

NASKAH ORISINAL

Digitalisasi Komoditas dan Hasil Olahan Kopi Desa Pesanggrahan, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur

Lucky Putri Rahayu^{1,*} | Melania Suweni Muntini² | Bachtera Indarto² | Zainal Arifin² | Muhammad Yusuf Hakim Widiyanto³ | Berlian Al Kindhi¹ | Joko Priambodo¹ | Fauzi Imaduddin Adhim¹

¹Departemen Teknik Elektro Otomasi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

²Departemen Fisika, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

³Departemen Matematika, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

Korespondensi

*Lucky Putri Rahayu, Departemen Teknik Elektro Otomasi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia. Alamat e-mail: lucky.putri@its.ac.id

Alamat

Laboratorium *Cyber Physical*, Otomasi dan Robot Industri, Departemen Teknik Elektro Otomasi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

Abstrak

Sejak 2015 hingga saat ini luas lahan pertanian kopi di Kota Batu bertambah, dimana pada tahun 2015 seluas 109 ha, tahun 2016 luas lahan menjadi 140,1 ha dan 2017 hingga 2018 seluas 150,9 ha. Sehingga, komoditi kopi saat ini memiliki nilai ekonomi tinggi dan berpeluang sangat besar dalam pemasaran. Dalam konteks ini, salah satu desa yang berpotensi dalam pengembangan produksi kopi ini adalah Desa Pesanggrahan. Dalam hal ini, pengabdian masyarakat dilakukan untuk mengembangkan aplikasi pemasaran berbasis *website* dan Android, yang ditujukan khusus untuk memasarkan produk kopi dan olahan berbahan dasar kopi. Aplikasi ini dirancang untuk memudahkan proses transaksi antara penjual dan pembeli dengan mengintegrasikan kegiatan promosi dan transaksi dalam satu *platform* yang dapat diakses oleh pengguna dengan tingkat akses yang berbeda. Tujuan utama dari aplikasi ini adalah untuk mempercepat proses transaksi serta memperluas jangkauan pemasaran produk kopi dan turunannya. Selain itu, aplikasi ini juga bertujuan untuk memperkenalkan produk-produk berbahan dasar kopi kepada masyarakat luas serta mengenalkan daerah-daerah penghasil kopi di Jawa Timur. Aplikasi ini telah dibuat dan dimanfaatkan oleh masyarakat Desa Pesanggrahan.

Kata Kunci:

Aplikasi Android, Kopi, Pesanggrahan, *Sustainable Development Goals*, *Website*

1 | PENDAHULUAN

1.1 | Latar Belakang

Pengembangan ekonomi wilayah merupakan suatu proses peningkatan kemakmuran masyarakat dalam suatu daerah dengan mengelola sumber daya alam, sumber daya buatan, sumber daya manusia, dan teknologi untuk menciptakan peluang dalam rangka menghasilkan sesuatu yang bernilai ekonomi. Suatu wilayah dapat berkembang melalui berkembangnya sektor unggulan

yang dapat mendorong perkembangan sektor lainnya^[1]. Salah satunya di wilayah Kota Batu yang memiliki berbagai potensi pengembangan wilayah yang cukup beragam, seperti kekayaan produk pertanian, perkebunan, pegunungan dan perbukitan, dan lain-lain. Salah satu sektor pertanian yang terkenal saat ini adalah petani kopi.

Kopi menjadi komoditas yang memiliki nilai jual tinggi, selain perawatan yang tidak terlalu rumit, tanaman kopi juga mendukung reboisasi dan penghijauan hutan. Menurut data Dinas Pertanian, sejak 2015 hingga saat ini luas lahan pertanian kopi di Kota Batu bertambah, di mana pada tahun 2015 seluas 109 hektar, tahun 2016 luas lahan menjadi 140,1 hektar dan 2017 hingga 2018 seluas 150,9 hektar. Sehingga, komoditi kopi saat ini memiliki nilai ekonomi tinggi dan berpeluang sangat besar untuk dipasarkan. Hal ini diperkuat dengan harga kopi yang semakin tinggi karena kopi sudah menjadi bagian gaya hidup dan hasil produksi kopi mencapai rata-rata 150 ton tiap tahun serta diperkirakan terus bertambah^[2]. Enam kontribusi komoditas kopi terhadap ekonomi nasional, yaitu sebagai sumber devisa negara, pendapatan petani, penciptaan lapangan kerja, pembangunan wilayah, pendorong agribisnis dan agroindustri, dan pendukung konservasi lingkungan^[3].

