



Penyuluhan Pemasaran Digital *Online* bagi UMKM di Desa Pidung, Kerinci

Hamsiah ^{1*}, Mauledy Ahmad ², Irwan Permana ³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Jl. Jend. Sudirman No.89, Kota Sungai Penuh, Jambi 37111

Keywords:

Online Marketing,
UMKM,
Desa Pidung

Article history:

Received
20 February 2023
Revised
9 March 2023
Accepted
11 March 2023
Published
15 March 2023

Kata Kunci:

Marketing Online,
UMKM,
Desa Pidung

ABSTRACT

Desa Pidung is one of town that are located in one of districts which are called Kerinci, or can specifically mentioned as a district that are surrounded by lake. Geographically it is placed in between of Tanjung Batu town. The Desa Pidung people activity are majority involve in agriculture sector, also as a fisherman, businessman or government servants. One of their famous product from agriculture is coffee. Desa Pidung is famous with their coffee and they still traditionally market their product where direct selling to their end user. Unfortunately, they are facing some obstacles where the prices from the producer are still lower than average. The method that has been proposed to the Desa Pidungs' people are one of the best model for them to survive in the progressive world. It is also beneficial for them especially to the organizer. The method is including the introduction and exposure the people to the latest information technology. This would help them to get the benefit from the expansion of the technology and also would increase their production to the maximum level. There are 18 participants that are attended the session where it helps to attract the Desa Pidung's people attention to gain more knowledge on the digital marketing and implemented in their daily routine

ABSTRAK

Desa Pidung merupakan salah satu desa yang berada di Kabupaten Kerinci, tepatnya di kecamatan Keliling Danau. Letak geografisnya terletak di pinggir Danau Kerinci yang berbatasan dengan desa Tanjung Batu. Umumnya masyarakat Desa Pidung memiliki mata pencaharian dibidang pertanian nelayan, pedagang, maupun sebagai pegawai negeri sipil. Salah satu hasil pertanian yang menjadi ciri khas masyarakat Pidung yaitu kopi. Saat ini masyarakat Desa Pidung masih menggunakan cara tradisonal dalam memasarkan hasil dari pertanian kopi tersebut. Kendala yang sering dihadapi masyarakat adalah, harga yang diperoleh dari pengepul masih rendah. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan metode penyuluhan kepada masyarakat Desa Pidung, terutama pengelola BumDes. Kegiatan penyuluhan terdiri dari pengenalan kepada masyarakat terkait perkembangan teknologi informasi, bahwa dengan memanfaatkan perkembangan teknologi saat ini, maka pemasaran olahan kopi bisa ditingkatkan. Peserta yang hadir pada kegiatan pengabdian ini sebanyak 18 orang. Kegiatan pengabdian ini menarik perhatian Masyarakat Desa Pidung yang sebelumnya masih minim pengetahuan tentang digital marketing untuk meningkatkan pendapatan desa. Adapun metode yang kami gunakan dalam kegiatan ini berupa pemberian materi secara tatap muka dan dipadukan dengan program kegiatan kuliah kerja nyata mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci (STIE-SAK). Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini adalah masyarakat terlihat antusias dalam menjalani kegiatan pengabdian masyarakat ini dan terlihat masyarakat sangat aktif dalam bertanya serta berdiskusi dengan pemateri. Adapun kesimpulan kegiatan ini adalah edukasi dan penyuluhan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang penggunaan media sosial untuk meningkatkan penjualan.

*Corresponding author: hamsiah370@gmail.com

Peer review under responsibility of Lembaga Penelitian & Pengabdian Masyarakat Univ. Amikom Yogyakarta.
© 2023 Hosting by Universitas Amikom Yogyakarta. All rights reserved.

1. Pendahuluan

Desa Pidung adalah salah satu desa yang berada di Kabupaten Kerinci tepatnya di kecamatan Keliling Danau, Provinsi Jambi. Letaknya strategis karena berada di area objek wisata danau kerinci. Mata pencaharian masyarakat Pidung umumnya sebagai petani, nelayan, pedagang, dan juga sebagai aparatur sipil negara (ASN). Karena letaknya yang strategis, masyarakat yang keseharian matapencahariannya sebagai petani, kebanyakan mengelola lahan dengan menanam tanaman kopi. Di Desa pidung sendiri sudah dibentuk sebuah BumDes yang mengelola hasil dari desa Pidung itu sendiri. Hanya saja Bumdes yang dikelola masih minim pengetahuan sehingga perkembangannya sangat lambat. Hasil dari penggarapan lahan tanaman kopi masih mengalami kendala oleh masyarakat Desa Pidung, yaitu harga yang masih rendah, sehingga dirasa kurang sesuai oleh masyarakat. Murahnya harga kopi karena masyarakat langsung menjual hasil olahan kopi setelah dipanen lalu dikeringkan. Tanpa adanya proses sortir dan pengolahan lebih lanjut.

