

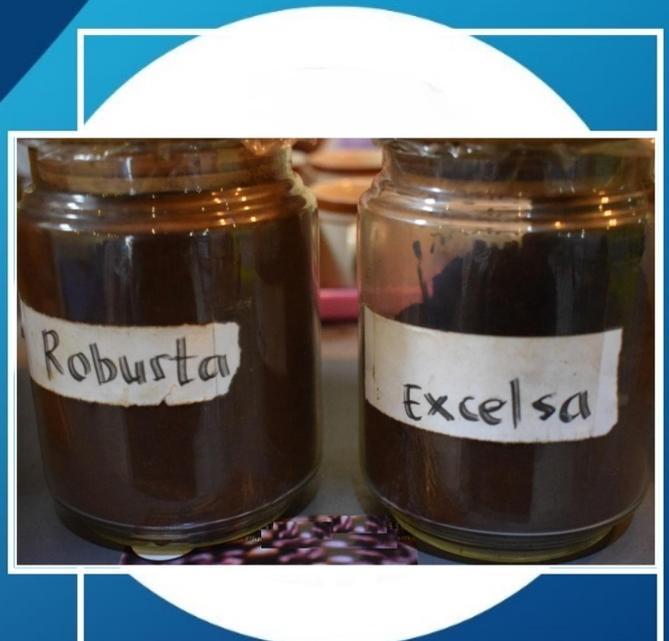


# PELATIHAN DIGITAL MARKETING KEPADA KOMUNITAS KOPI GUNUNG DESA SUMBERJO, KABUPATEN JOMBANG

**Dr. Zainal Abidin Achmad, S.Sos., M.Si., M.Ed.**  
**Juwito, S.Sos., M.Si.**  
**Drs. Saifuddin Zuhri**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**UPN "Veteran" Jawa Timur**

**Surabaya, 2022**



**MODUL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**  
**PELATIHAN *DIGITAL MARKETING* KEPADA KOMUNITAS**  
**KOPI GUNUNG DESA SUMBERJO, KABUPATEN JOMBANG**



**Oleh:**

**Dr. Z. Abidin Achmad, M.Si., M.Ed. (Ilmu Komunikasi, 0719057301)**  
**Juwito, S.Sos., M.Si. (Ilmu Komunikasi, 0721046702)**  
**Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si. (Ilmu Komunikasi, 0712067001)**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**  
**JAWA TIMUR**  
**SURABAYA**  
**2022**

## LEMBAR PENGESAHAN

1. Judul Modul : Pelatihan Digital Marketing Kepada Komunitas Kopi Gunung, Desa Sumberjo, Kabupaten Jombang
2. Pemanfaatan Ipteks : Marketing Communications
3. Nama Ketua Pelaksana :
  - a. Nama Lengkap : Dr. Z. Abidin Achmad, M.Si., M.Ed.
  - b. NIDN : 0719057301
  - c. Jabatan Fungsional : Lektor / IIIc
  - d. Program Studi : Ilmu Komunikasi
  - e. Nomor HP : 085736736736
  - f. Alamat e-mail : [z.abidinachmad@upnjatim.ac.id](mailto:z.abidinachmad@upnjatim.ac.id)
  - g. Perguruan Tinggi : UPN "Veteran" Jawa Timur
4. Lokasi Kegiatan : Desa Sumberjo, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang
5. Anggota :
  - a. Nama Lengkap : Juwito, S.Sos., M.Si.  
Prodi/ NIDN : Ilmu Komunikasi / 0721046702
  - b. Nama Lengkap : Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si.  
Prodi/ NIDN : Ilmu Komunikasi / 0712067001

Menyetujui,  
Dekan FISIP



Dr. Drs. Ec. Cendut Sukarno, MS.  
NIP. 19590701198703 1 001

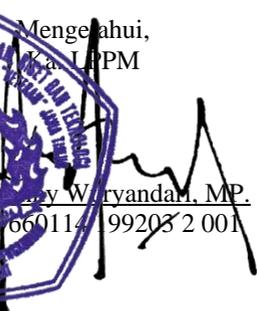


Ketua Pelaksana,



Dr. Z. Abidin Achmad, M.Si., M.Ed.  
NPT. 373059901701

Mengesahui,  
Ka. LPPM



Ir. Widyandani, MP.  
660114199203 2 001



## **Kata Pengantar**

Segala puji bagi Allah SWT. Tuhan semesta alam yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan pada kami sehingga dapat menyelesaikan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan baik. Terima kasih kami sampaikan kepada komunitas KOPI GUNUNG Desa Sumberjo karena telah memberikan kesempatan kepada kami mengadakan bentuk pengabdian masyarakat tentang digital marketing.

Tujuan dari modul ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan proses transfer pengetahuan kepada mitra. Modul pengabdian masyarakat ini disusun oleh tim dosen dari program studi Ilmu Komunikasi sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku.

Tim penyusun memberikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak terkait. Membantu melancarkan tri dharma perguruan tinggi yang dilakukan dengan melakukan pengabdian kepada masyarakat. Sekian dari kami, terima kasih.

