

Implementasi Pemasaran Digital dan Izin Edar Produk Industri Pengolahan Kopi Di UPPKS “Sejahtera” Dusun Patukan, Desa Ngareanak, Kecamatan Singorojo, Kendal

Fandy Indra Pratama¹, Gilar Pandu Annanto^{2*}, Ayu Shabrina³

¹Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Wahid Hasyim

²Program Studi Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Wahid Hasyim

³Program Studi Sarjana Farmasi, Fakultas Farmasi, Universitas Wahid Hasyim

e-mail: gilarpanduannanto@unwahas.ac.id

Abstrak. Desa Ngareanak, dengan luas wilayah 600 Ha dan kepadatan penduduk 49.984 jiwa, menjadi pusat produksi biji kopi di Kecamatan Singorojo. UPPKS “Sejahtera” di Dusun Patukan mengoptimalkan potensi ini dengan memproduksi kopi bubuk bernama “Kopi Sedep”. Dalam proses pemasaran produk, UPPKS masih menggunakan metode konvensional dan belum merambah pemasaran digital. Berdasarkan masalah ini. Tim pengabdian kepada Masyarakat Universitas Wahid Hasyim mengadakan kegiatan pelatihan serta pendampingan kepada UPPKS agar dapat memanfaatkan peluang pasar digital yang besar di Indonesia. Adapun kegiatan yang dilaksanakan yang mencakup pelatihan pemasaran digital, bantuan dalam pengemasan produk, dan pendampingan dalam proses pengurusan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT). Dari kegiatan yang telah dilakukan, mendapatkan hasil seperti UPPKS yang telah memiliki serta mampu menggunakan beberapa media digital guna pemasaran, memiliki label baru yang sesuai dengan anjuran BPOM, dan telah memiliki Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT).

Kata kunci: Kendal; Kopi; Pemasaran Digital; SPP-IRT; UMKM;

Abstract. The village of Ngareanak, with an area of 600 hectares and a population density of 49,984 people, serves as the center for coffee bean production in the Singorojo Subdistrict. The “Sejahtera” Community-Based Enterprise (UPPKS) in the Patukan hamlet optimizes this potential by producing powdered coffee called “Kopi Sedep.” In the product marketing process, UPPKS still employs conventional methods and has not ventured into digital marketing. Based on this issue, the Community Service Team from Wahid Hasyim University organized training and assistance activities for UPPKS to leverage the significant digital market opportunities in Indonesia. The activities carried out include digital marketing training, assistance in product packaging, and guidance in the process of obtaining the Household Industry Food Production Certificate (SPP-IRT). From the conducted activities, the results include UPPKS being able to use several digital media for marketing, having a new label compliant with BPOM recommendations, and obtaining the Household Industry Food Production Certificate (SPP-IRT).

Keywords: Coffee; Digital Marketing; Kendal; Micro-Business; SPP-IRT;

1. PENDAHULUAN

Desa Ngareanak memiliki luas wilayah sebesar 600 Ha dengan kepadatan penduduk di desa tersebut mencapai 49.984 jiwa. Sebanyak 43,37% dari luas wilayah tersebut merupakan tanah perkebunan PTPN IX Merbuh dan 30,86% merupakan tanah milik Perhutani RPH Patukan. Lahan perkebunan tersebut diberdayakan untuk menumbuhkan berbagai tanaman komoditas seperti jagung, kopi, dan palawija. Tanaman kopi merupakan tanaman komoditas yang paling mendominasi apabila dibandingkan dengan tanaman komoditas yang lain dengan area penanaman mencapai 72% dari total luas lahan yang tersedia. Mayoritas tanaman kopi yang ditanam berjenis robusta dan Sebagian berjenis *excelsa*. Gambar 1 menunjukkan salah satu perkebunan kopi yang terdapat di Desa Ngareanak. Diketahui bahwa Desa Ngareanak merupakan salah satu desa yang menopang dalam produksi biji kopi di Kecamatan Singorojo yang setiap tahunnya mampu memproduksi hingga 200 ton (BPS, 2017).



Gambar 1. Perkebunan kopi di Desa Patukan, Kendal.

