

PEMBUATAN E-COMMERCE PRODUK KOPI KAMPUNG STAMPLAT, DESA INDRAGIRI, KABUPATEN BANDUNG

Deni Setiawan¹, Jimmy Agustian Loekito², Yosafat Aji Pranata^{3*}

^{1,2} Fakultas Teknik, Universitas Kristen Maranatha
Jalan Surya Sumantri 65, Bandung, 40164, Jawa Barat, Indonesia
*yosafat.ap@gmail.com

Abstrak

Kampung Stamplat memiliki potensi berupa kopi yang dihasilkan dari perkebunan kopi masyarakat. Berdasarkan informasi dari Kepala Dusun, kopi yang dipasarkan menggunakan nama Kopi Djamuju. Tumbuhan kopi tumbuh subur di daerah ini, rasa dan kualitas kopi Djamuju ini tidak kalah dengan kopi lainnya. Petani kopi di dusun ini melakukan proses penyemaian, penanaman, pemeliharaan tanaman dan penen biji kopi secara tradisional. Pemasaran biji kopi ini pun dilakukan dengan memanfaatkan para pihak lain, dengan demikian kondisi ini membuat para petani menjual biji kopi dengan keuntungan yang rendah. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam tulisan ini adalah pembuatan e-commerce untuk penjualan produk kopi hasil penduduk Kampung Stamplat, Dusun Ciparay, Desa Indragiri, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung. Ruang lingkup kegiatan terdiri dari dua tahap, dengan tahap pertama adalah pembuatan toko online pada beberapa platform startup beserta modul pengelolaan toko online dan tahap kedua adalah penyuluhan penggunaan aplikasi dan modul pengelolaan toko online secara khusus bagi pemuda karang taruna Kampung Stamplat. Hasil kegiatan pada tahap pertama adalah diskusi teknis dengan Kepala Desa Indragiri dan Kepala Dusun Ciparay dan perwakilan pengurus Karang Taruna setempat pada tanggal 9 Juni 2021 diperoleh kesimpulan bahwa produk kopi Djamuju adalah produk utama Kampung Stamplat yang mana merupakan bagian dari Dusun Ciparay. Kemudian dilanjutkan diskusi teknis pada tanggal 1 Agustus 2021 diperoleh kesepakatan bahwa pelatihan dan sosialisasi penggunaan dan pengelolaan e-commerce akan dilakukan setelah Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat selesai sehingga memungkinkan adanya pertemuan dalam jumlah terbatas. Target tahap kedua adalah adanya e-commerce dapat meningkatkan penjualan dibandingkan sebelumnya. Hasil kegiatan yang disampaikan dalam tulisan ilmiah ini adalah prototipe toko yang dibuat pada platform e-commerce.

Kata kunci: E-Commerce, kopi, Kampung Stamplat, Digital Marketing.

Abstract

Kampung Stamplat has potential in the form of coffee produced from community coffee plantations. Based on information from the head of the hamlet, the coffee marketed under the name Kopi Djamuju. Coffee plants thrive in this area, the taste and quality of Djamuju coffee is not inferior to other coffees. Coffee farmers in this village carry out the traditional process of seeding, planting, maintaining plants and harvesting coffee beans. Marketing of coffee beans is also carried out by utilizing other parties, thus this condition makes farmers sell coffee beans with low profits. The purpose of community service activities in this paper is the creation of e-commerce for the sale of coffee products produced by residents of Kampung Stamplat, Dusun Ciparay, Indragiri Village, Rancabali District, Bandung Regency. The scope of activity consists of two stages, with the first stage being the creation of an online store on several startup platforms along with an online store management module and the second stage being counseling on the use of applications and online store management modules specifically for the youth youth of Kampung Stamplat. The results of the activities in the first stage were technical discussions with the Head of Indragiri Village and Head of Dusun Ciparay and representatives of the local Karang Taruna management on 9 June 2021 it was concluded that Djamuju coffee products were the main product of Stamplat Village which is part of Ciparay Hamlet. Then followed by technical discussions on 1 August 2021, an agreement was obtained that training and socialization of the use and management of e-commerce will be

carried out after the implementation of the Restrictions on Community Activities is completed so as to allow a limited number of meetings. The target of the second stage is that the existence of e-commerce can increase sales compared to before. The results of the activities presented in this scientific paper are prototypes of shops made on e-commerce platforms.

