

Memanfaatkan E-Commerce Dalam Meningkatkan Pemasaran Kopi Desa Belitar Seberang kecamatan Sindang Kelingi Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu

Yudi Irawan Abi ¹⁾; Yesi Indian Ariska ²⁾; Nia Indriasari ³⁾ ;
Iswidana Utama Putra ⁴⁾; Hasan Abdulah ⁵⁾
Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹ yudiirawanabi@unived.ac.id; ² yesiindian@yahoo.com; ³ indriasari_nia@yahoo.com; ⁴ iswie85@gmail.com;
⁵ hasanabdulah@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [03 April 2023]
Revised [24 Juni 2023]
Accepted [28 Juni 2023]

KEYWORDS

*E-Commerce, Improving
Coffee Marketing*

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



ABSTRAK

Perkembangan teknologi ,perangkat komunikasi yang membuat setiap orang yang memiliki smartphone terhubung dengan media internet membuat semakin mudah calon pembeli untuk mencari barang yang diinginkan melalui perangkat komunikasi mereka. Sehingga bisnis online ini merupakan sebuah peluang yang sangat menjanjikan untuk dikembangkan. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menerapkan e-commerce terhadap penjualan produk kopi tersebut. Pada penerapan e-commerce terhadap produk kopi ini maka perlu diberikan wawasan pada pelaku usaha untuk mempertahankan kualitas produk karena berhubungan terhadap kepercayaan pembeli, memberikan informasi lengkap dan cepat, keterbukaan terhadap informasi dari pelanggan dan adanya kupon dan diskon bagi pelanggan tetapnya. Transparansi informasi pengiriman produk, trace keberadaan barang yang dikirimkan dan kerjasama yang baik antara penjual dan pembeli harus terjaga dengan baik. Kewaspadaan terhadap penipuan secara online juga merupakan informasi yang perlu diberikan pada pelaku usaha pada pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini. Sehingga diakhir pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini memahami peluang usaha secara online, dapat bersaing dengan sehat, mendapat kepercayaan dari pelanggannya. E-Commerce untuk Optimalisasi Pemasaran Produk di Era Digital. Proses pemasaran produk berjalan cukup baik yang ditunjukkan dengan adanya penambahan jumlah pengunjung pada akun media sosial setelah 2 bulan Pemasaran terus dilakukan dengan memanfaatkan media-media sosial lainnya.

Kata kunci: kopi, pemasaran, e-commerce

ABSTRACT

The development of technology, communication devices that make everyone who has a smartphone connected to the internet makes it easier for prospective buyers to find the desired item through their communication device. a very promising opportunity to be developed. The implementation of this community service aims to apply e-commerce to the sale of these coffee products. In the application of e-commerce to coffee products, it is necessary to provide insight to business actors to maintain product quality because it relates to buyer trust, providing complete and fast information, openness to information from customers and the existence of coupons and discounts for regular customers. Transparency of product delivery information, trace the existence of the goods sent and good cooperation between the seller and the buyer must be maintained properly. Vigilance against online fraud is also information that needs to be given to business actors in the implementation of this community service. So that at the end of the implementation of this community service, understands online business opportunities, can compete healthily, gain the trust of its customers. the creation of social media accounts and e-commerce interfaces. The product marketing process went quite well as indicated by the addition of the number of visitors on social media accounts after 2 months. Marketing continues to be carried out by utilizing other social media.

Keywords: coffee, marketing, e-commerce

PENDAHULUAN

Salah satu bisnis yang menjadi trend baru dimasyarakat sekarang ini adalah dalam bidang belanja online (online shopping) sehingga memunculkan bentuk model toko-toko virtual, salah satu bentuk usaha dari para pebisnis online adalah memberikan fasilitas dan pelayanan yang memuaskan terhadap pelanggan, untuk mewujudkan hal tersebut dibutuhkan kualitas pelayanan yang baik (Cristianto & Riki, 2018). Untuk itu pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dituntut menjadi bagian dari komonitas global dengan pemanfaatan teknologi informasi melalui e-commerce. E-commerce merupakan salah satu media digital yang dapat digunakan untuk memasarkan produk. E-commerce memiliki beberapa kelebihan antara lain dapat diakses 24 jam, menyediakan informasi profil usaha dan produknya, menampilkan informasi lokasi toko, dan menampilkan informasi kontak pemilik usaha.

Manfaat penggunaan e-commerce antara lain memperluas jangkauan pemasaran dan penetrasi pasar. Saat ini e-commerce telah banyak digunakan oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sebagai media promosi dan pemasaran produk-produknya. Adapun Target Dari Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat Ini Adalah Sebagai Berikut:

- Melakukan Transfer Teknologi Kepada Mitra Tentang Pemanfaatan Media Internet Sebagai Media Promosi Sekaligus Media Pemasaran Produk Mitra.
- Meningkatkan Pengetahuan Mitra Tentang Promosi Menggunakan Media Sosial.
- Meningkatkan Pengetahuan Mitra Tentang Promosi Dan Penjualan Produk Menggunakan Gerai Online.

