

## PENERAPAN TEKNOLOGI PEMASARAN ONLINE PRODUK KOPI SEKAR MELATI TEMANGGUNG

**Mardinawati<sup>1)\*</sup>, Agus Suwondo<sup>1)</sup>, Prima Ayundyayasti<sup>1)</sup>, Sandi Supaya<sup>2)</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang  
Jln. Prof. Soedarto Semarang

<sup>2</sup>Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang  
Jln. Prof. Soedarto Semarang

\*Email: watimardina@yahoo.co.id

### **Abstract**

The partner of this Community Service Program is Sekar Melati coffee group in Gesing Village, Kandangan District, Temanggung Regency. The purpose of this program is to increase coffee sales through the application of online marketing technology, improve packaging quality and the addition of a grinding machine. Sekar Melati is a group of coffee producer of robusta coffee powder and the products come from group members' plantations. Gesing Village is the largest Robusta coffee producing area in Kandangan District. The coffee was marketed through acquaintances, in the shop where the production was made, as well as through exhibition. Marketing through exhibitions is very effective to introduce coffee products outside the region. The partner of this program does not have a grinder that can be used to grind coffee at the time of the exhibition. The packing process into aluminum foil packaging used an ironing tool. From these problems the solution is to design online marketing, procurement of grinding machine, as well as procurement of sealer tools for packing coffee products. The outputs targeted for this program are to increase the average coffee sales turnover of 10% per month, partners are able to prepare coffee powder using a grinder in serving consumers, as well as the increased quality of packaging. The method of approach used in this program is the practice of applying online marketing technology, business assistance and monitoring.

**Keywords:** *Coffee, powder, robusta, online marketing.*

### **Abstrak**

Mitra pada Program Pengabdian Masyarakat ini adalah Kelompok kopi Sekar Melati Desa Gesing Kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung. Tujuan dari program pengabdian adalah untuk meningkatkan penjualan kopi, melalui penerapan teknologi pemasaran online, peningkatan kualitas packing serta penambahan alat grinder. Kelompok kopi Sekar Melati adalah pengrajin kopi bubuk jenis robusta, kopi yang diproduksi berasal dari hasil perkebunan anggota kelompok. Desa Gesing merupakan daerah penghasil kopi Robusta terbesar di Kecamatan Kandangan. Kopi dipasarkan melalui kenalan, di toko tempat produksi, serta melalui pameran. Pemasaran melalui pameran sangat efektif untuk mengenalkan produk kopi keluar daerah. Mitra tidak memiliki alat grinder yang dapat digunakan untuk menggrinder kopi pada saat mengikuti pameran. Proses packing ke dalam kemasan aluminium foil, menggunakan alat bantu setrika. Dari permasalahan tersebut solusi adalah dibuat didesain pemasaran online, pengadaan alat grinder kop, serta pengadaan alat sealer untuk packing kopi. Target luaran dalam program ini adalah meningkatkan omzet penjualan kopi rata-rata sebesar 10% per bulan, Mitra mampu menyiapkan kopi bubuk menggunakan alat grinder dalam melayani konsumen, kualitas hasil packing meningkat. Metode pendekatan yang digunakan adalah adalah praktek penerapan teknologi pemasaran online, pendampingan usaha dan monitoring.

**Kata Kunci:** *Kopi, bubuk, robusta, pemasaran online.*

## PENDAHULUAN

Kabupaten Temanggung dikenal dengan hasil kopi robusta, terutama di Daerah Kecamatan Kandangan. Mitra dalam program pengabdian kepada masyarakat ini adalah **Kelompok Pengrajin Kopi “UPPKA Sekar Melati”** yang beralamat di Dusun Sodong, Desa Gesing, Kecamatan Kandangan, Temanggung. Sebelum dibentuk kelompok usaha, kopi yang dihasilkan oleh petani hanya dijual dalam bentuk kopi ose (kopi yang sudah bersih dari kulitnya) dengan harga rata-rata Rp.30.000 - Rp 40.000. Sejak dibentuk kelompok usaha, kopi ose diproses lebih lanjut menjadi kopi bubuk, kelompok usaha mempunyai harapan pendapatan masyarakat pengelola kopi dapat meningkat. Banyak upaya dari kelompok usaha ini untuk meningkatkan ketrampilan bagi anggota melalui berbagai pelatihan. Adapun kondisi umum mitra serta kunjungan tim terdapat pada gambar 1-2 di bawah ini.