Kopi merupakan hasil perkebunan yang mengandalkan aspek kualitas citarasa tinggi ditentukan sejak tahap budidaya. Citarasa kopi sangat dipengaruhi oleh varietas, agroekologi, waktu panen, metode pemetikan, metode pengolahan dan metode penyimpanan (Sanaky & Nashori, 2018) Dewasa ini *trend* konsumsi kopi meningkat pesat dan akan terus meningkat, sesuai data yang dipaparkan oleh narasumber dari kementerian pertanian dalam webinar Bincang Kopi dalam Budaya Masa Lampau dan Masa kini, yang dilakukan pada 21 Oktober 2021 "bahwa pada tahun 2000, tingkat konsumsi kopi Indonesia sebesar 0,5 kg perkapita, sedangkan pada tahun 2019 konsumsi kopi meningkat sebesar 1,15 kg per kapita. Adapun laju pertumbuhan konsumsi kopi sebesar 1,7 % per tahun." Kopi merupakan komoditas perkebunan yang memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Indonesia kini merupakan salah satu negara produsen kopi terbesar dunia setelah Brazil dan Vietnam dengan sumbangan devisa yang cukup besar. Menurut data International Coffee Organization (ICO), pada 2015 Indonesia memperoleh devisa sebesar US\$1.20 miliar. Devisa sebesar itu diperoleh dari ekspor biji kopi robusta dan arabika sebanyak 446.279 ton meningkat dari tahun sebelumnya yang hanya mencapai 368.817 ton. Volume ekspor kopi Indonesia rata-rata berkisar 430.000 ton/ tahun meliputi kopi robusta 85% dan arabika 15% (Indonesia Investment, 2015). (Zakaria et al., 2017)

Melihat dari kondisi di atas, pemberdayaan sudah semestinya dimulai dari lini yang paling dasar, yaitu para petani yang menjadi dasar dalam pengembangan hasil kopi. Ini adalah cara yang efektif agar peluang usaha tersebut semakin jelas dan mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat. Kendala yang dihadapi adalah rendah dan minimnya pengetahuan masyarakat terhadap melek teknologi dan bagaimana memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran hasil olahan kopi. Masalah lain yang juga dihadapi masyarakat adalah belum menerapkan metode packaging untuk branding olahan kopi yang sudah dihasilkan, sehingga nilai jual masih sangat rendah ditingkat pengepul. Penyuluhan merupakan cara pendekatan yang

paling efektif untuk meningkatkan pengetahuan peternak terutama untuk penyebarluasan suatu inovasi-inovasi baru dan sederhana yang berguna untuk pengembangan usaha. (Kadran Fajrona, Mirnawati, 2022). Maka untuk itu perlu dilakukan inovasi-inovasi baru untuk membantu masalah yang dihadapi masyarakat, diantaranya yaitu dilakukan penyuluhan oleh pengabdian Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) sakti Alam Kerinci agar masyarakat desa Pidung memiliki sistem pemasaran yang baik. Pemasaran produk kopi tidak hanya menjangkau wilayah lokal sekitar kecamatan. Sehingga perlunya pembekalan dan pendampingan pemasaran yang lebih luas dengan memanfaatkan teknologi dan sosial media.

Pemanfaatan teknologi informasi tidak hanya terfokus pada bidang administrasi yang ada di sebuah instansi, perusahaan, maupun organisasi. Namun pemanfaatan teknologi informasi sudah merambah kebidang digital marketing bagi para pelaku usaha. Hal ini disebabkan karena pemanfaatan teknologi informasi sebagai alat digital marketing memudahkan masyarakat dalam melakukan penyebaran promosi yang jangkauannya lebih luas dan memudahkan bagi para pelaku usaha dalam melakukan transaksi penjualan produk. Digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis website. Sebagai contoh adalah blog, website, adwords, dan berbagai macam jaringan sosial media. (Hidayati et al., 2020).

