

Optimalisasi Pelatihan Pemasaran Kopi melalui Sistem Informasi *Company Profile* UMKM Berbasis Web untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran dan *Branding*

Optimization of Coffee Marketing Training through a Web-Based MSME Company Profile Information System to Enhance Marketing Strategies and Branding

Rosmalina¹, Khilda Nistrina², Sukiman³, Tuhfah Taj Nabilah⁴

Universitas Bale Bandung, Bandung, Indonesia

**Penulis Korespondensi*

¹rosmalina.ros@gmail.com, ²khildanistrina94@gmail.com, ³sukiman.iwu@gmail.com,

⁴tuhfahtn@gmail.com

Riwayat Artikel: Dikirim 11 Januari 2025; Diterima 31 Mei 2025; Diterbitkan 31 Mei 2025

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kopi memiliki potensi besar dalam mendukung perekonomian lokal, namun seringkali menghadapi tantangan dalam meningkatkan strategi pemasaran dan branding. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu UMKM kopi dengan mengembangkan dan mengimplementasikan sistem informasi company profile berbasis web. Program ini dirancang untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM di era digital. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM dalam pembuatan konten, pengelolaan sistem informasi, serta optimalisasi penggunaan platform digital. Pendekatan partisipatif diterapkan untuk memastikan keberlanjutan dan kemandirian UMKM dalam memanfaatkan teknologi ini. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Sistem informasi yang diimplementasikan mampu meningkatkan interaksi dengan konsumen, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat identitas merek. pengembangan sistem informasi company profile berbasis web efektif dalam meningkatkan strategi pemasaran dan branding UMKM kopi. Program ini memberikan dampak positif bagi UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Kata Kunci: UMKM Kopi, Sistem Informasi, Pemasaran, Branding

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the coffee sector hold significant potential to support the local economy but often face challenges in enhancing marketing strategies and branding. This community service program aims to assist coffee MSMEs by developing and implementing a web-based company profile information system. The program is designed to improve the visibility and competitiveness of MSMEs in the digital era. The implementation methods include training and mentoring (UMKM) actors in content creation, information system management, and optimization of digital platform usage. A participatory approach is applied to ensure sustainability and independence for UMKMs in utilizing this technology. The results indicate that the training and mentoring successfully enhanced the understanding and capabilities of UMKM actors in leveraging digital technology for marketing purposes. The implemented information system effectively increased consumer interactions, expanded market reach, and strengthened brand identity. The development of a web-based company profile information system proved to be an effective tool in improving the marketing strategies and branding of coffee UMKMs. This program has had a positive impact on UMKMs by enabling them to harness digital technology for sustainable business development.

Keywords: Coffee UMKMs, Information System, Marketing, Branding

PENDAHULUAN

Saat ini, kopi adalah olahan minuman yang disukai oleh orang-orang hampir di seluruh dunia karena memiliki manfaat ekonomi bagi

negara-negara yang memproduksi, menjual, dan mengekspornya. Dengan tingginya produksi kopi dan jumlah kopi yang dikonsumsi di Indonesia, kopi tidak

hanya menjadi komoditi nasional, tetapi juga dapat menjadi bisnis yang memiliki peluang besar. Para pelaku bisnis seperti yang menjalankan toko kopi dapat memanfaatkan peluang bisnis ini. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Abdurachman, 1993,) didefinisikan sebagai usaha produktif milik individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria yang diatur dalam Undang-Undang tersebut dan berkontribusi pada peningkatan ekonomi nasional dan regional. Ini karena UMKM lebih fleksibel dan dapat menyesuaikan diri dengan cepat daripada perusahaan skala besar. Peran UMKM dalam Perekonomian: UMKM memiliki kontribusi besar dalam menciptakan lapangan kerja dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, terutama di negara berkembang (Tambunan, 2019). Tantangan utama UMKM meliputi kurangnya akses terhadap teknologi, pelatihan, dan pendanaan, yang memengaruhi daya saing mereka. (RI., 2021). Menurut (Marsum., 2005). Restoran merupakan suatu tempat atau bangunan yang diorganisasikan secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamu, baik berupa kegiatan makan maupun minum. Klasifikasi restoran menurut (Indrayana, 2006) restoran dikelompokkan menjadi beberapa jenis menurut kegiatan, makanan atau minuman yang disajikan. Salah satu diantaranya yaitu coffee shop.

