktu pembuatan aplikasi ini adalah 3 bulan. Target dari fase ini adalah terbangunnya aplikasi *e-commerce* sesuai dengan kebutuhan mitra.
4. Transition. Fase ini dimulai dengan pelatihan pegawai mitra dalam menggunakan aplikasi *e-commerce*, *transfer knowledge* kepada mitra, kemudian dilanjutkan pada fase pendampingan, meliputi pembuatan iklan produk, upload data produk baru, dan perawatan aplikasi *e-commerce*. Durasi kegiatan dari fase ini adalah 3 kali pertemuan per minggu selama 3 bulan. Target dari fase ini adalah mitra mampu menggunakan *e-commerce* tanpa pendampingan lagi.

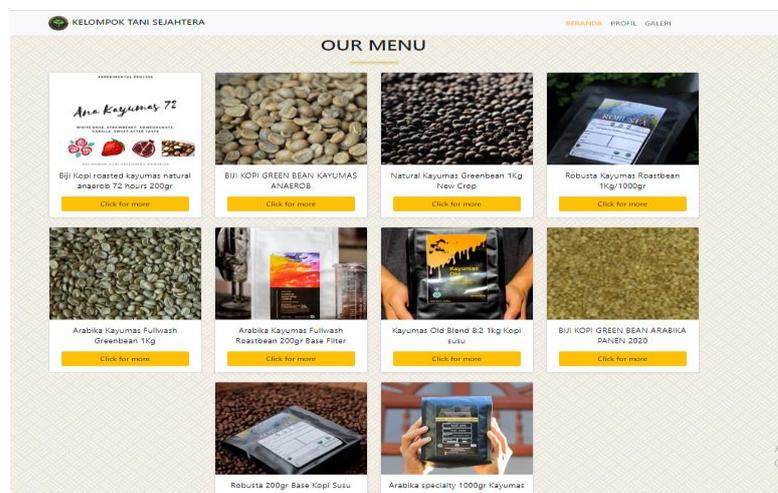
HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses pembuatan website untuk Kelompok Tani Sejahtera ini telah dilakukan analisis awal mengenai permasalahan mitra yang prioritas untuk diberikan solusi oleh tim pengabdian. Dari hasil observasi kemudian dilakukan

fase elaboration dengan melakukan pertemuan FGD bersama kelompok tani pada bulan Mei 2022, tujuannya adalah mengumpulkan informasi lengkap sebagai acuan untuk merancang konsep website yang akan dibuat. Berdasarkan hasil FGD diperoleh data diantaranya :

1. Produk kelompok tani
2. Alamat sekretariat kelompok tani
3. Profil
4. Proses pemesanan
5. Harga produk

Proses pemesanan merupakan hal yang perlu lebih difokuskan karena merupakan salah satu inti dari kegiatan transaksi yang dapat dilakukan oleh konsumen untuk melakukan pemesanan produk. Kelompok tani menginginkan proses yang efektif dengan cara langsung terhubung dengan akun tokopedia kelompok tani. Gambar berikut merupakan laman untuk pemesanan kopi kemasan secara online melalui laman website yang dilinkan ke tokopedia.



Gambar 1. Tampilan Website *E-Commerce*

Dari kegiatan elaboration dilanjutkan dengan langkah construction pembuatan website berdasarkan data fase sebelumnya. Sistem informasi berbasis website *dionline*-kan dengan alamat www.ktsejahterakopi.com. Website tersebut dapat digunakan untuk menunjang proses promosi dan pemesanan kopi secara

online. Jaya & Puryantoro (2022), dengan penggunaan teknologi berbasis online dapat dikembangkan evaluasi dan kepuasan untuk pembangunan pertanian.

Selain itu, agar website dapat berjalan dan berkelanjutan dilaksanakan fase transition. Fase ini dimulai dengan pelatihan pegawai mitra dalam menggunakan aplikasi *ecommerce*, *transfer knowledge* kepada mitra, kemudian dilanjutkan pada fase pendampingan, upload data produk baru, dan perawatan aplikasi *e-commerce* yang dilaksanakan pada tanggal 8 September 2022. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini telah berhasil meningkatkan keterampilan kelompok tani dalam memanajemen website *e-commerce*.