Menurut Data Badan Pusat Statistik Jawa Timur luas area pertanian kopi meningkat dari tahun 2020 ke 2021 yaitu 179.321 hektar menuju 193.515 hektar^[4]. Salah satu area tersebut berada di Kota Batu, di mana tanaman kopi tersebar di Kelurahan Songgokerto, Desa Pesanggrahan, Oro-oro Ombo, Sumbergondo, Bulukerto, Tlekung, Torongrejo. Data Dinas Pertanian Kota Batu menyebutkan, luas lahan kebun kopi arabika di Pesanggrahan yang paling luas yaitu 13 hektar, Songgokerto 6 hektar, Sumbergondo 15 hektar, Bulukerto 8 hektar dan akan terus ditingkatkan. Pemerintah kota Batu dalam hal ini perhutani, ikut serta mendukung peningkatan hasil komoditi kopi dengan bekerja sama dengan para petani untuk memanfaatkan lahannya^[5].

Dalam kegiatan penjualan dan distribusi kopi, masyarakat Desa Pesanggrahan, Kecamatan Batu membentuk Kelompok Tani Gapoktan Mayang Sari dengan tujuan untuk memajukan bidang usaha dengan mengunggulkan kualitas produk dan sumber daya manusia. Namun sampai saat ini kurang bertumbuh dikarenakan minat pemuda desa sangat rendah untuk ikut serta meningkatkan usaha, padahal apabila melihat lokasi Desa Pesanggrahan yang merupakan wilayah terdekat dari Kota Batu memiliki peran vital dan strategis sebagai pusat kegiatan ekonomi akan mudah mengembangkan usaha ini.

Oleh karena itu, diperlukan pemberdayaan masyarakat melalui berbagai macam pelatihan untuk mengolah sumber daya kopi dari mulai awal, *packaging* hingga proses penjualan. Kegiatan pemberdayaan tersebut sebenarnya pernah dilaksanakan, namun karena beberapa sebab termasuk salah satunya pendidikan yang rendah, mengakibatkan hasil yang diharapkan tidak sepenuhnya baik. Minat masyarakat untuk memulai bisnis dan ketidaktertarikan pada metode yang pernah dilakukan, menjadi kendala tersendiri. Ketidaktertarikan ini dilakukan oleh kalangan muda karena mereka enggan untuk melakukan bisnis yang secara konvensional baik dalam hal produksi, pemasaran, maupun *branding*. Untuk itu, dalam pengabdian ini, akan dilakukan metode bagaimana melakukan bisnis yang berbasis Teknologi Informasi, dimana kegiatan terkait pemasaran, *branding*, maupun kemasan mengikuti tren yang ada saat ini. Untuk itu, pemanfaatan teknologi informasi secara terintegrasi untuk peningkatan kemampuan *start-up* produk kopi Desa Pesanggrahan, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur ini perlu dilaksanakan agar kemampuan masyarakat dalam menjalankan bisnis menjadi lebih baik.

Keinginan dari mitra agar sumber daya manusianya meningkat kualitasnya dan mempunyai semangat untuk berwirausaha menjadi masalah yang perlu diselesaikan dalam pengabdian ini. Pembuatan *start-up* yang beranggotakan kalangan muda diharapkan dapat menjadi pendorong untuk membangun bisnis hasil produk kopi. Para pemuda pemudi setempat yang tidak bekerja, maupun lintas dusun atau bahkan lintas desa, diharapkan dapat mengolah hasil pertaniannya secara mandiri, dan menjalankan bisnis untuk kemajuan masyarakat Desa Pesanggrahan. Maka dari itu, tim pengabdian akan melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “*Digitalisasi Komoditas dan Hasil Olahan Kopi Desa Pesanggrahan, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur*”.

1.2 | Solusi Permasalahan atau Strategi Kegiatan

Permasalahan utama masyarakat Desa Pesanggrahan, Kecamatan Batu, Kota Batu adalah kurangnya minat terhadap produk kopi meskipun lokasinya strategis. Permasalahan lainnya adalah minimnya kesadaran warganya terhadap potensi produk kopi tersebut. Kondisi ini disebabkan salah satunya oleh kurangnya edukasi terkait strategi-strategi pemasaran kopi yang tepat sasaran, dengan aktivitas-aktivitas yang relevan, dan dengan pola pikir dan demografis warga usia muda.

Solusi yang ditawarkan oleh tim pengabdian yang paling utama adalah memberikan pelatihan dan wawasan tentang strategi pemasaran, dimana salah satu strateginya adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi yang terintegrasi. Nantinya diharapkan penjualan produk kopi dapat meningkat, serta partisipasi aktif masyarakat dalam mengolah hasil pertaniannya secara

mandiri pun meningkat. Akhirnya, kedua hal tersebut tentunya akan meningkatkan perekonomian di Desa Pesanggrahan, Kota Batu.

