

PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM MENINGKATKAN NILAI JUAL DAN PEMASARAN BAGI UKM KOPI BALI

Ni Ketut Dewi Ari Jayanti¹, Gde Sastrawangsa², Ida Bagus Suradarma³

^{1,2,3} STMIK STIKOM Bali

e-mail: daj@stikom-bali.ac.id¹, sastrawangsa@stikom-bali.ac.id², suradarma@stikom-bali.ac.id³

Ringkasan Eksekutif

Kopi adalah sejenis minuman yang berasal dari proses pengolahan dan ekstraksi biji tanaman kopi yang cukup digemari banyak orang. Mitra dalam kegiatan ini adalah Ibu Ni Made Martini dan Ibu Ni Ketut Sulandri yang merupakan produsen pembuat kopi bali. Mitra Ibu Ni Made Martini berasal dari Banjar Palisan Bantiran Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan, sedangkan Ibu Ni Ketut Sulandri berasal dari Banjar Bona Kelod Desa Bona Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar. Kondisi saat ini, terdapat beberapa kendala dalam produksi kopi bali, yaitu keterbatasan alat bantu produksi, desain kemasan produk, kurangnya pengelolaan UKM serta keterbatasan dalam pemasaran. Berdasarkan kendala yang dihadapi, maka telah dilakukan kegiatan bertahap mulai dari sosialisasi, produksi, pelatihan kemasan, hingga pemasaran produk melalui media *online*. Kegiatan ini dimulai dengan sosialisasi, pemberian peralatan sebagai alat bantu produksi seperti komponen mesin penggilingan listrik, komponen pemanggangan listrik, rak display produk dan mesin *press* kemasan, pelatihan pengemasan dan desain kemasan, pembuatan *website* dan pelatihan penggunaan *website*. Indikator capaian adalah peningkatan pendapatan mitra hingga 100%, peningkatan jumlah produksi hingga 100%, kemasan produk kopi bali menjadi lebih menarik, mitra memiliki *website* pemasaran dan dapat menggunakan *website* tersebut.

Kata kunci : Kopi Bali, Teknologi Informasi, Desain Kemasan, *Website* Pemasaran

Executive Summary

Coffee is a kind of beverage derived from the processing and extraction of the coffee seeds plant favored by many people. Partners in this community service is Mrs. Ni Made Martini and Mrs. Ni Ketut Sulandri producer bali coffee maker. Ni Made Martini Capital Partners comes from Banjar Palisan Bantiran Subdistrict Pupuan Tabanan, while Mrs. Ni Ketut Sulandri comes from Banjar Kelod Desa Bona Bona Blahbatuh Gianyar regency. Current conditions, there are several obstacles in bali coffee production, the limited tools of production, product packaging design, lack of management of UKM and the limitation in marketing. Based on the constraints, it has been done gradually starting from socialization activities, production, packaging training, to marketing the product through online media. This activity begins with socialization, provision of equipment such as a production tool grinding machine electrical components, electrical components roasting, displayproducts shelf and packaging press machines, training of packaging and packaging design, website creation and training how to use the website. Results indicators is the increase partner revenue up 100%, increase in the amount of up to 100% of production, productbali coffee packaging more attractive, partners have a marketing website and be able to use the website.

Keywords : Bali Coffee, Information Technology, Packaging Design, Marketing Website

A. PENDAHULUAN

Mitra dalam kegiatan ini adalah Ibu Ni Made Martini dan Ibu Ni Ketut Sulandri yang merupakan produsen pembuat kopi bali. Mitra

Ibu Ni Made Martini berasal dari Banjar Palisan Bantiran Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan, sedangkan Ibu Ni Ketut Sulandri berasal dari Banjar Bona Kelod Desa

Bona Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar. Banjar Palisan Bantiran dapat dicapai dalam waktu tempuh 1 jam 49 menit dan Desa Bona dapat dicapai dalam waktu tempuh 42 menit dengan menggunakan mobil dari kota Denpasar.