Keywords: *E-Commerce, coffee, Kampung Stamplat, Digital Marketing.*

Pendahuluan

Kampung Stamplat memiliki potensi berupa kopi yang dihasilkan dari perkebunan kopi masyarakat. Berdasarkan informasi dari Kepala Dusun, kopi yang dipasarkan menggunakan nama Kopi Djamuju. Tumbuhan kopi tumbuh subur di daerah ini, rasa dan kualitas kopi Djamuju ini tidak kalah dengan kopi lainnya. Petani kopi di dusun ini melakukan proses penyemaian, penanaman, pemeliharaan tanaman dan penen biji kopi secara tradisional (sumber Pustaka: Explore Jawa Barat, Kampung Stamplat Desa Indragiri Rancabali Ciwidey, <https://www.youtube.com/watch?v=1kNqmgigZR0>). Pemasaran biji kopi ini pun dilakukan dengan memanfaatkan para pihak lain, dengan demikian kondisi ini membuat para petani menjual biji kopi dengan keuntungan yang rendah.



Gambar 1. Hasil produk kopi penduduk Kampung Stamplat
(sumber: dokumentasi pribadi)

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) dalam tulisan ilmiah ini adalah bagian dari kegiatan PkM dengan topik pembuatan *e-commerce* untuk penjualan produk kopi hasil penduduk Kampung Stamplat, Dusun Ciparay, Desa Indragiri, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung dalam upaya peningkatan jangkauan pemasaran dan omzet penjualannya melalui toko *online*.

Ruang lingkup kegiatan terdiri dari dua tahap, dengan tahap pertama adalah telah selesai dilakukan yaitu diskusi teknis produk unggulan yang akan ditampilkan serta pembuatan toko *online* pada beberapa *platform startup* beserta modul pengelolaan toko *online* yang telah dilakukan dalam rentang waktu bulan Juni-Juli 2021. Tahap kedua adalah penyuluhan penggunaan aplikasi dan modul pengelolaan toko online secara khusus bagi pemuda karang taruna Kampung Stamplat yang akan dilakukan setelah masa PPKM berakhir sesuai arahan pemerintah, yang mana telah dilakukan (Tahap 1) pada tanggal 13 Agustus 2021 dalam bentuk kegiatan pelatihan pembuatan akun *e-commerce* pada salah satu aplikasi jual beli *online* yaitu Bukalapak, dan dilanjutkan dengan pemotretan produk kopi pada tanggal 20 Agustus 2021. Tahap selanjutnya adalah pelatihan pemasangan dan deskripsi foto produk kopi sebagai salah satu item yang akan dijual, yaitu direncanakan pada bulan September 2021.

Kemudian pada rentang waktu September-Oktober 2021 direncanakan pelatihan pembukaan akun *e-commerce* dan pemasangan dan deskripsi foto produk jualan pada Tokopedia dan Shopee. Kegiatan PkM akan ditutup melalui kegiatan *monitoring* dan evaluasi pada bulan November 2021.

Hasil kegiatan yang dapat disampaikan pada tulisan ilmiah ini adalah progres tahap pertama yaitu pembuatan *e-commerce* produk kopi Djamuju yang digunakan oleh Pengurus Karang Taruna Kampung Stamplat, Dusun Ciparay, Desa Indragiri, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung sebagai media toko *online*. *E-commerce* dapat diakses oleh secara luas menggunakan media internet sehingga diharapkan dapat meningkatkan pemasaran produk kopi Djamuju.

