

Coklat dari Desa untuk Nusantara: Digitalisasi UKM “Cooji” melalui Platform E-Commerce

Niken Paramitasari¹, Husna Purnama², Epi Parela³, Hesti widi Astuti⁴

¹Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya, Bandar Lampung, Indonesia

^{2,3,4}Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai, Bandar Lampung, Indonesia

E-mail: nikenparamitasari@darmajaya.ac.id

Article History:

Received: April 2025

Revised: Mei 2025

Accepted: Mei 2025

Keywords: Usaha Kecil Menengah, Coklat Jipang, E-Commerce, Strategi Pemasaran

Abstract: *Tempeh is an original traditional food from Indonesia which is a cultural heritage of the noble culture of the Indonesian nation. Tempeh is a super food or food that is rich in nutrients. Tempeh innovation can be used as a variety of food that can increase the economic value of the community. Partners' problems include the lack of community skills on how to process tempeh into various kinds of foods that are attractive and have high nutritional value. The solution offered is to provide education and training on the skills of making various processed tempeh products, one of which is making tempeh chips. Community service activities are carried out with four stages of activities, namely identification, preparation, implementation and evaluation. Identification of the problems faced, preparatory activities include taking care of permits, the implementation of activities includes training in making tempeh chips as an effort to innovate products and demonstrations of making tempeh chips. Participants were enthusiastic in participating in the training until it was finished. The training on making tempeh chips as an effort to innovate products runs smoothly, can improve the community's economy and participants follow.*

Pendahuluan

Pengabdian Masyarakat dapat menjadi suatu pengalaman belajar yang baru untuk menambah pengetahuan, kemampuan, dan kesadaran hidup bermasyarakat. Bagi masyarakat, kehadiran tim pengabdian diharapkan mampu memberikan motivasi dan inovasi dalam bidang sosial kemasyarakatan. Dalam kaitannya yang terjadi di masyarakat dengan menelaah potensi dan kelemahan masyarakat serta mencari solusi untuk masalah yang terjadi di lokasi tempat pengabdian dengan mengamalkan ilmu, teknologi, dan ekonomi untuk memecahkan masalah tersebut dan menanggulangnya (Paputungan, 2023).

Pekon Wonodadi dijadikan tempat pengabdian masyarakat karena memiliki sejarah panjang sebagai wilayah transmigrasi dengan potensi sumber daya alam yang kaya dan masyarakat yang aktif dalam kegiatan ekonomi. Wilayah ini dikenal dengan berbagai usaha masyarakat, seperti perkebunan, kerajinan tangan dari bambu dan batang pisang, serta industri rumahan jajanan pasar. Salah satu potensi ekonomi yang menonjol di Pekon Wonodadi adalah keberadaan berbagai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), termasuk usaha pembuatan jipang, jajanan tradisional berbahan dasar beras.

UKM Jipang “Cooji”, yang sebelumnya dikenal dengan merek “Prima Rasa”, merupakan usaha rumahan yang telah berdiri sejak tahun 1985 dan diwariskan secara turun-temurun. Meskipun telah menjangkau pasar luar kota seperti Bengkulu dan Palembang, usaha ini masih menghadapi kendala di aspek pemasaran. Produk jipang yang dihasilkan masih dikemas secara tradisional, belum memiliki identitas merek yang kuat, serta belum memanfaatkan pemasaran digital secara optimal. Selain itu, belum adanya sistem yang terstruktur menyebabkan kurangnya informasi yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan usaha.

Melihat potensi dan tantangan tersebut, tim pengabdian masyarakat melakukan inisiatif pengembangan UKM melalui digitalisasi dan inovasi produk. Inovasi dilakukan dengan mengembangkan produk jipang yang dilapisi coklat, sehingga lebih menarik bagi pasar modern, terutama kalangan anak muda. Di sisi lain, penerapan strategi pemasaran berbasis e-commerce melalui media digital diharapkan mampu memperluas jangkauan distribusi produk secara lebih efektif dan efisien (Rahmawati et al., 2024). Selain itu, pendampingan melalui pelatihan diberikan guna membantu pemilik usaha memahami kondisi pemasaran selalu berubah-ubah.