Sebagian pengusaha, termasuk pengusaha kopi, masih menghadapi tantangan ekonomi digital. Pengusaha yang mampu bertahan di era disrupsi akan mendapatkan lebih banyak keuntungan, tetapi mereka yang tidak dapat bertahan di tengah gempuran digitalisasi sangat mungkin tenggelam. Karena model pertumbuhan ekonomi digital akan bergantung pada berbagai inovasi teknologi, menjadi lebih mudah bagi pengusaha untuk memperkenalkan dan memasarkan merek mereka sendiri. Pengusaha kopi harus memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk mengolah bisnis mereka, terutama dalam hal desain produk dan teknologi pemasaran. Teknologi informasi memberikan keunggulan kompetitif dalam strategi pemasaran melalui personalisasi dan aksesibilitas informasi

(Kotler, 2019).

Digital marketing memungkinkan UMKM menjangkau konsumen global dengan biaya yang efisien, melalui platform seperti media sosial dan website (Chaffey, 2019).

Coffee shop sudah menjadi lahan bisnis yang menjanjikan, pertumbuhan coffee shop di Indonesia telah menjamur diberbagai kota-kota besar dan kota-kota kecil, meskipun masih memiliki standar dan pasar yang berbeda. Coffee shop juga saat ini tidak hanya tempat untuk menikmati kopi tetapi juga bisa menjadi tempat mengerjakan tugas, tempat untuk berfoto, tempat untuk bertemu rekan kerja, dan tempat untuk menonton acara musik seperti nonton konser. Pada saat ini kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup modern. Banyak orang pergi ke coffee shop bukan hanya karena ingin mencicipi kopi yang khas dari coffee shop tersebut melainkan untuk menghabiskan waktu dan bersantai dengan rekan-rekannya maupun dengan keluarga. Coffee shop yang berkembang masa kini menawarkan konsep yang cukup kreatif agar para pelanggan mendapatkan suasana yang baru.

Tumbuh Lestari Kopi merupakan usaha yang bergerak dibidang perdagangan kopi yang didirikan oleh Afrizal Ahmad Rasyidin dan Novi Hastuti dengan karyawan kurang lebih 5 orang belum termasuk kerja sama dengan para ahli yang beralamat di Jl. Sekelimus VII No.5 Batununggal Kota Bandung.

Gambar 1:
Coffee Shop



Sumber: Dokumentasi Tumbuh Lestari Kopi

Gambar 2:
Penyortiran kopi



Sumber: Dokumentasi Tumbuh Lestari Kopi

Tujuan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu :

Mengoptimalkan pemasaran digital Tumbuh Lestari Kopi melalui pembangunan sistem informasi web yang didalamnya mencakup profil perusahaan, layanan penjualan, dan konten digital.

Sistem informasi modern membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pemasaran (Laudon, 2021).

- Memberikan pelatihan kepada pemilik dan pegawai bagaimana penerapan digital marketing untuk memperluas pasar. Pelatihan berbasis partisipasi membantu meningkatkan transfer pengetahuan dan kemampuan teknis peserta, terutama dalam konteks teknologi (Knowles, 2016)
- Menjadikan situs web sebagai pusat informasi, tidak hanya tentang produk kopi, tetapi juga menyajikan cerita dan narasi yang menarik mengenai proses penanaman, produksi, dan nilai-nilai yang diusung oleh Tumbuh Lestari Kopi.
- Menyediakan platform yang menjadi jalan tengah antara fungsi pasar online atau

marketplace dan Tumbuh Lestari Kopi untuk memperluas jangkauan pasar

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (Tumbuh lestari kopi) merupakan kegiatan yang mendukung program MBKM yang bermanfaat bagi mahasiswa dan dosen untuk berkolaborasi menghasilkan pengabdian yang dapat menjadi solusi dan inovasi di tengah kebutuhan dan tantangan Tumbuh lestari kopi.

