

OPTIMALISASI *DIGITAL ECONOMY* DAN *BRAND IDENTITY* DALAM IMPLEMETASI DIGITALISASI UMKM PETANI KOPI GUNA PENINGKATAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT KELOMPOK TANI JAWA BARAT

Oleh

¹Bambang Suprayogi, ²Abdur Razak, ³Muhammad Ridwansyah

^{1,2}Politeknik LP3I Bandung
Jl.Pahlawan No. 59 Bandung, 40123

³Politeknik LP3I Jakarta
Jl. Kramat Raya No.7-9 Kramat, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

Email: bambangsuprayogi@plb.ac.id¹, ajak@plb.ac.id², anca.plj@lp3i.id³

ABSTRACT

Product packaging and Brand of UMKM Coffee Farmers in Cilengkrang District, Bandung Regency, West Java Province greatly influence the way customers view products, and with the implementation of the digital economy, this can help business income and with the running of this business well, it can continue to increase the income of UMKM Coffee Farmers in Cilengkrang District, Bandung Regency, West Java Province. The role of the Digital Economy in terms of product packaging and Brand in UMKM Coffee Farmers in Cilengkrang District, Bandung Regency, West Java Province facilitates the sales process, facilitates payment transactions and helps product marketing. Specifically, UMKM in this study are UMKM Coffee Farmers in Cilengkrang District, Bandung Regency, West Java Province who are not yet productive, economically independent and have not been effective in using technology in the management and Marketing of UMKM Coffee Farmers in Cilengkrang District, Bandung Regency, West Java Province which are still limited.

Keywords: *Packaging, Brand, UMKM, Products, Coffee*

ABSTRAK

Kemasan produk dan Brand UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat sangat berpengaruh terhadap cara pandang customer dalam memilih produk, dan dengan adanya pemberlakuan digital economy maka hal ini dapat membantu pemasukan usaha serta dengan berjalannya usaha ini dengan baik maka dapat terus meningkatkan pendapatan UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat. Peran Digital Economy dalam hal kemasan produk dan Brand pada UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat mempermudah proses penjualan, mempermudah transaksi pembayaran serta membantu pemasaran produk. Khusus UMKM dalam penelitian ini adalah UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat belum produktif mandiri secara ekonomi dan belum efektif secara penggunaan teknologi dalam pengelolaan dan Pemasaran produk UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat yang masih terbatas.

Kata Kunci: *Kemasan, Brand, UMKM, Produk, Kopi*

PENDAHULUAN

Wilayah Jawa Barat terdapat banyak sentra penghasil kopi, salah satunya di kawasan Bandung bagian utara di Bukit Palasari Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung. Kopi merupakan komoditi andalan petani di Kecamatan Cilengkrang, Kabupaten Bandung, kebun kopi berada di lereng gunung Manglayang, dan dibudidayakan di lahan hutan milik PERHUTANI melalui Program Pengelolaan Hutan Bersama Masyarakat (PHBM). Pohon kopi menjadi tanaman khas warga Gunung Manglayang ini, termasuk para petani kopi yang tergabung dalam Kelompok Tani Hutan (KTH), pertanian kopi di Manglayang mencapai 150 hektar sedangkan kopi yang dikelola kelompoknya sekitar 30 hektar dengan jenis kopi Arabika, panen dilakukan satu atau dua kali dalam satu tahun, dengan panen kopi mencapai 30 sampai 40 ton, daerah ini sebagai salah satu sentra penghasil kopi berjenis Arabika, memproduksi kurang lebih 500 kg kopi dari 300 pohon kopi Arabika di lereng gunung Manglayang Timur, Jawa Barat di ketinggian 1500 mdpl.

Dengan adanya optimalisasi digital economy dan brand identity pada UMKM petani kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat dapat mempermudah proses jual beli atau transaksi baik secara offline maupun online, membantu pemasukan usaha, meningkatkan pemberdayaan masyarakat sekitarnya dan pembangunan sebagai suatu upaya kesejahteraan.

Khusus mitra dalam pengabdian ini adalah Kelompok Tani Hutan (KTH) pelaku UMKM petani kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat yang mengelola dan memproduksi kopi jenis Arabika.