Gambar 1. Kunjungan ke Kebon kopi



Gambar 2. Proses Packing dibantu Alat Setrika

Pemasaran kopi selama ini di kota Temanggung, Magelang, Yogyakarta, dengan cara dibawa oleh kenalan, dan melalui pameran. Model pemasaran lain dilakukan dengan cara

menjual langsung di toko milik Ketua Kelompok UPPKA Sekar Melati atau dikirim melalui order lewat WA. Pada tahun 2020 ini telah terjadi penurunan penjualan, dikarenakan berkurangnya pengunjung yang datang ke toko tersebut.

Penjualan dapat meningkat dengan melalui penjualan pada acara pameran,. Jenis kopi yang dijual berupa kopi bubuk yang sudah di packing, kopi roasting, kopi bubuk yang digrinder langsung di lokasi, serta kopi sedu langsung diminum. Kelompok UPPKA Sekar Melati dalam mengikuti acara pameran, harus meminjam alat grinder kecil, jika akan melayani sedu langsung diminum. Menurut Mitra, penjualan kopi dalam acara pameran paling banyak didatangi pengunjung jika dapat melayani minum langsung di tempat atau menggiling langsung di tempat lokasi pameran.

### **PERMASALAHAN MITRA**

Produk kopi dari Kelompok UPPKA Sekar Melati belum secara luas. Pemasaran masih sangat terbatas, hanya di kota Temanggung, Magelang dan Yogyakarta, yang pasarkan melalui kenalan dan teman serta pameran. Mitra belum memiliki alat grinder yang khusus digunakan untuk menggrinder kopi, untuk melayani konsumen yang ingin membeli kopi langsung disedu di tempat. Mitra belum memiliki peralatan sealer khusus aluminium foril, untuk packing kopi bubuk, sehingga masih menggunakan bantuan setrika sebagai alat perekat.

### **METODE PELAKSANAAN**

Berdasarkan permasalahan di atas, maka metode pendekatan yang digunakan adalah praktek, dan pendampingan usaha. Adanya pandemi covid 19, masih dirasakan oleh semua pebisnis, termasuk pada para UKM dan kelompok pengrajin kopi di Temanggung. Terutama pada pemasaran produk banyak mengalami penurunan, dikarenakan berkurangnya pengunjung yang mendatangi toko secara fisik. Solusi yang bisa dilakukan adalah dengan menambah sistem penjualan online yang dikenal dengan nama e-commerce. Pada kegiatan e-commerce para konsumen tidak perlu datang langsung ke toko untuk memilih barang yang ingin dibeli dan bagi perusahaan dapat melaksanakan kegiatan transaksi selama 24 jam (Maulana. 2015). Menurut Kasmi (2017) dalam hasil penelitiannya bahwa aplikasi E-Commerce memberikan dampak yang sangat baik terhadap penjualan produk. Menurut Susanto (2019) dalam hasil penelitiannya,

mengatakan untuk memperluas penjualan produk, dilakukan dengan mengikuti perkembangan teknologi informasi khususnya pada kegiatan pemasaran, yaitu melalui sebuah website toko online dimana pembeli bisa berasal dari banyak daerah.

