

PEMASARAN UMKM KOPI CAP AAA MELALUI E-COMMERCE DI DESA BATANGHARI OGAN

Dian Reftyawati¹, Puja Utami², Ica Karolin³

^{1,2,3)} Program Studi Pedndidikan Bahasa Inggris, Fakultas Trabiyah dan Keguruan,
Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

e-mail: dianreftyawati@radenintan.ac.id¹, pujau702@gmail.com², icakarolin22@gmail.com³

Abstrak

Kemajuan teknologi berkat internet telah membuka peluang bisnis baru. Pertumbuhan e-commerce adalah salah satunya. E-commerce adalah salah satu teknologi canggih yang paling mendorong kemajuan bisnis digital Indonesia saat ini yang dalam prakteknya dilakukan secara online melalui media elektronik. Permasalahan yang terjadi dalam upaya meningkatkan kemajuan UMKM Kopi Cap AAA adalah informasi mengenai jenis biji kopi yang sulit diketahui oleh customer, stok barang dan pencatatan alamat pengiriman masih dilakukan secara offline, sehingga pemesanan produk kopi belum ada kemajuan dalam kegiatan UMKM di era digital saat ini. Peneliti melakukan pendekatan masalah dengan metode wawancara, observasi, dan analisa sehingga, peneliti mengetahui data dan menganalisa proses bisnis produksi kopi yang menggunakan sistem offline tersebut. Tujuan dari penelitian yaitu untuk membantu pelaku usaha kegiatan UMKM Kopi dalam pemasaran produk meningkat dan pengelolaan barang lebih terstruktur. Dengan adanya E-commerce yang telah dibuat oleh peneliti pada produk kopi cap AAA dapat membantu memperluas informasi produk, adanya fitur packing slip dapat mengurangi kesalahan alamat pada pengiriman, laporan stock dapat mencegah data hilang, dan laporan orders membantu admin mengetahui pesanan.

Kata Kunci: E-Commerce, Kemajuan Ekonomi, UMKM Kopi.

Abstract

Technological advances thanks to the Internet have opened up new business opportunities. The growth of e-commerce is one of them. E-commerce is one of the most advanced technologies that drives today's Indonesian digital business progress, which in practice is done online through electronic media. The problem that has arisen in an effort to improve the progress of UMKM Coffee Cap AAA is that information about the type of coffee seeds that are difficult to know by customers, stock of goods, and the recording of shipping addresses are still done offline, so the ordering of coffee products has not made any progress in UMKM activity in the digital era today. The researchers approached the problem with the methods of interviews, observations, and analyses so that they could know the data and analyze the business process of coffee production using the offline system. The purpose of the research is to help the entrepreneurs of the activities of UMKM Coffee in the marketing of increased products and a more structured management of goods. With e-commerce that has been created by researchers on coffee products, AAA print can help expand product information; the presence of packing slip features can reduce address errors on shipping; stock reports can prevent data loss; and order reports help admin know orders.

Keywords: E-Commerce, Economic Progress, Small And Medium Enterprise Coffe.

PENDAHULUAN

Seiring berjalananya perkembangan dunia bisnis di era ini E-commerce merupakan suatu kebutuhan untuk meningkatkan kemajuan perekonomian serta memenangkan persaingan bisnis dalam penjualan produk. Pada proses pemasaran suatu produk melalui E-commerce dalam kegiatan jual beli maupun pemasaran lebih efisien dimana para pelaku usaha melalui penggunaan E-commerce tersebut akan memberikan kemudahan dalam bertransaksi serta mempercepat dalam proses transaksi, sehingga penggunaan E-commerce dipandang lebih baik daripada harus menggunakan proses pemasaran yang secara offline/manual.

