

Peningkatan Pemasaran UMKM Kopi Tempur melalui Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

Siswanto¹, Muhammad Irfan Maulana Syahrudin²

¹Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Pati

²Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama Jepara

Email: Siswanto@gmail.com,

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) are one form of business activity that can expand employment opportunities and provide economic benefits with a wide scope to the community. This Community Service Activity aims to Increase the marketing of coffee MSMEs through digital marketing in Tempur Village, Keling District, Jepara Regency. In addition, for branding Tempur Coffee. The community service approach is carried out using the PLA (Participatory Learning and Action) approach method. With the assets that have been owned in the form of human resources (HR) in the form of coffee producers or MSMEs that are collected in the coffee cluster community of Tempur Village, Keling District, Jepara Regency.

Keyword: UMKM, Digital Marketing, Branding Coffe Tempur

Abstrak

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu bentuk kegiatan usaha yang bisa memperlebar lapangan kerja dan memberikan manfaat ekonomi dengan cakupan yang luas kepada masyarakat. Kegiatan Pengabdian ini bertujuan untuk Meningkatkan pemasaran UMKM kopi melalui digital marketing di Desa Tempur Kecamatan Keling Kabupaten Jepara. Selain itu, untuk branding Kopi Tempur. Adapun pendekatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dengan metode pendekatan PLA (*Participatory Learning and Action*). Dengan aset yang telah dimiliki berupa sumber daya manusia (SDM) yang berupa para produsen kopi atau UMKM yang terkumpul dalam komunitas klaster kopi Desa Tempur Kecamatan Keling Kabupaten Jepara.

Kata Kunci: UMKM, Digital Marketing, Branding Kopi Tempur



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu bentuk kegiatan usaha yang bisa memperlebar lapangan kerja dan memberikan manfaat ekonomi dengan cakupan yang luas kepada masyarakat (Prabawati & Putri, 2023). Selain itu UMKM juga bisa memberikan pengaruh dalam proses menjangkau dan meningkatkan sumber pendapatan masyarakat, membantu dalam pertumbuhan ekonomi, serta mempunyai peran dalam pembangunan nasional. UMKM memiliki potensi sebagai motor dalam kegiatan ekonomi masyarakat juga menjadi salah satu gerbang sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam peningkatan kesejahteraan (Enjel, 2019).

Peningkatan Pemasaran UMKM Kopi Tempur melalui Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

UMKM menjadi salah satu penyangga pertumbuhan ekonomi suatu negara sehingga harus diberikan kesempatan utama, dalam hal dukungan, perlindungan serta pengembangan seluas-luasnya sebagai bentuk keberpihakan terhadap ekonomi masyarakat (Hastuti et al., 2020). Karena keberadaan UMKM tidak bisa dihapuskan dan dihindarkan dari masyarakat. Mengingat keberadaan UMKM sangat penting di masyarakat guna mendistribusikan pendapatan masyarakat (Anggraeni, 2013).

Diharapkan peran dari UMKM saat ini dapat terus meningkat di dalam perekonomian global, selama berjalannya waktu UMKM memiliki berbagai keunggulan yang di antaranya memiliki sifat fleksibel, adaptif, kemudian kemampuan menampung tenaga kerja dengan berbagai latar belakang pendidikan juga mampu beradaptasi dalam segala kondisi ekonomi. Stabilitas dalam pembangunan dan keadaan politik, hukum dan keamanan yang baik diharapkan dapat meningkatkan daya saing dalam cepatnya pergerakan dunia ekonomi global (Zakiyah, Kasmu, & Nugroho, 2022). Untuk berada dalam posisi tersebut memerlukan rencana dan langkah yang strategis yang harus dilaksanakan oleh para pelaku UMKM, sehingga memiliki kemampuan untuk bersaing dalam kompetisi ekonomi global. Salah satu di antara bidang ekonomi yang pada saat ini dipercaya bisa menjadi jalan menuju kesejahteraan adalah ekonomi kreatif (Yuliaty, Shafira, & Akbar, 2020).

