



TRANSFORMASI BISNIS BUBUK KOPI DESA DENGAN KEKUATAN DIGITAL BERSAMA UMKM DESA KOTA LEKAT MUDIK, KECAMATAN HULU PALIK, KABUPATEN BENGKULU UTARA

Iham Kurniawan Ardi ¹ Arjun Sihombing ², Fuji Anastasya ³, Deni Rahmat Setiawan ⁴, Vendrio Ziansyah ⁵

¹Fakultas Hukum, Universitas Bengkulu, Bengkulu, Indonesia

²Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Bengkulu, Bengkulu, Indonesia

³Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Bengkulu, Bengkulu, Indonesia

⁴Fakultas Pertanian, Universitas Bengkulu, Bengkulu, Indonesia

⁵Fakultas Teknik, Universitas Bengkulu, Bengkulu, Indonesia

SUBMISSION TRACK

Submitted : 2 September 2024
Accepted : 5 September 2024
Published : 12 September 2024

KEYWORDS

Business Transformation, UMKM, Coffee Powder Village

Transformasi bisnis, UMKM, Bubuk kopi Desa

CORRESPONDENCE

Phone:

Email:

Arjunsihombing8@gmail.com

ABSTRACT

The main work programme of the KKN group is "Transformation of village coffee powder business with digital power together with UMKM of the village of Lekat Mudik, Hulupalik district, North Bengkulu district". However, the UMKMs in this village are still facing obstacles in marketing their products widely. Therefore, this research aims to transform the village coffee powder business through digital power, by collaborating with UMKM Kota Lekat Mudik. The KKN 115 Group aims to help market coffee products through websites and social media, e-commerce platforms, digital marketing, online communities.

ABSTRAK

Program kerja unggulan kelompok KKN 115 kota Desa Lekat Mudik yaitu "Transformasi Bisnis Bubuk Kopi Desa dengan Kekuatan Digital bersama UMKM Desa Kota Lekat Mudik, Kecamatan Hulupalik, Kabupaten Bengkulu Utara". Desa Kota Lekat Mudik, Kecamatan Hulupalik, Kabupaten Bengkulu Utara, terkenal dengan potensi kopi robusta berkualitas tinggi. Namun, para UMKM di desa ini masih menghadapi kendala dalam memasarkan produk mereka secara luas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mentransformasi bisnis bubuk kopi desa melalui kekuatan digital, dengan berkolaborasi bersama UMKM Desa Kota Lekat Mudik. Kelompok KKN 115 bertujuan membantu memasarkan produk kopi melalui website dan media social, Platform e-commerce, Pemasaran digital, komunitas online.

2024 All rights reserved This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



I. PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) merupakan salah satu mata kuliah yang diprogramkan bagi mahasiswa Universitas Bengkulu yang bertujuan untuk melatih dan membekali mahasiswa dalam menerapkan ilmu yang didapatkan di kegiatan perkuliahan ke dalam kehidupan nyata di masyarakat. Selain itu mahasiswa diharapkan dapat membantu memecahkan berbagai persoalan yang terjadi di masyarakat. KKNT periode 102 Universitas Bengkulu mengangkat tema besar KKNT Periode 102 yaitu "Pemberdayaan dan penguatan UMKM berbasis masyarakat untuk mendukung sektor pariwisata sebagai strategi peningkatan kesejahteraan masyarakat desa di kabupaten Bengkulu Utara". Indonesia terkenal dengan kekayaan alamnya, termasuk potensi kopi robusta yang berkualitas tinggi. Salah satu daerah penghasil kopi robusta ternama di Indonesia adalah Kabupaten Bengkulu Utara. Tepatnya di Desa Kota Lekat Mudik, Kecamatan Hulupalik, merupakan salah satu desa di Kabupaten Bengkulu Utara yang memiliki potensi besar dalam produksi kopi robusta.

Para petani di Desa Kota Lekat Mudik telah lama mengolah kopi robusta secara turun-temurun. Namun, mereka masih menghadapi kendala dalam memasarkan produk



mereka secara luas. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti akses pasar yang terbatas, kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital, dan modal yang terbatas. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi yang tepat untuk membantu para UMKM di Desa Kota Lekat Mudik dalam memasarkan produk bubuk kopi desa mereka secara online. Salah satu solusinya adalah dengan menggunakan kekuatan digital.