Peneliti mengadakan program kerja KKN terhadap pemasaran produk dalam meningkatkan kemajuan perekonomian melalui E-commerce yang beralamatkan di Dusun 4 tempat usaha milik bapak Emran selaku pemilik usaha kopi. Usaha yang ditekuni oleh pak Emran dimulai pada tahun 2020 pada saat pandemi. Bapak Emran mempunyai usaha kopi bubuk yang dirintisnya dari nol dengan alat yang sederhana untuk mengolah biji kopi menjadi bubuk kopi, kemudian produk-produk

kopi yang sudah dikemas akan dipasarkan dari warung ke warung lainnya sekitaran desa Batang Hari Ogan. Bapak Emran menggunakan biji kopi robusta dan jagung untuk pembuatan kopi bubuk. Kegiatan UMKM yang dilakukan oleh pak Emran selaku pemilik usaha kopi sebelum adanya penggunaan E-commerce masih menggunakan sistem offline, yakni pemasaran produk yang dilakukan secara offline dengan cara seller dan sudah dilakukan pengemasan.

Permasalahan yang dihadapi dalam proses pemasaran untuk meningkatkan kemajuan perekonomian dalam usaha kopi ialah kurang luasnya pemasaran produk kopi, produk kopi bubuk tersebut sulit diketahui oleh customer lainnya, stok barang yang dipasarkan juga terbilang terbatas (tidak bisa memproduksi kopi secara banyak) dan juga dalam penjualan produk kopi secara offline sulit bagi customer untuk mengetahui jenis biji kopi bubuk tersebut serta sering terjadi kesalahan data pada saat pencatatan pemesanan. Teknik pengumpulan data merupakan suatu hal yang penting dilakukan dalam penelitian. Data yang terkumpul akan digunakan sebagai bahan analisis pada program kerja KKN terhadap UMKM Kopi dan jagung.

METODE

Pengabdian ini menggunakan metode teknologi tepat guna, yang mana merupakan metode yang digunakan untuk kegiatan yang menawarkan ipteks baru yang lebih modern/unsur kebaruan daripada ipteks lama.

Penulis melakukan pengabdian dengan cara survey beberapa UMKM (Usaha Menengah, Kecil dan Mikro) di Desa Batang Hari Ogan, Kecamatan Tegineneng untuk menentukan UMKM yang cocok menjadi objek program kerja kami “Penggunaan E-commerce” dan UMKM Kopi dan Jagung terpilih sebagai objek program kerja kami. Setelah itu, kami melakukan kunjungan ke rumah owner kopi cap AAA untuk menjelaskan mengenai program kerja kami yaitu “Penggunaan E-Commerce” & menawarkan kepada owner mengenai kesediaan owner kopi cap AAA untuk menjadi objek program kerja kami.

Untuk memperoleh informasi mengenai hasil dari penelitian ini diperlukan adanya sumber data yang merupakan subjek darimana berasal atau diperoleh. Sumber pengumpulan data yang digunakan dalam melakukan penelitian yaitu:

a. Wawancara

Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan data dan informasi mengenai proses kemajuan perekonomian dalam produksi kopi. Pada tahap ini, peneliti melakukan komunikasi dengan bapak Emran selaku pelaku usaha kopi dengan bertanya secara langsung, pada 19 Juli 2023 untuk mengetahui bagaimana proses pengolahan biji kopi menjadi bubuk kopi dan untuk mengetahui proses pemasaran penjualan produk kopi, mulai dari pemesanan data produk, laporan penjualan serta cara mempromosikan produk kopi tersebut.

b. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melihat langsung ketempat pengolahan biji kopi mulai dari sebelum digiling sampai menjadi bubuk kopi hingga pengemasan dan pemasaran produk kopi tersebut yang dilakukan masih secara offline.

c. Analisa Dokumentasi

Analisa dokumentasi dilakukan untuk menganalisa informasi yang sesuai dengan kebutuhan sistem yang dibuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilakukan oleh Mahasiswa KKN-DR Kelompok 102 yang bertujuan untuk meningkatkan kemajuan penjualan UMKM Kopi melalui sistem E-commerce di Desa Batang Hari Ogan, kecamatan Tegineneng, kabupaten Pesawaran. Sasaran pelaksanaan program ini ialah Bapak Emran selaku pelaku usaha kopi cap AAA.



Gambar 1. Biji kopi sebelum diolah dan Kopi yang telah diolah dan sudah dilakukan pengemasan

Kegiatan ini dilaksanakan pada 19 Juli 2023 di rumah bapak Emran selaku pelaku usaha. Secara Umum hasil kegiatan ini ialah membangun pola pikir masyarakat dalam melakukan pemasaran bisnis jangkauan luas melalui media elektronik di era digitalisasi saat ini dan membantu pelaku usaha dalam memajukan perkembangan bisnisnya dengan cara membuatkan akun media elektronik berupa Instagram, Facebook dan media Shoppe sebagai perantara meningkatkan kemajuan UMKM Kopi melalui perkembangan teknologi yang banyak digunakan saat ini.