Sedangkan Luaran Dari Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat Ini Adalah :

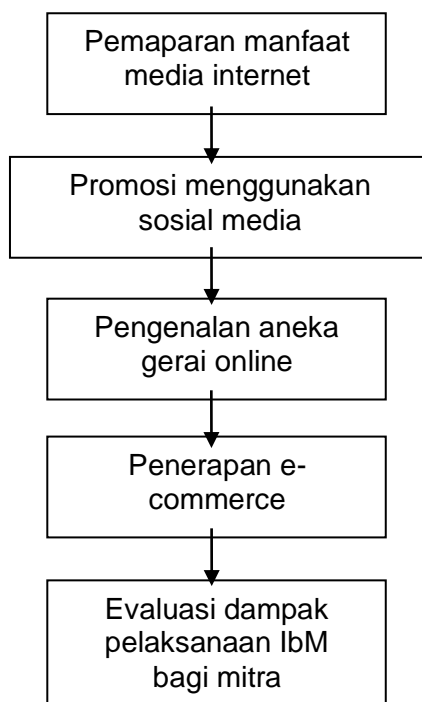
1. Pemanfaatan Aplikasi E-Commerce Dalam Melakukan Pemasaran Terhadap Produk Mitra.
2. Publikasi Tentang Dampak Yang Ditimbulkan Pada Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat Ini Terhadap Pendapatan Mitra.

Dari permasalahan tersebut perlu dilakukan penjualan produk menggunakan media internet (ecommerce), sehingga pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menerapkan ecommerce terhadap penjualan produk kopi tersebut. Pada penerapan e-commerce terhadap produk kopi ini maka perlu diberikan wawasan pada pelaku usaha untuk mempertahankan kualitas produk karena berhubungan terhadap kepercayaan pembeli, memberikan informasi lengkap dan cepat, keterbukaan terhadap informasi dari pelanggan dan adanya kupon dan diskon bagi pelanggan tentunya. Transparansi informasi pengiriman produk, trace keberadaan barang yang dikirimkan dan kerjasama yang baik antara penjual dan pembeli harus terjaga dengan baik. Kewaspadaan terhadap penipuan secara online juga merupakan informasi yang perlu diberikan pada pelaku usaha pada pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini. Sehingga diakhir pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat desa Belitar Seberang memahami peluang usaha secara online, dapat bersaing dengan sehat, mendapat kepercayaan dari pelanggannya. Pelatihan ecommerce juga telah dilaksanakan pada UKM Desa Belitar Seberang kecamatan Sindang Kelingi Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu. UKM menyatakan bahwa dengan adanya pelatihan tersebut menambah pengetahuan dalam hal pemasaran internet dan menambah motivasi untuk menjalankan usahanya secara professional. UKM dalam kegiatan ini merupakan UKM yang memiliki usaha mengelola produk Kopi. Biji kopi yang digunakan oleh mitra merupakan kopi Robusta.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada tanggal 1 Juni sampai dengan 7 Juni 2023. Lokasi dari kegiatan pengabdian di Desa Blitar Seberang, Kecamatan Sindang Kelingi, Kabupaten Rejang Lebong Kota Bengkulu.

Untuk mencapai tujuan yang diinginkan maka dalam pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode pelatihan dan pendampingan secara interaktif.



Gambar 1. Diagram alir pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat

Tahap kegiatan pengabdian dijelaskan sebagai berikut:

1. Pemaparan Manfaat Media Internet Pada bagian ini pelaksana pengabdian mengadakan pelatihan guna memberikan wawasan pemanfaatan media internet yang mendukung usaha mereka. Pemaparan dampak positif dan negatif terhadap keberadaan media internet dan peluang usaha yang dapat dikembangkan. Selain itu mengajarkan cara mengetahui kompetitor dari usaha sejenis yang dikembangkan secara online melalui mesin pencarian, misal melalui google.
2. Promosi Menggunakan Sosial Media Pada bagian ini dilakukan pelatihan untuk memanfaatkan sosial media untuk melakukan promosi produk. Banyaknya pertemanan di sosial media sangat mendukung penyebaran informasi produk. Hal ini merupakan upaya promosi yang baik yang dapat dilakukan mitra untuk memperkenalkan produknya ke masyarakat melalui dunia maya.
3. Pengenalan Aneka Gerai Online Pelatihan pengenalan gerai online bertujuan untuk memberikan informasi bahwa mitra juga dapat menjual produknya melalui gerai online yang ada di Indonesia. Pada pelatihan ini mitra diinformasikan cara untuk registrasi dan melakukan transaksi pada salah satu gerai online.
4. Penerapan E-commerce Pada bagian ini pelaksana pengabdian kepada masyarakat mengenalkan aplikasi pemasaran berbasis web yang dapat digunakan oleh mitra dalam melakukan penjualan produknya secara online.
5. Evaluasi Dampak Pelaksanaan IbM bagi Mitra Evaluasi dilakukan terhadap dampak pemanfaatan aplikasi pemasaran berbasis web terhadap peningkatan penjualan produk mitra. Dampak peningkatan penjualan terhadap pendapatan mitra dan peningkatan layanan oleh mitra terhadap pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Aktivitas

