

## Pembinaan E-Marketing Dan Produksi Dalam Upaya Meningkatkan Daya Konsumen Pada UKM Kopi

### *E-Marketing And Production Development In An Effort To Increase Consumer Power In Coffee SMEs*

Banyuatis Kadek Floresya Putri Aryasari<sup>a</sup> , Kadek Megi Budiartini<sup>b\*</sup>

STIE Satya Dharma Singaraja<sup>a,b</sup>

[\\*floresiaputri@gmail.com](mailto:*floresiaputri@gmail.com)

Disubmit : 1 Oktober 2022, Diterima : 25 Oktober 2022, Dipublikasi : 2 November 2022

#### **Abstract**

*In Bali, especially in the City of Singaraja, it is one of the cities for SMEs with various fields, one of which was established, namely UKM Coffee. Of the various kinds of coffee SMEs that exist, one of the famous coffee SMEs is CV. PUSAKA BALI PERSADA or what is often known by the people of Singaraja City is "BANYUATIS COFFEE". One of the coffee businesses which is located in Pamaron Village, Buleleng District, Buleleng Regency, Bali. Banyuatis coffee belonging to Mr. Gede Pusaka Harsadena has been established since 1960 until this year is approximately 62 years old. The beginning of the establishment of Banyuatis Coffee was the desire of the first generation of Banyuatis Coffee business owners, namely Mr. Putu Dalang to start a business. The business owner chooses the coffee business because he thinks that coffee can get a high selling value, by processing coffee beans into coffee powder so that people can process coffee according to their wishes. During the COVID-19 pandemic, Banyuatis Coffee experienced a decline in production demand, causing income to also decline. Therefore, socialization of assistance related to marketing and also regarding production and operations was carried out, assistance in the form of socialization to owners on how to make product pamphlets to be more attractive and take advantage of existing social media and also provide guidance on how to innovate so that the products produced are more attractive. The Field Work Practice was held from August 1 to August 31, 2022 at UKM Kopi Banyuatis, the guidance provided was related to marketing and production and operations to support more efficient business activities. The results from the marketing aspect, the author provides guidance on the use of marketing using e-marketing on social media such as Facebook, Instagram, and YouTube and also conducts promotions through electronic media such as television and radio so that Banyuatis Coffee will be widely known. In production and operation, the author provides an understanding in the aspects of production and operation to the owners and employees of UKM Kopi Banyuatis that to produce an item it is not enough to rely on promotion alone, but the need for an innovation for the sake of running a business.*

**Keywords :** Banyuatis Coffee, UKM, Pamaron Village

#### **Abstrak**

Di Bali khususnya di Kota Singaraja merupakan salah satu kota pelaku UKM dengan berbagai bidang, salah satu UKM yang didirikan yaitu UKM Kopi. Dari berbagai macam UKM Kopi yang ada, salah satu UKM Kopi yang terkenal adalah CV. PUSAKA BALI PERSADA atau yang sering dikenal oleh masyarakat Kota Singaraja adalah "KOPI BANYUATIS". Salah satu usaha kopi yang beralamat di Desa Pamaron, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng, Bali. Kopi banyuatis milik Bapak Gede Pusaka Harsadena sudah berdiri sejak tahun 1960 sampai tahun ini sudah berumur kurang lebih sekitar 62 tahun. Awal mula didirikannya Kopi Banyuatis adalah keinginan dari generasi pertama pemilik usaha Kopi Banyuatis yaitu Bapak Putu Dalang untuk memulai usaha. Pemilik Usaha memilih usaha Kopi di karenakan beliau berfikir bahwa kopi bisa mendapatkan nilai jual yang tinggi, dengan cara biji kopi diolah menjadi serbuk kopi supaya masyarakat bisa mengolah kopi sesuai dengan keinginan mereka. Saat pandemi COVID-19 menyebabkan Kopi Banyuatis mengalami permintaan produksi yang menurun sehingga hingga menyebabkan pendapatan juga menurun. Maka dari itu, dilakukan sosialisasi pendampingan terkait pemasaran dan juga mengenai produksi dan operasi, pendampingan berupa sosialisasi kepada owner bagaimana cara pembuatan pamphlet produk agar lebih menarik serta memanfaatkan media sosial yang ada dan juga memberikan