25 Agustus 2022

Tim Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	2
<b>Kata Pengantar</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	3
<b>1. PENDAHULUAN</b>	5
<b>2. PELAKSANAAN KEGIATAN</b>	16
2.1 Tanggal, Waktu, dan Tempat	16
2.2 Jenis Kegiatan	16
<b>3. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	17
3.1. Produk Kopi	17
3.2 Marketing	18
3.3 Digital Marketing	19
3.4 Penggunaan Aplikasi Pendukung	24
<b>4. PENUTUP</b>	26
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	27
<b>LAMPIRAN</b>	28
Surat Ketersediaan Kerjasama dengan Mitra	28
Peta Lokasi Kegiatan	29
Tampilan slide materi	33

**MODUL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**  
**PELATIHAN *DIGITAL MARKETING* KEPADA**  
**KOMUNITAS KOPI GUNUNG DESA SUMBERJO,**  
**KABUPATEN JOMBANG**

Zainal Abidin Achmad\*, Juwito Juwito, Saifuddin Zuhri

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia  
Email: [z.abidinachmad@upnjatim.ac.id](mailto:z.abidinachmad@upnjatim.ac.id)

## **1. PENDAHULUAN**

Seiring dengan perkembangan teknologi, tentu banyak hal yang telah berubah, tidak terkecuali strategi dalam suatu pemasaran. Saat ini, masyarakat dituntut untuk mengikuti adanya perkembangan zaman di era yang serba digital ini. Tentu saja dengan adanya teknologi membuat baik individu maupun organisasi atau komunitas harus senantiasa memantau apa saja yang sedang terjadi, khususnya apabila membiarkan sebuah produk. Komunitas tentu dibentuk karena adanya kesamaan rasa terhadap sesuatu dan/atau sedang menggeluti hal yang sama di dalamnya.

Komunitas merupakan sebuah kelompok sosial yang menyatukan diri dan terdiri dari beberapa orang yang memiliki

kesamaan dalam hal kebutuhan, kepercayaan, bakat, minat dan hobi sehingga menciptakan rasa nyaman dari setiap anggota komunitas.

Komunitas adalah sekelompok individu yang memiliki rasa saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan *interest* dan *values*. Salah satu tujuan dari komunitas atau organisasi adalah meningkatkan kemampuan dan kemandirian dari sumber daya yang ada, yaitu dimana sebuah organisasi harus mampu menghasilkan suatu terobosan, baik untuk anggotanya maupun untuk komunitas itu sendiri. Sumber daya yang ada harus mampu diolah sedemikian rupa sehingga dapat menjadi sebuah aset.

Komunitas “Kopi Gunung Desa Sumberjo” yang terletak di Desa Sumberjo, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang merupakan salah satunya. Komunitas tersebut merupakan komunitas yang memiliki tujuan sebagai wadah pembinaan kepada petani kopi lokal desa Sumberjo untuk memproduksi hasil kopi dan siap diperjualbelikan. Komunitas Kopi Gunung Sumberjo ini juga memiliki tujuan bersama, yaitu ingin memperkenalkan produk kopi asli yang dipanen di Kabupaten Jombang untuk dapat dikenal oleh khalayak luas.

Produk kopi yang dihasilkan oleh komunitas Kopi Gunung Sumberjo ini memiliki kualitas yang bagus, terlebih lagi produk

kopi tersebut telah disahkan oleh Pemerintah Kabupaten Jombang sebagai produk komunitas kopi terbaik. Hal ini tentu menjadikan komunitas Kopi Gunung Sumberjo layak untuk dikenal oleh khalayak luas. Produksi dan penjualan juga telah dilakukan oleh komunitas ini, namun kurangnya memperkenalkan dan memasarkan produknya ke luar komunitas menjadi salah satu hambatannya. Komunitas Kopi Gunung Sumberjo masih menggunakan metode ‘mulut ke mulut’ untuk memasarkan produknya, terlebih produk kopi tersebut hanya dipasarkan kepada sesama komunitas pecinta kopi saja. Komunitas Kopi Gunung Sumberjo masih belum mencoba untuk memasarkan produknya melalui media digital. Hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman terhadap perkembangan teknologi, sedangkan saat ini masyarakat sudah dituntut untuk dapat menggunakannya sebagai wadah untuk melakukan berbagai hal, salah satunya adalah berbisnis.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang kami lakukan merupakan sebuah langkah inisiatif kami kepada komunitas Kopi Gunung Sumberjo dengan tujuan untuk meningkatkan kompetensi anggota komunitas melalui pelatihan *digital marketing* kepada komunitas kopi gunung Desa Sumberjo, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Pelatihan pemasaran di era digital ini merupakan sebuah upaya dari kami untuk memberikan sarana bagi anggota komunitas agar dapat

memanfaatkan *digital marketing* guna memperluas jangkauan pasar dan kopi yang diproduksi oleh Kopi Gunung Sumberjo ini dapat dikenal dan dipasarkan ke khalayak yang lebih luas.

