

Pendampingan Pemasaran Dan Pelatihan Pengelolaan Website Bagi Anggota Kub Di Temanggung

Cahyana Nursidiq*¹, Itsna Iftayani², dan Nora Ritati³

1. Universitas Muhammadiyah Purworejo, Jl. K.H Ahmad Dahlan No. 3 Purworejo 54119

2 Universitas Muhammadiyah Purworejo, Jl. K.H Ahmad Dahlan No. 3 Purworejo 54119

3 Universitas Muhammadiyah Purworejo, Jl. K.H Ahmad Dahlan No. 3 Purworejo 54119

Email: cahyana@umpwr.ac.id

Abstrak

KUB Tegal Makmur Abadi merupakan salah satu kelompok usaha di kabupaten Temanggung yang bergerak di bidang produksi Kopi Arabika. Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh KUB adalah sulitnya untuk memasarkan produk jumprit coffee padahal stok bahan melimpah. Sejauh ini KUB memasarkan kopi melalui konsinyasi dan melalui Facebook pribadi masing-masing anggota sehingga belum banyak mendapatkan pesanan. Tujuan kegiatan program kemitraan masyarakat ini adalah memberikan pendampingan pemasaran online dan pengelolaan website bagi anggota KUB tegal makmur abadi agar dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pemasaran jumprit coffee. Metode yang digunakan adalah (1) Pembelian domain website, (2) desain dan pengembangan website, (3) pembuatan akun media sosial dan market place, (4) sosialisasi, (5) pelatihan dan (6) pameran UMKM dan (7) pendampingan. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini adalah (1) Peningkatan keterampilan mengelola website dan media sosial, hal ini dilihat berdasarkan output tugas praktek mengelola website dan media sosial, 3 dari 10 peserta mampu mengelola website dan 7 dari peserta mampu mengoperasikan media sosial (2) Kemampuan membuat konten iklan yang menarik dan merencanakan strategi iklan, hal ini dapat dilihat berdasarkan tugas yang diberikan, 7 dari 10 peserta mampu untuk membuat iklan sederhana. (3) Pemasaran produk jumprit coffee yang tadinya masih diwilayah Kabupaten Temanggung sudah merambah luar pulau.

Kata Kunci: Pemasaran, website, kopi, Temanggung

Pendahuluan

Temanggung merupakan salah satu kabupaten penghasil kopi terbesar di Jawa Tengah. Pada tahun 2015 kabupaten Temanggung dapat menghasilkan 1.305,96 ton kopi Arabika dan 10.254,33 ton kopi robusta (BPS, 2015). Melimpahnya kopi di kabupaten Temanggung menjadikan banyak petani kemudian berinisiatif untuk mengembangkan usaha kopi tidak hanya sekedar menjual buah kopi. Banyak petani yang kemudian memproduksi buah kopi menjadi kopi bubuk, untuk mendukung hal tersebut sejak tahun 2011, produk kopi ditetapkan sebagai salah satu produk unggulan daerah kabupaten Temanggung (Bappeda,

2016).

Potensi kopi yang baik di kabupaten Temanggung juga ditunjukkan dengan mulai meluasnya pemasaran produk kopi di Temanggung, untuk kopi robusta bahkan sudah di ekspor hingga ke Australia (Harini, 2017). Hal ini menjadi sebuah daya tarik bagi petani kopi lain untuk tidak sekedar menjual biji kopi namun mengolahnya hingga menjadi kopi bubuk. Dukungan dari Pemerintah Kabupaten Temanggungpun sangat baik sehingga bupati Temanggung menginginkan kopi sebagai ikon sehingga kabupaten Temanggung tidak hanya terkenal dengan tembakau namun juga dapat lebih di kenal sebagai penghasil kopi (Red, 2018).