Namun, agar UMKM dapat terus berkembang dan bersaing di tingkat global, stabilitas pembangunan, politik, hukum, dan keamanan yang baik sangat diperlukan. Hal ini akan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi UMKM untuk tumbuh, berinovasi, dan meningkatkan daya saing. Dalam hal ini, rencana dan langkah strategis dari para pelaku UMKM sangat diperlukan untuk memastikan kelangsungan usaha dan kemampuan bersaing. Salah satu bidang ekonomi yang kini banyak dipercaya dapat membuka peluang besar bagi UMKM adalah ekonomi kreatif. Dengan memanfaatkan potensi kreativitas, teknologi, dan inovasi, sektor ini memiliki potensi untuk mendongkrak kesejahteraan, baik secara individual maupun kolektif. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk terus mengembangkan kemampuan dan mengikuti tren pasar global agar dapat terus bertahan dan berkembang (Romarina, 2016).

Sedangkan ekonomi kreatif atau ekraf sendiri merupakan bentuk kegiatan ekonomi dengan memanfaatkan bakat individu, kreatifitas, pengetahuan serta keterampilan yang bertujuan untuk menyediakan lapangan pekerjaan dan bertujuan menggapai kesejahteraan dengan menghasilkan dan memaksimalkan daya kreasi dan daya cipta individu (Rongiyati, 2017).

Selain memberikan peluang ekonomi, ekonomi kreatif juga berperan penting dalam mengembangkan identitas budaya lokal, memperkenalkan kekayaan tradisional, dan membangun pasar global. Potensi ekraf yang terus berkembang dapat menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi negara, dengan menciptakan berbagai lapangan pekerjaan baru serta meningkatkan daya saing di kancah internasional. Oleh karena itu, ekraf memiliki peran penting dalam mencapai kesejahteraan dan kemajuan ekonomi (Syafitri & Nisa, 2024).

Peningkatan Pemasaran UMKM Kopi Tempur melalui Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

Di antara pengetahuan yang bisa dilakukan untuk menumbuhkan daya saing UMKM yaitu dengan menjangkau pasar yang lebih luas melalui pengenalan pasar online, atau yang lebih dikenal dengan *digital marketing* (Winarso, Syahril, Aryanto, Arribe, & Diansyah, 2017).

Oleh karena itu, pada Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini fokus memberikan pelatihan *branding digital marketing* kepada pelaku UMKM Kopi Tempur. Pelatihan ini meliputi pengenalan penjualan melalui media sosial serta marketplace lainnya (Facebook, IG, Shoope, Lazada dll).

Pada pelatihan ini, rata-rata para pelaku UMKM Desa Tempur sendiri mayoritas belum memiliki jangkauan pasar secara luas, hanya beberapa orang saja yang telah bertransformasi menuju ke ruang digital dalam memasarkan produk mereka. Menurut Kominfo Ekonomi digital Indonesia mempunyai potensi yang besar untuk berkembang. Laporan *We Are Social* menunjukkan dari 77% populasi Indonesia menjadi pengguna internet aktif atau mencapai 212,9 juta orang pada Januari 2023. Pada tahun 2022, Google Temasek dan Bain & Co. melaporkan kontribusi sektor e-commerce Indonesia sebesar USD59 Miliar atau setara 76% terhadap nilai ekonomi digital Indonesia. Bahkan diproyeksikan mencapai USD 130 Miliar di tahun 2025 (Kominfo, 2023).

Oleh karena itu, untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan dapat menembus pasar internasional, pelatihan *digital marketing* menjadi hal yang sangat penting. Dalam rangka itu, pada PKM ini, peneliti menggandeng Bapak Ulum sebagai narasumber untuk memberikan pelatihan kepada masyarakat mengenai *digital marketing*. Menurut Bapak Ulum, tujuan dari pelatihan *digital marketing* ini adalah untuk membuka wawasan masyarakat, mengubah pola pikir mereka, dan memberikan pemahaman tentang pentingnya branding bagi produk, terutama Kopi Tempur. Dengan adanya pemahaman yang lebih mendalam mengenai *digital marketing*, diharapkan masyarakat dapat memanfaatkan platform digital untuk memperkenalkan dan memasarkan produk mereka secara lebih efektif, tidak hanya di pasar lokal tetapi juga di pasar internasional (Ulum, 2023).