Pandemi COVID-19 berdampak pada perlambatan usaha mikro, kecil, dan menengah. Namun pada menjelang berakhirnya pandemi, geliat ekonomi oleh UMKM produk pertanian menunjukkan kenaikan aktivitas (Mas'udah et al., 2021). UMKM produk pertanian yang mendapatkan momentum pemasaran di saat pandemic dan semakin meningkat adalah produk kopi (BPS RI, 2020). Permintaan pasar untuk kopi tidak pernah menurun di masa pandemic COVID-19, sehingga peluang pertanian kopi berpotensi baik untuk terus dikembangkan (Kemenparekraf, 2021). Salah satu sentra produksi Kopi adalah di Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang. Sebuah kecamatan yang berada di Lereng Gunung Anjasmoro dengan di ketinggian 800 mdpl, memiliki kondisi tanah dan suhu yang sesuai untuk pertanian kopi (Hidayah, 2016). Salah satu jenis kopi yang tumbuh subur adalah Kopi Excelsa, yang banyak ditanam oleh petani di beberapa desa di Kecamatan Wonosalam (Adji, 2021). Kopi Excelsa hasil pertanian di Desa Sumberjo memiliki cita rasa buah yang unik yaitu rasa buah. Meskipun sangat sesuai ditanam, namun tidak banyak petani yang menanamnya, karena karena kurangnya pengetahuan tentang perawatan tanaman kopi excelsa oleh petani di Desa Sumberjo.

Sebagaimana pengakuan kelompok masyarakat KOPI GUNUNG di Desa Sumberjo, meskipun Kopi Excelsa termasuk Produk Unggulan Daerah Jombang, namun kendala yang dihadapi oleh petani adalah kerumitan dalam perawatan Kopi Excelsa. Program Pengabdian kepada Masyarakat ini merancang kegiatan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan kepada kelompok masyarakat KOPI GUNUNG untuk peningkatan pemahaman perawatan tanaman kopi (penyuluhan pertanian), peningkatan kualitas panen kopi yang diolah menjadi produk siap jual, dan peningkatan manajemen pemasaran produk (digital marketing). Pengetahuan tentang perawatan tanaman, proses panen, dan pengolahan pasca panen sangat dibutuhkan oleh petani kopi dari kelompok masyarakat KOPI GUNUNG. Sedangkan pendampingan digital marketing, dan pelatihan packaging sangat dibutuhkan oleh pemilik usaha penjualan kopi dari kelompok masyarakat KOPI GUNUNG.

Permasalahan utama berdasarkan kebutuhan prioritas mitra kelompok masyarakat KOPI GUNUNG di Desa Sumberjo, antara lain: a) Aspek sumber daya manusia, masih terbatasnya pengetahuan dan skill perawatan tanaman kopi, b) Aspek pemasaran produk, belum menguasai pemasaran digital sehingga pemasaran produk kopi hanya terbatas di kawasan Wonosalam, c) Aspek branding dan kemasan yang masih sederhana, kurang layak

jual. d) Aspek penguasaan teknologi, masyarakat masih kurang tanggap terhadap manfaat teknologi tepat guna.

Berdasarkan analisis kebutuhan mitra, solusi yang diberikan dalam program ini adalah: a) Peningkatan kualitas perawatan tanaman kopi, b) peningkatan kualitas produk olahan Kopi, c) Perluasan jaringan pemasaran mitra dengan pemasaran digital. Target khusus yang ingin dicapai pada pelaksanaan program ini adalah prosedur perawatan tanaman kopi, dan untuk sentuhan IPTEKS berupa transfer TTG aplikasi pemasaran digital, desain logo dan kemasan produk kopi yang higienis. Metode pengabdian masyarakat dilakukan dengan cara: penyuluhan tentang edukasi perawatan tanaman dan panen Kopi Excelsa; pelatihan digital marketing; pembubatan akun digital marketing; pembuatan nama, logo, kemasan produk baru; dan video profil untuk branding.

Kabupaten Jombang memiliki kopi excelsa sebagai Produk Unggulan Daerah (Wahab, 2018). Potensi sektor pertanian pada produk kopi excelsa di Desa Sumberjo, Kecamatan Wonosalam perlu dioptimalkan dan diharapkan mampu didorong menjadi daya saing daerah, dan berimplikasi pada akselerasi dalam mewujudkan model pembangunan yang inklusif. Kopi Excelsa masuk pada Penetapan dan pengembangan Produk Unggulan Daerah Jombang (Bappeda Kabupaten Jombang, 2020).

Program ini berupaya memotivasi kelompok masyarakat KOPI GUNUNG untuk meningkatkan kualitas produksi kopi dan pemasaran produk olahan kopi yang berada di Desa Sumberjo. Desa Sumberjo yang menjadi bagian dari wilayah Kecamatan Wonosalam sebagai penghasil utama komoditas kopi di Kabupaten Jombang. Kecamatan Wonosalam berada pada ketinggian 400-800 mdpl di kawasan Pegunungan Anjasmoro, memiliki iklim sedang dan sejuk (Achmad et al., 2021). Tradisi menanam kopi excelsa, bermula dari keberadaan perkebunan kopi milik pemerintah kolonial Belanda. Perkebunan tersebut, kemudian dimiliki oleh rakyat yang dibudidayakan di lahan perpajakan dan lahan perhutani (Wahab, 2018).