Tingginya jumlah produksi biji kopi per tahun tentunya menjadi salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan oleh Masyarakat Desa. Salah satu yang memanfaatkan potensi ini adalah Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) “Sejahtera” yang terletak di dusun Patukan, Desa Ngareaanak. UPPKS “Sejahtera” merupakan unit usaha yang memberdayakan ibu rumah tangga di dusun Patukan. UPPKS “Sejahtera” bergerak pada bidang pengolahan dan penjualan produk berbasis kopi. Salah satu produk unggulan dari UPPKS “Sejahtera” adalah kopi bubuk yang dijual dengan merk “Kopi Sedep” seperti yang dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Produk olahan kopi yang diproduksi oleh mitra dengan merk dagang “Kopi Sedep”

Selama ini, dalam memasarkan produknya, UPPKS “Sejahtera” melakukan penjualan produk secara konvensional yaitu hanya dengan melakukan penitipan produk ke warung – warung terdekat atau hanya melayani pembelian produk secara langsung di UPPKS. Pemasaran produk secara digital masih belum menjadi pilihan oleh UPPKS dikarenakan keterbatasan informasi terkait prosedur yang diperlukan. Padahal apabila merujuk salah satu penelitian terdahulu, diketahui bahwa pada tahun 2022 terdapat 204,7 juta pengguna internet aktif di Indonesia dan 191,4 juta jiwa di antaranya merupakan pengguna social media secara aktif (Arfan dan Hasan, 2022). Angka ini merupakan potensial pasar yang masih belum bisa ditangkap sepenuhnya oleh UPPKS Sejahtera melalui pemasarannya yang masih secara konvensional. Selain permasalahan terkait pemasaran digital, produk mitra juga masih belum memiliki Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT), yang mana sertifikat ini diperlukan sebagai bentuk komitmen dari pelaku usaha pangan yang tentunya akan merepresentasikan kredibilitas dari pelaku usaha tersebut (Suprpto, 2020). Guna memberikan solusi terhadap permasalahan mitra, Tim pengabdian kepada Masyarakat Universitas Wahid Hasyim melakukan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat di lokasi mitra yang berlangsung dari bulan Juni – November 2023. Kegiatan yang dilakukan meliputi sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital, pendampingan pembuatan komponen pemasaran digital, pendampingan pengemasan, dan pendampingan dalam proses pengurusan SPP-IRT.

2. METODE PENGABDIAN

Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian ini, tim pengabdian Universitas Wahid Hasyim membagi kegiatan menjadi beberapa tahap sebagai berikut :

a. Pelatihan & sosialisasi penerapan pemasaran digital

Kegiatan pelatihan dan sosialisasi dilaksanakan secara tatap muka dengan metode pemaparan materi yang kemudian dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab. Kegiatan ini bertujuan untuk menambah wawasan dari mitra terkait potensi yang bisa didapatkan melalui pemasaran digital dan prosedur yang perlu ditempuh.

b. Pendampingan pembuatan sarana pemasaran digital

Kegiatan ini merupakan tindak lanjut dari kegiatan sebelumnya, dimana tim pengabdian akan melakukan pendampingan secara langsung kepada mitra untuk mulai menyusun komponen – komponen yang diperlukan dalam proses pemasaran secara digital.

c. Pendampingan proses pengemasan.

Kegiatan pendampingan ini dilakukan secara langsung kepada mitra dimana tujuan dari kegiatan ini adalah membantu mitra dalam memperbaiki kemasan yang salah satu komponennya adalah pembaruan label. Pembaruan label diperlukan karena kemudian akan digunakan menjadi salah satu komponen dalam proses pengurusan sertifikasi PIRT.

d. Pendampingan dalam pengurusan ijin usaha (NIB dan PIRT).

Kegiatan pendampingan ini diawali dengan sosialisasi kepada mitra terkait urgensi ijin usaha serta ijin edar pada suatu industry pengolahan pangan. Selain itu, tim pengabdian juga melakukan pendampingan secara langsung kepada mitra dalam proses mengurus perijinan tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan dari bulan Juni – November 2023 mendapatkan hasil sebagai berikut :

a. Pelatihan & sosialisasi pemasaran digital.

Kegiatan pelatihan dan sosialisasi terkait pemasaran digital dimulai dengan sesi pemaparan materi yang dilakukan oleh Fandy Indra Pratama, S.Kom., M.Kom yang merupakan anggota tim dari jurusan Teknik informatika seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3. Pemateri menyampaikan berbagai poin yang salah satunya terkait benefit yang bisa didapatkan oleh sebuah industri yang berupa peningkatan penjualan produk Ketika menerapkan pemasaran secara digital (Gumilang, 2019). Kegiatan yang dihadiri oleh 40 peserta ini berjalan dengan lancar dan penuh dengan antusiasme. Kegiatan kemudian diakhiri dengan sesi foto Bersama seperti yang terlihat pada Gambar 4.



Gambar 3. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital.

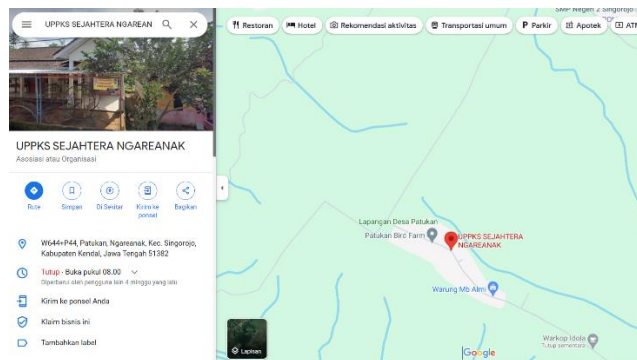


Gambar 4. Kegiatan diakhiri dengan sesi foto Bersama.

