

**PENDAMPINGAN PEMASARAN *ONLINE* HASIL PENGOLAHAN KOPI DI DESA WISATA
LEREP UNGARAN BARAT KABUPATEN SEMARANG**

Aida Azizah¹, Evi Chamalah², Meilan Arsanti³, Oktarina Puspita Wardani⁴,
Leli Nisfi Setiana⁵, Turahmat⁶

¹Universitas Islam Sultan Agung. Email: aidaazizah@unissula.ac.id

²Universitas Islam Sultan Agung. Email: chamalah@unissula.ac.id

³Universitas Islam Sultan Agung. Email: meilanarsanti@unissula.ac.id

⁴Universitas Islam Sultan Agung. Email: oktarinapw@unissula.ac.id

⁵Universitas Islam Sultan Agung. Email: lelinisfi@unissula.ac.id

⁶Universitas Islam Sultan Agung. Email: lintangsastra@unissula.ac.id

ABSTRACT

The production of coffee processing in Lerep Tourism Village, West Ungaran District, Semarang Regency is quite abundant, namely pure robusta coffee, pure exelsa coffee, and wine coffee. The various kinds of processed coffee produced have their own pleasure and taste. Based on the results of initial observations made by the service team, it was found that the marketing of coffee processing so far has only been carried out in the rural culinary market of the Lerep tourism village, it has never been marketed online. This is because society has limitations in the field of technology. Seeing such conditions, the service team is trying to provide solutions to help the economy of the Lerep village community to improve, especially in the current conditions even though it is still a Covid-19 pandemic condition, by providing online marketing assistance. The success of this program is a milestone in the development and improvement of the economic level of the Lerep village community during the Covid-19 pandemic.

Keywords: Mentoring, online marketing, coffee processing results.

ABSTRAK

Produksi hasil pengolah kopi di Desa Wisata Lerep Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang cukup melimpah, yaitu kopi murni robusta, kopi murni exelsa, dan kopi wine. Aneka macam olahan kopi yang dihasilkan memiliki kenikmatan dan cita rasa tersendiri. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh tim pengabdian di awal kegiatan telah ditemukan data bahwa pemasaran hasil pengolahan kopi selama ini hanya dilakukan di pasar kuliner ndeso desa wisata lerep, belum pernah dipasarkn secara online. Hal ini dikarenakan masyarakat memiliki keterbatasan dalam bidang tekhnologi. Melihat kondisi yang demikian tim pengabdian berusaha untuk memberikan solusi untuk membantu perekonomian masyarakat desa lerep agar meningkat khususnya dalam kondisinsaat ini meskipun masih kondisi pandemi Covid-19 adalah dengan memberikan pendampingan pemasaran online. Keberhasilan program ini merupakan tonggak perkembangan dan peningkatan tingkat perekonomian masyarakat desa lerep dalam masa pandemi Covid-19.

Kata kunci: Pendampingan, pemasaran online, hasil pengolahan kopi.

PENDAHULUAN

Desa Lerep dikenal sebagai daerah wisata yang berlokasi di wilayah Kabupaten Semarang Jawa Tengah, tepatnya di Kecamatan Ungaran Barat. Mata pencaharian utama masyarakat di

desa lerep mayoritas sebagai petani, perkebunan, dan perburuhan. Adapun berbagai sektor pariwisata yang mendukung berkembangnya lapangan usaha dibidang perdagangan seperti pengolahan hasil kopi dapat memberikan peluang yang besar untuk mensejahterakan tingkat ekonomi masyarakat. Potensi perkebunan masyarakat yang cukup luas secara otomatis telah menjadikan sumber daya alam semakin melimpah, dengan demikian telah memberikan pengaruh terhadap perkembangan pengolahan hasil kopi. Menurut Mahmudati (2019) yang mengemukakan bahwa prospek kopi yang semakin menjanjikan dengan semakin luasnya pasar, namun kenyataannya para petani tidak mendapatkan keuntungan yang dari proses yang diperoleh.