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Blitar Seberang memberikan serta meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang promosi dan penjualan produk kopi menggunakan media sosial gerai Online melalui e-commerce diikuti oleh 4 orang dosen Prodi Manajemen dan 1 orang mahasiswa dari S2 Prodi Manajemen. Kegiatan pengabdian melibatkan perangkat desa dan masyarakat Desa Blitar Seberang yang berjumlah 20 orang. Kegiatan dilakukan dalam waktu 7 hari dan dibagi dalam 3 tahap, dimana di setiap tahap ada beberapa aktivitas yang dilakukan antara lain :

Tahap pertama atau tahap persiapan dengan melakukan survey dan identifikasi masalah. Survey langsung ke Desa Blitar Seberang untuk melihat keadaan perkebunan kopi dan pengolahan kopi yang selama ini dilakukan masyarakat sekitar. Dari survey kemudian team melakukan dialog terhadap perangkat desa dan beberapa masyarakat untuk mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya terkait permasalahan apa yang dihadapi masyarakat mengenai pemasaran usaha kopi. Pada tahap persiapan juga dilakukan mempersiapkan materi dan alat peraga untuk digunakan dalam pelatihan.

Tahap kedua yaitu tahap pelaksanaan memberikan wawasan kepada masyarakat dengan materi mengenai manfaat e-commerce serta memberikan pelatihan . Dalam tahap pelaksanaan ini sangat lah penting karena merupakan implementasi dari tahapan sebelumnya di mana Tahap ini sangat penting karena akan berimplikasi terhadap tercapainya target, tujuan, dan out put dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Tahap terakhir adalah tahap evaluasi dan pelaporan. Evaluasi diperlukan untuk menilai kemampuan, berhasil atau tidaknya metode yang digunakan. Dengan adanya evaluasi kita menjadi tau apa yang perlu ditingkatkan, diperbaiki, dinilai cukup/kurang. tanpa adanya evaluasi kita tidak tau kemajuan/ kemunduran yang terjadi pada sebuah proses. Dalam hal ini team melakukan evaluasi apakah masyarakat Desa Blitar Seberang telah memahami daya saing usaha dengan mengedepankan keunggulan kompetitif kopi. Evaluasi juga dilakukan terhadap pelatihan yang telah diberikan. Tahap pelaporan hasil evaluasi, yaitu tahap terakhir setelah melakukan berbagai kegiatan evaluasi yang digunakan sebagai acuan untuk membuat kegiatan pengabdian di kemudian hari.

Penyelesaian Masalah

Terdapat beberapa metode yang dapat dilaksanakan dalam program Pengabdian kepada Masyarakat yang dapat dilakukan, yakni:

1. Sosialisasi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) diawali dengan sosialisasi atau penyampaian materi mengenai strategi pemasaran bisnis online. Sosialisasi tersebut dapat berupa penyampaian materi pendahuluan mengenai pengenalan strategi pemasaran bisnis online dalam kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh Mitra. Jika materi pemasaran bisnis online telah disampaikan.

2. Diskusi

Pada saat sosialisasi disampaikan materi, selanjutnya akan dilanjutkan dengan sesi diskusi yang berupa forum Tanya jawab antara pemateri dalam hal ini yakni Tim Pengabdian kepada Masyarakat yang terdiri dari beberapa Dosen Universitas Dehasen dengan peserta yakni pelaku Usaha//mitra usaha Kopi Desa Belitar Seberang. Diskusi ini diharapkan agar peserta sosialisasi lebih memahami materi yang telah disampaikan oleh tim PKM, melalui sesi diskusi, sosialisasi tidak hanya sebagai transfer pengetahuan (knowledge) saja akan tetapi dapat berbagi pengalaman ataupun permasalahan yang selama ini dihadapi oleh mitra atau pelaku usaha.

3. Pelatihan

Jika materi telah disampaikan dan pada sesi diskusi telah dijawab langsung oleh Tim PkM, maka kegiatan ini dilakukan dengan praktik pembuatan dan cara pengoperasian toko online/gerai online di marketplace yang nantinya akan mendorong kegiatan usahanya.