Gambar1 Petani Kopi UMKM Petani Kopi

Kondisi kelompok petani kopi belum produktif mandiri secara ekonomi dan belum memiliki sistem informasi untuk mendukung dalam proses pengelolaan pemasaran dan penjualan. Selama ini kelompok petani kopi mengandalkan pengolahan secara manual dan penjualan hasil panen langsung ke bandar. Kelompok petani kopi memiliki potensi usaha yang bisa dikembangkan seperti pengolahan biji kopi pasca panen, packing hasil pengolahan dan pemasaran serta penjualan secara offline maupun online serta potensi lainnya. Namun potensi yang dimiliki kelompok petani kopi belum optimal karena terbatas dalam pembinaan mulai dari pengolahan biji kopi, packing atau kemasan hasil olahan, pemberian brand identity hasil olahan biji kopi sampai pemasaran penjualan yang berkualitas, terbatas dengan dana dan kurang memahami dalam pemasaran produk melalui digital. Dalam operasional proses pemasaran dan

penjualan masih secara konvensional belum didukung oleh sistem informasi berbasis digital dengan teknologi informasi karena terbatasnya infrastruktur dan pengetahuan yang dimiliki oleh pengelola maupun kelompok petani kopi tersebut

TINJAUAN PUSTAKA

UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat memiliki keterbatasan dalam pengembangan desain kemasan sebagai strategi pemasaran untuk memperoleh positioning dalam benak konsumen. Kemasan menjadi salah satu pendorong agar mampu menarik respon positif dari konsumen. UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat selama ini menggunakan kemasan yang sederhana yang dijual dipasaran, karena kurang menariknya kemasan tersebut, tim peneliti memberikan solusi praktis untuk melakukan pendampingan mengenai pengelolaan dan pengembangan desain kemasan. Adapun langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Melakukan diskusi dengan UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat mengenai desain yang baik sehingga dapat meningkatkan strategi pemasaran.
2. Memverifikasi mengenai desain baru UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat dengan owner, yang dilanjutkan dengan finalisasi desain untuk cetak kemasan.
3. Melakukan riset mengenai potensial konsumen terhadap kemasan UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat yang baru. Hasilnya, banyak potensial konsumen yang menyatakan bahwa kemasan terbaru ini lebih menggugah selera dibandingkan kemasan lama.
4. Melakukan pencatatan secara digital melalui aplikasi UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat agar memudahkan pendataan.