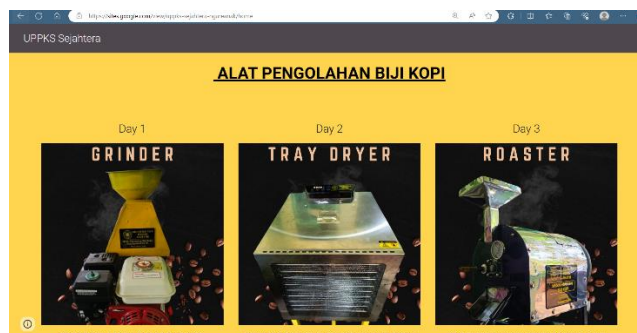
b. Pendampingan pembuatan sarana pemasaran digital

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan pelatihan yang telah diadakan sebelumnya, tim pengabdian melakukan pendampingan kepada mitra dalam melakukan penyusunan berbagai komponen media untuk mendukung pemasaran digital. Pendampingan pertama adalah pembuatan *pinpoint* di Google maps. Pembuatan *pinpoint* ini bertujuan untuk memudahkan calon pelanggan Ketika ingin mencari Alamat dari UPPKS “Sejahtera”. *Pinpoint* yang telah dibuat dapat dilihat pada Gambar 5.

Pendampingan kedua yaitu proses pembuatan *website* dari mitra yang dibuat menggunakan *platform* dari *google site*. Pembuatan *website* bertujuan sebagai sarana mitra untuk memberikan akses informasi kepada para calon pembeli sekaligus sebagai sarana untuk meningkatkan kredibilitas dari usaha yang dijalankan oleh mitra (Agustina, 2018). Gambar 6 menunjukkan *website* yang telah dibuat.

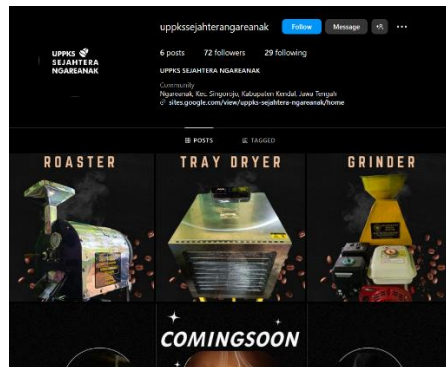


Gambar 5. Pembuatan pinpoint lokasi UPPKS “Sejahtera” di google maps



Gambar 6. Website berbasis google site sebagai sarana penyediaan informasi UPPKS “Sejahtera”

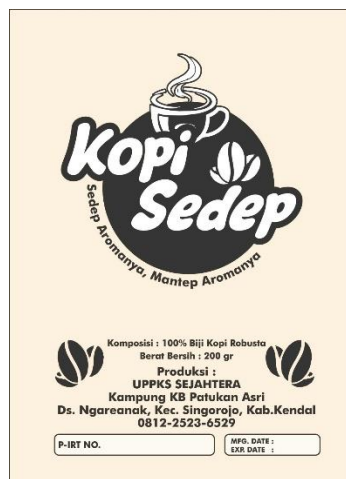
Pendampingan yang ketiga adalah pembuatan media sosial Instagram untuk UPPKS “Sejahtera”. Pembuatan media sosial memiliki tujuan yang hampir sama dengan pembuatan *website*, perbedaannya adalah pada focus informasi yang disajikan. *Website* memberikan informasi yang lebih umum terkait usaha mitra, namun media sosial lebih berfokus pada informasi terkait produk yang dihasilkan oleh mitra. Selain itu, media sosial digunakan sebagai salah satu media iklan berbayar yang diharapkan dapat meningkatkan *awareness* terkait produk – produk yang dimiliki oleh mitra. Gambar 7 menunjukkan media sosial Instagram yang dibuat untuk mitra.



Gambar 7. Pembuatan sosial media Instagram sebagai sarana *show off* dari produk UPPKS “Sejahtera”

c. Pendampingan proses pengemasan.