Secara umum, berikut adalah usulan strategi pemasaran untuk produk kopi di Desa Pesanggrahan, Kota Batu:

1. Membuat aplikasi berbasis *website* yang menarik dan *user-friendly*
2. Membuat aplikasi *Mobile* yang mudah digunakan
3. Mengajarkan warga untuk membuat konten *marketing* yang menarik
4. Mengajarkan warga untuk menggunakan media sosial sebagai sarana promosi
5. Memandu para penjual untuk dapat mengadakan *event* atau promo untuk meningkatkan *awareness* pembeli
6. Mengajarkan penjual untuk dapat mengoptimalkan SEO untuk meningkatkan *traffic website*
7. Mengajarkan penjual untuk dapat membuat konten yang bermanfaat untuk target *audience*
8. Menyediakan fitur pembayaran dan pengiriman yang mudah dan aman baik dari aplikasi *website* dan *mobile* maupun pembayaran *cash*
9. Warga penjual produk kopi juga akan terus didampingi untuk dapat melakukan analisis data untuk meningkatkan efektivitas strategi *marketing*.

1.3 | Target Luaran

Target luaran yang dihasilkan dengan diadakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah:

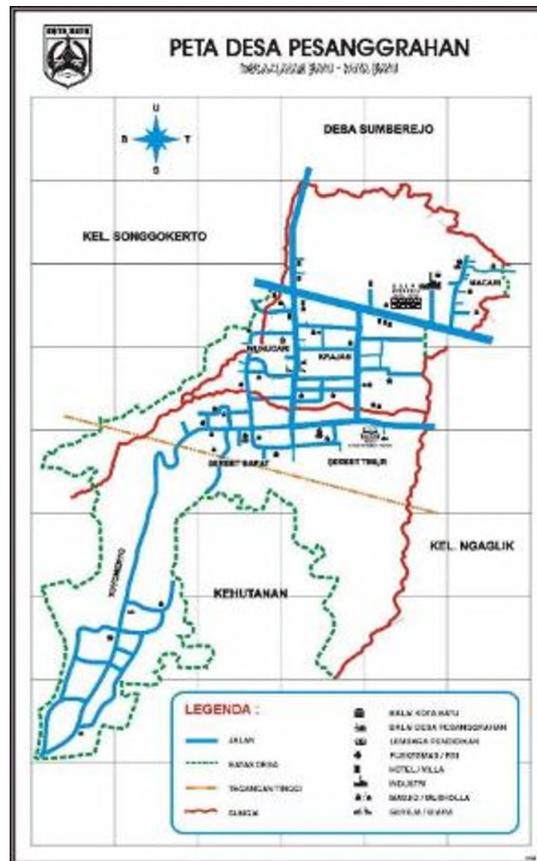
1. Menghasilkan konsep pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi yang terintegrasi lewat *start-up* desa bentukan tim pengabdian, serta menghasilkan aplikasi untuk mendukung bisnis yang akan mereka kembangkan.
2. Menghasilkan artikel, video pengabdian masyarakat, pemberitaan di media sosial, dan *book chapter*, terkait dengan pemberdayaan masyarakat desa untuk *branding* komoditas dan hasil olahan kopi Desa Pesanggrahan, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur.

2 | TINJAUAN PUSTAKA

Desa Pesanggrahan, yang berada di Kecamatan Batu, memiliki posisi geografis yang strategis di kaki Gunung Panderman, dengan koordinat -8.580427° LS dan 116.401638°BT. Lokasinya yang sejuk dan menarik menjadikannya tempat yang ideal untuk perkembangan hotel bagi wisatawan di Kota Batu. Desa ini memiliki batas wilayah yang terbagi menjadi empat bagian, berbatasan dengan Kelurahan Songgokerto, Kawasan Perhutani, Kelurahan Ngaglik, dan Desa Sumberejo^[6].