Pada program pengabdian masyarakat ini, system pemasaran on line disusun menggunakan aplikasi tokotalk. Aplikasi tersebut merupakan program e-commerce yang digunakan untuk mengelola perbelanjaan online berbasis web. Pada kegiatan praktek, tim telah mengumpulkan dokumen profil dan data produk yang akan dimasukkan ke dalam sistem pemasaran online. Tim mendesain model pemasaran kopi secara online bersama-sama dengan peserta dari Kelompok UPPKA Sekar Melati. Target dari kegiatan ini, para peserta dapat mengupdate kontens yang berupa profil, foto produk serta informasi harga dan keterangan dari produk kopi. Praktek implementasi pemasaran online dilakukan oleh Kelompok UPPKA Sekar Melati, menggunakan panduan yang telah disiapkan oleh tim untuk pemasaran online.

Praktek selanjutnya adalah menggunakan alat grinder yang disiapkan oleh Tim. Grinder adalah alat yang digunakan untuk proses menghaluskan dari kopi roasting/kopi sangrai menjadi kopi bubuk. Grinder berukuran kecil untuk melengkapi peralatan pameran, guna melayani pelanggan yang ingin membeli kopi bubuk yang fresh, karena langsung di grinding di tempat atau melayani yang ingin disedu untuk minum di tempat. Peserta melakukan praktek packing, menggunakan alat sealer khusus untuk aluminium foil. Packing yaitu proses pembungkusan kopi bubuk ke dalam kantong aluminium foil sesuai ukuran. Untuk menghasilkan kemasan yang kuat dan aroma kopi tidak bocor, maka tim dari Politeknik Negeri Semarang telah menyiapkan sealer khusus perekat aluminium foil. Tim program pengabdian masyarakat akan mendampingi mitra selama program berlangsung. Pedampingan dilakukan pada proses mendesain sistem penjualan online, cara implementasi pemasaran online, proses penggunaan alat sealer dan grinder.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tim melakukan kunjungan ke mitra, dengan tujuan untuk melakukan koordinasi kegiatan yang sekaligus serah terima alat produksi kopi berupa grinder dan alat sealer yang khusus untuk perekat pembungkus dari bahan aluminium foil.

Grinder merupakan alat yang digunakan untuk menggiling kopi yang sudah di roasting menjadi kopi bubuk. Setiap kelompo pengrajin mengikuti acara pameran, alat grinder jenis portable ini sangat dibutuhkan oleh pengrajin kopi, karena kebanyakan konsumen

dan pengunjung, tertarik membeli kopi bubuk yang masih fresh dari hasil grinder, apalagi bagi konsumen yang menginginkan langsung siap disedu dan diminum di tempat. Cita rasa hasil kopi bubuk ini mempunyai aroma yang khas, karena masih fresh.

Peserta dapat mempraktekan alat grinder yang disiapkan oleh tim. Peserta terlebih dahulu menyiapkan kopi yang sudah diroasting. Alat grinder portabel sangat mudah untuk membuat kopi bubuk dengan variasi hasil sesuai dengan keinginan konsumen. Yaitu *fine* jika konsumen ingin hasilnya kopi bubuk lembut, *medium* untuk hasil kopi bubuk sedang, dan *coarst* untuk menghasilkan kopi bubuk yang jenis tidak lembut (kasar). Rata-rata para pengunjung pameran kopi, lebih tertarik memesan kopi dari hasil grinder ditempat. Sehingga alat grinder ini sangat dibutuhkan oleh pengrajin kopi, dan dapat meningkatkan penjualan hasil produk kopi.

Hasil grinding kopi menjadi kopi bubuk, digunakan sekaligus untuk praktek packing dengan alat sealer. Hasil packing menggunakan alat sealer, mempunyai kualitas yang bagus, tidak bocor, sehingga aroma kopi tidak keluar dari bungkus. Pemasaran produk kopi yang dilakukan oleh pengrajin selama ini menggunakan bantuan media WhatsApp, telpon, pameran serta di tokonya sendiri. Di masa pandemi ini, penjualan di toko mengalami penurunan, sehingga omset menurun. Melalui penambahan model pemasaran online menjadi solusi untuk dapat mempertahankan pemasaran produknya. Karena produk akan dikenal sampai luar daerah, konsumen dengan mudah tidak harus pergi ke toko untuk memperoleh barang tersebut. Pada program ini, peserta mendesain pemasaran online serta praktek implementasi pemasaran online yang didampingi oleh tim. Peserta pelatihan adalah yang akan menjadi admin dalam kelompok pengrajin. Kegiatan diawali dengan pelatihan internet dalam mendesain pemasaran online. Langkah awal pada pelatihan ini adalah