Masalah

Perumusan masalah dalam kegiatan yang disampaikan dalam tulisan ilmiah adalah sebagai berikut:

1. Dampak pandemi Covid 19 mengakibatkan pemasaran produk kopi secara konvensional (melalui penjualan langsung) mengalami kendala dan penurunan, sehingga penjualan melalui *e-commerce* menjadi solusi yang paling tepat (Prasetio dkk., 2021; Supriyanta dan Wahyudi, 2017). Salah satu strategi pemasaran adalah secara online dan menerapkan metode manajemen pemasaran yang tepat (Philip dan Keller, 2013; Sunyoto, 2014).
2. *E-commerce* memberikan solusi juga untuk peningkatan omzet penjualan dan memperkenalkan/promosi dusun Stamplat. Beberapa platform *e-commerce* sudah ada dan dapat dipergunakan sebagai media toko online (sumber referensi: <https://www.bukalapak.com/bantuan/sebagai-pelapak/jual-barang/cara-berjualan-di-bukalapak>; <https://seller.tokopedia.com/edu/cara-buka-toko>; <https://seller.shopee.co.id/edu/article/464/Berjualan-di-Shopee>).
3. Masyarakat di Dusun Stamplat masih rendah dalam hal edukasi dan penggunaan di bidang komputer.
4. Masyarakat di Dusun Stamplat memiliki potensi berupa hasil dari perkebunan kopi untuk menunjang perekonomian masyarakat desa.
5. Berdasarkan informasi, masyarakat masih terkendala dalam hal memasarkan kopi hasil perkebunan mereka.
6. Adanya perangkat komputer diharapkan dapat mengedukasi masyarakat desa dalam memanfaatkan *e-commerce* diperlukan untuk proses pemasaran hasil perkebunan kopi masyarakat desa.

Metode Pelaksanaan

Tulisan ilmiah ini menyampaikan progres kegiatan secara khusus terkait *e-commerce* produk Kopi Djamuju yang mana merupakan bagian dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Dusun Stamplat. Metode pelaksanaan secara umum dibagi menjadi 2 (dua) bagian, yaitu:

1. Survei dan diskusi dengan perwakilan Karang Taruna, Kepala Dusun Ciparay, Kepala Desa Indragiri, dan tokoh pembina dusun untuk mendapatkan perumusan permasalahan yang dihadapi terkait penjualan dan pemasaran produk kopi Djamuju.
2. Dibentuk tim untuk melaksanakan kegiatan yang menunjang dan diharapkan dapat memberikan

sumbangsih solusi untuk menyelesaikan permasalahan.

3. Selanjutnya untuk menjamin tercapainya tujuan kegiatan PkM maka ditetapkan indikator keberhasilan program.

Teknik pengumpulan data dilakukan secara wawancara dengan pengurus Karang Taruna. Teknik analisis data adalah berdasarkan kebutuhan warga terhadap perlunya pemasaran produk kopi yang lebih luas melalui media internet yaitu toko *online*. Lokasi, waktu, dan durasi kegiatan kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Lokasi: Kampung Stamplat, Dusun Ciparay, Desa Indragiri, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung. (Sumber Pustaka: <https://app.lapentor.com/sphere/stamplat-virtual-tour?scene=61c1a7277ba8973c93313832> dan <https://indragiri.desa.id/artikel/2016/8/26/wilayah-desa>).
2. Waktu dan Durasi Kegiatan: Juni s.d. Oktober 2021.

Secara umum kegiatan dibagi menjadi 2 (dua) tahap, yaitu tahap pertama adalah survei untuk menyusun perumusan masalah, diskusi teknis dengan pihak-pihak terkait, dan pembuatan *e-commerce*. Survei, pengumpulan data, dan diskusi teknis secara umum telah dilakukan pada tanggal 9 Juni dan 1 Agustus 2021.