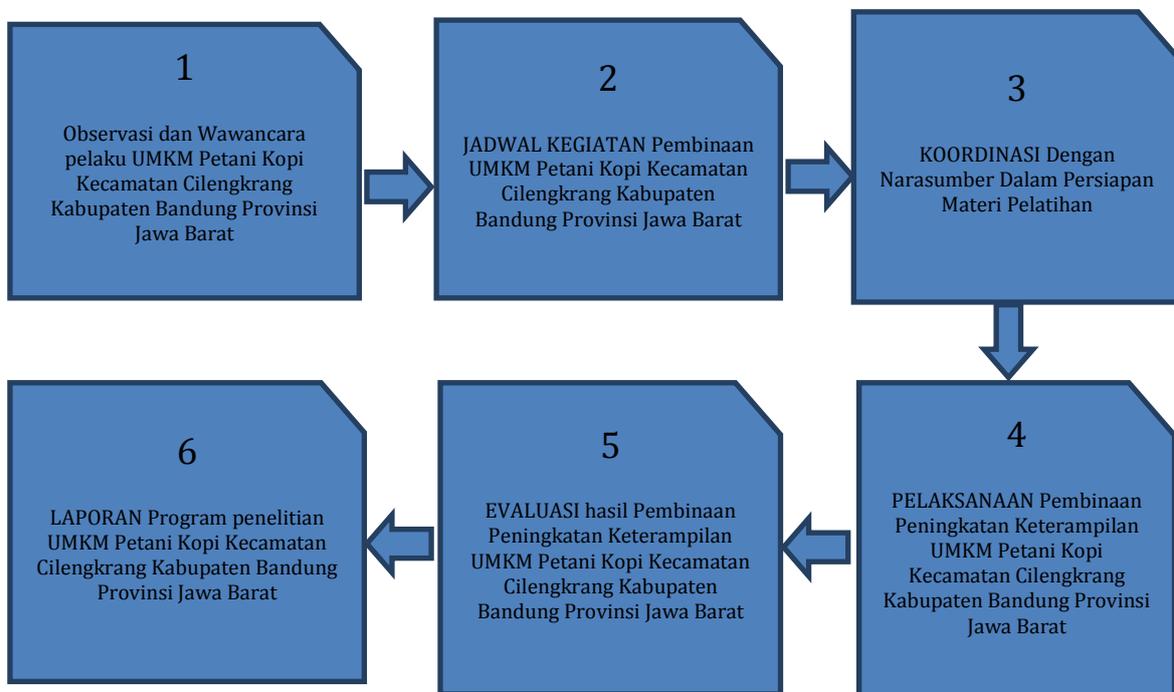
Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Participatory Rural Appraisal (PRA). Metode PRA adalah sebuah pendekatan yang mengajak masyarakat untuk turut berpartisipasi dalam proses pembangunan dan pengembangan sebuah kegiatan. partisipatif adalah sebuah pendekatan Tekanan dalam proses penguatan dan peningkatan partisipasi masyarakat Keterlibatan masyarakat dalam semua kegiatan pembangunan. (Eka et al., 2022) Mendekati PRA membutuhkan masyarakat/mitra untuk menjadi perencana dan pelaksana Program pembangunan sekaligus obyek pembangunan.

Dalam penelitian ini pelaksanaan kegiatan sebagai berikut :

1. Observasi dan Wawancara
Melalui metode pengajaran dan dialog, yaitu dengan melakukan kegiatan Sosialisasi optimalisasi penciptaan nilai produk, yaitu dengan melakukan pengembangan kemasan produk mitra dengan desain kemasan yang menarik. Sosialisasi yang ditargetkan Membantu mitra memahami urgensi menggunakan kemasan produk yang menarik dapat meningkatkan nilai tambah / nilai jual produk dan menganalisis permasalahan- permasalahan yang terjadi pada UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat.
2. Pengembangan Kemasan Produk dan pembuatan Banner dengan design baru
Produk dikemas dengan desain kemasan yang lebih menarik yang telah dikembangkan dan diusulkan oleh tim peneliti, sehingga bentuk desain kemasan

produk yang baru dapat meningkatkan nilai jual produk UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat.

3. Pembuatan Aplikasi pendataan UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat
Diperlukannya sebuah aplikasi atau web profile UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat untuk mempermudah pendataan produknya, serta menjadi salah satu alat promosi produk UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat guna menarik minat pasar dalam memilih produk secara digital
4. Tindak Lanjut Program Kegiatan Dan Evaluasi
Melakukan pendampingan, pemantauan dan evaluasi publikasi/distribusi hasil program kegiatan pendampingan dilakukan secara berkala, tujuannya mengevaluasi hasil yang diperoleh dan kendala yang dihadapi selama kegiatan, diharapkan UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat meningkat.



Gambar 2 Proses Kegiatan Pembinaan UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat

METODE PENELITIAN

Metode yang akan dilaksanakan ada beberapa tahapan agar tercapai tujuan dan solusi yang ditargetkan yaitu Optimalisasi Digital Economy Dan Brand Identity Guna Peningkatan pemberdayaan Masyarakat Kelompok Tani Dalam Implementasi Digitalisasi UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat di Era Digital sebagai berikut:

1. Solusi atas permasalahan dalam bidang produksi

Untuk menangani permasalahan dalam bidang produksi dengan Pembinaan UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung di era digital akan dilaksanakan langkah-langkah sebagai berikut:



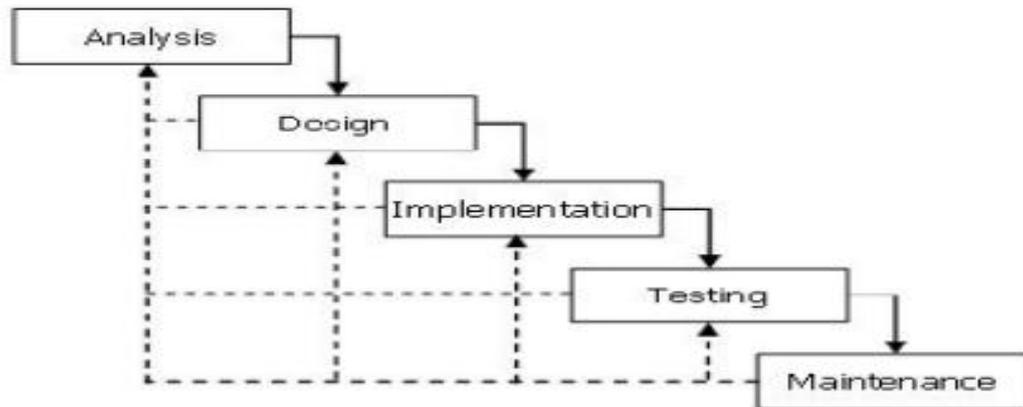
Gambar 3 Proses Kegiatan Pembinaan UMKM Petani Kopi

Keterangan langkah-langkah diatas sebagai berikut:

1. Tim pengusul akan berkoordinasi dengan mitra untuk menganalisis kondisi dan memastikan kebutuhan UMKM Petani Kopi program pengabdian tepat sasaran dan tepat guna. Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan ke-1.
2. Tim pengusul membuat jadwal kegiatan selama 8 bulan untuk Pembinaan UMKM Petani Kopi pada kegiatan ini dikhususkan untuk optimalisasi peningkatan kualitas Digital Economy Dan Brand Identity produk yang dihasilkan oleh UMKM Petani Kopi dilaksanakan pada bulan ke-1.
3. Tim pengusul koordinasi dengan narasumber dan menyiapkan materi untuk pembinaan Peningkatan untuk optimalisasi peningkatan kualitas Digital Economy Dan Brand Identity produk yang dihasilkan oleh UMKM Petani Kopi.
4. Proses pelaksanaan Pembinaan Peningkatan dan optimalisasi peningkatan kualitas Digital Economy Dan Brand Identity produk yang dihasilkan UMKM Petani Kopi, yang melibatkan tim pengusul dosen, panitia dibantu mahasiswa, pihak mitra dari manajemen dan kelompok tani kopi. Ada pun materi pelatihan sebagai berikut:
 - a. Peningkatan dan optimalisasi Digital Economy dalam Brand Identity produk yang dihasilkan
 - b. Peningkatan dan optimalisasi Digital Marketing dalam pemasaran dan penjualan produk
 - c. Pelatihan manajemen bisnis dan pemasaran berbasis digital menggunakan market place dan medsos.
5. Tim pengusul dan mitra mengadakan evaluasi hasil Pembinaan Peningkatan dan optimalisasi peningkatan kualitas Digital Economy Dan Brand Identity produk yang dihasilkan UMKM Petani Kopi.
6. Tim pengusul membuat laporan dan publikasi target luaran dari program Pengabdian kepada Masyarakat

2. Solusi atas permasalahan dalam bidang manajemen dan teknologi

Untuk menangani permasalahan dalam bidang manajemen dan teknologi yang dibutuhkan oleh UMKM Petani Kopi yaitu dengan Pengembangan Sistem Informasi UMKM Petani Kopi melalui tahapan dari metode waterfall dapat dilihat pada gambar dibawah ini



Gambar 4 Metode Waterfall menurut Bassil
Sumber : Bassil , 2012

System / Information Engineering and Modeling

Pada tahapan Project Definition, tim pengusul mencari kebutuhan dari keseluruhan sistem yang akan diaplikasikan ke dalam bentuk software yang akan dikembangkan dalam sistem informasi UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung dapat berinteraksi dengan elemen-elemen yang lain seperti hardware, database, programming code dan lainnya yang tertera dalam langkah-langkah metode waterfall sebagai berikut :

1. Analysis

Tahap ini tim pengusul akan berkomunikasi dengan mitra yang bertujuan untuk untuk mengetahui sifat dari program yang akan dibuat, fungsi yang dibutuhkan, user interface dan kebutuhan sistem berdasarkan hasil observasi dan wawancara langsung, tim pengusul menganalisis data keluhan dari informasi mitra sehingga didapatkan sebuah dokumen analisis yang digunakan sebagai bahan untuk ditunjukkan kepada mitra.