Solusi yang ditawarkan pada kegiatan pengabdian ini yaitu :

- Memberikan pelatihan kepada pemilik dan karyawan yang nantinya akan menjadi tim pemasaran untuk memaksimalkan kegiatan pemasaran digital sehingga mencapai keberhasilan dalam bisnisnya
- Mengintegrasikan marketplace ke dalam sistem yang terhubung dengan sistem informasi pemasaran Tumbuh lestari kopi sehingga jangkauan pasar akan lebih luas
- penerapan sistem informasi berbasis web yang informatif, menarik, dan mudah dinavigasi sebagai penyedia informasi lengkap seperti profil perusahaan, layanan penjualan
- Pengembangan Kompetensi Digital: Kompetensi digital menjadi kunci keberhasilan UMKM dalam menghadapi transformasi digital (Commission., 2020)
- Menciptakan Konten Storytelling untuk menghubungkan pelanggan dengan merek Tumbuh lestari secara emosional dengan menceritakan kisah tentang petani kopi lokal, proses pembuatan kopi yang unik, atau dampak positif yang dibawa oleh Tumbuh Lestari Kopi kepada komunitas setempat.
- Memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, youtube dan x untuk membagikan konten, cerita, dan promosi tentang kopi Tumbuh lestari dan melibatkan audiens dengan pertanyaan, polling,

atau kontes yang relevan.

Target luaran yang akan dihasilkan dari masing-masing solusi :

- Pemilik dan karyawan memiliki pengetahuan mengenai pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan
Dengan integrasi marketplace maka jangkauan pasar akan semakin luas
- Tumbuh lestari kopi memiliki sistem informasi sendiri yang berisi informasi mengenai profil Tumbuh lestari kopi serta layanan penjualan
- Memiliki konten visual yang menarik untuk mempromosikan produk Tumbuh lestari kopi
- Memiliki konten storytelling untuk mendekatkan Tumbuh lestari kopi dengan pelanggan
- Memiliki platform media sosial seperti instagram, facebook, youtube dan x

METODE

Metode tahapan pelaksanaan pengabdian yaitu sebagai berikut :

1. Sosialisasi

Sosialisasi dilaksanakan dengan menyampaikan tujuan dan rencana pelaksanaan dari pelatihan sistem informasi ini

Gambar 3:
Koordinasi dengan Mitra dan TIM



Sumber: Dokumentasi Pribadi

2. Tahap Pelaksanaan Program

Tahap pelaksanaan program terdiri dari dua bagian utama : pelatihan penggunaan sistem informasi company profile pada pemilik dan pegawai Tumbuh Lestari kopi dengan penerapan sistem informasi pemasaran berbasis web, konten digital, konten storytelling, dan media sosial, pemilihan instruktur pelatihan, pembuatan materi pelatihan yang menarik, informatif, bahan presentasi, dan buku panduan, jadwal pelatihan yang sesuai dengan jadwal peserta, Promosikan pelatihan melalui email, media sosial, atau pengumuman internal pada pemilik dan pegawai Tumbuh lestari kopi.

Pelatihan Penggunaan sistem informasi company profile dihadiri oleh seorang pemilik dan 2 orang pegawai. Proses pelatihan ini dimulai dengan pengenalan aplikasi web, termasuk tujuan dan manfaat penggunaannya dalam pemasaran. Pelatihan ini fokus pada pemanfaatan sistem informasi berbasis web untuk mendukung pemasaran. Pemilik diajarkan cara mengoperasikan sistem informasi ini. Selain itu, disediakan sesi tanya jawab untuk memastikan semua pegawai dan pemilik memahami penggunaan sistem informasi secara menyeluruh.