II. MASALAH

Dari observasi yang telah dilaksanakan, ditemukan beberapa masalah yang terdapat di Desa Kota Lekat Mudik, Kecamatan Hulu Palik, Kabupaten Bengkulu Utara yang sesuai dengan tema KKNT periode 102 yaitu “Pemberdayaan dan penguatan UMKM berbasis masyarakat untuk mendukung sektor pariwisata sebagai strategi peningkatan kesejahteraan masyarakat desa di kabupaten Bengkulu Utara”. Permasalahan yang utama yaitu dalam pemasaran UMKM, beberapa di antaranya meliputi :

1. Kurangnya Pengetahuan tentang Pemasaran Digital (Banyak pelaku UMKM kopi yang belum memahami cara memanfaatkan media social, website, dan platform e-commerce untuk memasarkan produk mereka)
2. Kurangnya *Brand Awareness* (Banyak UMKM kopi yang belum dikenal luas oleh konsumen, sehingga sulit untuk bersaing dengan merek-merek besar yang sudah lebih dulu dikenal),
3. Terbatasnya Modal (Modal yang terbatas membuat UMKM sulit untuk melakukan promosi besar-besaran atau memperluas jaringan distribusi),
4. Persaingan yang Ketat (Banyaknya pesaing dalam industri kopi membuat UMKM harus bekerja ekstra untuk menonjolkan produk mereka di pasar),
5. Harga Bahan Baku yang Fluktuatif (Harga kopi sebagai bahan baku utama yang sering berubah-ubah dapat mempengaruhi biaya produksi dan harga jual produk).

Mengatasi masalah-masalah ini memerlukan strategi yang tepat, seperti pelatihan pemasaran digital, peningkatan kualitas produk, dan membangun jaringan bisnis yang kuat.

III. METODE

Penulisan artikel menggunakan metode kajian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Artikel ini ditulis berdasarkan kegiatan KKNT di Desa Kota Lekat Mudik, Kecamatan Hulu Palik, Kabupaten Bengkulu Utara. Kegiatan ini dilaksanakan selama empat puluh lima hari terhitung dari tanggal 01 Juli-16 Agustus 2024. Metode Pengabdian dan pemberdayaan diawali dengan melakukan analisis kebutuhan di Desa Kota Lekat Mudik, melakukan pendataan UMKM, hingga mencari informasi lebih detail kepada perangkat Desa. Metode pemasaran dilakukan dengan pendampingan mahasiswa kelompok KKNT Dengan melakukan workshop dan Pelatihan kepada pelaku UMKM terkait dengan pemasaran online. Adapun metode pelaksanaan yang dilakukan :

1. Kelompok Sasaran Kegiatan

Kegiatan program kerja yang dilaksanakan oleh tim penulis menyasar pada Pelaku UMKM Kopi di Desa Kota Lekat Mudik, Kecamatan Hulu Palik, Kabupaten Bengkulu Utara.

2. Proses Observasi

Observasi dilakukan sejak minggu pertama KKN. Observasi diadakan untuk mengetahui lebih lanjut tentang kebutuhan dan kesulitan yang dialami oleh Pelaku UMKM, Desa Kota Lekat Mudik, Kecamatan Hulupalik, Kabupaten Bengkulu Utara khususnya berhubungan dengan pemasaran Digital. Kebanyakan pelaku UMKM adalah orang Tua yang melek terhadap teknologi digital seperti media social, pemasaran digital (online) dan masih memasarkan barang secara tradisional (*Door to Door* , ke kedai kedai dan warung). Selain itu harga kopi yang mahal membuat pelanggan tidak mampu membeli. Melalui



program ini diharapkan bisa menjangkau pelanggan yang lebih bervariasi terutama dari segi Ekonomi sehingga UMKM terbantu.

3. Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan program kerja KKN Tematik dilaksanakan kurang lebih 7 minggu terhitung mulai dari tanggal 1 juli – 16 Agustus 2024, dapat dilihat dibawah ini :

1. Observasi mengenai permasalahan kurangnya Edukasi Pemasaran Produk kopi secara digital.
2. Koordinasi dengan Pemerintahan Desa dan Pelaku UMKM terkait dengan Pemasaran Produk Kopi secara digital melalui platform Media social, GO kabupaten, Go Nasional.
3. Kegiatan Transformasional pemasaran Bubuk Kopi Melalui UMKM di Desa Kota Lekat Mudik, Kecamatan Hulupalik, Kabupaten Bengkulu Utara :
 - a. Memulai sosialisasi dan workshop dengan Pelaku UMKM Kota Desa Lekat Mudik, Kecamatan Hulupalik , Kabupaten Bengkulu Utara.
 - b. Mahasiswa KKNT KEL 115 Melakukan pembuatan video sebagai sarana promosi.
 - c. Mahasiswa KKNT KEL 115 Membuat media social seperti tiktok, website, Instagram, facebook, dan shopeee.
 - d. Menentukan targetting dan jumlah target.
 - e. Evaluasi.

IV. Evaluasi Kegiatan

Setelah kegiatan dilakukan, perlu di kaji lagi program yang sudah dilaksanakan apakah penjualan berjalan dengan baik sesuai dengan target yang telah ditentukan. Hal ini penting untuk perbaikan.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Desa Lekat Mudik merupakan desa Penghasil bubuk Kopi berkualitas tinggi oleh UMKM Setempat. Namun dengan meningkatnya harga kopi sekarang ini membuat penjualan bubuk kopi semakin menurun dimasyarakat pada umumnya. Dengan keadaan tersebut Mahasiswa kelompok KKNT 115.

Memberikan Pendampingan kepada pelaku UMKM.