Tahap kedua adalah penyuluhan penggunaan aplikasi dan modul pengelolaan toko *online* secara khusus bagi pemuda karang taruna Kampung Stamplat yang akan dilakukan setelah masa PPKM berakhir sesuai arahan pemerintah, yang mana telah dilakukan (Tahap1) pada tanggal 13 Agustus 2021 dalam bentuk kegiatan pelatihan pembuatan akun *e-commerce* pada salah satu aplikasi jual beli *online* yaitu Bukalapak, dan dilanjutkan dengan pemotretan produk kopi pada tanggal 20 Agustus 2021. Tahap selanjutnya adalah pelatihan pemasangan dan deskripsi foto produk kopi sebagai salah satu item yang akan dijual, yaitu direncanakan pada bulan September 2021. Kemudian pada rentang waktu September-Oktober 2021 direncanakan pelatihan pembukaan akun *e-commerce* dan pemasangan dan deskripsi foto produk jualan pada Tokopedia dan Shopee. Kegiatan PkM akan ditutup melalui kegiatan monitoring dan evaluasi pada bulan November 2021.

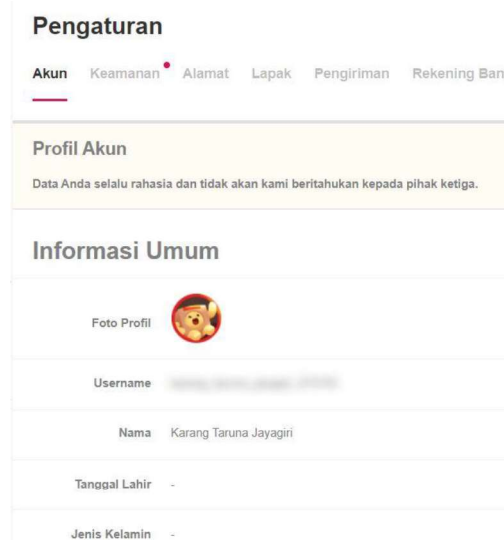
Hasil dan Pembahasan

Dalam tulisan ilmiah ini disampaikan laporan hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat tahap pertama, yaitu meliputi survei, diskusi teknis pihak-pihak terkait yang telah dilakukan pada tanggal 9 Juni dan 1 Agustus 2021. Kegiatan tahap pertama diakhiri dengan pembuatan *e-commerce* yaitu Bukalapak.

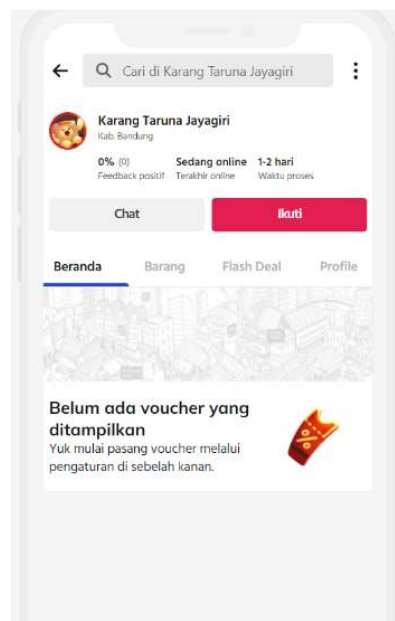
Survei dan diskusi teknis dengan kepala desa, kepala dusun, pemuda perwakilan karang taruna, dan pembina kampung telah dilakukan pada tanggal 9 Juni 2021, terbagi menjadi 2 diskusi, yaitu pertama di kantor Kepala Desa Indragiri dengan peserta diskusi adalah bapak Kepala Desa Indragiri, bapak Kepala Dusun Ciparay, dan tim PkM. Diskusi kedua dilakukan di Kampung Stamplat dengan peserta diskusi adalah bapak Kepala Dusun Ciparay, tokoh Pembina Kampung, perwakilan pengurus Karang Taruna Kampung Stamplat, dan tim PkM. Dalam diskusi ini diperoleh kesimpulan yaitu perangkat keras dalam bentuk laptop dengan pertimbangan fleksibilitas penggunaan dan pengelolaan yang akan dilakukan oleh pengurus Karang Taruna.