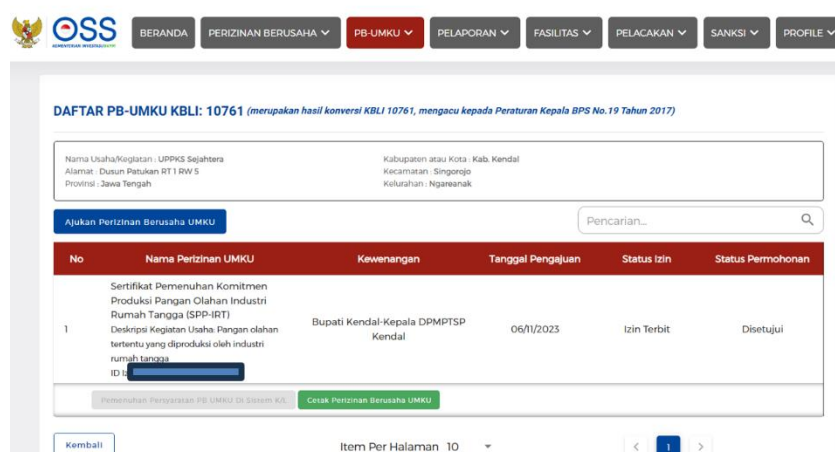
Pendampingan proses pengemasan bertujuan untuk memperbarui label produk dari salah satu produk mitra agar sesuai dengan arahan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dimana suatu label produk pangan harus berisi informasi seperti nama produk, komposisi, berat bersih, logo halal (apabila telah tersertifikasi), tanggal dan kode produksi, keterangan kadaluarsa, asal usul bahan pangan tertentu, informasi nilai gizi (bila ada), nama produsen, alamat produsen, dan keterangan lainnya yang diperlukan dalam memperjelas produk tersebut (BPOM, 2018). Label yang telah dibuat kemudian digunakan sebagai salah satu komponen untuk melengkapi syarat administrasi penerbitan izin PIRT. Gambar 8 menunjukkan label yang telah dibuat.



Gambar 8. Pembaruan label dari salah satu produk UPPKS “Sejahtera” guna pengajuan izin PIRT.

d. Pendampingan dalam pengurusan ijin usaha (NIB dan SPP-IRT).

Undang-undang RI No 18 Tahun 2012 telah mengatur bahwa tujuan pengaturan, pembinaan dan pengawasan pangan adalah untuk tersedianya pangan yang memenuhi persyaratan keamanan, mutu dan gizi bagi kepentingan kesehatan manusia. Berdasarkan undang – undang ini, maka dapat disimpulkan bahwa SPP-IRT (Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga) sangat dibutuhkan sebagai representasi komitmen pelaku usaha dalam meningkatkan dan menjaga kualitas produk Industri Rumah Tangga Pangan yang tentunya hal ini juga akan berpengaruh pada kredibilitas dari pelaku usaha tersebut. Dalam proses pengajuan SPP-IRT, pelaku usaha perlu memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) terlebih dahulu. Tim pengabdian melakukan pendampingan kepada mitra untuk mengurus administrasi tersebut dimulai dari pengajuan NIB melalui OSS hingga melengkapi berkas yang dibutuhkan untuk pengajuan SPP-IRT. Gambar 9 menunjukkan hasil dari pengajuan SP-PIRT yang telah disetujui dan Gambar 10 menunjukkan proses penyerahan dokumen NIB dan PIRT kepada mitra.



Gambar 9. Proses pengajuan PIRT melalui OSS dan telah disetujui.



Gambar 10. Penyerahan dokumen NIB dan PIRT kepada ketua mitra.

4. SIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilakukan berjalan dari Bulan Juni – November 2023 telah berhasil dilaksanakan dengan lancar. Kegiatan yang telah dilakukan tidak hanya memberikan wawasan baru kepada mitra, namun juga menghasilkan media – media digital yang dapat dimanfaatkan oleh mitra dalam mengimplementasikan

pemasaran digital. Kegiatan ini juga menghasilkan NIB dan SP-PIRT yang dapat digunakan untuk meningkatkan kredibilitas mitra selaku produsen produk pangan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah memberikan dukungan dalam mendanai kegiatan pengabdian ini melalui DRTPM skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat Tahun 2023 dengan nomor kontrak induk 070/E5/PG.02.00.PM/2023 dan nomor kontrak turunan 011/LL6/PkMB/AL.04/2023.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L., Fayardi, A. O., & Irwansyah, I. (2018). Online Review: Indikator Penilaian Kredibilitas Online dalam Platform E-commerce. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 141-154.
- Arfan, N., & Hasan, H. A. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 6(2), 212-224.
- BPS. Profil Lahan, (2017) Profesi Warga dan Produk Unggulan. Bps [Internet]. Tersedia pada: http://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data_dasar/index/383-kemiskinan?id_skpd=29
- BPOM. (2018). Label Pangan Olahan. In BPOM RI.
- Gumilang, R. R. (2019). Implementasi digital marketing terhadap peningkatan penjualan hasil home industri. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9-14.
- Suprpto, R., & Azizi, Z. W. (2020). Pengaruh Kemasan, Label Halal, Label Izin P-IRT Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Kerupuk Ikan. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)*, 3(2), 125-133.