Salah satu Kelompok Usaha Bersama (KUB) di kabupaten Temanggung yang bergerak di bidang usaha kopi adalah KUB Tegal Makmur Abadi. KUB ini terletak di dusun Jumprit, desa Tegalrejo, kecamatan Ngadirejo. Tingginya hasil pertanian kopi di tahun 2016 mendorong anggota KUB untuk terus mengembangkan dan meningkatkan produktivitas kopi. Selain karena tingginya hasil pertanian kopi di wilayah Jumprit, petani kopi di daerah ini tertarik mengembangkan karena dukungan pemerintah sangat baik, bahkan beberapa KUB di Temanggung mendapatkan bantuan dari pemerintah (Humas Pemkab Temanggung, 2014). Kopi yang diproduksi oleh KUB ini merupakan kopi Arabika dimana kopi ini merupakan kopi unggulan. Kopi Arabica secara statistik produksinya jauh lebih sedikit dibanding kopi robusta karena kopi Arabika hanya dapat ditanam di dataran tinggi, semakin tinggi tempat menanamnya maka semakin baik pula hasil yang didapatkan. Areal perkebunan kopi jumprit sendiri terletak di dataran tinggi yaitu sekitar 1300 diatas permukaan laut (DPL). Nama *Jumprit Coffee* diambil dari nama dusun di desa Tegalrejo yaitu dusun Jumprit dimana disitu terdapat tempat Wisata Jumprit yang terdiri dari WAPIT (Wisata Alam Jumprit) dan Tempat Pengambilan Air Suci Agama Budha bernama Sendhang Jumprit.

Potensi produksi kopi KUB Tegal Makmur Abadi ini sangat menjanjikan karena bahan baku yang melimpah, namun berdasarkan FGD dengan mitra ada beberapa kendala yang dihadapi oleh mitra yaitu (1) Penjualan kopi yang dihasilkan oleh KUB melalui konsinyasi di sekitaran kecamatan ngadirejo masih kurang berhasil, hal ini ditunjukkan dengan lebih banyak kopi yang kembali ke KUB , (2) Pemasaran online yang sudah mulai digagas masih sebatas melalui FB pribadi masing-masing anggota KUB sehingga belum cukup optimal, (3) Anggota KUB belum cukup informasi tentang sistem penjualan secara online sehingga masih ragu untuk menjual online dan (4) Belum ada media untuk mengenalkan produk *jumprit coffee* ke masyarakat luas dan (5) lokasi KUB tegal makmur abadi di pegunungan yang jauh dari perkotaan sehingga sulit untuk menjangkau pemasaran lebih luas.

Berdasarkan kendala yang dihadapi mitra tersebut, maka perlu adanya program yang komprehensif untuk menyelesaikannya, yaitu melalui program kemitraan masyarakat. Program kemitraan masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan pemasaran online dan pengelolaan website bagi anggota KUB tegal makmur abadi agar dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pemasaran *jumprit coffee*. Pendampingan diberikan kepada mitra

agar mitra dapat secara bertahap menyelesaikan permasalahannya dan secara mandiri mengembangkan usaha tersebut.

Metode Pelaksanaan

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang ada pada KUB Tegal Makmur Abadi, maka metode pelaksanaan program yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut: (1) Membeli domain website dan mendesain sesuai kebutuhan KUB. Website digunakan sebagai media utama untuk mengenalkan *jumpit coffee* kepada masyarakat secara umum mengenai kegiatan, proses produksi dan juga dapat digunakan sebagai tempat berjualan online. (2) Membuat akun media sosial berupa instagram dan akun *marketplace* yaitu *shopee*. Kedua akun ini dipilih karena keduanya cukup diminati oleh konsumen. (3) Memberikan Pelatihan mengenai pentingnya pemasaran online di revolusi industri 4.0 (4) Memberikan Pelatihan pengelolaan *website*, instagram dan *shopee* (5) Memberikan Pelatihan bagaimana membuat konten iklan sosial media dan (6) Ikut serta dalam pameran UMKM dan (7) Pendampingan dan Pelatihan Lanjutan bagi tim pemasaran.