Gambar 4:
Implementasi Sistem Informasi



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Implementasi sistem informasi company profile kepada tim Tumbuh Lestari Kopi dihadiri oleh 1 orang pemilik dan 2 orang pegawai didampingi oleh tim. Proses ini dimulai dengan pemilik dan

pegawai langsung mengimplementasikan sistem dan mengeksplorasi setiap menu yang ada di sistem tersebut yaitu:

- Menu *home* menampilkan deskripsi singkat tentang tumbuh lestari kopi, *how it works*, produk, kerjasama.
- Menu *about* yang akan menampilkan sejarah, dokumentasi kegiatan dan kebun, deskripsi tentang kebun, pengenalan penggiat/petani.
- Menu *Contact us* yang akan menampilkan kontak email, telepon, sosmed, alamat toko.
- Menu produk menampilkan beragam produk beserta ulasan, dan pengguna yang berminat dapat langsung diarahkan ke platform Shopee dan Tokopedia untuk melakukan pembelian.
- Menu Blog memaparkan narasi inspiratif mengenai proses penanaman, produksi, dan nilai-nilai pertumbuhan lestari kopi melalui artikel-artikel yang disusun dengan menarik

3. Tahap Evaluasi Pelaksanaan Program

Pendampingan dan evaluasi, Setelah melakukan pelatihan kemudian memberikan pendampingan langsung kepada peserta dengan memberikan sesi tanya jawab, diskusi dan sesi pengembangan strategi. Memberikan tugas atau proyek praktis kepada peserta pelatihan untuk menerapkan konsep dan keterampilan yang mereka pelajari dalam konteks nyata. Memberikan umpan balik terhadap hasil kerja mereka untuk membantu mereka memperbaiki kinerja mereka di masa mendatang. Memberikan mentoring kepada peserta untuk mendapatkan arahan dalam menerapkan pengetahuan. Melacak kinerja peserta untuk melihat apakah mereka telah menerapkan keterampilan dan pengetahuan yang dipelajari. Melakukan evaluasi terhadap umpan balik peserta pelatihan untuk menilai keefektifan pelatihan dan meminta peserta untuk memberikan umpan balik.

4. Tahap Pembuatan Laporan

Tahap terakhir dalam pelaksanaan program adalah pembuatan laporan hasil pelaksanaan program. Laporan ini terdiri dari laporan kemajuan dan laporan akhir yang akan disampaikan kepada pihak yang memberikan dana, yaitu LPPM Universitas Bale Bandung (UNIBBA), serta mitra untuk melaporkan hasil

pembelajaran menggunakan Sistem Informasi Company Profile.

Laporan Kemajuan memuat informasi mengenai perkembangan program, termasuk aktivitas yang telah dilaksanakan, hasil sementara yang dicapai, serta berbagai kendala yang muncul selama pelaksanaan. Laporan ini bertujuan untuk memberikan gambaran kepada pihak pendana mengenai sejauh mana program berjalan dan capaian yang telah diraih.

Sementara itu, Laporan Akhir mencakup ringkasan keseluruhan kegiatan, hasil evaluasi, dampak program, serta rekomendasi untuk pengembangan di masa depan. Disusun secara menyeluruh, laporan ini memberikan gambaran lengkap tentang keberhasilan program dan kontribusinya terhadap pelatihan sistem informasi. Selain itu, laporan ini juga mencantumkan saran dan masukan dari pemilik serta pegawai yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan sistem informasi ke depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program PKM di Tumbuh Lestari Kopi bertujuan membantu Pemilik dan pegawai mengatasi kesulitan dalam memasarkan dan menjual produk kopi mereka.