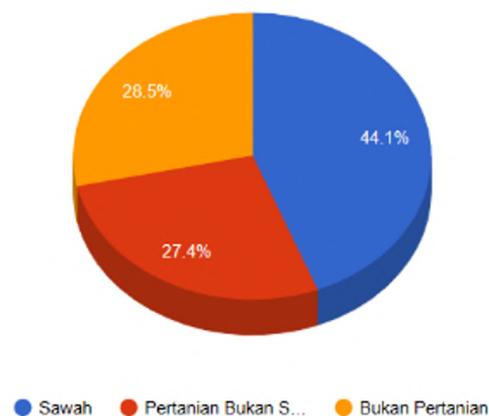
Pada tahun 2020, Desa Pesanggrahan mengalami distribusi penggunaan lahan yang beragam, mencerminkan kegiatan ekonomi dan sosial di wilayah tersebut. Lahan sawah, yang menempati area seluas 150,28 hektar, merupakan penggunaan lahan terluas, menunjukkan peran penting pertanian padi dalam perekonomian lokal. Sementara itu, lahan pertanian bukan sawah, termasuk kebun dan tanaman hortikultura, menutupi area sebesar 93,49 hektar. Selain itu, lahan bukan pertanian, yang mencakup area pemukiman, infrastruktur, dan mungkin juga area rekreasi atau konservasi, membentang seluas 96,93 hektar. Pola penggunaan lahan ini menggambarkan kombinasi yang seimbang antara pertanian dan penggunaan lahan non-pertanian, yang penting untuk mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan Desa Pesanggrahan sebagai komunitas yang beragam dan dinamis^[7].

Ekonomi Desa Pesanggrahan tidak hanya bergantung pada sektor pariwisata, tetapi juga pada pertanian, khususnya budidaya susu dan kopi. Kopi, sebagai salah satu komoditas unggulan, telah mengalami kebangkitan beberapa tahun terakhir. Perubahan dalam konsumsi kopi, terutama di kalangan milenial yang menganggap minum kopi sebagai bagian dari gaya hidup, telah memengaruhi industri ini^[8]. Budidaya kopi di Desa Pesanggrahan mencakup varietas Arabika dan Robusta, dengan penekanan pada Arabika karena ketinggian tanah 1100 mdpl yang ideal untuk varietas tersebut^[9].



Gambar 1 Peta Desa Pesanggrahan.

Salah satu kelompok tani di Desa Pesanggrahan, Kelompok Tani Margo Joyo, telah berhasil mengolah lahan Perhutani menjadi lahan produktif untuk budidaya kopi. Mereka tidak hanya menanam varietas umum, tetapi juga kopi kuning, yang lebih dikenal sebagai *Yellow Caturra*^[10]. Varietas ini awalnya lebih banyak ditemukan di Bajawa, Nusa Tenggara Timur, tetapi sekarang juga tumbuh di Batu. *Yellow Caturra* memiliki ciri buah yang lebih besar dan warna *cherry bean* kuning saat matang. Rasa kopi ini unik, lebih mendominasi rasa Robusta walaupun secara fisik mirip Arabika. Hal ini menambah keanekaragaman produk kopi yang ditawarkan oleh Desa Pesanggrahan, sekaligus memberikan potensi ekonomi baru bagi masyarakat setempat.



Gambar 2 Luas wilayah menurut penggunaan di Desa Pesanggrahan.

Menurut informasi yang tersedia di situs web resmi Desa Pesanggrahan, pada tahun 2020, tercatat bahwa desa tersebut memiliki area panen kopi seluas 8,3 hektar^[7]. Area ini secara khusus didedikasikan untuk perkebunan kopi, menunjukkan komitmen Desa Pesanggrahan terhadap pengembangan industri kopi lokal. Dari luas panen ini, desa berhasil memproduksi sekitar 200 kuintal biji kopi. Angka produksi ini tidak hanya merefleksikan kondisi iklim dan tanah yang mendukung, tetapi juga menegaskan upaya dan keterampilan para petani dalam budidaya kopi.

Pengabdian masyarakat serupa telah dilakukan. Sebelumnya, pernah dilakukan pengembangan aplikasi, *website*, serta *branding* pada produksi susu Desa Pesanggrahan. Hasilnya, partisipasi pemuda dalam mengelola bisnis UMKM meningkat, dan produktivitas UMKM juga meningkat^[11]. Penelitian serupa dengan menggunakan *website* juga pernah dilakukan oleh Produk Kopi Merah dari Desa Jambuwer, meskipun unggul, masih kurang dikenal masyarakat dan penjualannya terhambat. Media *website* dapat meningkatkan literasi pemasaran digital untuk memaksimalkan popularitas dan penjualan Kopi Merah Jambuwer^[12]. Telah dilakukan juga penelitian tentang pemasaran produk *D'Votee Coffee* yang menghasilkan sebuah *website* untuk *D'Votee Coffee* yang dapat mempermudah penjualan *online*, memperluas jangkauan penjualan, dan meningkatkan omzet^[13].