Kopi excelsa ditanam di bawah beberapa jenis pohon naungan, yaitu (1) naungan pohon buah-buahan seperti durian, pete, jengkol, nangka; (2) naungan perdu seperti lamtoro, kaliandra, glisirida; (3) naungan tanaman keras seperti pinus dan sengon. Potensi produk kopi di Wilayah Kecamatan Wonosalam: luas panen 717 Ha, produksi 557,06 Ton dan produktivitas 0,78 ton/Ha (Bappeda Kabupaten Jombang, 2020).

Salah satu varian kopi yang sangat cocok tumbuh di Kecamatan Wonosalam adalah kopi Excelsa (gambar 1). Tanaman kopi excelsa merupakan salah satu komoditas unggulan yang cepat tumbuh besar dan berbuah lebat. Tanaman kopi Excelsa cocok

dikembangkan pada ketinggian lahan mulai 0-750 meter di atas permukaan laut. Idealnya di daerah beriklim tropis dengan curah hujan sedang. Pada tingkat curah hujan tinggi tanaman ini akan lebih mengembangkan kayunya dibanding buahnya. Kopi Excelsa memerlukan waktu satu hingga dua bulan dengan curah hujan kurang dari 50 mm untuk berbunga. Tanaman ini diketahui tahan terhadap penyakit karat daun, *Hemileia vastratrix* (HV). Produktivitas kopi Excelsa mencapai 1,2 ton per hektar (Adji, 2021).



Gambar 1. Kopi Excelsa Siap Panen dan Biji Kering Kopi Excelsa

Kopi Excelsa adalah kopi yang memiliki rasa buah Nangka yang cenderung asam dan aromanya tajam. Sehingga rasa kopi Excelsa cukup otentik, perpaduan rasa asam, manis, asin dan juga sepat dan juga gurih menjadi ciri khas rasanya. Cita rasa kopi Excelsa lembut dan memiliki kadar kafein dibawah robusta. Bentuk biji kopi Excelsa ini cukup unik mirip dengan tetesan air dan berukuran kecil. Kopi Excelsa (*Coffea liberica* var. *dewevrei*)

secara taksonomi tergolong dalam sub-seksi *Pachycoffea*, satu kelompok dengan kopi Liberika (*Coffea liberica Bull ex Hiern*) dan masuk dalam kelompok Liberoid, namun berbeda kelompok dengan kopi Arabika (Arabikoid) maupun kelompok kopi Robusta (Robustoid) (Udarno & Setiyono, 2015).

Kelompok Masyarakat KOPI GUNUNG di Desa Sumberjo memiliki beberapa permasalahan klasik seperti modal, dan kemampuan sumber daya manusia. Kurangnya modal membuat petani tidak dapat mengembangkan teknologi yang modern dalam pengolahan biji kopi menjadi bubuk kopi. Padahal, penjualan bubuk kopi dapat menaikkan nilai jual ekonomi menjadi berkali lipat daripada penjualan berupa biji kopi (gambar 2).



Gambar 2. Bubuk Kopi Robusta dan Excelsa di Kecamatan Wonosalam

Permasalahan lainnya yaitu kurangnya kemampuan SDM lokal dalam hal penguasaan manajemen pemasaran. Untuk itulah

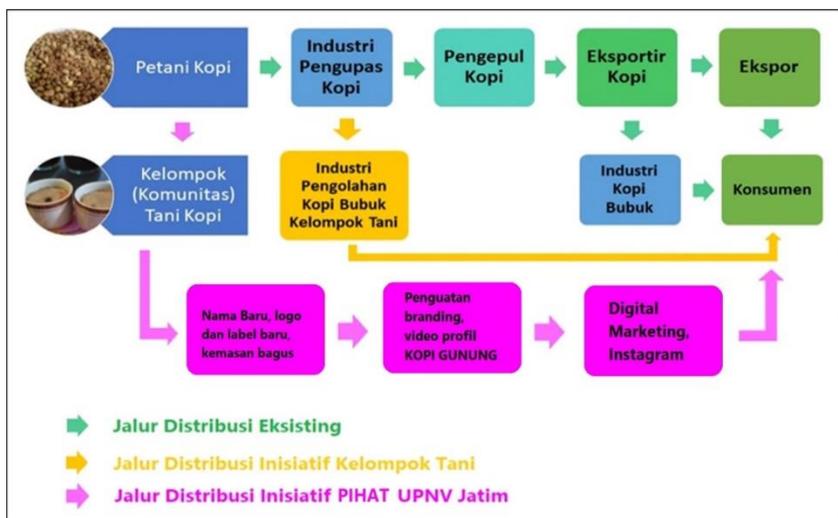
pengabdian masyarakat ini bertitik tolak dari pentingnya peran edukasi dan transfer Ipteks dari akademisi UPN Veteran Jawa Timur terutama dalam hal perawatan tanaman kopi, transfer TTG, dan system pemasaran digital, untuk dalam pengembangan kopi Excelsa di Desa Sumberjo.