Pentingnya branding Kopi Tempur menjadi fokus utama dalam PKM ini, dengan tujuan agar produk kopi dari Tempur dapat dikenal lebih luas dan diterima di pasar global. Dengan branding yang kuat, produk Kopi Tempur tidak hanya dapat membedakan dirinya di pasar yang kompetitif, tetapi juga membantu meningkatkan daya saing para pelaku UMKM. Branding yang baik akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pasar, yang pada gilirannya memberikan dampak positif terhadap pendapatan para pelaku UMKM.

Melalui pengabdian masyarakat ini, pelatihan branding Kopi Tempur diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta meningkatkan penjualan dan keberlanjutan usaha kopi melalui UMKM di Desa Tempur, Jepara. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya memperkuat branding

Peningkatan Pemasaran UMKM Kopi Tempur melalui Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

produk kopi, tetapi juga berperan dalam pembangunan ekonomi lokal yang lebih berkelanjutan.

Metode Pengabdian

Kegiatan ini merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat di Desa Tempur Keling Jepara. Metode *Participatory Learning and Action* (PLA) adalah pendekatan yang mengutamakan proses belajar dan interaksi dengan komunitas serta masyarakat. Pendekatan ini menggabungkan berbagai metode partisipatif untuk mendukung terciptanya kolaborasi dan proses pembelajaran di dalam masyarakat (Darmawan, Alamsyah, & Rosmilawati, 2020). Secara umum, PLA digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan, merencanakan, memantau, dan mengevaluasi kegiatan yang dilaksanakan. Selain itu, PLA juga dapat dianggap sebagai alat konseling yang efektif, karena konsep ini memberikan kesempatan untuk melakukan lebih dari sekedar konsultasi, serta membantu dalam memecahkan berbagai permasalahan yang ada di lingkungan masyarakat (Darmawan et al., 2020).

Dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan dengan metode PLA mengajak partisipasi masyarakat dan komunitas produsen kopi belajar untuk branding Kopi Tempur. Terdapatnya komunitas produsen kopi atau disebut klaster kopi merupakan sebuah komunitas yang dibentuk untuk menjadi sebuah wadah untuk menyatukan para pelaku UMKM kopi yang ada di Desa Tempur, sehingga mampu menjadi rujukan ketika ada suatu persoalan yang berkaitan dengan penetapan harga, pemasaran dan lain sebagainya yang masih dalam ranah produksi kopi.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan Kegiatan

Pada pengabdian ini, Tim menekankan pentingnya branding Kopi Tempur kepada masyarakat Desa Tempur. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini ditujukan para produsen kopi skala UMKM, dengan bentuk pelatihan *digital marketing* yang bertujuan untuk membantu mereka memanfaatkan potensi pasar yang lebih besar. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang cara menggunakan teknologi digital untuk memperkenalkan dan memasarkan produk kopi mereka secara lebih luas, baik di pasar lokal maupun internasional.

Para peserta pelatihan berkumpul di Kampoeng Kopi, sebuah tempat yang menjadi pusat oleh-oleh khas Desa Tempur. Kampoeng Kopi dipilih sebagai lokasi pelatihan karena merupakan tempat yang strategis dan telah dikenal luas oleh pengunjung dari luar daerah. Para peserta berasal dari berbagai usia dan latar belakang, namun semuanya memiliki tujuan yang sama, yaitu mengembangkan bisnis kopi mereka melalui pemanfaatan *digital marketing*. Dengan adanya pelatihan ini, para peserta diharapkan dapat memahami cara efektif untuk membangun *brand* dan mempromosikan Kopi Tempur menggunakan platform digital, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk mereka dan memperluas jangkauan pasar.

Peningkatan Pemasaran UMKM Kopi Tempur melalui Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

Selain itu, PKM ini bertujuan untuk memberikan pelatihan praktis kepada para pelaku UMKM yang memproduksi kopi, yang tergabung dalam komunitas klaster kopi Desa Tempur. Pelatihan ini dilaksanakan sebagai upaya untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan para pengusaha kopi dalam mengelola usaha mereka, serta memperkenalkan mereka pada berbagai teknik dan strategi untuk memperbaiki kualitas produk dan daya saing di pasar.