Saat ini kedua mitra tidak mengetahui dengan pasti jumlah pendapatan yang mereka peroleh, karena mereka tidak pernah mencatat jumlah pemasukan maupun pengeluaran yang diperoleh. Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua mitra, dapat diperkirakan bahwa jumlah penjualan rata-rata per hari dari mitra Ibu Ni Made Martini sebesar 60 ribu rupiah dan mitra Ibu Ni Ketut Sulandri sebesar 70 ribu rupiah. Ibu Ni Made Martini dan Ibu Ni Ketut Sulandri memproduksi kopi hampir setiap hari. Penjualan dan pemasaran kopi dilakukan dengan menjual di pasar, menitipkan di warung atau konsumen yang datang langsung ke tempat mitra. Selain itu produksi kopi ini juga berdasarkan pesanan dari konsumen. Kemasan kopi mitra Ibu Ni Ketut Sulandri masih sangat sederhana yaitu dengan menggunakan plastik kiloan dan dengan kemasan label sederhana, tidak dengan kemasan khusus yang lebih menarik.

Berdasarkan hasil pengumpulan informasi dan permasalahan, maka diketahui kondisi saat ini kedua mitra adalah (1) pendapatan mitra tidak menentu, sangat bergantung dari jumlah pemesanan; (2) proses produksi masih dilakukan secara manual/semi manual sehingga jumlah produk yang dihasilkan terbatas; (3) belum sepenuhnya menggunakan kemasan dengan desain kemasan yang menarik sehingga belum menarik minat konsumen; (4) pemasaran masih dilakukan secara konvensional yaitu dengan menjual di pasar, dititipkan di warung atau konsumen langsung datang ke tempat mitra, padahal banyak masyarakat maupun wisatawan yang berminat terhadap olahan minuman Kopi Bali.

Dari permasalahan yang harus ditangani, maka beberapa solusi yang ditawarkan kepada mitra adalah (1) pemberian bantuan alat produksi seperti komponen mesin penggilingan listrik dan komponen pemanggangan listrik; (2) pemberian bantuan berupa rak display produk; (3) pemberian bantuan kemasan Kopi Bali yang menarik yaitu dalam kemasan kertas serta mesin press kemasan. Selain itu pembuatan desain label yang menarik untuk kemasan kopi Bali; (4) pelatihan pengemasan dan desain label dari kemasan kopi Bali agar lebih menarik; (5) pemberian media pemasaran *online* berupa *website* pemasaran yang digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai produk dan lokasi dari pembuatan kopi Bali.

B. SUMBER INSPIRASI

Kopi termasuk salah satu komoditas unggulan perkebunan di daerah Bali dan total produksi kopi di Bali pada tahun 2012 adalah 18.880 Ton dengan total areal tanaman kopi seluas 35.562 HA (Bali Dalam Angka 2013). Pada awalnya kopi digunakan sebagai produk makanan. Kemudian kopi digunakan sebagai pengganti minuman anggur dan belakangan kopi digunakan juga sebagai obat, hingga saat ini kopi terkenal sebagai minuman yang cukup digemari. Berbagai rasa kopi yang khas membuat sensasi menyenangkan di mulut misalnya es kopi yang manis biasanya menyegarkan. Es krim rasa kopi pun juga menjadi favorit bagi banyak orang. Kopi juga menjadi salah satu bahan dasar beberapa jenis kue rasa kopi dan yang paling populer adalah kopi hitam dan juga kopi susu.