Pengalaman pelaksanaan kegiatan serupa telah dilaksanakan pada petani kopi di Desa Wonosalam (Achmad et al., 2021) dan para pelaksana abdimas ini telah memiliki hak cipta untuk pengembangan kegiatan pengabdian ini berupa hak cipta buku dan karya rekaman video. Untuk penyebarluasan manfaat, kegiatan ini ditujukan ke Desa Sumberjo yang juga memiliki potensi Kopi yang cukup dapat diandalkan,

Permasalahan utama berdasarkan kebutuhan prioritas mitra Kelompok Masyarakat KOPI GUNUNG di Desa Sumberjo, adalah:

- a) Aspek produk, perlu peningkatan pengetahuan perawatan tananam kopi. Tujuannya untuk menjaga kualitas panen biji kopi.
- b) Aspek pemasaran, keterbatasan jangkauan penjualan, sebatas melayani permintaan masyarakat sekitar Wonosalam. Belum mengenal pemasaran digital.
- c) Belum memiliki nama produk, logo, dan label produk. Kemasan masih sederhana (plastik bening) belum menggunakan plastik berlapis aluminium foil.
- d) Belum mengenal strategi branding, pentingnya membuat profil usaha sebagai pendukung brand.

Kondisi eksisting pemasaran kopi Excelsa di kluster Wonosalam masih berlangsung tradisional dan memenuhi kebutuhan industri. Hal ini berdampak pada kecilnya margin keuntungan untuk petani kopi. Justru masih jarang warga Wonosalam dapat menikmati Kopi Ekselsa produk sendiri, karena langsung diambil pengepul kopi (gambar 4). Program Penerapan Iptek Masyarakat ini menawarkan jalur distribusi alternatif dengan mekanisme pemasaran secara digital. Tujuan lain dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah mengoptimalkan peran komunitas KOPI GUNUNG untuk meningkatkan kesejahteraan petani kopi di Desa Sumberjo.



Gambar 3. Kondisi Eksisting Pemasaran Produk Kopi Excelsa di Kecamatan Wonosalam dan perbaikan jalur pemasaran

## **2. PELAKSANAAN KEGIATAN**

Pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan dengan rincian sebagai berikut:

### **2.1 Tanggal, Waktu, dan Tempat**

Tanggal : Sabtu, 30 Juli 2022

Waktu : 09.00 – 12.00 WIB

Tempat : Balai pemberdayaan Kopi Wonosalam,  
Desa Sumberjo, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten  
Jombang.

### **2.2 Jenis Kegiatan**

Kegiatan yang kami lakukan adalah memberikan pelatihan kepada anggota komunitas terhadap perkembangan *digital marketing* yang seharusnya dapat dimanfaatkan untuk lebih memperluas jangkauan penjual produksi kopi yang mereka buat. Melalui pelatihan ini, kami memaparkan materi tentang *digital marketing* dan diadakan sesi tanya jawab serta diskusi.

### **2.3 Peserta**

Peserta yang hadir dalam kegiatan ini merupakan anggota dari komunitas Kopi Gunung Sumberjo sebanyak 20 orang.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1. Produk Kopi**

Kopi menjadi salah satu produk minuman yang memiliki nilai jual yang cukup tinggi serta pangsa pasar yang luas. Konsumen kopi terhitung cukup besar dan banyak yang mengonsumsi kopi dari berbagai kalangan. Mulai dari muda hingga terutama yang tua menggemari kopi. Terdapat banyak sekali produk kopi yang dengan mudah ditemui di berbagai pasar sekitar, mulai dari kopi bermerek yang diproduksi secara besar hingga kopi yang berasal dari produsen lokal. Kopi yang merupakan minuman yang berasal dari pemanggang biji kopi memiliki aroma khas, menghangatkan, serta memiliki banyak manfaat membuat konsumsi produk kopi cukup tinggi di masyarakat. Belum lagi ditambah fakta jika kopi juga menjadi salah satu budaya dan trending di masyarakat, khususnya anak-anak muda.

Kopi gunung menjadi subjek pengabdian masyarakat. Berlokasi di Wonosalam, Kabupaten Jombang. Perkebunannya terletak di kebun pegunungan sehingga demikian disebut sebagai kopi gunung. Perkebunan ini diberdayakan oleh komunitas perkebunan kopi gunung di desa Wonosalam dan dikembangkan produksinya secara berkala.

### 3.2 Marketing

Pemasaran menjadi peran penting dalam mengembangkan suatu produk. setiap perusahaan memiliki caranya sendiri untuk mengenalkan produk atau jasanya pada konsumen. kegiatan pemasaran ini secara sederhana merupakan aktivitas untuk menyampaikan produk atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan kepada konsumennya.

Menurut Kotler dan Keller (2011:5) dalam buku Marketing Management edisi 13 pengertian manajemen pemasaran adalah “Mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial”

Sedangkan menurut Maynard dan Beckam yang dikutip oleh (Alma 2011:1) dalam buku Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa adalah: *“Marketing embrace and business activities involved in the flow of goods and services from physical production and consumption”*.