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dengan pendampingan langsung dari ketua klaster kopi Desa Tempur, yang berperan aktif dalam memberikan wawasan dan pengalaman praktis kepada peserta. Selain itu, pelatihan ini juga didampingi oleh Tim PKM yang memiliki pengetahuan dan keahlian dalam bidang pemberdayaan masyarakat serta pengembangan UMKM. Tim PKM berperan dalam memberikan materi terkait strategi pemasaran, pengemasan produk, serta pemanfaatan teknologi untuk mendukung keberlanjutan usaha kopi yang lebih efisien dan berkelanjutan (Darmawan et al., 2020).

Pelatihan ini mencakup berbagai topik penting seperti peningkatan kualitas produk kopi, teknik pemasaran digital, pengelolaan keuangan usaha, dan cara membangun jaringan yang kuat dalam komunitas bisnis kopi. Diharapkan, melalui kegiatan ini, para pelaku UMKM di Desa Tempur dapat memperoleh pengetahuan yang berguna untuk mengembangkan usaha mereka, meningkatkan produktivitas, serta memperluas jangkauan pasar baik secara lokal maupun nasional.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama dua hari berturut-turut. Hari pertama, pada Kamis, 31 Agustus 2023, kegiatan berlangsung di Desa Tempur, tepatnya di Kedai Kampoeng Kopi, mulai pukul 13.00 hingga 16.30 WIB. Pada kesempatan tersebut, dihadiri oleh sejumlah pelaku usaha kopi lokal dengan total 14 merek kopi yang turut berpartisipasi. Kegiatan utama pada hari tersebut adalah sesi pemotretan produk kopi milik para pengusaha yang belum memiliki foto produk profesional. Foto-foto ini nantinya akan digunakan sebagai gambar utama yang akan dipajang di etalase toko atau sebagai media promosi di berbagai *platform digital*.

Melalui kegiatan ini, para pelaku usaha kopi di Desa Tempur diberikan kesempatan untuk memperkenalkan produk mereka dengan cara yang lebih menarik dan efektif. Visualisasi yang lebih baik diharapkan dapat meningkatkan citra merek, membantu dalam pemasaran, dan memberikan peluang yang lebih besar bagi produk kopi lokal untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Selain itu, dengan adanya foto produk yang lebih profesional, para pelaku usaha juga dapat memperkuat hubungan dengan konsumen, serta meningkatkan kesadaran akan kualitas produk kopi yang mereka hasilkan. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk kopi lokal Desa Tempur.

Kegiatan kedua adalah pelatihan digital marketing yang dilaksanakan pada Jumat, 1 September 2023, di Kedai Kampoeng Kopi, Desa Tempur, mulai pukul 13.00

Peningkatan Pemasaran UMKM Kopi Tempur melalui Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

hingga 16.45 WIB. Pelatihan ini diikuti oleh 5 peserta yang merupakan pelaku usaha kopi lokal di desa tersebut. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam kepada para peserta mengenai pentingnya pemasaran digital dalam mengembangkan usaha kopi mereka.

Pada pelatihan ini, Bapak Ulum, selaku narasumber yang berpengalaman dalam bidang pemasaran digital, menyampaikan materi mengenai strategi branding kopi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan penjualan produk kopi Tempur. Materi yang diberikan mencakup berbagai aspek penting dalam branding, mulai dari cara menciptakan citra merek yang kuat, pemanfaatan media sosial, hingga strategi pemasaran online yang dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Bapak Ulum juga memberikan tips praktis tentang bagaimana para pelaku usaha dapat memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan visibilitas produk kopi mereka, menarik perhatian konsumen potensial, dan memperluas jangkauan pasar. Dengan pemahaman ini, diharapkan para peserta dapat mengimplementasikan strategi digital marketing yang tepat guna meningkatkan produktivitas dan daya saing kopi Tempur di pasar lokal maupun nasional (Ulum, 2023).