Gambar 2 Proses pengovenan kopi dan jagung. Dan Proses pemisahan kopi layak pakai dan tidak layak pakai

Dan pelaku usaha, e-commerce tidak hanya membuka pasar baru bagi produk dan/atau jasa yang ditawarkan, tetapi juga mempermudah cara UMKM melakukan bisnis. E-commerce juga membuat operasional perusahaan menjadi lebih efisien. Pelaku usaha bisa memasarkan produknya dari rumah atau dari mana saja. E-commerce juga sangat efisien dari sudut waktu. Pencarian informasi produk dan transaksi dapat dilakukan lebih cepat dan akurat.

Pengetahuan masyarakat desa Batang Hari Ogan mengenai pemasaran yang dilakukan melalui proses digitalisasi juga masih kurang, oleh karena itu perlu adanya kegiatan program kerja KKN terhadap UMKM yang peneliti ajarkan kepada pelaku usaha terkait pentingnya penggunaan e-commerce di kalangan masyarakat dapat memudahkan pelaku usaha dalam untuk mempromosikan produk mereka dan menjualnya dengan skala lebih besar lagi, serta memudahkan dalam melakukan transaksi jarak jauh.

Kini masyarakat sudah mulai menyadari pentingnya penggunaan E-commerce pada saat melakukan bisnis untuk kemajuan perekonomian di era modern. Perdagangan melalui sistem elektronik dalam transaksi elektronik memberikan penjelasan mengenai adanya pengaturan dalam transaksi elektronik.

Setiap pelaku dagang dalam menjalankan usaha atau jasa terhadap transaksi elektronik wajib menyertakan informasi tentang barang atau jasa yang diperjual belikan secara jujur, terbuka serta akurat. Serta setiap pelaku usaha sangat dilarang keras dalam melakukan perdagangan, dimana jika barang ataupun jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan, karena hal tersebut sangat bertentangan dengan pengaturan hukum yang berlaku atas perdagangan.



Gambar 3 Foto bersama Bapak/ibu selaku pelaku usaha kopi Cap AAA.

Berdasarkan ketentuan pasal 65 Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mengatur dasar perdagangan secara elektronik, dalam melaksanakan transaksi elektronik berupa media online, syarat wajib yang harus diperhatikan adalah penjual barang atau jasa harus mencantumkan informasi yang secara jujur, asli serta akurat kepada konsumen.

Pengaturan Hukum Tentang E-Commerce Di Indonesia

Konsep dalam transaksi yang dilakukan melalui transaksi online (E-commerce) ini adalah transaksi yang jangkauannya luas seluruh dunia yang dapat dijangkau melalui adanya internet, dimana masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan melakukan transaksi luar atau dalam negeri. Hal tersebut mempermudah pembeli dalam melakukan proses perbelanjaan transaksi dengan penjual melalui media elektronik secara window shopping. Dengan adanya window shopping para konsumen dapat melakukan perbelanjaan online melalui laman web toko online tersebut, adapun fasilitas lain berupa keranjang online, dimana keranjang tersebut dikonsepkan sebagai keranjang asli dalam toko fisik, sehingga konsumen yang akan membeli barang akan ditaruh terlebih dahulu pada keranjang tersebut sebelum melakukan pembayaran tahap akhir.

Dalam melakukan pembayaran E-commerce tidak terlalu jauh beda dengan pembayaran yang dilakukan secara offline, namun yang menjadi sedikit perbedaan nya ialah konsumen dapat membayar barang dalam transaksi secara tunai dengan cara adanya perantara seperti pembayaran dapat dilakukan di supermarket yang menyediakan pembayaran secara E-commerce, atau pembayaran dapat dilakukan tunai dengan adanya perantara melalui kurir paket, sehingga konsumen dapat membayar secara tunai kepada kurir yang mengantarkan barang tersebut ke alamat tinggal dari konsumen, transaksi ini biasa dikenal dengan sistem COD, serta pembayaran melalui media elektronik dapat dengan mudah bertransaksi melalui debit card, atau smartcard lainnya.