Sedangkan menurut Daryanto (2011:1) mengemukakan pengertian pemasaran sebagai berikut: “Suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain”.

Saat ini metode yang dilakukan untuk melakukan pemasaran sudah makin marak. Banyak cara mudah yang bisa

dicoba oleh perusahaan mulai dari cara konvensional hingga digital. marketing berkembang mengikuti perkembangan zaman, baik pemasaran konvensional dan digital masih terus dilakukan dan dikembangkan sesuai dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Produk kopi oleh komunitas kopi gunung, sejauh ini hanya menerapkan sistem pemasaran konvensional yang sangat sederhana. berdasarkan temuan dilapangan, produk komunitas kopi gunung memasarkan produknya hanya dikenalkan dari mulut ke mulut. maka strategi pemasaran yang sudah dilakukan ini dirasa masih kurang maksimal. karena hanya mengandalkan cerita mulut ke mulut dan konsumen yang loyal saja. perlu adanya pengembangan dalam strategi pemasaran yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi, sasaran konsumen akan lebih meluas. tidak sebatas hanya dari mulut ke mulut dan daerah sekitar komunitas kopi gunung.

### **3.3 *Digital Marketing***

Konsep pemasaran secara digital mulai ramai bermunculan dan terus dikembangkan. metode pemasaran secara digital ini muncul seiring berkembangnya teknologi. terdapat beberapa cara memasarkan produk melalui pemasaran digital, seperti melalui

sosial media dan *e-commerce* yang banyak sekali dilakukan oleh para perusahaan, baik itu perusahaan besar maupun usaha mikro kecil menengah atau umkm. Strategi pemasaran digital banyak dipilih karena dirasa efektif dan tidak perlu mengeluarkan modal yang besar. karena ketika memasarkan melalui digital, pasar konsumen akan menjadi lebih luas sehingga produk akan lebih dikenal daripada memasarkan melalui mulut ke mulut atau pemasaran konvensional.

Penggunaan *digital marketing* sendiri tentu akan memberikan banyak keuntungan serta kelebihan bagi para pelaku pemasaran. Beberapa kelebihan penting yang dapat diambil seperti menciptakan kesempatan lebih dalam penyediaan produk atau jasa yang dipasarkan; mencapai potensi maksimal dari berbagai tindakan yang diambil dalam ranah pemasaran; meningkatkan kualitas pelayanan serta produk jasa sehingga meningkatkan level customer dari berbagai aspek (seperti loyalitas dan kuantitas serta kepuasan); menambah penghasilan dan keuntungan bisnis; dan memberikan kesempatan yang besar untuk melakukan inovasi.

Penggunaan internet sebagai jalur dalam digital marketing juga memberikan banyak kelebihan dalam prosesnya. Penggunaan internet memberikan keleluasaan dalam berkomunikasi, sebab para pelaku kegiatan digital marketing dapat berinteraksi dengan mudah

dan tidak terhalang oleh ruang dan waktu. Internet sebagai wadah berinteraksi juga menunjukkan berbagai konsumen yang aktif dan potensial, meningkatkan efisiensi, dan memberikan transparansi terhadap aktivitas. Produk kopi termasuk yang cukup ramai dalam kegiatan pemasaran secara digital.

Pada saat berlangsungnya kegiatan penyuluhan dan pelatihan, Tim PkM membuka forum konsultasi bagi anggota Pokmas KOPI GUNUNG dalam upaya meningkatkan pengetahuan perawatan tanaman kopi dan digital marketing. Khusus pada materi pelatihan digital marketing, tim ini sekaligus melakukan pendampingan pembuatan akun instagram dan pengoperasian akun tersebut sebagai sarana jual beli secara online.

Secara umum, penyebutan digital marketing adalah merujuk pada kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk menggunakan media digital atau internet. Kelebihan digital marketing adalah (1) Menghemat Biaya, Waktu, dan SDM. (2) dapat menjangkau konsumen lebih luas dengan targeting lebih spesifik. Kekurangannya adalah butuh pengalaman dan mudah ditiru. Skill lain yang harus dikuasai adalah memahami jenis dan strategi digital marketing.

Merek dan Label Baru “CAKRA DEWA”, Produk kopi dari Kelompok Masyarakat Kopi Gunung. Terdapat dua varian kopi yaitu varietas Excelsa dan varietas Robusta. Merek Cakra Dewa merupakan merek baru, untuk membedakan varian jenis kopi yang dijual, tim ini mendesain label baru untuk kemasan kardus dengan kapasitas 250gram (gambar 4).