3 | METODE KEGIATAN

Dalam menjalankan pengabdian ini, langkah-langkah strategis dirancang untuk memastikan bahwa setiap tahap dapat memberikan manfaat yang optimal bagi masyarakat. Poin-poin proses singkat berjalannya pengabdian masyarakat yang telah dilakukan di Desa Pesanggrahan, Kota Batu ditampilkan pada Gambar (3).



Gambar 3 Strategi kegiatan pengabdian kepada Masyarakat.

Dalam program ini, mitra berperan dalam membantu memberikan segala informasi yang dibutuhkan terkait bagaimana berjalannya proses produksi hingga distribusi dan pemasaran produk kopi di Desa Pesanggrahan, Kota Batu, serta data-data lain yang dibutuhkan. Mitra juga membantu menyesuaikan dan mendiskusikan usulan dan konsep yang diajukan oleh pengabdian. Mitra perlu mendukung dan melakukan pendekatan pada masyarakat agar masyarakat dapat diajak diskusi atau FGD sehingga tujuan dapat tercapai. Evaluasi dari pelaksanaan program dapat dilakukan dengan membuat *form* atau aplikasi terkait dengan evaluasi program, karena Kota Batu masih terjangkau dengan kendaraan dari ITS.

4 | HASIL DAN DISKUSI

Identifikasi persoalan, identifikasi sosial, dan identifikasi pasar, dilakukan dengan berbagai metode. Di antaranya melalui literatur dan informasi yang telah tersedia, melakukan diskusi dengan masyarakat dan pemangku kepentingan Desa Pesanggrahan, serta observasi langsung untuk mengamati UMKM yang ada di Desa Pesanggrahan.



Gambar 4 Kegiatan diskusi, wawancara, dan observasi langsung dengan warga dan pemilik usaha kopi Desa Pesanggrahan.

Dari analisis SWOT (Tabel 1), tim pengabdian telah mengusulkan sejumlah solusi yang komprehensif, termasuk pembuatan aplikasi berbasis *website* dan *mobile*, pelatihan untuk membuat konten *marketing* yang menarik, pemanfaatan media sosial, mengadakan *event* dan promo, serta mengoptimalkan SEO. Semua solusi ini dirancang untuk meningkatkan pemasaran, branding, dan penjualan produk kopi Desa Pesanggrahan.

Tabel 1 Analisis SWOT Produksi Kopi dan Produk Olahan Kopi Desa Pesanggrahan

Kekuatan (<i>strengths</i>)	Kelemahan (<i>weaknesses</i>)	Peluang (<i>opportunities</i>)	Ancaman (<i>threats</i>)
Memiliki lahan kopi yang luas Potensi produksi kopi yang terus bertambah Rasa kopi enak	Sumber daya manusia yang terbatas dengan teknologi, terutama produsen olahan kopi Kurangnya promosi sehingga produk tidak banyak dikenal Tidak memiliki desain kemasan dan branding yang kuat	Kopi Desa Pesanggrahan tidak hanya berkontribusi pada ekonomi nasional melalui produksi kopi secara langsung, namun juga produk olahan kopi Dapat dilakukan pemasaran yang lebih luas dengan branding yang baik dan pemanfaatan teknologi yang ada Banyak anak muda yang berminat untuk berbisnis dan melek teknologi	Persaingan ketat dengan produsen kopi lainnya baik daerah, nasional, maupun internasional

Dilakukan juga analisis pasar yang tercantum dalam Tabel 2 .

Tabel 2 Analisis Pasar Produksi Kopi dan Produk Olahan Kopi Desa Pesanggrahan

No	Analisis Pasar	Hasil Analisis
1	Identifikasi Pasar	Konsumen lokal di sekitar Desa Pesanggrahan dan Kota Batu. Warung kopi, kafe, dan restoran yang mencari pasokan kopi berkualitas.
2	Segmetasi pasar - Demografis - Geografis - Psikografis - Behavioral	Usia: Dewasa muda hingga tua. Pendapatan: Menengah hingga atas. Lokasi: Pasar lokal (Desa Pesanggrahan, Kota Batu) dan BUMD Kota Batu Pecinta kopi, individu yang peduli dengan kualitas dan proses pembuatan kopi, serta peduli dengan pengembangan produk-produk lokal. Frekuensi pembelian: Konsumen yang rutin mengonsumsi kopi sehari-hari. Loyalitas: Pecinta kopi yang setia pada merek tertentu.
3	Analisis Kebutuhan dan Preferensi Konsumen - Kualitas Produk - Kemasan dan <i>Branding</i> - Kemudahan Akses	Konsumen menginginkan kopi dengan kualitas tinggi, aroma khas, dan cita rasa yang unik. Konsumen semakin peduli dengan produk dengan kemasan yang menarik dan berkelanjutan. Kemasan yang menarik dan informasi yang jelas mengenai asal-usul kopi, proses produksi, dan kualitas.
4	Analisis Kompetitor	Produsen kopi lokal lainnya di sekitar Desa Pesanggrahan dan Kota Batu.
5	Strategi Pemasaran - Penggunaan Teknologi - Promosi Digital - SEO	Pengembangan aplikasi berbasis <i>website</i> dan <i>mobile</i> untuk memudahkan pembelian dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan produk kopi, berbagi cerita tentang proses produksi, dan membangun komunitas pecinta kopi. Pengoptimalan SEO untuk meningkatkan visibilitas produk kopi di mesin pencari dan menarik lebih banyak pengunjung ke situs web.
6	Kolaborasi	Bermitra dengan kafe, restoran, dan distributor untuk memperluas jangkauan pasar.