Sumber inspirasi dari kegiatan ini adalah kenyataan yang dihadapi Mitra UKM Kopi Bali di lapangan yang berlokasi di Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan dan Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar. Adapun kenyataan yang dihadapi adalah (1) Pendapatan mitra tidak menentu dipengaruhi

oleh pesanan dari konsumen. (2) Apabila terdapat pemesanan langsung dari konsumen dalam jumlah banyak, mitra tidak bisa menyanggupi pesanan karena keterbatasan alat. Kurang efisiennya proses produksi karena menggunakan mesin rekayasa/ semi manual. (3) Kopi Bali dikemas menggunakan plastik kiloan dan pun menggunakan kemasan label, belum dapat menarik minat konsumen. (4) Kopi Bali biasanya dijual atau dipasarkan hanya di daerah mitra dan dijual di pasar, padahal banyak masyarakat maupun wisatawan yang berminat terhadap minuman tersebut.

Adanya dukungan dari Direktorat Pendidikan Tinggi (DIKTI) dan Perguruan Tinggi sangat membantu mitra sehingga apa kendala yang dihadapi oleh mitra dapat tersolusikan sehingga pendapatan dan jumlah produksi meningkat dan produk Kopi Bali dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

C. METODE

1. Waktu dan Tempat Kegiatan

Kegiatan pengabdian (IbM) ini dilaksanakan padadua UKM Kopi Bali, yaitu mitra Ibu Ni Made Martini berasal dari Banjar Palisan Bantiran Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan, sedangkan Ibu Ni Ketut Sulandri berasal dari Banjar Bona Kelod Desa Bona Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar. Kegiatan ini dimulai pada bulan Maret 2016.

2. Jadwal Kegiatan

Kegiatan ini berlangsung selama delapan (8) bulan yaitu dari bulan Maret 2016 sampai dengan Oktober 2016. Kegiatan diawali dengan sosialisasi kegiatan, pemberian bantuan alat produksi, pemberian bantuan kemasan dan pelabelan kemasan, pembuatan *website* pemasaran, serta pelatihan penggunaan *website*. Untuk lebih jelas, jadwal kegiatan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Jadwal Kegiatan Pengabdian

No	Kegiatan	Waktu Kegiatan (bulan)							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Sosialisasi	■							
2	Pemberian bantuan peralatan produksi	■	■						
3	Pemberian bantuan kemasan dan pelabelan kemasan		■	■	■				
5	Pembuatan <i>website</i> pemasaran			■	■	■	■		
6	Hosting <i>website</i> pemasaran						■		
7	Pelatihan penggunaan website							■	
8	Monitoring dan Evaluasi		■		■		■	■	
10	Pelaporan Kegiatan								■

3. Pelaksanaan Kegiatan

Ada enam bentuk kerja utama yang dilakukan, mulai dari sosialisasi, kemudian peningkatan kualitas serta jumlah produksi, pengemasan produk yang lebih menarik, pengelolaan keuangan, pengelolaan pemasaran dan yang terakhir evaluasi kegiatan. Prosedur kerja kegiatan ini ditunjukkan pada gambar 1.

Sosialisasi dilaksanakan dengan menghadirkan peserta dalam pertemuan. Peserta adalah kedua mitra yaitu Ni Made Martini dan Ibu Ni Ketut Sulandri. Pada pertemuan tersebut akan disampaikan informasi-informasi mengenai latar belakang, target, sasaran dan tujuan kegiatan. Disamping menyampaikan maksud dan tujuan, juga dilakukan pencatatan data teknis

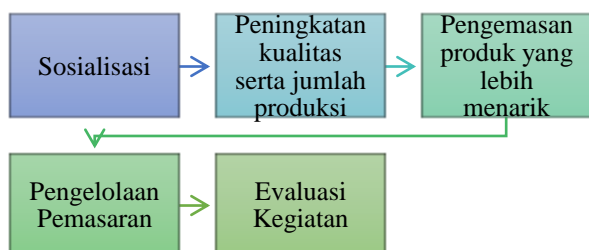
lebih lanjut serta pencatatan visualisasi dalam foto. Dokumentasi ini digunakan dalam desiminasi atau pemasyarakatan hasil pelaksanaan kegiatan.