bimbingan bagaimana cara berinovasi agar produk yang di produksi semakin diminati. Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan inidilaksanakan pada tanggal 01 Agustus sampai 31 Agustus 2022 di UKM Kopi Banyuatis, bimbingan yang diberikan yaitu terkait pemasaran serta produksi dan operasi untuk menunjang kegiatan usaha yang lebih efisien. Hasil dari aspek pemasaran, penulis memberikan pembinaan tentang pemanfaatan pemasaran menggunakan e-marketing pada media sosial seperti Facebook, Instagram, maupun youtube dan juga melakukan promosi melalui media elektronik seperti televisi dan radio sehingga Kopi Banyuatis akan lebih banyak dikenal lebih luas lagi. Dalam produksi dan operasi penulis memberikan pemahaman dalam aspek produksi dan operasi kepada pemilik maupun karyawan UKM Kopi Banyuatis bahwa untuk memproduksi suatu barang tidak cukup mengandalkan promosi saja, tetapi perlunya adanya sebuah inovasi demi berjalannya suatu usaha.

**Kata kunci:** Kopi Banyuatis, UKM, Desa Pamaron

## **1. Pendahuluan**

UKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia, UKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur. Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena itu selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa waktu yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) terbukti lebih tangguh juga memanfaatkan berbagai Sumber Daya Alam yang berpotensi di suatu daerah yang belum diolah secara komersial. UKM dapat membantu mengolah Sumber Daya Alam yang ada di setiap daerah. Hal ini berkontribusi besar terhadap pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia (Mariana, 2012).

Di Bali khususnya di Kota Singaraja merupakan salah satu kota pelaku UKM dengan berbagai bidang, salah satu UKM yang didirikan yaitu UKM Kopi. Seperti yang kita ketahui, Kopi adalah minuman hasil seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk. Kopi merupakan salah satu komoditas di dunia yang dibudidayakan lebih dari 50 negara. Dua varietas pohon kopi yang dikenal secara umum yaitu Kopi Robusta (*Coffea canephora*) dan Kopi Arabika (*Coffea arabica*). Bahkan kopi juga dijamin sebagai bagian dari hidup, terbukti bahwa kopi sudah di gemari oleh berbagai kalangan mulai dari remaja sampai orang dewasa. Bukan hanya itu saja di Bali kopi juga di gunakan sebagai sarana persembahyangan.

Dari berbagai macam UKM Kopi yang ada, salah satu UKM Kopi yang masih mampu bertahan dari sebelum pandemi sampai saat ini adalah CV. PUSAKA BALI PERSADA atau yang sering dikenal olah masyarakat Kota Singaraja adalah "KOPI BANYUATIS". Salah satu usaha kopi yang beralamat di jl.raya seririt-singaraja, pamaron, kecamatn buleleng, kabupaten buleleng. Kopi banyuatis sudah berdiri

sejak tahun 1960 sampai tahun ini sudah berumur kurang lebih sekitar 62 tahun. Latar belakang didirikannya Kopi Banyuatis adalah keinginan dari pemilik usaha Kopi Banyuatis ini untuk memulai usaha. Owner memilih usaha Kopi di karenakan beliau berfikir bahwa kopi bisa mendapatkan nilai jual yang tinggi, dengan cara biji kopi diolah menjadi serbuk kopi supaya masyarakat bisa mengolah kopi sesuai dengan keinginan mereka. Kemudian sekitar tahun 1975 beliau memulai memberikan brand kopinya dengan nama Kopi Banyuatis. Kopi Banyuatis pada saat pertama membangun usahanya, menggunakan modal sendiri, kemudian setelah cukup berkembang beliau ditawarkan pinjaman dari berbagai lembaga keuangan. Untuk bahan baku kopi beliau memperoleh dari hasil kebun sendiri maupun pengepul kopi di luar desa banyuatis. Gede Pusaka Hasadena selaku owner memasarkan kopinya melalui toko sendiri dan juga memnfaatkan media sosial yang ada.