Pendampingan diberikan kepada KUB Tegal Makmur Abadi baik kepada pengurus inti dan kepada seluruh anggota KUB, sedangkan peserta pelatihan ini adalah seluruh anggota KUB Tegal Makmur Abadi yang berjumlah 10 orang. Seluruh anggota diikutsertakan dalam pelatihan ini dengan alasan agar dapat menyadari pentingnya pemasaran online dan dapat memiliki keterampilan pengelolaan website dan teknik iklan modern. Sebagai evaluasi efektivitas pelatihan, setelah proses pelatihan diberikan tugas untuk menyusun iklan sederhana dan praktek mengelola *website*, instagram dan *shopee*. Selain melihat efektivitas pelatihan, hal ini juga digunakan untuk menjaring tim pemasaran yang berkompeten.

Hasil dan Pembahasan

Program pendampingan berlangsung mulai bulan April hingga Juli 2019. Secara umum semua kegiatan yang sudah direncanakan telah terlaksana dengan baik. Kegiatan pendampingan dimulai dengan diskusi (FGD) dengan pengurus inti KUB terkait permasalahan pemasaran yang dialami oleh KUB. Pada diskusi ini menghasilkan analisis masalah-masalah pada KUB, formulasi solusi yang tepat untuk masing-masing masalah dan rencana pemasaran KUB ke depan. Setelah didapatkan hasil yang cukup memadai maka disusunlah rencana program pendampingan.

Langkah berikutnya adalah tim PKM memberikan bantuan untuk pembuatan website “*jumpit coffee*” dan pembuatan akun media sosial dan *marketplace*. Pembuatan website dengan nama *jumpitcoffee.com* bertujuan untuk memberikan informasi mengenai produk kopi, proses pembuatan dan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh KUB Tegal Makmur Abadi. Website ini juga menjadi tempat menjual produk yang cukup efektif sehingga diharapkan produk *jumpit coffee* lebih banyak dikenal masyarakat bahkan hingga ke luar pulau. Selain

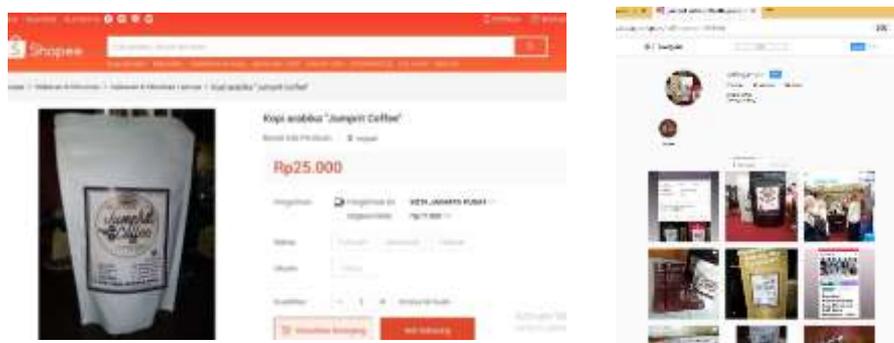
pembuatan desain website dan pembelian domain, tim PKM juga memproses langganan akun. Langganan website dibayarkan selama 3 tahun ke depan sehingga hal ini dapat membantu KUB mempromosikan produknya. Berikut desain halaman utama website *jumprit coffee* seperti terdapat dalam gambar 1.



Gambar 1. Akun Website Jumpritcoffee.com

Promosi produk yang direncanakan tidak hanya website saja akan tetapi juga melalui akun media sosial. Akun media sosial yang dibuat adalah akun instagram dimana instagram merupakan salah satu akun media sosial terbaik untuk berbisnis, instagram menjadi akun medsos yang efektif dalam promosi produk. Penggunaan Instagram terkenal cepat dan mudah untuk meraih para calon pembeli potensial dengan menggunakan smartphone yang dimilikinya. Pemasaran secara mobile tersebut sangat penting dan patut dipertimbangkan. Terlebih lagi, setiap bulannya Instagram memiliki 150 juta pengguna aktif (Deil, 2014). Akun instagram dibuat dengan nama *coffeejumprit* yang saat ini sudah memiliki 54 pengikut.