Pelatihan ini diharapkan memberikan dampak positif bagi para pelaku usaha kopi di Desa Tempur, dengan meningkatkan keterampilan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan produk mereka secara lebih efektif dan efisien.

Gambar 1. Pelatihan Pendampingan branding Kopi Tempur



Belajar Bersama

Kegiatan pelatihan digital marketing ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengoptimalkan jangkauan pemasaran produk kopi Desa Tempur, yang selama ini masih mengandalkan metode tradisional, seperti menitipkan produk di toko

Peningkatan Pemasaran UMKM Kopi Tempur melalui Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

kelontong atau toko oleh-oleh Kopi Tempur. Dilaksanakannya pelatihan ini bertujuan untuk membantu para pelaku usaha kopi memahami dan memanfaatkan platform digital untuk memperluas pasar mereka, meningkatkan visibilitas produk, dan meningkatkan penjualan. Dengan pendekatan *digital marketing*, diharapkan para pelaku usaha kopi dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional, serta memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Pelatihan dimulai dengan pemahaman dasar tentang digital marketing, diikuti dengan pemberian materi mengenai saluran proses penjualan produk. Peserta diajarkan mengenai tahapan siklus penjualan yang mencakup langkah-langkah mulai dari rasa ingin tahu, tertarik, keinginan untuk membeli, membeli, merasa bosan, hingga menjadi promotor produk. Materi ini membantu peserta memahami bagaimana sebuah produk dapat terjual melalui proses yang terus berkelanjutan, yang berfokus pada membangun hubungan dengan pelanggan.

Selanjutnya, para peserta diperkenalkan dengan berbagai platform dan aplikasi pemasaran melalui media sosial. Mereka belajar cara membuat akun marketplace di Instagram dan Shopee, serta bagaimana mengelola akun media sosial dengan baik agar dapat menarik perhatian pelanggan potensial. Peserta juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya memproduksi konten yang berkualitas, seperti foto produk yang menarik dan deskripsi produk yang meyakinkan, agar dapat diterima dengan baik oleh pelanggan.

Gambar 2: Pelatihan branding kopi



Pentingnya konsistensi dalam produksi konten juga ditekankan selama pelatihan, agar akun media sosial para peserta tetap aktif dan visibilitasnya terjaga di mata pelanggan. Dengan konten yang rutin diposting, diharapkan akun media sosial mereka tetap menarik perhatian dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen (Ulum, 2023).

Selanjutnya setelah peserta memperoleh materi yang disampaikan narasumber, semua peserta diminta untuk melakukan simulasi dalam menerima

Peningkatan Pemasaran UMKM Kopi Tempur melalui Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

pesanan secara online. Simulasi ini dilakukan dengan melibatkan Tim PKM yang berperan sebagai pembeli, untuk memberikan pengalaman nyata dalam menangani pesanan yang masuk melalui akun *marketplace*. Melalui latihan langsung ini, peserta dapat memahami secara praktis bagaimana cara mengelola pesanan, merespon pembeli, dan memastikan proses transaksi berjalan lancar, sehingga mereka siap menghadapi tantangan dalam dunia pemasaran online.

Hasil yang Dicapai

Setelah mengikuti rangkaian kegiatan yang diselenggarakan oleh Tim PKM dan bekerja sama dengan praktisi lapangan, para peserta terlihat sangat senang dan antusias, terutama dalam mengikuti kegiatan branding kopi. Menurut Bapak Mahmud, salah satu peserta pelatihan, kegiatan ini sangat bermanfaat bagi mereka sebagai pelaku UMKM kopi Tempur. Beliau menjelaskan, kami merasa sangat beruntung bisa belajar langsung dari pakarnya dalam hal branding kopi. Selain mendapatkan ilmu yang bermanfaat, kami juga belajar tentang manajemen pemasaran dengan skala yang lebih luas.