Pemberian alat atau teknologi yang dapat membantu proses pematangan biji kopi dan penggilingan sehingga tidak hanya mengandalkan mesin semi manual. Pemberian alat berupa komponen mesin pemanggangan listrik serta komponen mesin giling listrik akan membantu menghasilkan jumlah produk yang stabil atau meningkat. Selain itu pemberian rak display yang akan digunakan untuk mendisplay produk kopi bali.

Bantuan kemasan berupa mesin press kemasan serta pembuatan desain label yang menarik. Pelabelan akan didesain dengan menggunakan alat bantu komputer sehingga dihasilkan desain kemasan yang menarik serta modern.

Pelatihan dan bantuan sistem pemasaran yang lebih baik dan tidak hanya berfokus kepada menunggu pemesanan oleh pelanggan, namun juga secara proaktif melakukan pemasaran melalui website.

Evaluasi kegiatan pelatihan dilakukan setelah pelatihan pengelolaan dan pemasaran. Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui keberhasilan kegiatan pelatihan yang dilaksanakan.



D. KARYA UTAMA

Adapun dalam pelaksanaan kegiatan, diawali dengan melakukan sosialisasi kegiatan, dilanjutkan dengan penyerahan alat produksi, pelatihan desain kemasan, pembuatan *website* pemasaran, pelatihan penggunaan *website* pemasaran serta evaluasi kegiatan.

1. Sosialisasi Kegiatan

Sosialisasi dilaksanakan dengan mengunjungi kedua mitra yaitu Ibu Ni Made Martini dan Ibu Ni Ketut Sulandri. Pada kegiatan sosialisasi disampaikan informasi-informasi mengenai latar belakang, target, sasaran dan tujuan kegiatan. Indikator tersebut memiliki satu tujuan yaitu pengembangan dan keberlanjutan fasilitas mitra kopi bali, serta peningkatan hasil penjualan mitra. Selain itu pelaksana kegiatan menyampaikan jadwal kegiatan pengabdian yang diselenggarakan.

2. Penyerahan Alat Produksi

Berdasarkan hasil diskusi dengan mitra, terdapat peralatan yang dibutuhkan guna menunjang proses produksi hingga pengemasan. Adapun bantuan yang diberikan kepada mitra adalah sebagai berikut :

- Komponen mesin giling Gigi L Tipe FC45 untuk proses penggilingan kopi
- Accu mesin giling untuk penggerak mesin penggilingan kopi
- Komponen mesing roasting, mata kompor joss untuk memanggang biji kopi mentah.
- Mesin *sealer* untuk pengemasan kopi.
- Timbangan untuk proses pengemasan kopi.
- Kemasan *standingpouch valve* untuk pengemasan kopi.
- Rak *display* kaca untuk mendisplay produk kopi bali.

Berikut merupakan dokumentasi alat produksi yang diberikan serta penyerahan alat produksi kepada kedua mitra.



Gambar 1 Penyerahan rak *display* pada mitra Ibu Ni Ketut Sulandri



Gambar 2 Penyerahan mesin sealer pada suami mitra Ibu Ni Made Martini



Gambar 3 Penyerahan rak display dan modem pada putra mitra Ibu Ni Made Martini

Beberapa alat produksi lain yang kami serahkan adalah sebagai berikut.



Gambar 4 Komponen mesin giling gigi L tipe FC45



Gambar 5 Accu Mesin Giling



Gambar 6 Komponen mesin *roasting* mata kompor joss

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan sebagai penunjang dalam keberlangsungan operasional produksi usaha mitra kopi bali.