Undang-undang No. 11 tahun 2008 yang telah diubah dalam undang-undang No.19 tahun 2016 tentang informasi dan transaksi elektronik (UU ITE) aturan ini merupakan aturan hukum mengenai internet pertama di Indonesia. Dalam aturan hukum yang ada seperti yang disebutkan perdagangan diatur didalamnya. Dalam hal ini E-commerce secara cukup jelas telah tertuang dama aturan tersebut mulai dari pengertian, pemahaman, dasar hukum, penyelenggara, hubungan hukum pelaku transaksi elektronik serta informasi akurat, dan perlindungan terhadap konsumen. Adanya hubungan pelaku transaksi dengan konsumen serta penyedia jasa dalam E-commerce yang dilakukan tetap adanya persyaratan yang diberlakukan berupa materi dan adanya pengesahan hukum yang terlibat di dalamnya. Walaupun dalam melakukan transaksi elektronik, konsumen dengan penyedia jasa tidak bertemu secara fisik atau tidak bertatap muka secara langsung, namun tetap secara hukum adanya perjanjian yang sah sangat diperlukan sebelum memulai suatu transaksi online tersebut, agar dapat terhindar dari sengketa antara konsumen dengan penjual di era saat ini.

Jika dalam kegiatan bisnis melalui sistem E-commerce terdapat hal yang tidak terpenuhinya syarat-syarat yang harus dilakukan dalam melakukan transaksi penggunaan E-commerce dimana pelaku usaha melanggar adanya keakuratan informasi yang dibagikan kepada konsumen maka, melanggar pasal 80 peraturan pemerintah republik Indonesia Nomor 80 tahun 2019 tentang perdagangan melalui sistem elektronik dimana pelaku terbukti melakukan pelanggaran dalam perdagangan tersebut dan akan dikenakan sanksi berupa pencabutan izin usaha, didaftarkan ke

Blacklist perdagangan, serta akan diawasi ketat usahanya dengan dimasukkan ke dalam daftar pengawasan perdagangan.

Dalam hukum terdapat suatu tindakan yang dilakukan untuk mencegah terjadinya pelanggaran hukum, yang disebut upaya-upaya hukum. Terdapat 2 upaya yang biasa dilakukan dalam melindungi adanya sengketa antara konsumen dan pelaku usaha dagang atau jasa, yaitu berupa hukum preventif dan upaya hukum represif. Dalam upaya preventif, dimaksudkan bahwa segala sesuatu yang diusahakan atau diupayakan dalam mencegah terjadinya suatu peristiwa atau pelanggaran hukum, sehingga pemerintah melaksanakan pemberdayaan konsumen dengan cara memberikan penyuluhan kepada pembeli agar selalu memperhatikan waspada jika melakukan belanja online, sehingga dapat menghindari terjadinya sengketa. Pembinaan konsumen terdapat dalam pasal 29 ayat 1 Undang-undang perlindungan konsumen. Adanya pembinaan konsumen dengan melihat kondisi saat ini sangat perlu dilakukan agar konsumen lebih paham akan informasi terkait transaksi online yang dilakukan serta mengerti jika konsumen juga memiliki hak dalam hal perlindungan konsumen. Selanjutnya, upaya hukum yang dilakukan yaitu represif merupakan upaya hukum yang dilakukan setelah terjadinya sengketa konsumen, menurut Undang-undang perlindungan konsumen salah satu hak konsumen adalah mendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa secara patut (Pasal 4 huruf e UUPK). Selain itu, salah satu kewajiban pelaku usaha ialah memberikan kompensasi, ganti rugi dan penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang atau jasa yang diperdagangkan (Pasal 7 huruf f UUPK). Dalam adanya transaksi elektronik penggunaan E-commerce menjadikan kegiatan ini ada beberapa resiko jika terjadinya pelanggaran, adapun sengketa akibat terjadinya pelanggaran yang tidak dapat dihindari dimasa yang akan datang ialah dapat menurunkan rasa kepercayaan konsumen terhadap pelaku usaha sehingga diperlukan penyelesaian sengketa secara cepat dan efisien.