Kegiatan ini memberikan wawasan baru bagi para peserta, terutama dalam memahami pentingnya branding untuk meningkatkan daya tarik dan visibilitas produk kopi mereka di pasar. Melalui pelatihan tersebut, mereka tidak hanya mendapatkan pengetahuan tentang cara membangun citra merek yang kuat, tetapi juga mempelajari strategi pemasaran yang dapat menjangkau pasar yang lebih besar, baik secara online maupun offline. Hal ini memberi mereka keyakinan untuk memanfaatkan teknologi dan platform digital dalam mengembangkan bisnis kopi mereka, serta memperluas jangkauan pasar mereka ke audiens yang lebih luas (Mahmud, 2023).

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya memberikan pemahaman teknis tentang branding, tetapi juga membekali peserta dengan keterampilan praktis dalam menjalankan strategi pemasaran yang efektif. Para peserta merasa lebih siap dan percaya diri untuk mengimplementasikan apa yang telah mereka pelajari, sehingga mereka dapat mengoptimalkan potensi bisnis kopi Tempur dan bersaing dengan pelaku usaha lainnya di pasar yang lebih luas (Wawancara, 2023).

Sebagai langkah terakhir dalam pelatihan digital marketing, peserta diajak untuk mempraktekkan langsung apa yang telah mereka pelajari dengan membuat promosi iklan digital pertama mereka. Dalam sesi ini, mereka mempublikasikan foto atau konten produk kopi mereka di media sosial dan melakukan postingan pertama sebagai bagian dari strategi pemasaran yang lebih luas. Para peserta diberi kesempatan untuk menciptakan konten yang menarik dan relevan dengan produk mereka, serta mengoptimalkan penggunaan platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan kegiatan ini, diharapkan para peserta dapat mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh untuk mempromosikan produk kopi mereka secara lebih efektif dan efisien, sehingga dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka di dunia maya.

Peningkatan Pemasaran UMKM Kopi Tempur melalui Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

Para peserta memberikan tanggapan yang sangat positif terhadap kegiatan ini. Banyak di antara mereka merasakan perasaan haru dan bangga, karena untuk pertama kalinya mereka dapat menggunakan media sosial dan platform digital secara profesional untuk memasarkan produk kopi mereka. Kepercayaan diri mereka meningkat, dan mereka merasa lebih siap untuk mengembangkan bisnis kopi mereka di dunia digital yang semakin berkembang. Mereka menyadari bahwa pelatihan ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga membangun mentalitas kewirausahaan yang lebih terbuka terhadap perubahan dan peluang baru. Melalui pelatihan ini, para peserta kini lebih percaya diri untuk beradaptasi dengan teknologi dan memanfaatkannya sebagai alat untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk mereka. Pelatihan ini telah membuktikan bahwa selain memberikan pengetahuan praktis, juga mampu mendorong semangat kewirausahaan yang lebih inovatif dan adaptif di tengah perkembangan dunia bisnis yang dinamis.

Desa Tempur telah mengalami transformasi menjadi komunitas yang lebih terhubung, berkat terbukanya peluang baru melalui dunia digital. Pelaku usaha kopi di desa ini kini memiliki akses yang lebih besar untuk mempromosikan produk mereka secara lebih luas, bahkan melampaui batasan geografis. Pelatihan digital marketing yang diberikan memiliki misi yang tidak hanya berfokus pada peningkatan penjualan, tetapi juga bertujuan untuk memperkenalkan dan melestarikan keberlanjutan serta tradisi lokal yang kental dalam produksi kopi. Keunikan kopi Tempur, yang menjadi ciri khas desa ini, diharapkan dapat lebih dikenal dan dihargai oleh pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun global.

Masyarakat Desa Tempur juga mengungkapkan harapan besar agar kegiatan serupa dapat diadakan secara berkelanjutan. Mereka berharap pelatihan ini tidak hanya memberi dampak jangka pendek, tetapi juga membuka peluang untuk pengembangan bisnis kopi yang lebih profesional dan berkelanjutan di masa depan. Dengan adanya pelatihan berkelanjutan, diharapkan para pelaku usaha kopi dapat terus mengasah keterampilan mereka dalam digital marketing, memperluas jaringan pasar, serta meningkatkan kualitas dan daya saing produk kopi Tempur di pasar yang semakin kompetitif.