Pelatihan dimulai dari pengenalan dasar e-commerce, pemilihan platform digital sehingga pembuatan dan pengelolaan toko online, termasuk mengatur katalog produk, harga, dan stok. Selain itu, pelatihan strategi pemasaran digital diperlukan untuk mengajarkan teknik copywriting, penggunaan platform digital, dan pembuatan konten promosi yang menarik. Aspek manajemen transaksi dan pengiriman juga menjadi fokusnya, termasuk sistem pembayaran digital, kerja sama dengan ekspedisi, serta pelayanan pelanggan. Tidak kalah penting, peserta juga dibekali keterampilan analisis performa penjualan dan pemanfaatan ulasan pelanggan. Pelatihan pendukung lainnya meliputi fotografi produk menggunakan kamera ponsel, pengeditan gambar dan video dengan aplikasi sederhana. Keseluruhan pelatihan ini bertujuan untuk mendorong UKM Jipang “Cooji” agar mampu bertransformasi secara digital dan memperluas jangkauan pasarnya secara lebih efektif.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memperkuat daya saing UKM Jipang “Cooji” melalui pemanfaatan teknologi digital dan inovasi produk sebagai bentuk kontribusi nyata dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal berbasis potensi desa. Pendekatan ini diharapkan dapat menjadi model pengembangan UKM di wilayah pedesaan lainnya, dengan semangat membawa produk lokal menuju pasar nasional bahkan global.

Metode

Pelatihan e-commerce dilaksanakan melalui beberapa tahapan terstruktur agar peserta, khususnya pelaku UKM Jipang “Cooji”, dapat memahami dan mengimplementasikan strategi digital secara efektif. Tahap pertama adalah **persiapan dan identifikasi kebutuhan**, yaitu dengan melakukan observasi lapangan dan wawancara singkat untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap teknologi dan media digital, serta kendala yang dihadapi dalam pemasaran (Sukmasetya et al., 2020). Tahap kedua adalah **penyusunan materi dan modul**

pelatihan, yang mencakup pengenalan e-commerce, pembuatan akun di platform seperti shopee, teknik pengambilan foto produk, penulisan deskripsi produk, dan strategi promosi online (Yusnita et al., 2024). Tahap ketiga adalah **pelaksanaan pelatihan**, yang dilakukan secara tatap muka dengan pendekatan praktik langsung (hands-on), agar peserta dapat mencoba langsung membuat akun, mengunggah produk, dan berinteraksi di platform digital (Sa'adah et al., 2022). Tahap keempat adalah **pendampingan dan simulasi**, di mana peserta didampingi untuk mempraktikkan pemasaran produk secara digital, termasuk cara menjawab pesan pelanggan, mengelola pesanan, serta mengatur pengiriman dan pembayaran (Sunarti et al., 2022). Tahap terakhir adalah **evaluasi dan tindak lanjut**, yang dilakukan dengan menilai perkembangan toko online yang telah dibuat, melihat jumlah interaksi dan pesanan, serta memberikan saran perbaikan (Maulidia et al., 2022). Dengan tahapan ini, pelatihan e-commerce diharapkan tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga membentuk keterampilan praktis yang aplikatif bagi pelaku UKM.

Hasil

Pelaksanaan kegiatan pelatihan e-commerce oleh tim pengabdian diawali dengan observasi dan survei lapangan terhadap UKM Jipang “Cooji” yang berlokasi di Pekon Wonodadi. Berdasarkan hasil survei, diketahui bahwa pelaku usaha telah memiliki pengalaman panjang dalam menjalankan produksi jipang secara tradisional, namun belum pernah menerapkan strategi pemasaran digital. Penjualan selama ini dilakukan secara manual dan terbatas pada pelanggan tetap, tanpa adanya promosi yang terstruktur melalui platform digital.