Media sosial adalah segala bentuk media komunikasi interaktif yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah dan umpan balik [5]. Sedangkan pengertian lain media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan dan vice versa [6]. Media sosial inilah yang dapat membantu bagi para pelaku usaha dalam melakukan promosi dan penjualan produk.

Terdapat tantangan baru yang dihadapi dalam dunia usaha karena terkait dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Pola pemasaran dalam bisnis telah berubah dengan cepat. Keberadaan internet saat ini mengarah kegiatan komersial dimana pelanggan dapat melakukan transaksi melalui berbagai aplikasi. Internet telah mengubah cara organisasi menyusun diri, dan mengubah hubungan pelanggan dengan perusahaan. Penggunaan internet ini memungkinkan informasi mengalir bebas antara pembeli dan penjual, menghilangkan biaya dari proses bisnis dan meningkatkan pilihan pelanggan. (Susanti, 2020)

2. Metode

Dalam proses ini, tim pengabdian berperan sebagai fasilitator yang mendampingi proses pemberdayaan masyarakat, yang pada prinsipnya masyarakatlah yang menjadi pelaku dan penentu berjalannya BumDes tersebut, baik dalam melakukan pengolahan produk, mengumpulkan kopi serta memanfaatkan kopi dan menjadikan berbagai macam produk. Tim pengabdian berperan sebagai fasilitator yang memberikan edukasi mengenai inovasi produk serta

bagaimana masyarakat bisa mengolah kopi menjadi berbagai macam produk serta bagaimana mengelola pemasaran dengan menggunakan *digital marketing*.

Permasalahan yang dihadapi masyarakat desa Pidung adalah rendahnya pengetahuan dalam pengelolaan BumDes dan pengolahan produk kopi, serta kurangnya pengetahuan dalam pemanfaatan media sebagai sarana pemasaran dalam meningkatkan penjualan. Dengan permasalahan tersebut di atas kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang akan dilaksanakan adalah berupa sosialisasi dan pelatihan media promosi.

Beberapa metode yang digunakan dalam pengabdian ini:

1. Survei dan wawancara ini dilakukan untuk melihat seberapa jauh pengelolaan BumDes serta bagaimana masyarakat memasarkan produk BumDes tersebut.
2. Sosialisasi dan Penyuluhan. Program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi kepada pengelola BumDes di Desa Pidung. Sosialisasi tersebut berupa pemamparan materi kepada mitra terkait permasalahan yang dihadapi. Materi yang akan disampaikan diharapkan dapat memberikan peningkatan pengetahuan dan pemahaman untuk selanjutnya dapat diterapkan oleh mitra dalam kegiatan usaha. Program-program pelatihan dalam pengabdian masyarakat dikembangkan dengan metode yang lebih sederhana, yaitu dengan menyelenggarakan sarasehan dan diskusi santai/ informal sehingga masyarakat tidak terlalu berat dalam menerima materi-materi pelatihan.
3. Demonstrasi dan Praktik. Metode ini menunjukkan proses pemasaran yang dapat dilakukan oleh para pengelola BumDes untuk menunjang pemasaran produk di era teknologi, dimana terdapat berbagai pembatasan ruang gerak seperti dengan penggunaan teknologi digital sebagai media pemasaran yang mudah dan tidak berbayar, melalui telepon pintar yang digunakan. Dengan ini peserta juga diajak aktif melakukan secara langsung program dari konsep yang diajarkan tersebut. Selain metode di atas, mitra juga dapat melakukan konsultasi dengan tim pengabdian atau ahli-ahli tertentu dengan difasilitasi oleh tim pengabdian.

3. Hasil dan Pembahasan

Desa Pidung adalah salah satu desa yang berada di Kabupaten Kerinci tepatnya di kecamatan Keliling Danau, Provinsi Jambi. Letaknya strategis karena berada di area objek wisata danau kerinci. Mata pencaharian masyarakat Pidung umumnya sebagai petani, nelayan, pedagang, dan juga sebagai aparatur sipil negara (ASN). Karena letaknya yang strategis, masyarakat yang keseharian matapencahariannya sebagai petani, kebanyakan mengelola lahan dengan menanam tanaman kopi. Di Desa pidung sendiri sudah dibentuk sebuah BumDes yang mengelola hasil dari desa Pidung itu sendiri. Hanya saja Bumdes yang dikelola masih minin pengetahuan sehingga perkembangannya sangat lambat. Hasil dari penggarapan lahan tanaman kopi masih mengalami kendala oleh masyarakat Desa Pidung, yaitu harga yang masih rendah, sehingga dirasa kurang sesuai oleh masyarakat. Murahanya harga kopi karena masyarakat langsung menjual hasil olahan kopi setelah