Kesimpulan

Dari pengabdian di atas dapat disimpulkan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja dan memberikan manfaat ekonomi yang luas bagi masyarakat. Peningkatan pemasaran UMKM kopi melalui digital marketing di Desa Tempur Kecamatan Keling Kabupaten Jepara dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Selain itu, branding Kopi Tempur juga menjadi fokus dalam usaha ini untuk memperkenalkan dan meningkatkan popularitas produk kopi lokal. Pendekatan pengabdian kepada

Peningkatan Pemasaran UMKM Kopi Tempur melalui Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

masyarakat dengan metode PLA (Participatory Learning and Action) memanfaatkan aset yang ada, yaitu sumber daya manusia (SDM) berupa produsen kopi yang tergabung dalam komunitas klaster kopi, untuk menciptakan kolaborasi dan keberlanjutan usaha UMKM tersebut.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat atas bantuan pendanaan yang diberikan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Serta tidak lupa kepada Tim PKM di Desa Tempur, Stakeholder, dan masyarakat. Karena dukungan yang diberikan sangat berarti bagi keberhasilan kegiatan ini dan memungkinkan kami untuk mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan. Semoga kerja sama ini dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat serta pengembangan ilmu pengetahuan.

Peningkatan Pemasaran UMKM Kopi Tempur melalui Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

Daftar Pustaka

- Anggraeni, F. D. (2013). *Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal (Studi kasus pada kelompok usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang)*. Brawijaya University.
- Darmawan, D., Alamsyah, T. P., & Rosmilawati, L. (2020). Participatory Learning and Action untuk Menumbuhkan Quality of Life pada Kelompok Keluarga Harapan. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 4(2).
- Enjel, S. (2019). Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus: Agen Kelapa Sawit di Desa Sungai Badak Kecamatan Mesuji). UIN Raden Intan Lampung.
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Ilmi Faried, A., ... Simarmata Penerbit Yayasan Kita Menulis, J. (2020). *KEWIRAUSAHAAN DAN UMKM*. (A. Rikki, Ed.) (Cetakan 1). medan: Yayasan Kita Menulis.
- Kominfo. (2023). Kembangkan Ekonomi Digital, Indonesia Butuh Talenta Digital Berkualitas. Retrieved September 10, 2024, from https://www.kominfo.go.id/content/detail/47689/siaran-pers-no-28hmkominfo032023-tentang-kembangkan-ekonomi-digital-indonesia-butuh-talenta-digital-berkualitas/0/siaran_pers
- Mahmud. (2023). Wawancara.
- Prabawati, A., & Putri, N. R. A. (2023). Optimasi Usaha Untuk Keberhasilan UMKM Di Desa Kertonegoro. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.2), 1607–1614.
- Romarina, A. (2016). Economic Resilience pada industri kreatif gunamenghadapi globalisasi dalam rangka ketahanan nasional. *Jurnal Ilmu Sosial*, 15(1), 35–52.
- Rongiyati, S. (2017). Protection Of Intellectual Property Rights On Creative Economic Products. *Negara Hukum*.
- Syafitri, A. D. A., & Nisa, F. L. (2024). Perkembangan serta Peran Ekonomi Kreatif di Indonesia dari Masa ke Masa. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 189–198.
- Ulum. (2023). Wawancara.
- Wawancara. (2023). No Title.
- Winarso, D., Syahril, S., Aryanto, A., Arribe, E., & Diansyah, R. (2017). Pemanfaatan internet sehat menuju kehidupan berkemajuan. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 1(1), 19–23.
- Yuliaty, T., Shafira, C. S., & Akbar, M. R. (2020). Strategi UMKM Dalam Menghadapi

Peningkatan Pemasaran UMKM Kopi Tempur melalui Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

Persaingan Bisnis Global. *Mbia*, 19(3), 293–308.

Zakiah, E. F., Kasmu, A. B. P., & Nugroho, L. (2022). Peran Dan Fungsi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Memitigasi Resesi Ekonomi Global 2023.

Jurnal Cakrawala Ilmiah, 2(4), 1657–1668.