Berpijak dari hasil observasi awal yang dilakukan tim pengabdian, ditemukan data bahwa mayoritas masyarakat masih berada pada golongan ekonomi menengah ke bawah. Masyarakat juga memiliki kemampuan yang terbatas terhadap perkembangan teknologi sehingga kemampuan dalam pengolahan kopi yang berkualitaspun juga terbatas. Hal ini memberikan dampak terhadap kualitas hasil pengolahan kopi yang sudah diproduksi menjadi kurang maksimal, mereka belum dapat mencapai grading kopi yang maksimal dari produk yang telah dihasilkan. Kenyataan ini sangat disayangkan apabila kita melihat bahwasanya perkebunan kopi sangat melimpah.

Pariwisata di Desa Lerep merupakan salah satu wilayah yang terkena dampak akan hadirnya Covid-19 dalam kehidupan kita saat ini. Kondisi ini mengakibatkan pengurangan dan penurunan yang cukup drastis terhadap banyaknya jumlah wisatawan yang berkunjung, hal ini tentunya berdampak pula pada sektor perekonomian masyarakat. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan tim pengabdian di desa lerep terhadap kelompok tani "Pemuda Ingin Maju" ditemukan hasil bahwa pengunjung desa wisata pada masa pandemi Covid-19 ini semakin berkurang, hal ini memberikan dampak terhadap pemasaran kopi yang ikut menurun drastis, permasalahan ini menjadi dilema bagi masyarakat sekitar. Sebagai solusi untuk membantu perekonomian masyarakat desa lerep agar meningkat kembali meskipun masih kondisi pandemi Covid-19 adalah dengan memberikan pendampingan pemasaran online.

Begitu juga dengan melihat banyaknya aktivitas yang telah diupayakan terhadap budidaya tanaman kopi selama ini telah menghasilkan potensi tersendiri bagi warga masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan dan perekonimianya sehari-hari, ditunjang dengan warga masyarakat yang sangat memiliki kesadaran tinggi untuk tetap meningkatkan kesejahteraan hidupnya dalam menghadapi kondisi pandemi dan pasca pandemi yang ditunjukkan dengan antusias warga masyarakat khususnya kelompok tani untuk mengikuti pendampingan yang akan dilakukan tim pengabdian.

Pemasaran menurut Kolter (2016) yaitu bentuk proses kegiatan yang dilakukan secara mandiri dan juga kelompok dengan harapan dapat memperoleh sesuatu hal yang dibutuhkan dengan cara menciptakan, memberikan penawaran, dan memiliki kebebasan dalam melakukan pertukaran produk yang telah dihasilkan agar tetap memiliki nilai yang lebih tinggi dari pihak yang lain. Hal ini sejalan dengan pendapat Melydrum (Sudaryono 2016) yang telah mengemukakan bahwa pemasaran adalah kegiatan berbisnis dengan melakukan kegiatan usaha yang selaras dan seimbang antara sumber daya manusia yang dibutuhkan, finansial yang dimiliki, serta kebutuhan fisik organisasi yang tepat dengan kebutuhan para pelanggan juga keinginan masyarakat terhadap konteks strategi kompetitif. Sementara itu Assauri (2011) mengemukakan bahwa pemasaran mwmnKn peran yang sangat penting di dalam dunia usaha.

Melihat permasalahan-permasalahan yang telah ditemukan, tim pengabdian ingin membuat rancangan pengabdian dengan mengadakan sosialisasi, dan pendampingan dalam

pemasaran online. Pemasaran online dikenal dengan istilah *internet marketing* atau *online emarketing* yang berarti usaha milik perusahaan untuk proses pemasaran produk barang dan jasa untuk memberikan kemenarikan tersendiri atau ciri khas dalam membangun dan menjaga hubungan yang komunikatif dengan pelanggan melalui *internet* (Kolter, 2016). Menurut Fajarwati (2021) *Internet marketing* merupakan media berjualan online yang paling efektif di era digital saat ini. Oleh karena itu proses pemasaran dalam kegiatan pengabdian disini akan dilakukan secara online supaya lebih luas jangkauannya terhadap masyarakat calon pengguna, pemasaran tidak hanya dilakukan di desa wisata yang jumlah pengunjungnya lebih sedikit dari sebelumnya.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian ini menggunakan teknik deskriptif. Adapun proses kegiatan pengabdian ini diawali dengan peninjauan secara langsung ke lokasi untuk memperoleh sumber data primer. Pengabdian Masyarakat ini berupa pendampingan bagi kelompok tani “Pemuda Ingin Maju” di Desa Lerep Kecamatan Ungaran Barat dalam Pemasaran Online produk olahan kopi pada masa pandemic Covid-19.