dipanen lalu dikeringkan. Tanpa danya proses sortir dan pengolahan lebih lanjut

Tabel 1 Data Produk Olahan Kopi Desa Pidung

1	Biji kopi mentah	Rp. 35.000/kg
2	Kopi utuh kering	Rp. 8.000/kg

Dengan adanya pengabdian ini diharapkan masyarakat sadar akan pentingnya pengelolaan BumDes dengan baik serta bagaimana pemasaran yang tepat untuk produk sehingga BumDes ini mampu menjadi sumber pendapatan masyarakat. Berikut merupakan beberapa strategi yang digunakan untuk mengelola BumDes dan pemasaran yang tepat:

1. Survei dan wawancara
Kegiatan ini meliputi survey lapangan dan melakukan observasi terhadap pengelolaan BumDes desa Pidung. Observasi dilakukan yaitu melihat berapa banyak kopi yang dihasilkan oleh masyarakat, kemudian bagaimana kopi tersebut diolah, serta bagaimana proses pemasarannya, serta apa permasalahan yang dihadapi oleh pengelola Bumdes sehingga bisa dikaji dan menjadikan permasalahan itu sebagai peluang untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat atau pun untuk menarik konsumen dalam membeli produk olahan kopi yang dihasilkan oleh Bumdes Desa Pidung.
2. Peningkatan pengetahuan pengelola BumDes dan Pemasaran melalui Sosialisasi dan Penyuluhan
Untuk meningkatkan pengetahuan pengelola BumDes serta bagaimana pemasaran yang bagus, masyarakat dan pengelola Bumdes dilakukan sosialisasi dan edukasi strategi pemasaran digital *online* dalam memasarkan produk kopi yang dilakukan pada 1 Juni 2022 bertempat di Gedung Serbaguna Desa Pidung, dan dihadiri oleh 18 orang yang terdiri dari Pemerintah Desa Pidung, Pengelola BumDes, dan juga Masyarakat setempat. Acara dimulai pukul 14.00 WIB sampai selesai. Kegiatan penyuluhan ini memiliki tujuan sebagai langkah awal untuk mengelola BumDes serta pemasaran yang bagus pada produk kopi di desa Pidung. Di Desa Pidung ini masih minimnya kesadaran masyarakat dalam mengoptimalkan atau memanfaatkan sumber daya yang ada yaitu kopi, padahal apabila produk kopi bisa diinovasikan menjadi beberapa produk dan melakukan pemasaran yang optimal maka hal tersebut akan berdampak besar dan bisa membantu meningkatkan perekonomian Desa Pidung.

Langkah-langkah penyuluhan: (1) membuat undangan sosialisasi dan undangan tersebut di-*share* oleh mahasiswa KKN kepada sasaran; (2) membentuk susunan acara agar mengetahui tugas masing-masing; (3) membuat materi sosialisasi; (4) survei tempat yang akan digunakan dan meminta izin kepada perangkat desa; (5) mempersiapkan tempat acara, seperti *sound* dan sebagainya; (6) kegiatan sosialisasi; (7) setelah acara selesai tak lupa untuk membersihkan tempat acara.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Pidung dalam pengelolaan dan Pemasaran produk BumDes Kopi

untuk menjadi desa yang memiliki BumDes yang optimal pelaksanaannya baik itu pengolahan produk serta pemasaran yang baik telah dilakukan mulai dari kegiatan penyuluhan, *Focus Group Discussion* dan kegiatan pelatihan dan pendampingan. Program kegiatan dimulai dengan (1) pembukaan oleh MC yang dibantu oleh mahasiswa KKN STIE Sakti Alam Kerinci 2022, (2) sambutan dari kepala Desa Pidung, (3) sambutan dari ketua kegiatan pengabdian kepada masyarakat, (5) do'a, (6) pemaparan materi (7) pelaksanaan kegiatan *FGD* secara langsung.