Setelah didapatkan analisis SWOT dan analisis pasar, tim pengabdian secara langsung memberdayakan pemuda Desa Pesanggrahan untuk membuat *start-up* sendiri yang beranggotakan pemuda di sana. Telah disepakati bahwa tim pengabdian dari ITS akan membantu dari sisi pengembangan teknologi. Tim *start-up* pemuda Desa Pesanggrahan memiliki tugas sendiri, di antaranya:

1. Mengelola proses produksi kopi dari awal hingga akhir.
2. Membangun dan menjaga hubungan baik dengan komunitas lokal, konsumen, dan mitra bisnis.
3. Menjalani kemitraan strategis dengan kafe, restoran, dan distributor untuk memperluas jaringan distribusi.
4. Mengelola keuangan *start-up*, termasuk perencanaan anggaran dan pengeluaran.
5. Memasarkan produk kopi melalui aplikasi dan *website* dari tim pengabdian ITS.

Diskusi dan penyamaan persepsi ini dilakukan dengan mengadakan FGD dengan pemangku kepentingan, warga produsen kopi, serta para pemuda Desa Pesanggrahan.



Gambar 5 FGD penyamaan persepsi antara Pengabdian ITS dan pihak Desa Pesanggrahan.

Untuk melatih para pemilik UMKM dan *start-up* Desa Pesanggrahan, tim pengabdian membuat pelatihan tentang Strategi Pemasaran dan Digitalisasi *Marketing*. Pelatihan ini melibatkan berbagai praktisi industri digital agar peserta dapat memahami dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang efektif menggunakan teknologi digital. Materi yang ada dalam pelatihan di antaranya strategi SEO, pemanfaatan media sosial untuk *branding*, dan lain-lain. Pelatihan dilakukan pada Tanggal 10 Agustus 2023 dengan tujuan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dalam memanfaatkan teknologi digital bagi pengembangan usaha mereka. Peserta antusias mengikuti pelatihan karena nantinya akan diterapkan dalam pengelolaan usaha kopi Desa Pesanggrahan.



Gambar 6 Pelatihan strategi pemasaran dan digitalisasi *marketing*.

Pengabdian masyarakat ini juga melibatkan mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang membantu melakukan beberapa kegiatan di luar kegiatan utama pengabdian masyarakat. Mahasiswa KKN membantu warga dalam beberapa kegiatan sosial, seperti pemilahan sampah desa, pemanenan dan penanaman biji kopi, proses produksi kopi, hingga acara kenduri di Desa Pesanggrahan.

Untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk kopi Desa Pesanggrahan, tim pengabdian masyarakat telah menetapkan nama produknya sebagai "Kopi Panderman". Nama ini terinspirasi dari Gunung Panderman yang melambangkan keberadaan desa ini. Sebagai bagian dari strategi *branding*, telah dirancang logo yang mencakup huruf "P" yang menggambarkan Panderman, dengan biji kopi yang disematkan di tengahnya untuk menegaskan produk kopi. Selain itu, desain kemasan menggunakan motif daun untuk memberikan kesan alami dan terkait erat dengan asal-usul produk, mencerminkan keaslian dan kualitas dari sumber daya lokal yang digunakan.