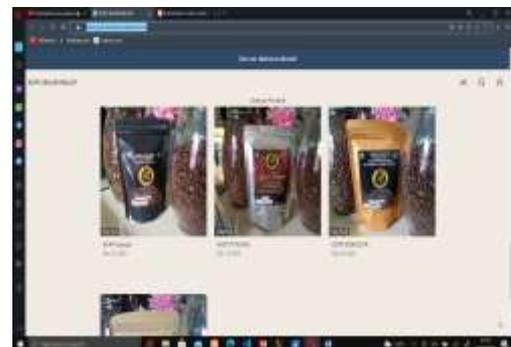
1. Mengumpulkan data data tentang produk seperti foto foto produk , kemasan , harga produk dan spesifikasi produk yang di jual
2. CMS atau Content Manajement System yang di pakai adalah Tokotalk.com , di karenakan CMS ini merupakan CMS yang banyak di pakai dan pengoperasian yang mudah serta tampilan yang user Friendly
3. Setelah CMS kiat pilih kemudian mendaftarkan menjadi administrator web nya dengan memasukkan data data toko online yang baru

4. Langkah selanjutnya adalah pelatihan menambahkan produk di toko kita meliputi memasukkan gambar produk spesifikasi produk, Harga Produk, Harga Pokok, Diskon, stok produk, ketersediaan produkn jumlah minimal pembelian , katagori produk waktu tayang dan waktu berakhir tayang produk
5. Mendesain tampilan depan toko online dengan gambar-gambar dan tulisan yang menarik
6. Setelah jadi toko kopi dapat di umumkan atau di lanuching bisa lewat media sosial yang terhubung dengan toko online kopi

Toko Online Kopi sekarwangi dengan alamat <https://toko.ly/kopisekarmelati1> mempunyai tampilan seperti gambar 3-12 di bawah ini. Adanya kemudahan dalam melakukan transaksi kopi, maka produk kopi dapat dikenal lebih luas sampai ke luar daerah. Selain itu produk kopi mendapatkan kepercayaan oleh masyarakat melalui penjualan online, sehingga dapat meningkat volume penjualannya. Seperti pada hasil penelitian bahwa variabel kepercayaan terbukti memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian dalam transaksi e-commerce (Raharjanti; 2020).



Gambar 3. Tampilan web pemasaran



Gambar 4. tampilan web pemasaran

Untuk melakukan transaksi pembelian dapat di lakukan dengan mengklik salah produk seperti gambar 5 di bawah ini



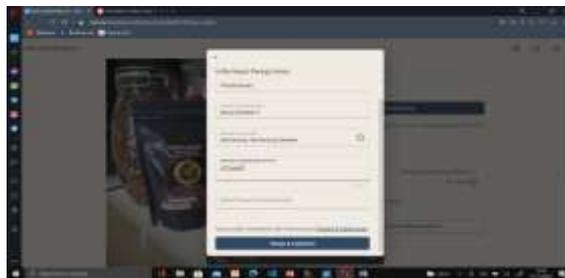
Gambar 5. Tampilan Web pemasaran online

Setelah itu klik beli sekarang akan tampil gambar 6 di bawah ini



Gambar 6. Tampilan Web Pemasaran Online

Klik order sekarang dan anda di minta untuk memasukkan nama dan alamat pengiriman seperti Gambar 7 di bawah ini