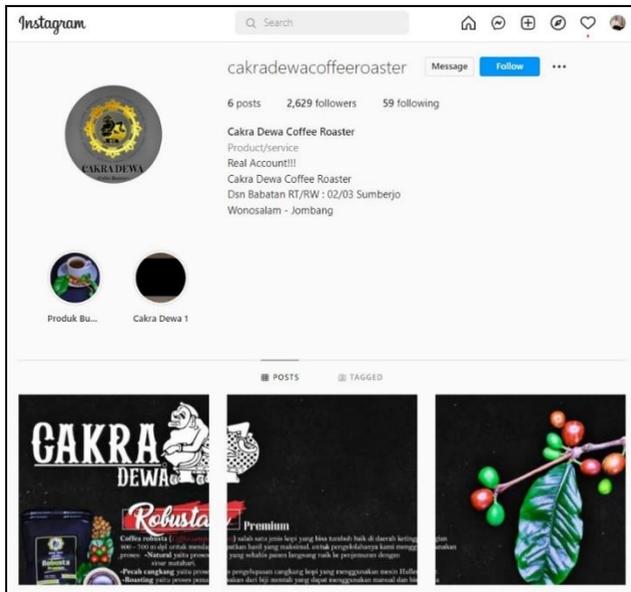


Gambar 4. Label dan logo baru karya tim

Sedangkan kemasan baru karya tim PkM ini, berbahan plastik kedap udara dengan lapisan dalam aluminium foil (gambar 5). Desain kemasan ini bertujuan untuk melindungi kualitas rasa dan aroma Biji kopi hasil roasting dan bubuk kopi Pokmas KOPI GUNUNG.



Gambar 5. Kemasan plastik baru karya tim PIHAT untuk varietas Excelsa dan Robusta.



Gambar 6. Akun instagram @cakradewacoffeeroaster atau Cakra Dewa Coffee Roaster

<https://instagram.com/cakradewacoffeeroaster?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Selama pelatihan digital marketing, semua peserta terlibat aktif dalam pembuatan akun Instagram, sebagai toko bersama bagi para anggota Pokmas KOPI GUNUNG. Tim PkM memberikan contoh melakukan foto produk dengan telepon genggam. Hasil foto anggota pokmas kemudian diseleksi untuk bahan unggahan konten Instagram. Nama akunnua @cakradewacoffeeroaster (gambar 6).

### **3.4 Penggunaan Aplikasi Pendukung**

Penggunaan aplikasi untuk mendukung aktivitas marketing dibutuhkan agar dapat memberikan progres yang optimal dan efektif. adapun beberapa aplikasi yang dapat dimanfaatkan seperti deretan aplikasi sosial media serta wadah *e-commerce* atau marketplace; yakni pasar online yang berbasis media digital.

#### **1. WhatsApp**

WhatsApp atau WA merupakan aplikasi yang berfokus pada pengiriman pesan. Komunitas kopi gunung memanfaatkan aplikasi WhatsApp untuk menjadi jalur komunikasi yang menghubungkan antara tim komunitas sebagai produsen dengan pihak konsumen. Melalui WhatsApp pula tempat terjadinya transaksi secara sederhana yang menjadi media komunikasi.

## 2. Facebook

Facebook menjadi aplikasi sosial media yang memiliki mudah untuk diakses. Facebook juga didukung dengan berbagai fitur sehingga membuatnya menjadi wadah untuk menjalankan bisnis yang cukup baik. Adanya fitur komunitas dan grup membuat pencarian konsumen potensial menjadi lebih efisien.

Aktivitas digital marketing ini dapat dikembangkan lagi jika memanfaatkan aplikasi-aplikasi penunjang pemasaran lain, misalnya memanfaatkan *e-commerce* serta aplikasi untuk mendesain produk.

#### 4. PENUTUP

Setelah melakukan pengabdian masyarakat di Komunitas Kopi Gunung Sumberjo, Wonosalam, Jombang, dapat kami amati jika komunitas ini memiliki alur kerja yang cukup baik serta banyak ruang untuk dikembangkan, sehingga memberikan banyak potensi yang dapat ditingkatkan. Adapun salah satu hal utama yang dapat ditingkatkan adalah pemanfaatan aplikasi bidang *digital marketing*, terutama *e-commerce* untuk memperluas pasar, meningkatkan penjualan, serta memberikan *exposure* lebih terhadap produk kepada publik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A., Safeyah, M., Masnuna, M., & Mas'udah, K. W. (2021). *PESONA WISATA WONOSALAM, JOMBANG (LPPM UPNVJT)*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=JI33JY5mcq8>
- Adji, H. P. (2021). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produksi Kopi Excelsa di Desa Carangwulung Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
- 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.)). BPS Indonesia.
- Hidayah, U. (2016). *Arahan Pengembangan Agroindustri Berbasis Komoditas Pertanian Unggul di Kabupaten Jombang*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.
- Kememparekraf. (2021). *Infografik: Pertumbuhan Komoditi Kopi Nusantara*. <https://kememparekraf.go.id/hasil-pencarian/infografik-pertumbuhan-komoditi-kopi-nusantara>
- Mas'udah, K. W., Achmad, Z. A., Chayani, I. S. P., Multazam, N. A., & Putra, R. F. A. (2021). Pelatihan desain pengemasan dan pemasaran kelompok UMKM untuk meningkatkan pendapatan masyarakat Kelurahan Dupak Kecamatan Krembangan Kota Surabaya Jawa Timur. *SHARE (Journal of Service Learning)*, 7(2), 129–135. <https://doi.org/10.9744/share.7.2.129-135>
- Udarno, M. L., & Setiyono, R. T. (2015). Penampilan kopi excelsa hasil eksplorasi di Kabupaten Kepulauan Meranti, Riau. *Prosiding Seminar Nasional Masyarakat Biodiversitas Indonesia*, 1(3), 543–547. <https://doi.org/10.13057/psnmbi/m010328>
- Wahab, M. (2018). Strategi, Arah Kebijakan, dan Program Pembangunan Daerah . In *RPJMD Kabupaten Jombang Tahun 2018-2023* (p. VI.1-VI.48). Sekretariat Daerah Kabupaten Jombang. [https://jdih.jombangkab.go.id/download/2019\\_perda/PERDA-1-TH-2019-Bab-VI-IX.pdf](https://jdih.jombangkab.go.id/download/2019_perda/PERDA-1-TH-2019-Bab-VI-IX.pdf)