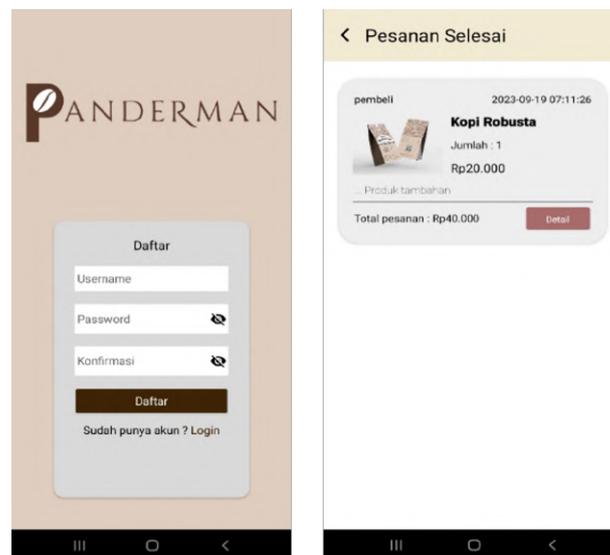


Gambar 7 Mahasiswa KKN membantu Masyarakat Desa Pesanggrahan melakukan kegiatan sosial.



Gambar 8 Logo dan desain kemasan Kopi Panderman.

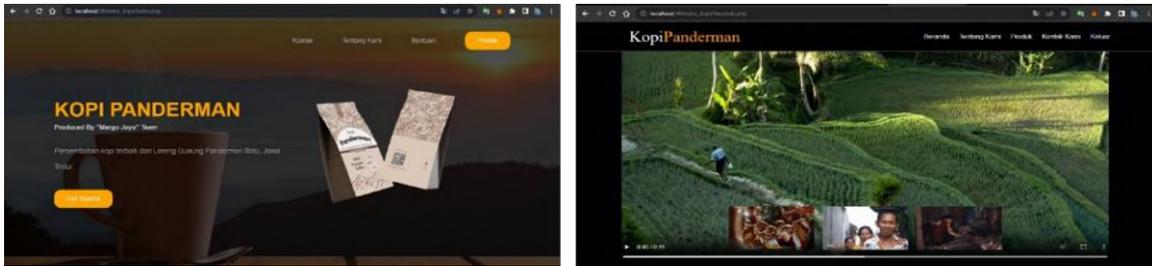
Produk ini juga mencakup aplikasi dan *website* yang dilengkapi dengan fitur-fitur yang mendukung pemasaran, memastikan bahwa kopi Panderman dapat diakses dan dipromosikan dengan efektif di pasar Kota Batu dan lebih luas.



Gambar 9 Halaman depan aplikasi *mobile*.

Setelah selesai mengembangkan aplikasi dan *website*, tim pengabdian masyarakat melaksanakan sesi pelatihan singkat tentang penggunaannya. Pelatihan ini bertujuan agar pihak berwenang dan pemuda anggota *start-up* di Desa Pesanggrahan dapat mengelola dan memanfaatkan aplikasi serta *website* secara efektif sebagai media *branding* untuk Kopi Panderman. Setelah

itu, dilakukan penyerahan resmi aplikasi dan *website* kepada pihak terkait di desa, sebagai langkah awal untuk mengolah dan mempromosikan Kopi Panderman dengan lebih baik melalui *platform* digital yang telah disiapkan.



Gambar 10 Halaman beranda *Website*.



Gambar 11 Proses penyerahan dan pelatihan *website* dan aplikasi.

Respons masyarakat terhadap pengabdian masyarakat dan produk Abmas yang diselenggarakan telah sangat positif. Keterlibatan aktif dalam pelatihan tentang strategi pemasaran digital dan penggunaan aplikasi serta *website* untuk *branding* Kopi Panderman telah mendapat sambutan hangat dari para pemilik UMKM dan *start-up* di Desa Pesanggrahan. Masyarakat mengapresiasi upaya untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam mengadopsi teknologi digital untuk memajukan usaha lokal. Dalam hal ini, respons yang baik dari masyarakat menjadi bukti bahwa pengabdian masyarakat memberikan manfaat yang nyata dan relevan bagi pengembangan ekonomi dan *branding* produk lokal.

5 | KESIMPULAN DAN SARAN

Pengabdian masyarakat terhadap digitalisasi komoditas dan hasil olahan kopi di Desa Pesanggrahan, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur telah menghasilkan berbagai kegiatan. Salah satunya adalah pelatihan dan pembuatan *website* serta aplikasi dengan nama *brand* "*Kopi Panderman*". Melalui inisiatif ini, pemasaran produk kopi dari Desa Pesanggrahan mengalami peningkatan, sementara pengetahuan masyarakat tentang strategi pemasaran digital juga semakin bertambah. Harapannya, semangat masyarakat dalam memasarkan dan memproduksi kopi dengan teknologi yang tersedia tidak berhenti setelah pengabdian masyarakat selesai, melainkan terus berlanjut untuk mencapai keberlanjutan yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi di pasar global.