Menurut keterangan pemilk usaha, pada saat pandemi COVID-19 kemarin terdapat perbedaan yang sangat signifikan pada saat sebelum dan sesudah pandemi. Sebelum pandemi, produksi kopi beliau cukup lancar, karena permintaan yang cukup tinggi. Bahan baku untuk proses pembuatan kopi masih sangat lancar dikarenakan modal yang terus berputar, tenaga kerja yang memadai, dan diimbangi dengan pemasaran yang efektif. Namun, setelah pandemi melanda, perubahan terjadi dengan sangat drastis. Permintaan menurun, produksi menurun, hingga menyebabkan pendapatan juga menurun. Maka dari itu, perlu dilakukan sosialisasi pendampingan terkait pemasaran dan juga pendampingan mengenai produksi dan operasi. Pendampingan atau bimbingan yang diberikan berupa sosialisasi kepada owner bagaimana cara pembuatan pamphlet produk agar lebih menarik serta memanfaatkan media sosial yang ada dan juga memberikan bimbingan bagaimana cara berinovasi agar produk yang di produksi semakin diminati.

## **2. Metode**

Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan inidilaksanakan pada tanggal 01 Agustus sampai 31 Agustus 2022 di UKM Kopi Banyuatis, Desa Pemaron, Kabupaten Buleleng, Bali. Bimbingan yang diberikan yaitu terkait pemasaran serta produksi dan operasi untuk menunjang kegiatan usaha yang lebih efisien. Metode yang digunakan yaitu observasi langsung ke lapangan dan juga melakukan wawancara dengan owner maupun karyawan yang terlibat untuk mengetahui permasalahan apa yang terjadi di UKM Kopi Banyuatis.

Setelah mendapatkan informasi langsung dari owner maupun karyawan yang terkait, penulis langsung melakukan analisis trerkait informasi yang di dapat agar mendapatkan solusi tentang apa saja permasalahan yang dialami oleh usaha tersebut. Penulis membantu memberikan pemahaman tentang pembuatan iklan dan kemasan yang lebih menarik serta pemanfaatan SDM yang ada dalam promosi produk.



Gambar 1. Wawancara

### 3. Hasil dan Pembahasan

Penulis langsung melakukan pendampingan kepada owner maupun karyawan Kopi Banyuatis yang dilakukan di tempat usaha.

#### a. Pendampingan Pemasaran

Dalam aspek ini, penulis memberikan pembinaan tentang pemanfaatan pemasaran menggunakan e-marketing pada media sosial seperti Facebook, Instagram, dan maupun youtube, selain itu penting juga melakukan promosi melalui media elektronik seperti televisi dan radio. Dengan solusi tersebut maka Kopi Banyuatis akan lebih banyak dikenal lebih luas lagi. Menurut Kotler & (Armstrong, 2008), "Internet dapat menghubungkan semua tipe manusia dan bisnis dan menginformasikan banyak hal ke seluruh dunia, Internet memungkinkan hubungan informasi, hiburan, dan komunikasi kapanpun, di manapun." Sedangkan menurut (Jamal, 1996), keuntungan yang dapat diberikan dengan adanya penggunaan *E-marketing* ini bagi perusahaan yaitu mampu menjangkau berbagai konsumen dalam suatu lingkungan yang belum dipenuhi oleh pesaing, targetnya adalah konsumen yang telah terbagi ke dalam kelompok dan mengembangkan dialog berkelanjutan maupun transaksi bisnis secara elektronik dan dengan biaya yang rendah, email dan data files dapat dipindahkan kepada konsumen yang terpilih atau semua konsumen dalam hitungan detik, jalur proses penjualan langsung dari produsen ke pengguna tanpa harus melewati jalur distribusi klasik, dapat menambahkan produk untuk dipasarkan secara cepat dan melakukan perubahan dalam rencana penjualan dengan sangat cepat, dapat melacak kegiatan penjualan yang sudah terjadi, langkah-langkahnya dan hasil yang didapat, dapat mengawasi pesaing, menciptakan dialog antara perusahaan dengan konsumen, dapat mendistribusikan program dan informasi tentang produk melalui email atau file transfer.