## Lampiran 1. Surat Kesediaan Kerjasama Mitra

**KELOMPOK MASYARAKAT  
"KOPI GUNUNG"**  
Sumberjo Wonosalam Jombang

---

**SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN KERJASAMA**

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ahmad Nur Mualimin  
Tempat Tanggal Lahir : Jombang, 11 Juli 1997  
Nama organisasi/UMKM : Kelompok Masyarakat "KOPI GUNUNG"  
Jabatan : Ketua  
Alamat : Desa Sumberjo, Kec. Wonosalam, Kab. Jombang  
Nomor telepon : 081216078455

Dengan ini menyatakan bersedia untuk bekerjasama dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat PIHAK dari:

Nama Ketua Tim : Dr. Zainal Abidin Achmad, S.Sos., M.Si., M.Ed.  
Nama Lembaga : UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAWA TIMUR  
Alamat : Jl. Raya Rungkut Madya Gunung Anyar Surabaya 60294  
Nomor HP : 085736736736  
Judul PIHAT : Peningkatan Kualitas Panen, Produk Olahan, dan Pemasaran Kopi Ekselsa pada Kelompok Masyarakat "Kopi Gunung" Desa Sumberjo, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang

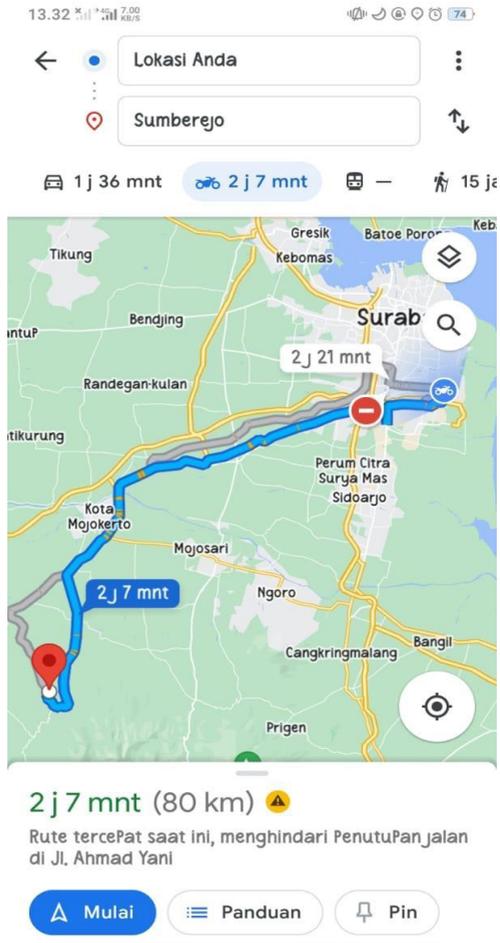
Bersama ini pula kami nyatakan dengan sebenarnya bahwa diantara kami dengan Mitra dan Pelaksana Kegiatan Program tidak terdapat ikatan kekeluargaan dan ikatan usaha dalam wujud apapun juga.

Demikian Surat Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggungjawab tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Jombang, 26 Maret 2022  
Yang membuat pernyataan

  
**AHMAD NUR MUALIMIN**  
Ketua Kelompok

## Lampiran 2. Peta Lokasi Kegiatan



### Lampiran 3. Dokumentasi Kegiatan







## Lampiran 4. Tampilan slide materi



☕ ☕ ☕

# Digital Marketing

Salsa Billa Frisanti Sanin

## Digital Marketing

- **Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan (2009)**  
Kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media.
- **Kleindl dan Burrow (2005)**  
Suatu proses perencanaan dan pelaksanaan dari konsep, ide, harga, promosi dan distribusi
- **Heidrick & Struggles (2009)**  
Perkembangan dunia digital untuk melakukan periklanan yang tidak digembarkan secara langsung akan tetapi memiliki efek yang sangat berpengaruh





## Digital Marketing



### Kelebihan

Menghemat Biaya,  
Waktu, dan SDM

Jangkauan Konsumen  
Lebih Luas dan Dapat  
Melakukan Targeting  
Lebih Spesifik



### Kekurangan

Mebutuhkan  
Pengalaman

Mudah Ditiru

## Strategi Digital Marketing

### Apa yang kita jual

Info produk, harga, dll



**Konten**

### Apa yang diinginkan audience

Yang sedang trending

### Apa yang kita inginkan

Ciri khas