Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Membantu UMKM Kopi Rempah Desa Tista (REDESTA) di Masa Pandemi

|  |
| --- |
| **Putu Feby Eka Kawi Tantra1 dan Desak Made Febri Purnama Sari2**  [**febyajuzx@gmail.com1**](mailto:febyajuzx@gmail.com1) **dskfebripurnama@undiknas.ac.id2**  Program Studi Manajemen  Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar |

***Abstract***

*Tista Tourism Village is an agricultural area that consists mostly of farmers who work on rice fields. In addition, Tista Tourism Village has several superior products that are accommodated by BUMDES Tista Village such as Redesta coffee, hidden bean snacks, lemongrass tea, catfish abon, baletis (catfish meatballs tista), and purple yam doughnuts. Redesta coffee is a blended coffee that is rich in benefits such as smoking cessation therapy, because cigarettes must be identical to coffee, therefore the originator of Redesta coffee uses the idea of coffee mixed with natural ingredients such as cloves, ginger, cinnamon, lemongrass, and cardamom. The current Covid-19 pandemic that has had an impact on the limited movement of people due to social distancing and physical distancing, makes information technology has a very important role, as well as a solution to overcome these restrictions, including in government affairs, education, business, economy, health, even religious affairs and worship. One of the businesses that must be closed to comply with government rules is UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta). UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta) is able to compete with other businesses. But during the pandemic, MSMEs Spice Coffee Tista Village (Redesta) was also affected. In addition, ppkm rules that require this business to close and sell online using e-commerce and other information technology. As well as preparing this business in the new normal / bali again in the future. The purpose in this writing is to further examine how the efforts of MSMEs Kopi Rempah Desa Tista (Redesta) in utilizing information technology as the key to their marketing in pandemic situations and also the preparation of new normal / bali back in the future.*

***Keywords:*** *Pandemic, PPKM, Redesta coffee, UMKM, Information Technologhy, Marketing*

**Abstrak**

Desa Wisata Tista merupakan daerah pertanian yang sebagian besar penduduknya terdiri dari petani penggarap tanah sawah. Selain itu Desa Wisata Tista memiliki beberapa produk unggul yang di tampung oleh BUMDES Desa Tista seperti kopi Redesta, camilan kacang sembunyi, teh sereh, abon lele, baletis (bakso lele tista), dan donat ubi ungu. Kopi Redesta merupakan kopi racikan yang kaya akan manfaat diantaranya sebagai terapi berhenti merokok, karena rokok pasti identik dengan kopi, oleh karena itu pencetus kopi Redesta menggunakan ide kopi diramu dengan bahan alami seperti cengkeh, jahe, kayu manis, sereh, dan kapulaga. Pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini yang telah membawa dampak pada terbatasnya pergerakan manusia akibat *social distancing* dan *physical distancing*, menjadikan teknologi informasi memiliki peranan yang sangat penting, sekaligus sebagai solusi untuk mengatasi pembatasan tersebut, diantaranya dalam urusan pemerintahan, pendidikan, bisnis, ekonomi, kesehatan, bahkan urusan agama dan ibadah. Salah satu bisnis yang harus ikut tutup guna menaati aturan pemerintah ialah UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta). UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta) mampu bersaing dengan bisnis-bisnis lainnya. Namun dimasa pandemi, UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta) juga terkena imbasnya. Ditambah lagi denngan aturan PPKM yang mengharuskan untuk usaha ini tutup dan berjualan secara online menggunakan e-commerce maupun teknologi informasi lainnya. Serta mempersiapkan usaha ini dimasa new normal/ bali kembali mendatang. Tujuan dalam penulisan ini yatu untuk lebih meneliti bagaimana cara usaha UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta) dalam memanfaatkan teknologi informasi sebagai kunci pemasaran mereka dalam situasi pandemi dan juga persiapan new normal / bali kembali mendatang.

**Kata kunci:** Pandemi, PPKM, Kopi Redesta, UMKM, Teknologi Informasi, Pemasaran

# Pendahuluan

Desa Wisata Tista merupakan daerah pertanian yang sebagian besar penduduknya terdiri dari petani penggarap tanah sawah. Ketinggian dari permukaan laut + 3 M, suhu udaranya berkisar 27° C sampai 40° C. Selain itu Desa Wisata Tista menyimpan banyak daerah potensial wisata diantaranya wisata religi, wisata alam yang tersembunyi di kawasan Desa Wisata Tista yang tak kalah menarik wisatawan dapat menikmati hamparan sawah melalui jalur tracking yang tertera jelas pada Tista Village’s Tracking Map, dan wisata budaya. Desa Wisata Tista memiliki kesenian tari klasik yaitu Legong Andir, kesenian Legong Andir dipercaya memiliki unsur magis serta kesakralan bagi desa tersebut yang dapat melindungi masyarakat Desa Tista. Selain itu Desa Wisata Tista memiliki beberapa produk unggul yang di tampung oleh BUMDES Desa Tista seperti kopi Redesta, camilan kacang sembunyi, teh sereh, abon lele, baletis (bakso lele tista), dan donat ubi ungu.