#### b. Pendampingan Produksi dan Operasi

Dalam aspek ini penulis memberikan pemahaman dalam aspek produksi dan operasi kepada pemilik maupun karyawan UKM Kopi Banyuatis bahwa untuk memproduksi suatu barang tidak cukup mengandalkan promosi saja, tetapi perlunya adanya sebuah inovasi demi berjalannya suatu usaha. Menurut Zaltman,

(Duncan, 1977) sebuah inovasi adalah ide, praktik, atau artefak yang dianggap baru oleh unit yang relevan. Inovasi adalah perubahan obyek. Perubahan adalah bagian dari bentuk tanggapan terhadap situasi. Dalam suatu situasi memerlukan proses kreatif untuk menghasilkan sebuah penemuan. Namun, tidak semua hal pembaharuan itu disebut inovasi, karena tidak semua kelompok individu baik kelompok formal maupun informal menganggap suatu hal tersebut merupakan hal yang baru.

#### **4. Simpulan**

Berdasarkan hasil praktek kerja lapangan di UKM Kopi Banyuatis, dapat penulis sampaikan bahwa masalah yang ditemukan dari aspek pemasaran dimana UKM Kopi Banyuatis melakukan pemasaran usahanya lewat media sosial, tetapi masih kurang sering untuk menghandle media sosial yang dimiliki dan hanya fokus dalam satu media sosial yaitu Instragram saja. Dari aspek produksi dan operasi dimana belum seutuhnya memproduksi kopi, karena masih ada beberapa jenis kopi mengalami penurunan daya jual. Penjualan terjadi jika ada salah satu peminat kopi susu banyuatis dan kopi single yang memesannya. Kemudian diberikanlah pelatihan dalam memanfaatkan sosial media lainnya yang ada, dan memanfaatkan SDM yang ada dalam mempromosikan produk seperti sales maupun karyawan. Selain itu, memberikan solusi untuk melakukan berbagai kegiatan seperti pembuatan stand dan kedai kopi sebagai sarana pengenalan produk kopi yang masih kurang peminatnya, dengan begitu masyarakat akan tertarik dan mulai mencoba produk ini dan berinovasi dalam kemasan maupun strategi. Dapat disimpulkan bahwa kegiatan praktek kerja lapangan di UKM Kopi Banyuatis ini memberikan manfaat yang baik dalam menanggulangi masalah yang dihadapi, dan juga memberikan pengetahuan tentang teknologi yang ada untuk menunjang berjalannya usaha Kopi Banyuatis agar lebih baik dikemudian hari.

#### **5. Ucapan Terima Kasih**

Di Kesempatan ini kami mengucapkan terimakasih kepada Bapak Dr.A.A.N Oka Suryadinatha Gorda, SE., MM selaku Ketua Yayasan Ratyni Gorda Singaraja, Ibu Dr. Ni Nyoman Juli Nuryani, SE., MM selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja. Ibu Ni Luh Putu Eka Yudi Prastiwi, SE., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja. Bapak Dr. Drs. Ketut Sudarnaya, M.M selaku dosen pembimbing. Bapak/Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja. Bapak Gede Pusaka Hasadena selaku pemilik UKM Kopi Banyuatis yang sudah meberikan izin untuk melakukan penelitian di UKM Kopi Banyuatis dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga semua bantuan yang sudah diberikan kepada penulis dapat dibalas dengan anugerah terindah dari Tuhan Yang Maha Esa.

## 6. Daftar Pustaka

- Awali, H. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19 . *Balanca : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1-14.
- Ernani Hadiyati, G. G. (n.d.). Pelatihan Tata Kelola Pemasaran Produk Besrbasis Modal E-Marketing Ukm Industri Perak. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Malang*
- Mariana Kristiyanti ( 2012 ). Peran Strategis Usaha Kecil menengah (UKM) dalam Pembangunan Nasional. *Majalah Ilmiah INFORMATIKA*. 3(1).
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumah. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53.
- Rofi'i, Nur Achmad (2019) Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Peningkatan Penjualan Pada Produk DR. KEBAB Bara Satriya Sidoarjo. Undergraduate thesis, *Universitas Muhammadiyah Surabaya*.
- William Marcel,Ribka Magdalena (2018). Analisis Keuntungan Usaha Kedai Kopi "Baba Budan" Jalan Roda Di Kota Manado. *SosioEkonomi Unsrat* (1).