Program PKM di Tumbuh Lestari Kopi menunjukkan hasil positif yang signifikan dalam aspek pemasaran dan penjualan, sehingga produk kopi ini dapat diperjualbelikan dengan jangkauan pasar yang lebih luas.

1. Manfaat bagi Pemilik

Memanfaatkan sistem informasi berbasis web membantu memperluas jangkauan pemasaran produk kopi ke calon pelanggan yang lebih luas, termasuk pasar internasional. Dengan adanya company profile yang profesional, pemilik dapat lebih mudah mempromosikan produk kopi sekaligus meningkatkan citra dan branding UMKM. Pemilik dapat mengelola informasi terkait produk, harga, dan kontak secara terorganisasi, sehingga memudahkan pengambilan keputusan bisnis. Sistem berbasis web mengurangi kebutuhan untuk

promosi konvensional yang biasanya memakan biaya lebih besar. Memiliki company profile berbasis web memberikan kesan profesional dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap UMKM.

2. Manfaat bagi Pegawai

Pegawai mendapatkan pelatihan dalam mengelola sistem informasi berbasis web, sehingga meningkatkan kemampuan teknologi mereka. Kemudahan dalam Penyampaian Informasi

Dengan sistem yang terintegrasi, pegawai dapat lebih mudah memberikan informasi produk atau layanan kepada pelanggan. Meningkatkan Efisiensi Kerja

Proses promosi dan penanganan pelanggan menjadi lebih terstruktur, sehingga pekerjaan dapat dilakukan dengan lebih cepat dan terorganisasi. Peluang untuk Berkembang di Dunia Digital

Pelatihan ini memberikan pegawai wawasan dan keterampilan yang relevan dengan perkembangan teknologi pemasaran digital, membuka peluang karier lebih luas di masa depan. Meningkatkan Keterlibatan dalam Pengembangan Usaha Dengan memahami sistem informasi perusahaan, pegawai dapat berkontribusi lebih aktif dalam mendukung strategi pemasaran dan branding UMKM.

KESIMPULAN

Program PKM di Tumbuh Lestari Kopi telah menunjukkan bahwa inovasi pengembangan sistem informasi company profile telah berhasil memberikan platform yang efektif untuk menyajikan informasi mengenai perusahaan secara menyeluruh dan terstruktur. Dengan adanya sistem ini, perusahaan dapat memanfaatkan media digital untuk memperkuat strategi pemasarannya. semua semuanya dirancang untuk menciptakan identitas digital yang kuat dan mudah dikenali oleh pelanggan dan mitra bisnis. Sistem informasi company profile memungkinkan perusahaan menjangkau lebih banyak pelanggan potensial melalui media digital, memperluas pasar tanpa batas geografis, meningkatkan volume penjualan, dan bersaing lebih kompetitif di pasar global

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, A. (1993,). *UU no 20 tahun 2008 mengenai Usaha Mikro Kecil dan Menengah Ensiklopedia, Ekonomi, Keuangan, Perdagangan*,. Jakarta : Pradya Paramita.
- Chaffey, D. &-C. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (7th ed.)*. London: Pearson.
- Commission., E. (2020). *Digital Competence Framework for Citizens (DigComp 2.1)*. . Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Indrayana, I. B. (2006). *Desain Interior Restoran Arma di Ubud Bali*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Knowles, M. S. (2016). *The Adult Learner: The Definitive Classic in Adult Education and Human Resource Development (8th ed.)*. . New York: Routledge.
- Kotler, P. &. (2019). *Marketing Management* . (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Laudon, K. C. (2021). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* . Boston: (16th ed.). Pearson.
- Marsum., A. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: ANDI Edisi Empat.
- RI., K. K. (2021). *Laporan Tahunan: Kondisi UMKM di Indonesia*. . Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Tambunan, T. (2019). *Development of Small and Medium Enterprises in Indonesia*. Jakarta: Gajah Mada University Press.