Perkembangan zaman yang semakin digital mendorong bisnis kopi untuk beradaptasi dengan memanfaatkan platform digital. Pemasaran kopi secara online tidak hanya sekedar trend, tetapi menjadi kebutuhan untuk menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan. Transformasi digital telah menjadi kunci keberhasilan banyak bisnis di era modern ini. Tak terkecuali bagi UMKM di desa-desa penghasil kopi, seperti Desa Kota Lekat Mudik. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM kopi desa dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan meningkatkan Pendapatan.

1. Sosialisasi Media Promosi Bubuk Kopi

Pendampingan dilakukan oleh mahasiswa KKNT Kel 115 dengan mengajak pemerintahan Desa dan pelaku UMKM bekerjasama untuk meningkatkan penjualan bubuk kopi secara digital. Mereka sangat antusias untuk mendukung program KKNT Kel 115 dimulai dari tahap produksi dan pemasaran.

Kegiatan awal yang dilakukan mahasiswa KKNT Kel 115 adalah dengan melakukan sosialisasi dan workshop di balai desa dengan pengenalan strategi pemasaran kopi secara digital melalui materi-materi yang lengkap seperti pengenalan produk dimedia social, seperti di Tiktok, Instagram, Facebook, google Ads.





2. Pembuatan Vidio Promosi



Kegiatan inti yang dilakukan mahasiswa KKNT Kel 115 adalah pembuatan video pengenalan produk kopi Tekat Kopi. Pengenalan produk kopi dilakukan di dekat sungai Napal Lebar, Desa Kota Lekat Mudik, Kecamatan Hulupalik, Kabupaten Bengkulu Utara. Perencanaan pembuatan video telah dirancang lebih awal dengan menggunakan konsep yang menarik dimana 2 orang gadis KKNT Kel 115 sebagai proses pembuatan kopi dan beberapa orang lainnya sebagai penikmat kopi disamping air sungai yang mengalir dan indahnnya suasana Persawahan.



3. Target

Kegiatan terakhir adalah merancang dan membuat media sosial dan website pemasaran produk seperti Tiktok, Instagram, shoope, Facebook, google Ads. Adapun target penjualannya adalah untuk kalangan kelas atas dan pengusaha :

no	Media	Target views
1	Tiktok	3000
2	Facebook	2000
3	Instagram	1500
4	Shoope	2000
5	Google Ads	6000

4. Media Sosial

Profil Media promosi yang telah dibuat untuk produk bubuk kopi adalah sebagai berikut :

<p style="text-align: center;">Instagram</p>	<p style="text-align: center;">Facebook</p>
<p style="text-align: center;">Tiktok</p>	<p style="text-align: center;">Youtube</p>



KESIMPULAN

Transformasi digital merupakan kunci bagi UMKM kopi desa untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. Dengan memanfaatkan teknologi, UMKM kopi desa dapat:

- **Meningkatkan visibilitas:** Melalui platform digital, produk kopi desa dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, baik lokal maupun internasional.
- **Membangun merek yang kuat:** Dengan storytelling yang menarik dan desain kemasan yang menarik, UMKM kopi desa dapat membangun citra merek yang unik dan berkesan.
- **Memudahkan transaksi:** Penggunaan platform pembayaran digital dan sistem logistik yang efisien dapat memperlancar proses jual beli.
- **Mendapatkan data pelanggan:** Melalui analisis data, UMKM kopi desa dapat memahami preferensi konsumen dan menyesuaikan strategi pemasaran.

Tantangan dan Solusinya

Meskipun demikian, transformasi digital juga menghadirkan tantangan seperti kurangnya akses teknologi, persaingan yang ketat, dan kendala dalam distribusi. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan dukungan dari pemerintah, lembaga terkait, dan kolaborasi antar UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>
- Achmad, Z. A., Safeyah, M., Masnuna, M., & Mas'udah, K. W. (2021a). LPPM UPNVJT, Skema Penugasan Pengembangan Techno-Eco Wisata Kawasan Wonosalam, Jombang. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=NLTOWC6aQfw&t=49s>
- Achmad, Z. A., Safeyah, M., Masnuna, M., & Mas'udah, K. W. (2021b). PESONA WISATA WONOSALAM, JOMBANG (LPPM UPNVJT). YouTube.
- Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. Anita, A., Tabrani, G., & Idwar, I. (2016). Pertumbuhan Bibit Kopi Arabika (*Coffea arabica* L.) di Medium Gambut pada Berbagai Tingkat Naungan dan Dosis Pupuk Nitrogen. *JOM Faperta*, 3(2), 1–9.
- Balai Pelatihan Pertanian. (2018). Budidaya Tanaman Kopi. Bapeltan Jawa Tengah. Bappeda Kabupaten Jombang. (2020). Laporan Akhir Kajian Penetapan dan Pengembangan Produk Unggulan Daerah Kabupaten Jombang. Bappeda Kabupaten Jombang.
- BPS RI. (2020). Statistik Kopi Indonesia 2020 (Direktorat Statistik Tanaman Pangan Hortikultura dan Perkebunan (ed)).