Berdasarkan usulan Karang Taruna Kampung Stamplat bahwa produk yang akan dipasarkan

adalah Kopi Djamuju terlebih dahulu, meskipun ada beberapa produk lain yang berpotensi akan dipasarkan. Serta perlunya koneksi internet dengan tingkat kecepatan koneksi yang tinggi dan lancar sehingga kendala jaringan dapat diatasi mengingat Kampung Stamplat terletak di pedalaman sehingga jaringan yang kuat terbatas hanya beberapa provider saja. Tindak lanjut adalah pembuatan *E-commerce*. Skematik *e-commerce* selengkapnya ditampilkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Prototipe aplikasi E-Commerce



Gambar 3. Prototipe aplikasi E-Commerce (lanjutan)

Selanjutnya pada tanggal 1 Agustus 2021 dilakukan pertemuan secara daring (online) dengan pihak Desa Indragiri yaitu bapak Agus selaku Kepala Desa Indragiri, bapak Dede selaku Kepala Dusun Ciparay, dan Sekretaris Desa. Dalam pertemuan ini dibahas rencana dan prosedur serah terima komputer

dan pelatihan-pelatihan yang akan dilakukan setelah masa Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) berakhir yang diperkirakan pada bulan Agustus 2021, yaitu direncanakan dilaksanakan pada:

1. Tanggal 13 Agustus 2021, yaitu pelatihan pembukaan akun Bukalapak bagi pengurus Karang Taruna Dusun Stamplat.
2. Tanggal 20 Agustus 2021, yaitu foto produk.
3. Tanggal 13 September dan 13 Oktober 2021, yaitu agenda pertemuan untuk pelatihan pengelolaan e-commerce tahap 2 bagi pengurus Karang Taruna Dusun Stamplat.
4. Tanggal 3 November 2021, yaitu agenda diadakan kegiatan monitoring dan evaluasi.



Gambar 4. Diskusi teknis daring progres kegiatan tanggal 1 Agustus 2021



Gambar 5. Pelatihan pembuatan akun Bukalapak tanggal 13 Agustus 2021



Gambar 6. Proses Foto Produk pada tanggal 20 Agustus 2021

Pelatihan pembukaan akun Bukalapak (13 Agustus 2021) meliputi, pendaftaran email dan nomor Handphone Karang Taruna Jayagiri dengan pertimbangan pengelola akun adalah anggota Karang Taruna Jayagiri. Lalu setelah akun terdaftar di Aplikasi Bukalapak Langkah berikutnya adalah mendaftarkan toko yang akan di buka di Aplikasi Bukalapak dengan mendaftarkan Nomor rekening Karang Taruna Jayagiri. Selain itu juga dilakukan verifikasi alamat sebagai alamat toko yang di daftarkan. Setelah semua proses verifikasi selesai maka toko online Karang Taruna Jayagiri telah berhasil di buka.

Proses foto produk (20 Agustus 2021) meliputi 5 produk kopi yaitu berasan roasting arabica, gabah luak luar, berasan arabica, gabah arabica, dan arabica. Gambar 7 memperlihatkan salah satu bagian kegiatan PkM yaitu foto produk yang dilakukan oleh tim mahasiswa sebagai anggota PkM. Foto produk ini kemudian yang akan digunakan untuk menjadi *display* pada toko online.