Metode ceramah yang akan disampaikan oleh tim pengabdian secara bergantian, metode ini dipilih untuk menyampaikan konsep tentang pengelolaan dan pemasaran produk kopi. Penggunaan metode ceramah dikombinasikan dengan memanfaatkan laptop dan LCD untuk menayangkan materi *powerpoint* yang dilengkapi dengan gambar-gambar. Pemanfaatan laptop dan *LCD* untuk membantu peserta lebih mudah memahami mengenai program desa wisata. Setelah metode ceramah dilanjutkan dengan praktek langsung pelatihan mengenai Dengan dilakukannya praktek langsung ini masyarakat diharapkan dapat meningkat pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran produk kopi.

Capaian Hasil Kegiatan dan Pembahasan Setelah dilakukan observasi awal secara tatap muka terhadap masyarakat pengelola BumDes Desa Pidung ditemukan bahwa pemahaman masyarakat akan pengolahan produk, dan pemasaran produk menggunakan internet dalam rangka peningkatan daya jual serta pemanfaatan alat digital dalam kegiatan promosi masih sangat minim. Masih banyak masyarakat yang belum paham bagaimana cara mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan teknologi yang berkembang pesat saat ini.

Hal ini berdampak pada pendapatan yang stagnan karena hanya mengandalkan promosi dan penjualan secara konvensional. Pada tahap awal, mengidentifikasi permasalahan dan kendala peserta dalam penjualan produk, selanjutnya diberikan materi mengenai bagaimana cara memanfaatkan kulit manis menjadi aneka produ, serta penggunaan internet dalam rangka meningkatkan daya jual usaha mereka. Selanjutnya pada tahap kedua, peserta diberikan materi mengenai bagaimana memanfaatkan media pemasaran secara digital dalam rangka mempromosikan produk masyarakat pelaku pengelola BumDes yang tujuannya adalah untuk meningkatkan pangsa pasar dan menjangkau konsumennya secara lebih luas. Setelah serangkaian materi yang diberikan, selanjutnya dilakukan sesi tanya jawab terkait materi-materi tersebut. Pada tahap akhir dilakukan evaluasi untuk mengukur sejauh mana tingkat pemahaman masyarakat dengan materi yang diberikan dalam program kegiatan pengabdian masyarakat ini. Berdasarkan hasil evaluasi, diperoleh hasil bahwa peserta pengabdian telah memahami penjelasan materi yang disampaikan. Hal ini dapat dilihat dari antusiasme para peserta dalam mengajukan pertanyaan kepada pemateri terkait materi pelatihan yang disampaikan sebelumnya



Gambar 1 Foto Bersama Peserta Penyuluhan



Gambar 2 Perkenalan sebelum acara dimulai

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian Kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian ini membawa manfaat yang besar bagi pengelola BumDes di Desa Pidung, Kabupaten Kerinci, Jambi. Adanya kegiatan ini, masyarakat desa khususnya para pelaku usaha dapat menambah inovasi produk serta meningkatkan daya jualnya dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Masyarakat pelaku usaha menjadi paham dan tidak lagi buta soal penggunaan *gadget* dan media sosial dalam mengembangkan usahanya.

Acknowledgement

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Masyarakat Desa Pidung Kecamatan Keliling Danau Kabupaten Kerinci dan Mahasiswa KKN Posko 6 Pidung yang telah membantu kelancaran kegiatan pengabdian sehingga berjalan lancar.

Referensi

- Kadran Fajrona, Mirnawati, A. D. (2022). Penyuluhan Pemanfaatan Campuran Kulit Umbi Ubi Kayu dan Daun Ubi Kayu Fermentasi dalam Ransum Puyuh Petelur di KWT Melati Mini Limau Manis Kota Padang. *Warta Pengabdian Andalas*, 29(2), 74–80. <https://doi.org/https://doi.org/10.25077/jwa.29.2.74-80.2022>
- Sanaky, H. A., & Nashori, F. (2018). Peningkatan Dan Pengembangan Produk Olahan Kopi Di Desa Brunosari. *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 03(03), 2477–3824.
- Zakaria, A., Aditiawati, P., & Rosmiati, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha tani Kopi Arabika (Kasus pada Petani Kopi Di Desa Suntenjaya Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat, Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Sositologi*, 16(3), 325–339. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2017.16.3.7>
- Hidayati, N., Pungkasanti, P. T., Wakhidah, N., Informasi, J. T., & Semarang, U. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing UMKM di Kecamatan Tembalang*. 3(3), 119–124.
- Susanti, E. (2020). *Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Kecamatan Jatinangor*. 1.