Metode komprehensif dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini secara serentak terkait dengan proses sosialisasi dan pendampingan pemasaran hasil olahan kopi. Adapun tahap-tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian ini diuraikan sebagai berikut.

1. Tahap sosialisasi

Tahap ini dilakukan dengan tujuan supaya kelompok tani memiliki pola pikir yang baru, sesuai dengan kondisi yang dibutuhkan warga masyarakat sekitar. Metode dalam tahap ini menggunakan ceramah, motivasi, dan diskusi.

2. Peningkatan kompetensi

Kegiatan ini dilakukan secara rutin dan terjadwal. Metode dalam tahap ini dilakukan dengan memberikan pendampingan, tutorial, ceramah, diskusi, dan tanya jawab.

3. Pelaksanaan kegiatan

Melalui pendampingan yang dilakukan terhadap Kelompok Tani “Pemuda Ingin Maju” di Desa Lerep Kecamatan Ungaran Kabupaten Semarang dengan harapan dapat membantu pemasaran sehingga dapat meningkatkan tingkat perekonomian masyarakat Desa Lerep.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian ini dilakukan melalui beberapa langkah yaitu (1) penguatan program melalui pemberian sosialisasi dengan tujuan supaya kelompok tani “Pemuda Ingin Maju” memiliki pola pikir yang baru, sesuai dengan kondisi yang dibutuhkan masyarakat pada masa pandemi dan pasca pandemi.; (2) Pelatihan pemasaran online hasil olahan kopi bagi kelompok tani “Pemuda Ingin Maju”.; dan (3) Praktik pemasaran online hasil olahan kopi bagi kelompok tani “Pemuda Ingin Maju”. Berikut diuraikan langkah-langkah dalam kegiatan pengabdian.

1) Penguatan Program Melalui Pemberian Sosialisasi

Langkah awal kegiatan Pengabdian ini yang dilakukan di Desa lerep Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang dimulai dengan penguatan program melalui kegiatan pemberian sosialisasi. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan memberikan informasi sekaligus membekali para pemuda kelompok tani “Pemuda Ingin Maju” akan pentingnya setiap anggota harus mampu secara terus menerus berkreaitivitas untuk peningkatan kuantitas dan kualitas produk hasil olahan kopi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi di masa pandemi dan pasca pandemi Covid 19. Berikut dokumentasi kegiatan sosialisasi.



Gambar 1 Kegiatan Sosialisasi

2) Pendampingan Pemasaran Online Hasil Olahan Kopi

Langkah kedua kegiatan Pengabdian di Desa lerep Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang adalah pendampingan pemasaran online hasil pengolahan kopi. Dalam kegiatan ini dijelaskan tentang tahap-tahap dalam melakukan pemasaran yaitu (1) perencanaan (Product Knowledge, Analisis Digital, Memilih Media Online yang Tepat, dan Merencanakan Interface yang Disukai Pengguna/ Desain yang Menarik); (2) Pembuatan (Membuat Website atau Install Aplikasi Media Sosial sesuai dengan Perencanaan); (3) Pemasaran Online. Berikut dokumentasi kegiatan pelatihan pemasaran online.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Pemasaran Online

3) Praktik Pemasaran Online

Langkah ketiga kegiatan Pengabdian di Desa lerep Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang adalah praktik melakukan pemasaran online hasil olahan kopi yang dilakukan oleh salah satu peserta yang bernama SY. Penulis tertarik mengambil sampel SY karena beliau saat ini berusia 53 tahun, SY sangat antusias dalam mengikuti kegiatan pengabdian ini, SY memiliki semangat yang besar dengan harapan dapat memasarkan produk hasil home industri yang sudah dikelola selama 5 tahun secara lebih luas. Berikut adalah gambar produk hasil pengolahan kopi SY yang terdiri dari kopi murni robusta, kopi murni exelsa, dan kopi wine.