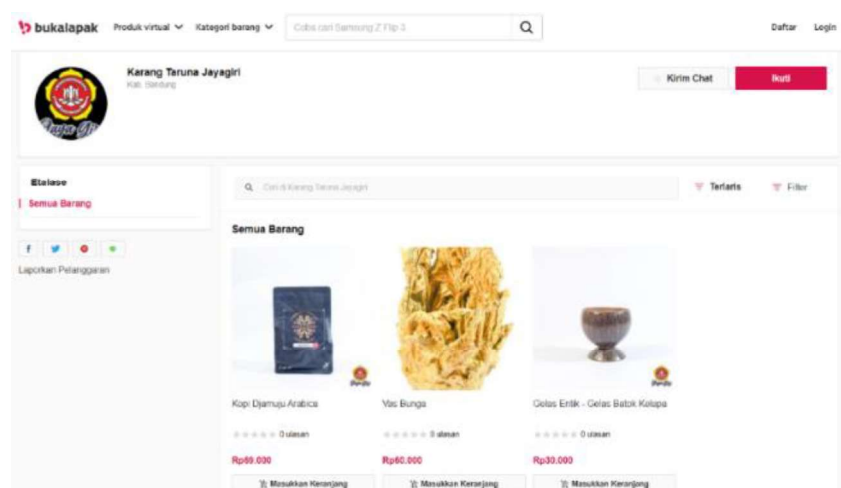
Gambar 7. 5 (lima) Produk Kopi yang akan di jual di Bukalapak

Keunggulan kegiatan ini adalah diupayakan dalam bentuk indikator keberhasilan program, yaitu sebagai berikut:

1. Masyarakat dapat mengenal dan menggunakan perangkat komputer baik hardware dan penggunaan aplikasi *e-commerce* dalam rangka peningkatan pemasaran dan penjualan produk kopi melalui toko *online*.
2. Perubahan fisik yaitu:
 - a. Peningkatan pemasaran dan penjualan produk kopi melalui toko *online*.
 - b. Memiliki kemampuan menggunakan komputer dan internet
 - c. Memiliki media pemasaran melalui *e-commerce* yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat desa.
 - d. Membuka wawasan di bidang pemasaran produk yang lebih baik.
3. Perubahan perilaku masyarakat (pengetahuan, sikap mental/kesadaran dan keterampilan)
 - a. Peningkatan kemampuan masyarakat dalam menggunakan komputer dan internet, dengan ditunjukkan adanya histori penggunaan komputer dan kuota yang meningkat.
 - b. Peningkatan kesadaran masyarakat untuk mau belajar menggunakan komputer, ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah pengguna komputer sebagai alat bantu pemasaran produk kopi.
4. Perubahan kemitraan dengan berbagai pihak.
 - a. Membuka peluang Kerjasama lebih lanjut yaitu pengembangan pemasaran berbasis *e-commerce* yang menjangkau seluruh kepala keluarga.
 - b. Membuka peluang dan kesempatan bagi masyarakat dalam memasarkan produk kopi secara *online*.

5. Perubahan Kelembagaan Lokal

- a. Dengan adanya informasi yang lebih luas, masyarakat di Dusun Stamplat dapat mengikuti berbagai program pengembangan karang taruna dan kelompok kerja guna meningkatkan penjualan hasil produk kopi secara luas melalui pemasaran secara *online*.
 - b. Memutus rantai pihak ketiga sehingga masyarakat petani kopi mendapat keuntungan yang maksimal.
6. Peningkatan kegiatan koordinasi dan komunikasi antar Lembaga-lembaga lokal yang dikembangkan oleh mahasiswa untuk mencapai tujuan Pengabdian kepada Masyarakat berupa penggunaan *e-commerce* semakin meluas bagi masyarakat dari dusun lainya, dengan adanya koordinasi dan komunikasi antar karang taruna dusun lainya.
7. Memiliki rancangan program tindak lanjut setelah program Pengabdian kepada Masyarakat yaitu pengembangan komputer dalam pemasaran secara online untuk membantu pemasaran perkebunan dan pertanian bagi pemuda dan orang tua dalam hal ini khususnya pria.



Gambar 8. Skematik e-commerce yaitu toko online yang telah dibuka.

Gambar 8 memperlihatkan Skematik *e-commerce* yaitu toko online yang telah dibuka dan telah beroperasi secara online. Produk yang tersedia baru 3 (tiga) produk yaitu kopi bubuk, gelas, dan vas bunga. Gelas dan Vas bunga adalah produk penduduk Desa Indragiri yang dipasarkan secara online di *c-commerce* dengan pertimbangan untuk dapat memperluas pasar dan lebih banyak menjangkau konsumen.