Peserta sangat antusias dalam mengikuti kegiatan sosialisasi dan pelatihan serta praktik pembuatan gerai/toko online dari awal sampai acara selesai karena sebelumnya usaha produksi kopi ini masih menggunakan media pemasaran secara konvensional, jangankan untuk mempunyai gerai online, untuk sekedar mempunyai akun facebook saja masih banyak yang belum mengetahui bagaimana cara mengoperasikannya.

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 pembuatan gerai online 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 pembuatan gerai online sebelumnya.

Luaran Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dicapai

Setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan, tingkat keberhasilan kegiatan ini dapat dilihat dari hasil Tanya jawab dan kemampuan peserta dan mitra dalam mengoperasikan gerai online.

Tabel 1. Indikator keberhasilan luaran kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Kegiatan	Indikator	Luaran	Persentase sebelum adanya PKM	Persentase Setelah dilakukan PKM	Ket
Sosialisasi Strategi Pemasaran gerai Online	❖ Pemahaman strategi pemasaran gerai online	❖ Dapat menambah pengetahuan mengenai sistem pemasaran online	40%	80%	Tercapai
	❖ Peserta dapat membedakan sistem pemasaran konvensional dengan pemasaran online	❖ Dapat menjelaskan perbedaan sistem pemasaran online dan sistem pemasaran konvensional	40%	80%	Tercapai
Pelatihan dan praktik pembuatan Akun media sosial untuk marketplace	❖ Pembuatan akun media sosial untuk bisnis di Marketplace	❖ Pelaku usaha mempunyai dan dapat mengoperasikan akun media sosial untuk bisnis di Marketplace	10%	70%	Tercapai

Dari Tabel diatas, dapat dilihat bahwa kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini telah mencapai luaran yang direncanakan dan diharapkan yakni pengetahuan dan pemahaman serta menambah keahlian dalam sistem perdagangan bisnis online khususnya dalam hal sistem pemasaran online melalui akun media sosial Marketplace, sehingga hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat

diterapkan dan dimanfaatkan oleh pelaku usaha/mitra dan peserta lainnya dalam rangka meningkatkan dan mengembangkan kegiatan usahanya.

Gambar 1. Foto Bersama Dengan Perangkat Desa Dan Masyarakat



Gambar 2. Melihat Kebun Kopi Yang Ada Di Desa Blitar Seberang



Gambar 3. Melihat Hasil Biji Kopi Robusa



KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat berjalan dengan baik. Proses transfer teknologi dengan masyarakat dapat dilakukan dengan suasa yang menyenangkan dan diskusi yang mampu memberikan wawasan terhadap pemecahan permasalahan. Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas program pengabdian ini menyimpulkan beberapa hal penting yakni: E-Commerce untuk Optimalisasi Pemasaran Produk di Era Digital Bagi Usaha Dagang Kopi Desa Belitar Seberang kecamatan Sindang Kelingi Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu , Alhamdulillah telah selesai dilakukan. Beberapa indikator capaian program pengabdian telah diperoleh, mulai dari pembuatan dan penggunaan kemasan produk, pembuatan akun media sosial dan interface e-commerce. Proses pemasaran produk berjalan cukup baik yang ditunjukkan dengan adanya penambahan jumlah pengunjung pada akun media sosial . Pemasaran terus dilakukan dengan memanfaatkan media-media sosial lainnya

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami kepada pihak yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, sehingga kegiatan ini berjalan dengan lancar, kepada:

1. Rektor Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu melalui Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bantuan dana.
2. Perangkat Desa dan masyarakat Desa Belitar Seberang
3. Dosen dan mahasiswa yang telah membantu kegiatan pengabdian masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

- A Adiya, R Agus Triono, J Kusanti. 2015. "Pembuatan Website E-Commerce Pada Toko Mainan dan Figure Hazashop Semarang". Jurnal EPUB (Electronic Publication), Semarang.
- A Soleh, A Arlina, S Suwarni, KC Susena, D Anggara - Jurnal Dehasen Untuk Negeri, 2022. Implementasi Digital Marketing Dalam Optimalisasi Potensi Industri Rumah Tangga Warga RT. 10 RW. 04 Kelurahan Padang Jati Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu. Jurnal Dehasen Untuk Negeri. 1(1), 89–94
- Cristianto & Riki. 2018, Rancang Bangun Sistem Informasi Penggajian Karyawan Pada Koperasi Karyawan Pt Giken Precision Indonesia , JURSIMA (Jurnal Sistem Informasi dan Manajemen): Vol 6 No 2 (2018): Jursima Vol. 6 No. 2, Desember 2018.
- Irmawati Dewi. 2011. "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis". Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis – ISSN: 2085-1375, Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Nasution, Prayogi, Mirsya, & Nasution, 2017. "Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan" Jurnal Riset Sains Manajemen Volume 1, Nomor 1, 2017.