Gambar 7. Tampilan Web Pemasaran Online

Setelah itu klik Setuju dan lanjutkan dan akan diminta untuk memilih metode pengiriman



Gambar 8. Tampilan Web Pemasaran Online

Setelah di pilih metode pengiriman di lanjutkan dengan memilih metode pembayaran yang akan di beri 3 pilihan yaitu transfer , E-Payment dan Minimarket



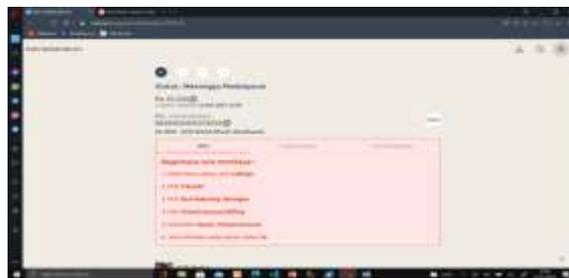
Gambar 9. Tampilan Web Pemasaran Online

Jika pilihan transfer bank



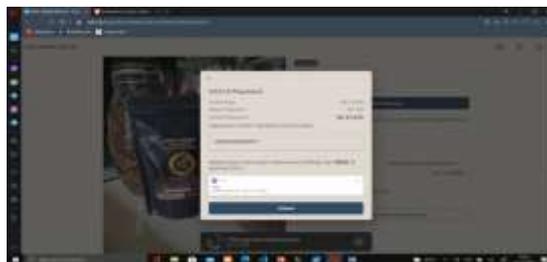
Gambar 10. Tampilan Web Pemasaran Online

Pilih bank yang digunakan untuk melakukan pembayaran setelah itu akan diberi Virtual Account untuk melakukan transaksi pembayaran dan akan diingatkan lewat SMS untuk segera melakukan pembayaran



Gambar 11. Tampilan Web Pemasaran Online

Jika pilihan E-Payment



Gambar 12. Tampilan Web Pemasaran Online



Gambar 13. Grinder dan Sealer Aluminium Foil



Gambar 14. Serah Terima Alat

## **SIMPULAN**

Kelompok Kopi Sekar Melati merasakan sangat terbantu dengan adanya program yang diselenggarakan oleh Tim dari Politeknik Negeri Semarang . Pelatihan dan implementasi pemasaran online yang telah dilakukan menjadikan kelompok ini mampu mengimplementasikan pemasaran online. Hasil web pemasaran online adalah <https://toko.ly/kopisekarmelati1/home>.

Kelompok kopi dapat menaikkan penjualan dengan bertambahnya model pemasaran online. Disamping melalui pemasaran online, kelompok pengrajin dapat meningkatkan penjualan melalui pameran dengan menambahkan alat grinder untuk melayani konsumen.

Melalui kegiatan ini, kelompok sudah bisa mempacking kopi bubuk dengan bantuan seler, sehingga hasil packing mempunyai kualitas yang lebih bagus. Melalui kegiatan ini omset penjualan meningkat 10%, melalui kegiatan pameran dan penjualan semakin luas

## **DAFTAR PUSTAKA**

Helianthusonfri, Jefferly. 2012. *Membangun Toko Online dengan Blogger*. PT. Gramedia. Jakarta.

Kasmi , Adi Nurdian Candra. 2017. Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*. Vol. 15. No. 2. Hal: 109-11.

Maulana Shabur Miftah , Heru Susilo, Riyadi. 2015. Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang). Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 29 No. 1.

Susanto, Wahyu Eko; Siti Makrifatul Arifah. 2019. Rancang Bangun E-Commerce Batik Tulis Berbasis Website Dengan Metode Rapid Application Development. *Jogyakarta: Bianglala Informatika*. Vol. 7 No. 1

Raharjanti Rani, 2020. Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Transaksi E-Commerce. *Manajerial*. Vol. 19. No. 1. Hal: 85 - 91.

<http://www.gramedia.com/membuat-sistem-informasi-penjualan-berbasis-web>