Minuman kopi tidak asing lagi didengar karena banyak diburu oleh berbagai kalangan masyarakat. Penggemarnya dari seluruh kalangan dari Indonesia bahkan dunia. Dengan mempunyai kandungan kafein bermanfaat pada daya rangsang terhadap peningkatan kinerja beberapa bagian susunan saraf pusat, minuman kopi pun menjadi jenis minuman yang sangat digemari oleh manusia di berbagai penjuru dunia. Pemilihan makanan dan minuman sangat diperhatikan mengingat banyaknya permintaan salah satu produk unggul yang ada di BUMDES Desa Wisata Tista yaitu Kopi Redesta (Rempah Desa Tista).

Pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini yang telah membawa dampak pada terbatasnya pergerakan manusia akibat *social distancing* dan *physical distancing*, menjadikan teknologi informasi memiliki peranan yang sangat penting, sekaligus sebagai solusi untuk mengatasi pembatasan tersebut, diantaranya dalam urusan pemerintahan, pendidikan, bisnis, ekonomi, kesehatan, bahkan urusan agama dan ibadah. Pandemi covid-19 yang terjadi secara global tentu saja berdampak terhadap berbagai sektor terutama di sektor perekonomian. Di Indonesia hampir semua sektor bisnis mengalami kerugian akibat dampak pandemi covid-19. Perekonomian menjadi shock baik secara perorangan, rumah tangga, perusahaan makro dan mikro bahkan perekonomian negara di dunia.

Pandemi COVID-19 menyebabkan pergeseran dan perubahan perilaku konsumen. Melakukan belanja secara daring nyatanya menjadi pilihan utama konsumen selama pandemi, termasuk saat PPKM Darurat. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat penjualan online turun drastis 480 persen pada Juni 2020 dari Juni 2021. Ditambah lagi dengan aturan PPKM yang menyebabkan usaha (selain usaha bahan pangan) harus tutup sampai dengan waktu yang belum jelas ditentukan.

Salah satu bisnis yang harus ikut tutup guna menaati aturan pemerintah ialah UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta). UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta) mampu bersaing dengan bisnis-bisnis lainnya. Namun dimasa pandemi, UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta) juga terkena imbasnya. Ditambah lagi denngan aturan PPKM yang mengharuskan untuk usaha ini tutup dan berjualan secara online menggunakan *e-commerce* maupun teknologi informasi lainnya. Serta mempersiapkan usaha ini dimasa new normal/ bali kembali mendatang.

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan dari kasus tersebut yaitu bagaimana cara usaha UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta) dalam memanfaatkan teknologi informasi sebagai kunci pemasaran mereka dalam situasi pandemi dan juga persiapan new normal/ bali kembali mendatang. Tujuan dari kegiatan PKL ini ialah memberikan bekal keterampilan praktis dalam bekerja langsung di lapangan berdasarkan ilmu pengetahuan dan teknologi sesuai bidang ilmu yang kami kuasai. Selain itu untuk memberikan bekal manajerial dan organisasi secara nyata dan melatih kemampuan mahasiswa sebagai agen-agen pemecahan masalah dan pencari solusi yang tepat dalam perusahaan.

# Metode Pelaksanaan

Program Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan pada Pusat UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta), peneliti ditempatkan di bagian Pemasaran (*Sales and Marketing*) yang dilaksanakan mulai tanggal 5 Juli s/d 14 Agustus 2021.