2. Design

Pada tahap ini, tim pengusul Dosen dan Mahasiswa Program Studi Manajemen Informatika membu Proses ini digunakan untuk mengubah kebutuhan-kebutuhan diatas menjadi representasi ke dalam be software sebelum melakukan pemograman yang dapat mengimplementasikan kebutuhan yang telah tahap sebelumnya dalam mendefinisikan arsitektur Sistem Informasi UMKM Petani Kopi Kecama Kabupaten Bandung secara keseluruhan.

3. Implementation

Dalam tahap ini, tim peneliti membangun sebuah aplikasi berdasarkan desain "blueprint" yang telah dibuat. Pengembangan aplikasi ini dilakukan dari awal hingga aplikasi siap dijalankan. Sistem Informasi UMKM Petani Kopi Kecama Kabupaten Bandung dibuat dan dikembangkan oleh tim peneliti. Dan diimplementasikan ke mitra secara bertahap, yang terintegrasi dalam tahap selanjutnya. Setiap menu atau module program sistem informasi dikembangkan dan diuji secara fungsional.

4. Testing

Tahap ini setelah proses pembangunan aplikasi selesai, tim peneliti melakukan pengujian. Aplikasi diuji berdasarkan metode black box untuk mengetahui tingkat keberhasilan dari bagian sistem dan pengujian secara langsung pada Sistem Informasi UMKM Petani Kopi Kecama Kabupaten Bandung dilakukan verifikasi dan pengujian apakah sistem memenuhi persyaratan dan kebutuhan pengguna, pengujian dapat dikategorikan ke dalam unit testing (dilakukan pada modul tertentu kode), sistem

pengujian (untuk melihat bagaimana sistem bereaksi ketika semua modul yang terintegrasi) dan penerimaan pengujian (dilakukan dengan atau nama mitra untuk melihat apakah semua sesuai kebutuhan mitra).

5. Maintenance

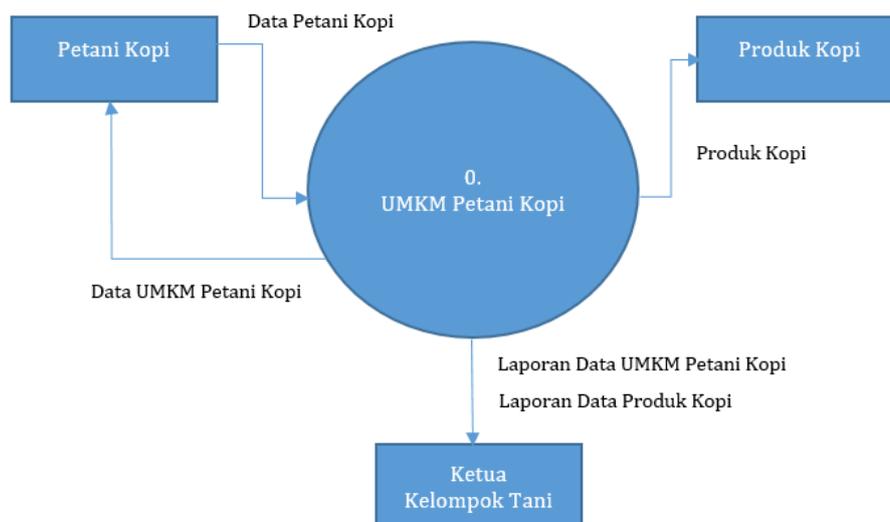
Tahap akhir, pemeliharaan suatu software diperlukan, termasuk di dalamnya adalah pengembangan Sistem Informasi UMKM Petani Kopi Kecamatan Kabupaten Bandung. Pemeliharaan termasuk dalam memperbaiki kesalahan yang tidak ditemukan pada langkah sebelumnya dan pengembangan diperlukan ketika adanya perubahan dari eksternal perusahaan seperti ketika ada pergantian sistem operasi, atau perangkat lainnya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ruang lingkup Sistem Informasi UMKM Petani Kopi yang akan dibangun untuk mitra UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung terdiri dari :