6 | UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRPM) Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) dan Segenap Jajaran Desa Pesanggrahan, Kecamatan Batu, Kabupaten Batu atas dukungan luar biasa yang telah Anda berikan dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini. Berkat kerjasama yang baik antara DRPM ITS dan Jajaran Desa Pesanggrahan, kegiatan ini dapat terlaksana dengan lancar dan sukses, memberikan manfaat yang nyata bagi masyarakat setempat. Terima kasih atas komitmen, dedikasi, dan kesempatan yang telah Anda berikan kepada kami.

Referensi

1. Munashiroh AF, Santoso EB. Pengembangan sektor unggulan komoditas kopi di kabupaten malang dengan konsep agribisnis. *Jurnal Teknik ITS* 2021;9(2):F334–F339.
2. Malang Post, MAKSIMALKAN LAHAN PERHUTANI, WARGA GARAP 150 HEKTAR; 2019. <https://epid.perhutani.co.id/maksimalkan-lahan-perhutani-warga-garap-150-hektar/>, diakses pada Juli 2024.
3. Aryanto ID, Widiyanto MK, Yuliyanti T. Upaya Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Timur Mengoptimalkan Pengembangan Wilayah Melalui Komoditas Kopi di Malang, Jawa Timur;.
4. BPS Provinsi Jawa Timur, Luas Area Tanaman Perkebunan Kakao/Cocoa dan Tebu/Sugar cane Menurut Kabupaten/Kota Jenis Tanaman di Provinsi Jawa Timur (ha), 2020 dan 2021; 2023. <https://jatim.bps.go.id/statictable/2023/03/06/2494/luas-area-tanaman-perkebunan-kakao-cocoa-dan-tebu-sugar-cane-menurut-kabupaten-kota-jenis-tanaman-di-provinsi-jawa-timur-h.html>, diakses pada Juli 2024.
5. Kompas, Targetkan Ekspor, Pemkot Batu Kembangkan Tanaman Kopi di Lahan 1700 Hektar; 2023. <https://www.perhutani.co.id/en/targetkan-ekspor-pemkot-batu-kembangkan-tanaman-kopi-di-lahan-1700-hektar/>, diakses pada Juli 2024.
6. Huda S. Pemberdayaan dan Pengembangan Masyarakat Usaha Sapi Perah (Studi di Gapoktan Mayang Sari Dusun Toyomerto Desa Pasanggrahan Kota Batu Tahun 2012-2016). PhD thesis, Universitas Brawijaya; 2018.
7. Desa Pesanggrahan, Data Pertanian;. <https://desapesanggrahan.id/data-pertanian/>, diakses pada Mei 2023.
8. Widiyanti D, Harti H. Pengaruh Self-Actualization Dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Kekinian Pada Generasi Milenial Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2021;15(1):50–60.
9. Kusmiati A, Nursamsiyah DY. Kelayakan finansial usahatani kopi arabika dan prospek pengembangannya di ketinggian sedang. *Agriekonomika* 2015;4(2):221–234.
10. Fadhil M. Strategi Branding Kopi Lokal Panderman Melalui Citra Pariwisata Kota Batu Studi Kasus Pada Kelompok Tani Margo Joyo, Dusun Srebet Timur, Batu. *LoroNG: Media Pengkajian Sosial Budaya* 2019;8(2):173–182.
11. Muntini MS, Rumiati AT, Gunawan J, Rahayu LP, Fatimah I, et al. Model Kemitraan Perguruan Tinggi dan Desa untuk Meningkatkan Kemampuan Start-Up Produk Susu Sapi Desa Pesanggrahan, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur. *Sewagati* 2023;7(5):742–753.
12. Haris MS, Kusuma WT, Anshori M. Peningkatan Literasi Teknologi Pemasaran Digital Petani Kopi Gapoktan Mekar Tani Desa Jambuwer Kecamatan Kromengan Kabupaten Malang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka* 2022;1(2).
13. Faris M, Wisaksono A. Pengembangan Aplikasi E-Commerce Untuk Pemasaran Biji dan Bubuk Kopi Berbasis Web:(Studi Kasus D'Votee Coffee). *Jurnal Janitra Informatika Dan Sistem Informasi* 2021;1(1):61–72.

Cara mengutip artikel ini: Rahayu, L.P., Muntini, M.S., Indarto, B., Arifin, Z., Widiyanto, M.Y.H., Al Kindhi, B., Priambodo, J., Adhim, F.I., (2024), Digitalisasi Komoditas dan Hasil Olahan Kopi Desa Pesanggarahan, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur, *Sewagati*, 8(4):1879–1890, <https://doi.org/10.12962/j26139960.v8i4.1088>.