Pemanfaatan E-commerce dapat dilakukan guna memperluas akses pasar, membuka lapangan pekerjaan serta memberikan dampak positif bagi sektor pendukung bisnis E-commerce lain yang pada akhirnya mampu dan dapat berkontribusi bagi percepatan pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

SIMPULAN

Masyarakat desa Batang Hari Ogan sangat terbuka dan mendukung penuh kegiatan yang dilakukan oleh Mahasiswa KKN-DR kelompok 102 terhadap program kerja yang dilakukan untuk memajukan perkembangan perekonomian secara teknologi melalui pemanfaatan E-commerce dalam keberlangsungan bisnis pelaku UMKM Kopi dan pelaku UMKM berpandangan bahwa pemanfaatan E-commerce di era digitalisasi sangat penting dalam melakukan perkembangan kegiatan UMKM yang dapat memperluas pemasaran produk kopi, memberikan efisiensi bisnis, biaya operasional yang terkendali serta tidak terbatasnya ruang dan waktu dan juga dapat meningkatkan pendapatan yang diperoleh dari hasil produk kopi tersebut sehingga, pemanfaatan E-commerce dapat menjadi suatu daya bersaing di era digitalisasi yang akan meningkatkan daya saing UMKM.

SARAN

Sesuai dengan harapan dari kelompok KKN-Reguler 102 Raden Intan Lampung dan DPL Dian Reftyawati, M. PD selaku dosen yang telah membimbing Mahasiswa KKN-Reguler selama melakukan kegiatan yang ada di Desa Batang Hari Ogan salah satunya kegiatan dari program kerja meningkatkan kemajuan penjualan UMKM Kopi melalui sistem E-commerce yang sudah terlaksana dengan baik dan sudah sesuai dengan sasarannya, Sebaiknya pihak masyarakat dan pelaku usaha dapat mengembangkan kemampuan bisnisnya dengan cara pemanfaatan E-commerce, karena pemanfaatan E-commerce di era digitalisasi saat ini sangat penting E-commerce di kalangan masyarakat yang dapat memudahkan pelaku usaha dalam untuk mempromosikan produk mereka dan menjualnya dengan skala lebih besar lagi, serta memudahkan dalam melakukan transaksi jarak jauh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih yang tak terhingga kami haturkan kepada bapak kepala desa Batanghari Ogan beserta jajarannya yang telah banyak memberi kesempatan dan bantuan kepada kami dalam melaksanakan kegiatan di desa Batanghari Ogan, dan tak lupa kepada segenap sivitas kampus Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah memsupport segala sesuatu yang

mendukung kegiatan kami di desa Batanghari Ogan, terutama pada Dosen bombing Lapangan KKN Ms Dian Reftyawati, M.Pd.

DAFTAR PUSTAKA

- LP2M. 2022. Petunjuk Teknis Kuliah Kerja Nyata Dari Rumah KKN-Reguler. Bandar Lampung UIN Raden Intan Lampung.
- Arditya, P, Ikhwanul, M, 2022, Pendampingan Pengembangan Digitalisasi UMKM Masyarakat Desa Wonoyoso Pekalongan Menghadapi Era New Normal, Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat, vol. 3, No. 1, hh 14-22.
- Hadion, dkk., Digitalisasi UMKM, Padang : CV Insan Cendekia Mandiri, 2020.
- Ika , P 2019, E-commerce untuk UMKM Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia, Pusdiklat Keuangan Umum, BPPK, dilihat 1 September 2023. <https://bppk.kemenkeu.go.id/pusdiklat-keuangan-umum/berita/e-commerce-untuk-umkm-dan-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-237095#:~:text=Pemanfaatan%20e%2Dcommerce%20dapat,pagi%20percepatan%20pertumbuhan%20ekonomi%20Indonesia>
- Setiawan, B, 2018, Edukasi E-Commerce Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) di Kota Palembang, Abdimas Mandiri, vol. 2, no. 2, hh 106-110.
- Slamet, R, 2016, Strategi Pengembangan UMKM Digital Dalam Menghadapi Era Pasar Bebas, Jurnal Manajemen Indonesia, vol. 16, No. 16, No. 2, hh 136-145