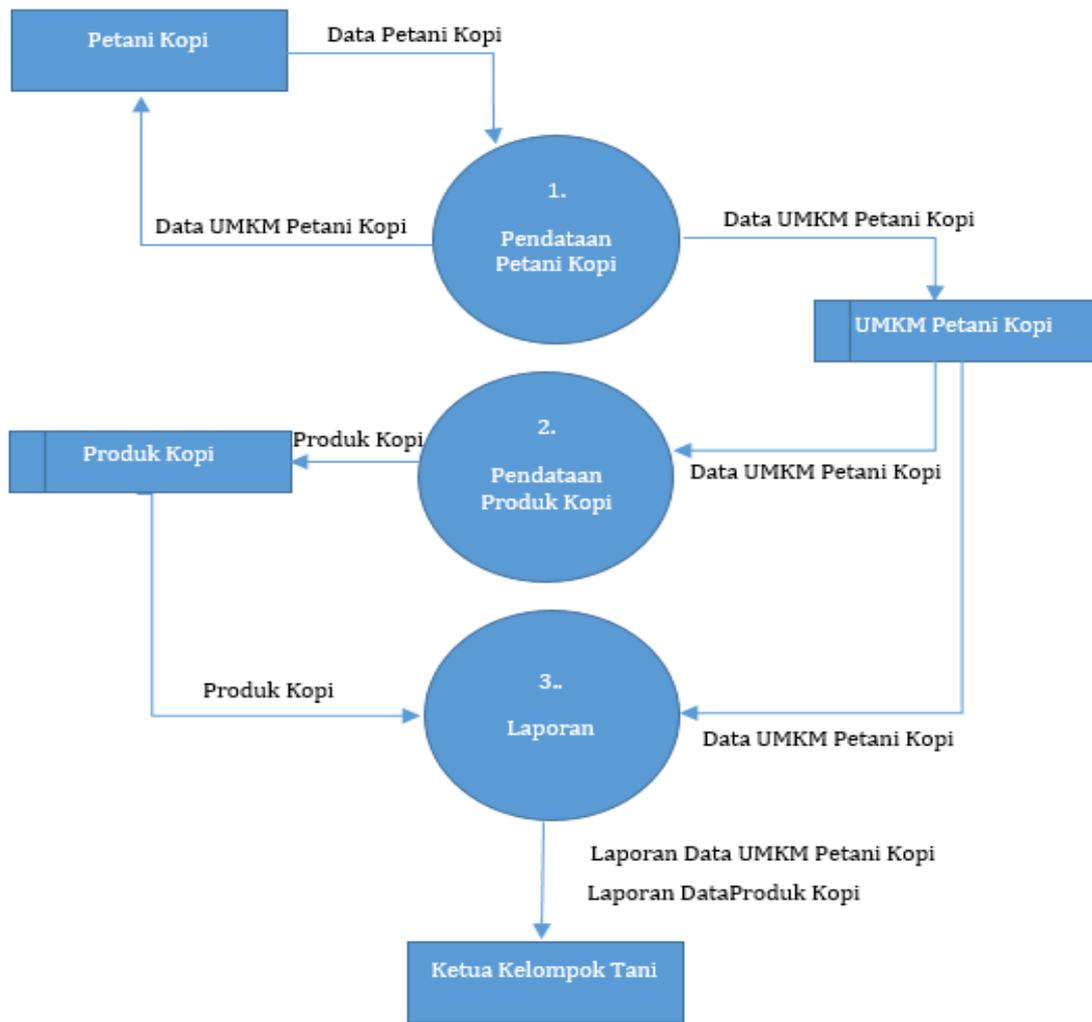
1. Sistem Informasi Company Profile UMKM Petani Kopi Website UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung merupakan dasar dari sistem informasi yang diterapkan di UMKM Petani Kopi, Melalui website, bisa mengenalkan profil UMKM Petani Kopi kepada masyarakat secara umum. Beberapa informasi yang dicantumkan di website adalah profil, visi misi, serta fasilitas yang dimiliki oleh UMKM Petani Kopi dan informasi lainnya sesuai kebutuhan. Dengan pemanfaatan template Laravel dan Framework Bootstrap
2. Sistem Informasi UMKM Petani Kopi Sistem informasi ini bermanfaat untuk proses pendataan UMKM Petani Kopi antara lain data personal, data produk, laporan data UMKM Petani Kopi yang terintegrasi dengan web site Sistem Informasi Company Profile UMKM Petani Kopi. Dibangun secara database client server yang akan diimplementasikan di Toko Kopi Manglayang.