3. Pelatihan Desain Kemasan Produk Kopi Bali

Agar produk lebih menarik konsumen, diperlukan kemasan yang didesain untuk produk kopi bali kedua mitra. Tahap pelatihan sebagai berikut :

- a. Pelatihan dimulai dari membuat desain dengan aplikasi desain yaitu Corel Draw. Instruktur menjelaskan langkah-langkah mendesain kemasan yang menarik. Hasil desain kemasan dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 7 Desain kemasan mitra Ibu Ni Ketut Sulandri



Gambar 8 Desain Kemasan mitra Ibu Ni Made Martini



Gambar 9 Pelatihan desain kemasan mitra Ibu Ni Ketut Sulandri



Gambar 10 Pelatihan desain kemasan Ibu Ni Made Martini

- b. Selanjutnya adalah mencetak desain dan membuat beberapa contoh penempelan desain pada kemasan kopi bali. Pada desain kemasan dapat berisi cap dagang dan ukuran/ berat produk. Selama ini mitra hanya mengemas kopi dengan menggunakan plastik kiloan dan label sederhana. Diharapkan dengan adanya desain kemasan ini dapat membuat kemasan kopi bali lebih menarik minat konsumen untuk membeli. Hasil kemasan

yang sudah ditempel dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 11 Produk kopi bali dengan desain kemasan (1)



Gambar 12 Produk kopi bali dengan desain kemasan (2)

4. Pembuatan Website Pemasaran

Pemasaran produk kopi bali merupakan salah satu kendala yang dihadapi oleh kedua mitra. Selama ini kedua mitra memasarkan produk kopi bali dengan cara menitipkan di warung atau menjual dipasar. Cara ini belum cukup efektif dan produk belum terlalu dikenal oleh masyarakat sekitar. Untuk mengatasi kendala tersebut, maka dibuatkanlah *website* pemasaran yang berisikan mengenai informasi mitra serta produk kopi bali yang dijual. Melalui *website* pemasaran ini masyarakat luas dapat lebih mudah melakukan pemesanan dengan menghubungi mitra melalui kontak yang ditampilkan. *Website* pemasaran kopi bali mitra Ibu Ni Ketut Sulandri dapat diakses melalui url : www.kopigunungsari.blogspot.co.id , sedangkan *Website* pemasaran kopi bali mitra Ibu Ni Made Martini dapat diakses melalui url : www.kopibaliluwih.com . Tampilan *website* pemasaran seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 13 Website pemasaran mitra ibu Ni Ketut Sulandri



Gambar 14 Website pemasaran mitra Ibu Ni Made Martini

5. Pelatihan Penggunaan Website Pemasaran

Pelatihan penggunaan website pemasaran dilakukan agar kedua mitra dapat melakukan pengelolaan terhadap website yang telah diberikan baik itu penambahan konten ataupun pengelolaan pemesanan. Berikut gambaran aktivitas pelatihan penggunaan website pemasaran.



Gambar 15 Pelatihan penggunaan website pemasaran (1)



Gambar 16 Pelatihan penggunaan website pemasaran (2)

6. Evaluasi Kegiatan

Setelah pelaksanaan kegiatan dilakukan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan evaluasi oleh ketua dan anggota pengabdian masyarakat. Membahas evaluasi dari perencanaan dan pelaksanaan serta laporan kemajuan kegiatan, Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat tentang IBM Kopi Bali terlaksana sesuai dengan rencana, sesuai dengan sosialisasi dan pelatihan serta alat penunjang. Peserta sangat antusias dan kami mendapat masukan bahwa kegiatan pelatihan khususnya pelatihan desain kemasan dalam pemasaran harus dilakukan berkesinambungan karena pelatihan ini dapat memberikan pengetahuan dan ketrampilan kepada SDM yang akan melakukan pengelolaan UKM Kopi Bali.

E. ULASAN KARYA

Dalam kegiatan usaha peningkatan produksi dan penjualan UKM mitra Kopi Bali, telah dilaksanakan kegiatan dalam menyelesaikan masalah dengan menyediakan alat pendukung produksi seperti timbangan kopi, komponen mesin giling kopi gigi L FC45, Accu penggerak mesin giling, komponen pemanggang kopi mata kompor joss, mesin press, serta kemasan produk kopi bali. Selain itu guna memperkenalkan produk kopi bali kepada calon pembeli, kami membangun media pemasaran *online* berupa website pemasaran. Website pemasaran yang sudah dikembangkan didukung juga oleh alat pendukung berupa modem untuk koneksi internet serta pemberian pelatihan penggunaan website. Dengan sudah terlaksananya kegiatan tersebut, maka dapat memberikan kemampuan mitra kopi bali dalam mengembangkan usaha dan meningkatkan kemampuan mitra dalam memasarkan produk secara *online*.