Desa Wisata Tista merupakan daerah pertanian yang sebagian besar penduduknya terdiri dari petani penggarap tanah sawah. Ketinggian dari permukaan laut + 3 M, suhu udaranya berkisar 27° C sampai 40° C (Monografi Desa Tista, 2015). Selain itu Desa Wisata Tista menyimpan banyak daerah potensial wisata diantaranya wisata religi, wisata alam yang tersembunyi di kawasan Desa Wisata Tista yang tak kalah menarik wisatawan dapat menikmati hamparan sawah melalui jalur tracking yang tertera jelas pada Tista Village’s Tracking Map, dan wisata budaya. Desa Wisata Tista memiliki kesenian tari klasik yaitu Legong Andir, kesenian Legong Andir dipercaya memiliki unsur magis serta kesakralan bagi desa tersebut yang dapat melindungi masyarakat Desa Tista (Ni Made Arshiniwati 2014). Selain itu Desa Wisata Tista memiliki beberapa produk unggul yang di tampung oleh BUMDES Desa Tista seperti kopi Redesta, camilan kacang sembunyi, teh sereh, abon lele, baletis (bakso lele tista), dan donat ubi ungu. Pemilihan makanan dan minuman sangat diperhatikan mengingat banyaknya permintaan salah satu produk unggul yang ada di BUMDES Desa Wisata Tista yaitu Kopi Redesta (Rempah Desa Tista).

Kopi Redesta merupakan kopi racikan yang kaya akan manfaat diantaranya sebagai terapi berhenti merokok, karena rokok pasti identik dengan kopi, oleh karena itu pencetus kopi Redesta menggunakan ide kopi diramu dengan bahan alami seperti cengkeh, jahe, kayu manis, sereh, dan kapulaga. Gagasan itu muncul oleh salah satu dokter yang bertugas di Puskesmas Kerambitan yaitu Ibu Marini sebagai pencetus dari Kopi Redesta. Karena terobosan itu Desa Tista mengikuti lomba sehingga Kopi Redesta mendapat penghargaan juara 2 kategori Promkes lomba Tenkes berprestasi 2018 tingkat Provinsi Bali. Oleh karena itu, kopi Redesta menjadi ikon minuman di Desa Wisata Tista dan menjadi salah satu produk unggulan pada BUMDES Desa Tista.

Kopi Redesta kedepannya masih memiliki potensi yang bisa dikembangkan, dengan adanya dukungan dari pihak desa serta perhatian dari pemerintah diharapkan kedepannya bisa lebih dikembangkan agar dikenal oleh seluruh kalangan masyarakat terkait kelebihan dari Kopi Redesta serta dapat membantu terapi untuk berhenti merokok. Untuk sasaran yang dituju pada Kopi Redesta yakni perokok pada generasi muda sampai dengan lanjut usia.

Visi dari UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta) sendiri adalah Terwujudnya pengembangan Obyek Wisata Desa Tista yang berkwalitas, berwawasan, berkelanjutan dan mempunyai daya saing berdasarkan budaya dan Tri Hita Karana dan Menjadikan produk kopi asal Indonesia sebagai *specialty coﬀee* terbaik di dunia. Sedangkan misinya meliputi menghijaukan lahan guna menciptakan pelestarian lingkungan yang sehat dan bermaslahat bagi dunia; memberdayakan kemampuan ekonomi para petani kopi di desa agar memiliki tingkat penghidupan yang lebih sejahtera; memperkenalkan berbagai jenis *specialty coﬀee* Indonesia untuk dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia dan dunia; mampu memperkenalkan kopi Indonesia agar dapat bersaing dan dikenal di dunia; mewujudkan kesadaran pariwisata budaya di masyarakat menuju pengembangan pariwisata berbasis masyarakat; mewujudkan pelayanan dan pengelolaan Obyek Wisata Desa Tista yang professional; mewujudkan hubungan diantara seluruh element-element masyarakat yang ada dilingkungan obyek Wisata Desa Tista dan melestarikan asset budaya, menggali dan mengembangkan potensi dengan inovasi baru, serta menyelenggarakan event-event kesenian di Obyek Wisata Desa Tista.

# Pembahasan

1. Analisis Permasalahan

Di Masa Pandemi saat ini cukup banyak menyebabkan penurunan penjualan terutama dimasa PPKM yang desa wisata ini tutup. Dikarenakan aturan tutupnya desa wisata serta secara otomatis UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta) ikut tutup guna mendukung aturan pemerintah, akan menyulitkan bila melakukan promosi penjualan hanya dengan banner di daerah tersebut. Maka diperlukan Teknologi informasi maupun e-commerce yang mampu membantu meningkatkan hasil penjualan UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta) ini.

Diperlukan beberapa jalan keluar untuk membenahi dan pendukung peningkatan penjualan UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta), UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta) harus memperbaharui teknologi informasi yang mereka miliki seperti instagram, facebook, dan juga tiktok maupun youtube sebagai media pemasaran dan informasi mereka. Alasan harus memanfaatkan media informasi dalam pemasaran e-commerce, karena di zaman dimana teknologi internet telah berkembang pesat seperti sekarang, anggaran media sosial ternyata masih hanya menghabiskan sebagian kecil dari budget pemasaran. Selain itu adapun video pemasaran yang telah dibuat pada tahun sebelumnya dapat digunakan atau di publish dalam Teknologi informasi youtube dan juga tiktok untuk mengundang wisatawan berwisata ke Desa Tista dikala pandemi sudah berakhir/ new normal atau bali kembali.