Gambaran rancangan Diagram Konteks dari sistem informasi UMKM Petani Kopi sebagai berikut :



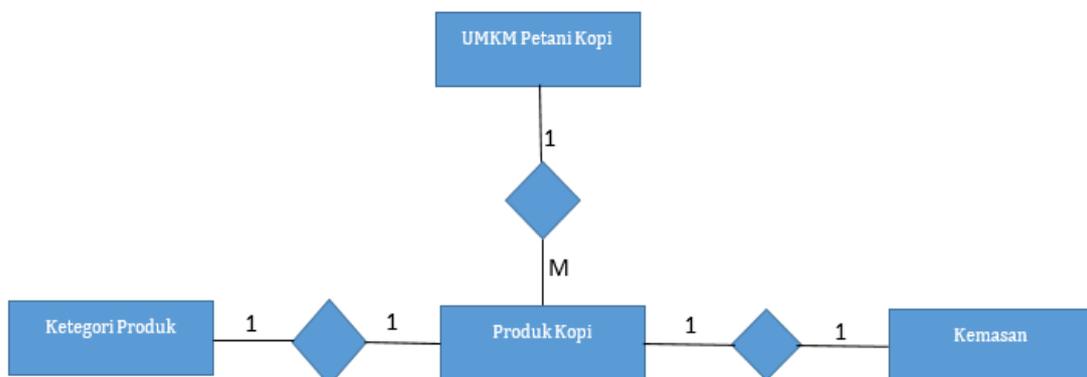
Gambar 5 Diagram Konteks Sistem Informasi UMKM Petani Kopi

Gambaran rancangan Data Flow Diagram dari sistem informasi UMKM Petani Kopi sebagai berikut :



Gambar 6 Data Flow Diagram Sistem Informasi UMKM Petani Kopi

Gambaran rancangan ERD dari sistem informasi UMKM Petani Kopi sebagai berikut :