Dari seluruh kegiatan yang telah dilaksanakan beberapa hal yang dapat dicapai adalah :

- a. Peningkatan pendapatan mitra hingga 100%. Selama ini mitra memiliki pendapatan yang tidak menentu. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu mitra untuk meningkatkan pendapatan atau minimal membuat pendapatan mitra lebih konsisten.
- b. Penggunaan alat mesin pemanggang kopi dan mesin giling kopi sehingga lebih efisien dan efektif dalam proses produksi. Selain itu penggunaan rak display agar hasil produksi lebih tertata. Indikator capaian untuk kegiatan ini adalah jumlah produksi mengalami peningkatan sebanyak 100% dan konsisten dalam setiap bulan.
- c. Penggunaan mesin press kemasan untuk kemasan yang rapi dan menarik. Selain penggunaan mesin press kemasan, pelaksana kegiatan memberikan bantuan desain kemasan yang menarik. Harapannya adalah pembeli menjadi lebih tertarik untuk membeli kopi Bali ini.
- d. Penggunaan media pemasaran online guna menjangkau pasar yang lebih luas. Media pemasaran online yang dimaksud adalah sebuah website pemasaran. Dalam website tersebut disampaikan lokasi produksi, produk yang dijual dan lain sebagainya. Dengan adanya website ini, diharapkan agar konsumen dapat memperoleh informasi lengkap mengenai produk kopi Bali.

F. KESIMPULAN

Beberapa hal yang dapat disimpulkan dalam kegiatan pengabdian (IbM) ini adalah :

1. Telah dilakukan kegiatan yang dimulai dari sosialisasi, penyerahan alat produksi, pelatihan desain kemasan, pembuatan *website* pemasaran serta pelatihan penggunaan *website* pemasaran.
2. Pada kegiatan tersebut kedua mitra sangat antusias dan merasa terbantu dalam proses produksi, pengemasan dan pemasaran.

3. Peningkatan pendapatan mitra hingga 100%.

G. DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Kegiatan pengabdian (IbM) telah memberi dampak dan manfaat yang positif bagi UKM Kopi Bali Ibu Ni Made Martini dan Ibu Ni Ketut Sulandri. Melalui kegiatan pengabdian ini, UKM Kopi Bali dapat meningkatkan produksi Kopi Bali karena UKM telah menerima alat bantu produksi. Selain itu melalui desain kemasan dan pelatihan desain kemasan yang diberikan berdampak pada minat konsumen dalam membeli produk Kopi Bali.

Pemasaran melalui pemanfaatan teknologi informasi berupa media pemasaran *online* (*website*) dapat memperluas jangkauan pemasaran kedua mitra UKM Kopi Bali sehingga produk Kopi Bali kedua UKM dikenal oleh masyarakat luas, tidak hanya di Bali saja namun juga secara nasional bahkan internasional.

Merupakan suatu kebanggaan kegiatan ini dapat dilakukan sebab melalui kegiatan pengabdian (IbM) telah memberikan sumbangan kepada UKM dan secara tidak langsung meningkatkan taraf hidup masyarakat.

H. DAFTAR PUSTAKA

- Bali Dalam Angka 2013, Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2013.
 Data Potensi Industri Agro Provinsi Bali, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali, 2012.

I. PERSANTUNAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Pendidikan Tinggi (DIKTI) yang telah membantu menyetujui usulan kegiatan pengabdian (IbM) ini. Terima kasih kepada STMIK STIKOM Bali yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian (IbM).