Gambar 2. Pendampingan Penggunaan Website kepada Mitra



Gambar 3. Penyerahan Sistem Website E-Commerce secara simbolis kepada Mitra

Skor post test uji pengetahuan peserta kegiatan rerata pencapaiannya 90%. Nilai tersebut naik sebanyak 34,3% dari hasil pretest. Berarti kegiatan pengabdian ini membawa manfaat bagi para peserta pelatihan dalam menambah wawasan pengetahuan dan kemampuan untuk mengelola usahanya khususnya pengembangan usaha kopi melalui pemanfaatan pemasaran menggunakan website *e-commerce*.

Tabel 1. Outcomes Kegiatan

Aspek	Sebelum	Sesudah
Pengetahuan mengenai perangkat hama PBKo (Puryantoro, Sari & Jaya, 2022)	Mitra belum mengetahui perangkat hama PBKo yang efektif dan ramah lingkungan	Mitra telah mengetahui perangkat hama PBKo yang efektif dan ramah lingkungan
Penyimpanan Database Usahatani Kelompok	Manual	Sistem Informasi Online
Sistem Pemasaran	Manual	Berbasis Website

Outcome dari kegiatan ini terbagi atas jangka pendek (short-term outcomes), jangka menengah (mid-term outcoms), dan jangka panjang (long-term outcomes). Mempertimbangkan bahwa kegiatan ini sementara berjalan, maka dampak jangka panjang belum dapat terukur. Adapun outcomes jangka pendek yang tercapai terlihat pada Tabel 2.

KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kelompok Tani Sejahtera dapat disimpulkan penggunaan teknologi informasi sebagai sarana informasi dan media promosi website sangat penting dan dibutuhkan pada era digital karena dapat membantu kelompok tani dalam memasarkan produk secara online

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Riset dan Teknologi telah memberikan kesempatan kepada tim dosen untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pendanaan hibah pengabdian skema Program Kemitraan Masyarakat oleh TA. 2022. Selain itu juga terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Abdurachman Saleh Situbondo yang telah memberikan pendampingan dan arahan selama kegiatan pengabdian berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Furqan, M., Maulana, A. W., & Yakin, A. (2021, September). Pengembangan Website Sebagai Media Promosi Pada Kelompok Tani Makmur Jaya Desa Sopet Kecamatan Jangkar Kabupaten Situbondo. In *Prosiding Conference on Research and Community Services* (Vol. 3, No. 1, pp. 1011-1018).
- Jaya, F., & Puryantoro, P. (2022). Rancang Bangun Sistem Informasi Kepuasan Petani Terhadap Kinerja Penyuluh Pertanian Berbasis Website Di Balai Penyuluhan Pertanian Situbondo. *JSR: Jaringan Sistem Informasi Robotik*, 6(2), 290-296.
- La Hulu, H., Iswandi, R. M., & Indarsyih, Y. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi konversi lahan perkebunan cengkeh di Desa Tolong Kecamatan Lede Kabupaten Pulau Taliabu Provinsi Maluku Utara. *Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 2(1).
<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1035227&val=15681&title=Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konversi Lahan Perkebunan Cengkeh di Desa Tolong Kecamatan Lede Kabupaten Pulau Taliabu Provinsi Maluku Utara>
- Puryantoro, P. (2021). Analisis nilai tambah pengolahan kopi arabika di

Kelompok Tani Sejahtera Kabupaten Situbondo. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa Dan Pertanian*, 6(1), 1–6. <http://repository.unars.ac.id/id/eprint/222/>

Puryantoro, P., Sari, S., & Jaya, F. (2022). Pengendalian Hama Penggerek Buah Kopi (PBKo) bagi Kelompok Tani Sejahtera Desa Kayumas Kecamatan Arjasa Kabupaten Situbondo: Coffee Fruit Burder (PBKo) Pest Control for Prosper Farmer Group Kayumas Village, Arjasa District, Situbondo Regency. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(5), 739-745.

Rachman A, Siliwangi CR-JP, 2016 U. IbM Pelatihan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Global Untuk Peningkatan Penjualan Produk Kelom Geulis (Studi Kasus: UKM kelom geulis. *J Pengabdi Siliwangi [Internet]*. 2016 [cited 2022 Jan 31];2(1). Available from: <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jps/article/view/59>