Selain instagram, juga dibuatkan akun *marketplace* yaitu *shopee*. Akun *Shopee* digunakan karena akun tersebut berhasil meningkatkan jumlah pengunjung secara signifikan sebesar 767 persen. *Shopee* merupakan sebuah aplikasi yang diklaim sebagai aplikasi *mobile marketplace* pertama dengan model *Consumer to Consumer (C2C)*. *Shopee* menghadirkan fitur 'Live Chat' yang menjadikannya berbeda dengan perusahaan *marketplace* lainnya (Cahya, 2018). Hal inilah yang mendorong tim PKM untuk menggunakan akun *shopee* tersebut, dengan harapan akan lebih banyak menarik minat pelanggan untuk membeli produk *jumprit coffee*.



Gambar 2. Akun Instagram dan Shopee

Setelah akun-akun tersebut dibuat, akun tersebut untuk sementara dikelola oleh tim PKM untuk selanjutnya diserahkan kepada KUB jika sudah diperbaiki dan diatur sedemikian rupa agar menarik. Akun tersebut akan diberikan kepada KUB setelah program PKM mencapai 70%.

Langkah berikutnya setelah membuat akun-akun pemasaran online, maka diberikan pelatihan mengenai pemasaran secara umum. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada anggota KUB bahwa pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah pengelolaan usaha. Kesuksesan usaha bergantung pada suksesnya pemasaran produknya sehingga anggota KUB harus memahami bagaimana pemasaran yang baik. Pada pelatihan ini pemateri menjelaskan mengenai pentingnya bidang pemasaran, prinsip dasar dalam pemasaran, kunci sukses pemasaran dan bagaimana pemasaran secara umum dapat dilakukan di era revolusi industri 4.0.



Gambar 3. Kartu Nama dan Leaflet

Pelatihan kedua yang diberikan adalah pelatihan pengelolaan website, instagram dan shopee. Pelatihan ini diberikan untuk meningkatkan kemampuan anggota KUB dalam memaksimalkan akun-akun media sosial yang sudah dibuat untuk menjadi tempat iklan dan tempat belanja untuk konsumen. Pemasaran *online* dirasa menjadi solusi yang tepat bagi *jumprit coffee* karena jika dilihat dari lokasi, *jumprit coffee* berproduksi di desa yang cukup jauh dari perkotaan sehingga konsumen yang disasar adalah konsumen yang berasal dari luar kota atau bahkan luar pulau. Untuk melihat efektivitas program, setelah diberikan materi maka diberikan tugas praktek kepada peserta pelatihan. Berdasarkan output tugas mengelola *website* dan media sosial, 3 dari 10 peserta mampu mengelola *website* dan 7 dari peserta mampu mengoperasikan media sosial. Sebagai dukungan terhadap pelatihan pengelolaan *website*, maka diberikan juga beberapa materi terkait pembuatan konten iklan melalui sosial media dan juga bagaimana strategi iklan secara *online*.

Sebagai upaya untuk mengenalkan produk *jumprit coffee*, tim pengusul berpartisipasi dalam pameran yang diadakan di pusat kota Purworejo. Pameran ini digunakan sebagai upaya untuk mengenalkan sekaligus menjual produk-produk dampingan LPPM Universitas

Muhammadiyah Purworejo. Pameran berlangsung selama 8 hari, dalam pameran disebarakan *leaflet* tentang *jumprit coffee* dan juga kartu nama ketua KUB. Hal ini diharapkan dapat memperluas informasi tentang *jumprit coffee* kepada masyarakat secara umum.