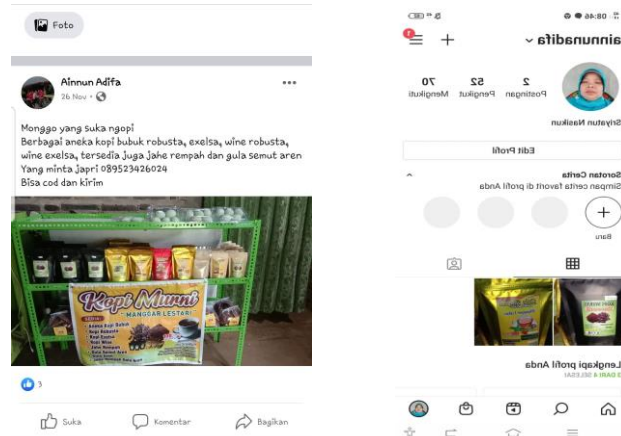
Gambar 3. produk hasil pengolahan kopi SY

Ibu SY sangat berperan aktif dalam mengikuti kegiatan-kegiatan pelatihan, pameran produksi hasil UMKM, dan perlombaan hasil olahan kopi. Namun hasil olahan kopi tersebut selama ini hanya dipasarkan ketika mendapat undangan pameran di wilayah tertentu dan juga di pasar kuliner ndeso desa wisata lerep. Pasar tersebut hanya dibuka setiap hari minggu. Berikut dokumentasinya.



Gambar 4. Pemasaran produk oleh ibu SY

SY mengakui bahwa beliau sangat gaptak dengan tekhnologi, pemasaran produk hasil olahan kopi selain dilakukan dalam kegiatan pameran dan pasar kuliner ndeso desa wisata lerep juga sudah dilakukan pemasaran secara online, namun hanya sebatas iklan online melalui status WhatsApp Web. Dalam kegiatan pengabdian ini SY praktik melakukan pemasaran online melalui iklan Facebook dan Instagram. Berikut dokumentasinya.



Gambar 5. Pemasaran online melalui iklan Facebook dan Instagram

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian di Desa Wisata Lerep Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang ini dilakukan melalui beberapa langkah yaitu (1) penguatan program melalui pemberian sosialisasi dengan tujuan supaya kelompok tani “Pemuda Ingin Maju” memiliki pola pikir yang baru, sesuai dengan kondisi yang dibutuhkan masyarakat pada masa pandemi dan pasca pandemi.; (2) Pelatihan pemasaran online hasil olahan kopi bagi kelompok tani “Pemuda Ingin Maju”; dan (3) Praktik pemasaran online hasil olahan kopi bagi kelompok tani “Pemuda Ingin Maju”. Hasil kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan pemasaran online bagi peserta yang sudah memiliki aneka ragam produk usaha hasil pengolahan kopi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PKM mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Islam Sultan Agung yang sudah memberikan hibah internal PKM PPDM; dan Kelompok Tani “Pemuda Ingin Maju” Desa Wisata Lerep Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang.

DAFTAR RUJUKAN

- Assauri, Sofjan. (2011). *Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep dan Strategi*. Penerbit Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Fajarwati, S. (2021). *Internet Marketing Produk Crochet Sebagai Peluang Usaha Rumahan Bagi Ibu-Ibu Dawis*. J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), 5(2), 63-68.
- Kolter dan Gary, A. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran, jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga.
- Mahmudati, R., & Indrawati, R. T. (2019). *Strategi Peningkatan Pemasaran Produk Kopi Dusun Bogoran Kecamatan Sapuran*. Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ, 6(3), 172-175.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.