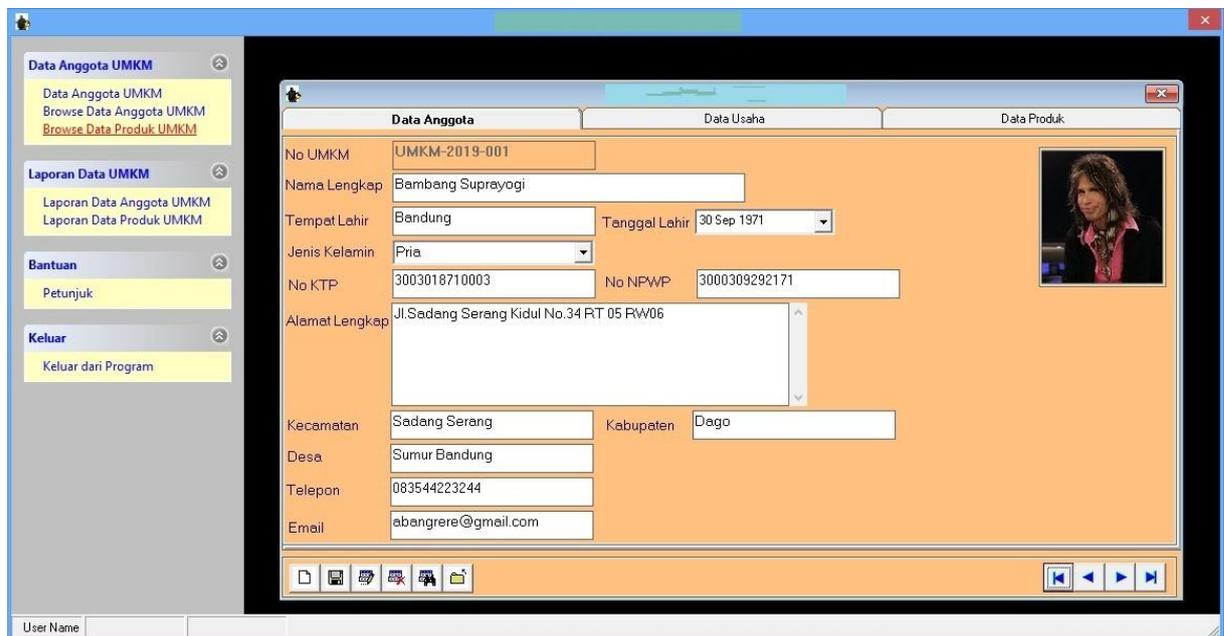


Gambar 7 Entity Relations Diagram Sistem Informasi UMKM Petani Kopi

Gambaran IPTEKS yang akan diimplementasikan di mitra UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung yaitu Pengembangan Sistem Informasi UMKM Petani Kopi dengan rincian sebagai berikut:



Gambar 8 Tampilan Menu Utama Sistem Informasi UMKM Petani



Gambar 9 Tampilan Menu Anggota UMKM Petani Kopi

PENUTUP

Kegiatan pengabdian berjalan dengan lancar, mitra sangat antusias mengikuti kegiatan pelatihan sudah dimanfaatkan dan berdampak pada peningkatan produksi mitra. Kegiatan ini juga berdampak pada meningkatnya produksi sehingga menghemat waktu

dan efisiensi tenaga, serta dapat meningkatkan mutu produk yang dihasilkan dan sudah memiliki strategi pemasaran dengan pendekatan 7P yang sangat baik dan digital marketing dalam menjalankan usahanya. Dengan manajemen yang profesional dapat membantu dalam menganalisis pokok permasalahan serta dapat mengembangkan potensi UMKM. Pemasaran digital menjadi solusi dalam melalui layanan online dan penggunaan media sosial sebagai tempat menyampaikan informasi terkait produk dan mengembangkan konten digital yang menarik. Secara produk yang dihasilkan sudah sangat baik mengikuti trend perkembangan zaman yang diperlukan adalah mempertahankan konten media sosial dengan konsisten untuk terus mengembangkan brand terhadap harapan seperti yang diinginkan oleh customer. Dengan mengembangkan brand, sangat berpeluang untuk menjadi tujuan utama para konsumen dari luar Bandung ketika ingin ke Bandung para konsumen memiliki tujuan untuk singgah di UMKM Petani Kopi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung

DAFTAR PUSTAKA

- Basry. 2018. Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada UMKM. *Jurnal Komputer dan Informatika*.
- Bassil. A 2012. Simulation Model For The Waterfall Software Development Life Cycle. *International Jurnal Engeneer Technology*.
- Cooper, Donald R. PSS. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. 12th ed. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Efendy A. . 2020. Pengaruh Brand Identity terhadap Brand Loyalty melalui Brand Image dan Brand Trust Honda Manajemen Pemasaran Petra.
- Hustinawati, Himawan, A. k. & L. 2014. Performance Analysis Framework Codeigniter and CakePHP in Website Creation. *International Computer Application*.
- Jim Ife dan Frank Tesoriero. 2008. *Commity Development: Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- M. Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasovec. 2011. *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*, Terj. Bob Sabran, Cetakan-5. Erlangga. Jakarta.
- Sujarweni. 2014. *Metode Penelitian : Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta
- Wardhana. 2015. Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. In: *Prosiding Seminar Nasional Forum Keuangan dan Bisnis IV [Internet]*. Available from <https://www.researchgate.net>