Media sosial sekarang ini begitu dekat dengan kehidupan individu sehari-hari, konsumen menggunakannya untuk berkomunikasi dengan sesama konsumen, mencari informasi mengenai suatu produk, dan membeli produk. Di sisi pemasar, media sosial memberikan alternatif baru untuk menarik pelanggan baru, membina hubungan dengan pelanggan lama, dan sebagai tempat untuk mempromosikan diferensiasi dari brand yang UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta) miliki. Bisa dikatakan, profil dan konten akun media sosial milik UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta) layaknya *billboard* era modern. Media sosial telah berkembang pesat dari hanya sebagai media untuk mencari dan membagikan konten, menjadi sebuah portal *e-commerce*. Ada banyak cara yang bisa dilakukan media sosial untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan, baik itu pelanggan baru ataupun loyal.



Gambar 1. Kantor Desa Tista

1. Solusi Permasalahan

Dalam hal ini, peningkatan penjualan UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta) terhadap produknya yaitu berbagai jenis elektronik, alangkah sebaiknya memasarkan/ menggunakan konten / video usaha UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta) pada media teknologi informasi, Tiktok, Youtube, Facebook dan juga Instagram. Selain itu dapat memaksimalkan penggunaan iklan untuk meraih audiens yang lebih luas yang dimana memberikan segmentasi yang lebih efektif, data yang lebih akurat hingga penyalur konten yang baik guna meningkatkan penjualan dan kunjungan pada UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta).

# Kesimpulan

Di Masa Pandemi dan juga PPKM saat ini cukup banyak menyebabkan penurunan penjualan yang amat drastis dirasakan oleh UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta). Media informasi sangat dapat membantu pemasaran secara online dimasa saat ini. Seperti salah satunya media teknologi informasi sosial media seperti tiktok, instagram, facebook dan juga instagram guna memperluas pemasaran dan pengenalan usaha UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta) ke seluruh daerah di Indonesia maupun diluar Indonesia. Media informasi sangatlah penting dan efektif untuk membantu peningkatan penjualan di masa pandemi dan PPKM saat ini. Untuk melakukan pemasaran guna menentukan konsumen yang tepat juga salah satu usaha untuk meningkatkan penjualan. Masyarakat sangat menyukai promo dan harga yang murah, dimana hal ini diharapkan dapat membantu meningkatkan nilai penjualan di UMKM Kopi Rempah Desa Tista (Redesta) terhadap produk lokal mereka.

# Daftar Pustaka

Agribisnis, P. S., Fak Pertanian, and Universitas Tribhuwana Tunggadewi. 2015. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Kopi Instan.* 11(2):175–80.

Agus Muriawan Putra, Ni Nyoman Sri Aryanti, IB. Ketut Astina, & IB. Dwi Setiawan. 2019. *Pengemasan Kuliner Lokal Dan Cinderamata Lokal Dalam Mendukung Pengembangan Desa Wisata Tista, Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan.* Sekolah Tinggi Pariwisata Triatma Jaya, 9(1), 1–18.

Budiarto, Samsul. 2013. *Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Pendekatan Mark Plus & Co Di Kandatel Jakarta*. Jurnal Industri Elektro Dan Penerbangan 3(1):13–24.

Hermawan, Latius, and Mochamad Hariadi. 2015. *Pemanfaatan Augmented Reality Sebagai Media Informasi.* Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi. (Sentika):1–8.

Lupi, Fadel Retzen, and Nurdin. 2016. *Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan*. Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer 2(1):20–31.

T.I., V. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial untuk Perusahaan eCommerce.* Jakarya: MIDTRANS.

Zhafira, A. N., & Pasaribu, A. (2021). *Kiat UMKM manfaatkan teknologi agar bertahan PPKM Darurat.* Jakarta: ANTARA NEWS.

JPP IPTEK (Jurnal Pengabdian dan Penerapan IPTEK) <https://ejurnal.itats.ac.id/jpp-iptek>

dipublikasikan oleh LPPM Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya *Dikirim: 30/07/2021*

Bulan Tahun, Volume 1, Nomor 1 *Diterima: 30/07/2021*

[doi: 10.31284/j.jpp-iptek.2021.vxiy.aid](https://dx.doi.org/10.31284/j.jpp-iptek.2019.v3i1.320) *Dipublikasikan: 30/07/2021*