Kegiatan pameran cukup efektif digunakan untuk mengenalkan produk *jumprit coffee* kepada masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari hasil penjualan selama pameran ataupun pasca pameran melalui akun instagram dan wa meningkat.



Gambar 4. Kegiatan Pameran LPPM Universitas Muhammadiyah Purworejo

Selain dilaksanakan beberapa kegiatan seperti pembuatan akun website dan media sosial, kegiatan pelatihan-pelatihan dan juga pameran, juga dilakukan pendampingan pemasaran secara intensif kepada KUB. Selama program pengabdian, bagian pemasaran dibantu pengelolaannya oleh tim PKM. Pengurus dan anggota KUB juga didampingi dalam bentuk monitoring dan juga konsultasi secara intensif. Hasil yang diperoleh dari kegiatan pendampingan ini adalah semakin meluasnya pasar *jumprit coffee*. Hal ini bisa dilihat dari penjualan melalui instagram, shopee dan website semakin meningkat, konsumen berasal dari Purworejo, Wonosobo, Jogja, Banyuwangi dan juga Lampung. Selain itu dari aspek jumlah penjualan juga meningkat, penjualan selama bulan Juli meningkat hampir sebanyak 70%.

Kesimpulan

Pendampingan pemasaran dan pelatihan pengelolaan website bagi anggota KUB Tegal Makmur Abadi telah terlaksana. Kegiatan berlangsung dari bulan April hingga Juli 2019. Program meliputi tiga kegiatan utama yaitu (1) pembuatan akun-akun pemasaran online, (2) pelatihan-pelatihan pemasaran online dan (3) pendampingan pemasaran. Hasil dari program kemitraan ini adalah (1) adanya akun-akun website, instagram dan shopee yang dimanfaatkan oleh KUB Tegal Makmur Abadi sebagai wadah berjualan secara online, (2) adanya peningkatan keterampilan anggota KUB dalam membuat konten iklan media sosial dan juga kemampuan mengelola website, instagram dan shopee. (3) adanya peningkatan penjualan dan meluasnya pemasaran hingga ke luar pulau.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih ditujukan kepada kemenristekdikti sebagai pemberi dana program kemitraan masyarakat dan kepada seluruh jajaran perangkat desa Tegalrejo, kecamatan Ngadirejo, kabupaten Temanggung.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. 2015. *Jawa Tengah dalam Angka 2015*. Semarang: BPS Provinsi Jawa Tengah.
- Bappeda Kab. Temanggung. 2016. Klaster Naungan FEDEP.
<https://bappeda.temanggungkab.go.id/artikel/detail/klaster-naungan-fedep>.
- Cahya, Putriana. 2018. 10 E-Commerce Terbaik yang Menggeser Eksistensi Toko Offline.
<https://www.idntimes.com/business/economy/putriana-cahya/10-e-commerce-terbaik-yang-menggeser-eksistensi-toko-offline/full>. 13 Agustus 2019. (21.01).
- Deil, Siska Amelie. F. 2014. 5 Media Sosial Terbaik Buat Bisnis. 13 Agustus 2019. (21.20).
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/798442/5-media-sosial-terbaik-buat-berbisnis>.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2016. *Statistik Perkebunan Kopi 2015-2017*. Jakarta: Direktorat Jenderal Perkebunan RI
- Harini. 2017. Temanggung Jajaki Eskpor Kopi ke Australia.
<https://www.validnews.id/Temanggung-Jajaki-Ekspor-Kopi-Ke-Australia-V0000554>. 08 Juli 2019. (21.18).
- Humas Pemkab Temanggung. 2014. Sejumlah KUB Mendapat Bantuan Modal Usaha.
<http://laman.temanggungkab.go.id/berita/detail/201412/2652/sejumlah-kub-mendapat-bantuan-modal-usaha.html>. 18 Agustus 2018. (05:35).
- Red. 2018. Bupati Temanggung Ingin Kopi Jadi Ikon. *Temanggung Ekspres*, 15 Oktober 2018. Hal. 1