Kesimpulan

Hasil kegiatan pada tahap pertama adalah diskusi teknis dengan Kepala Desa Indragri dan Kepala Dusun Ciparay dan perwakilan pengurus Karang Taruna setempat pada tanggal 9 Juni 2021 diperoleh kesimpulan bahwa produk kopi Djamuju adalah produk utama Kampung Stamplat yang mana merupakan bagian dari Dusun Ciparay. Kemudian dilanjutkan diskusi teknis pada tanggal 1 Agustus 2021 diperoleh kesepakatan bahwa pelatihan dan sosialisasi penggunaan dan pengelolaan *e-commerce* akan dilakukan setelah Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat selesai sehingga

memungkinkan adanya pertemuan dalam jumlah terbatas.

Target tahap kedua adalah adanya e-commerce dapat meningkatkan penjualan dibandingkan sebelumnya. Hasil kegiatan yang disampaikan dalam tulisan ilmiah ini adalah prototipe toko online Bukalapak yang telah dibuat dalam bentuk pelatihan pada tanggal 13 Agustus 2021 dan dokumentasi foto – foto 5 (lima) produk kopi yang telah dilaksanakan pada tanggal 20 Agustus 2021 (Gambar 6 dan Gambar 7). Rencana penyelesaian tahap ke 2 meliputi pelatihan pembukaan toko online pada Tokopedia dan Shopee dan diakhiri dengan tahap monitoring dan evaluasi yang akan dilakukan pada rentang (September – Oktober). Target perkiraan peningkatan penjualan dengan adanya e-commerce adalah pada tahun 2022 terdapat peningkatan omzet penjualan sebesar 10% dari omzet pada tahun 2021.

Pemilihan platform *e-commerce* pada Bukalapak, Tokopedia, dan Shopee lebih tepat dibandingkan membuat toko online sendiri dengan pertimbangan bahwa platform yang sudah ada telah banyak dikenal oleh masyarakat luas, sudah familiar dikunjungi, serta tingkat keamanan transaksi yang tinggi, sehingga tujuan dan indikator capaian kegiatan PkM ini diharapkan dapat tercapai yaitu peningkatan omzet penjualan produk kopi Djamuju.

Daftar Pustaka

- Explore Jawa Barat, Kampung Stamplat Desa Indragiri Rancabali Ciwidey, <https://www.youtube.com/watch?v=1kNqmgigZR0> (diakses tanggal 3 April 2021)
- Philip, K., Keller, K.L., 2013, *Manajemen Pemasaran*, terjemahan Bob Sabran, edisi ketigabelas, jilid dua, Penerbit : Prehalindo, Jakarta.
- Prasetio, A., Ashoer, M., Hutapean, J. 2021, *Konsep Dasar E-Commerce*, cetakan pertama, ISBN: 978-623-6840-91-7, Penerbit Kita Menulis.
- Sunyoto, D., 2014, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, cetakan pertama, Penerbit: CAPS, Yogyakarta.
- Supriyanta, Wahyudi, T. 2017, *E-Commerce Untuk Indonesia Lebih Baik*, ISBN 978-602-401-990-7, Penerbit Deepublish.
- URL: <https://www.bukalapak.com/bantuan/sebagai-pelapak/jual-barang/cara-berjualan-di-bukalapak> (diakses tanggal 13 Agustus 2021)
- URL: <https://seller.tokopedia.com/edu/cara-buka-toko/> (diakses tanggal 4 September 2021)
- URL: <https://seller.shopee.co.id/edu/article/464/Berjualan-di-Shopee> (diakses tanggal 4 September 2021)
- URL: <https://app.lapentor.com/sphere/stamplat-virtual-tour?scene=61c1a7277ba8973c93313832> (diakses 5 Januari 2022)
- URL: <https://indragiri.desa.id/artikel/2016/8/26/wilayah-desa> (diakses tanggal 5 April 2021)