UKM Jipang “Cooji” merupakan usaha turun-temurun yang telah berdiri sejak tahun 1985 dan saat ini dikelola oleh Bapak Sarijan bersama Ibu Tuti. Produk utama berupa jipang berbahan dasar beras pilihan masih diproduksi menggunakan alat tradisional sebagai bentuk komitmen menjaga cita rasa khas produk. Walaupun usahanya sudah berkembang hingga pemesanan ke luar kota bahkan luar provinsi, belum ada upaya untuk mengembangkan branding maupun pemasaran secara online. Kondisi inilah yang menjadi dasar perlunya pelatihan e-commerce agar usaha dapat lebih berkembang dan menyesuaikan diri dengan era digital.

Pelatihan e-commerce dilaksanakan selama dua hari secara langsung di lokasi usaha, yaitu rumah produksi UKM Jipang “Cooji”. Hari pertama pelatihan difokuskan pada pengenalan konsep dasar e-commerce dan manfaatnya bagi pelaku UMKM. Dalam sesi ini, peserta dilatih membuat akun bisnis di platform digital, dua platform yang dinilai cocok untuk menjangkau pasar lebih luas dengan biaya rendah. Pelaku usaha dibimbing secara langsung untuk mengunggah foto produk, menulis deskripsi menarik, mengatur harga, dan mulai mempromosikan produk secara digital. Latihan dilakukan secara praktik agar peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga bisa langsung menerapkan.

Hari kedua pelatihan difokuskan pada strategi pemasaran digital dan pengelolaan keuangan sederhana. Materi meliputi teknik promosi menggunakan hashtag, cara membuat konten story dan feed yang menarik di Instagram, serta strategi penawaran di Shopee. Selain itu, pelaku usaha diberikan pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana seperti laporan laba rugi dan catatan penjualan harian menggunakan format manual yang mudah dipahami. Hal ini penting agar pelaku usaha dapat memantau alur pemasukan dan pengeluaran, serta memahami kondisi keuangan secara berkala.

Selama proses pelatihan, pelaku usaha menunjukkan antusiasme tinggi dan keterlibatan aktif. Dengan pendekatan praktis dan partisipatif, pelatihan berlangsung lancar dan interaktif.

Pelaku UKM mulai terbiasa memanfaatkan media digital untuk promosi dan penjualan, serta menyadari pentingnya pencatatan keuangan dalam pengelolaan usaha. Pendampingan juga dilakukan secara personal untuk membantu pelaku usaha memahami setiap langkah dalam pembuatan konten, menjawab pertanyaan calon pembeli, dan mengelola pesanan secara daring.

Secara keseluruhan, pelatihan e-commerce ini memberikan dampak positif terhadap perkembangan UKM Jipang “Cooji”. Setelah pelatihan, UKM telah memiliki akun bisnis di platform digital yang aktif digunakan sebagai media pemasaran produk. Selain itu, pelaku usaha mulai menerapkan pencatatan keuangan secara sederhana. Diharapkan melalui pelatihan ini, UKM “Cooji” dapat memperluas pasar, meningkatkan profesionalitas pengelolaan usaha, dan menjadi salah satu contoh sukses transformasi digital UMKM di wilayah Pekon Wonodadi, serta menginspirasi UKM lain untuk melakukan hal serupa.

Kesimpulan

Kegiatan pelatihan e-commerce yang dilaksanakan oleh tim PKPM IIB Darmajaya di UKM Jipang “Cooji” Pekon Wonodadi, memberikan dampak positif dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam mengelola dan memasarkan produknya secara digital. Berdasarkan hasil survei awal, diketahui bahwa UKM ini memiliki potensi produk yang unggul namun belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, baik dari sisi pemasaran maupun pencatatan keuangan. Melalui pelatihan selama dua hari, pelaku usaha dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan praktis mengenai pembuatan akun bisnis di platform digital dan teknik promosi digital. Pelatihan dilakukan secara langsung dengan pendekatan partisipatif dan praktik, sehingga pelaku usaha dapat langsung mengaplikasikan ilmu yang diberikan. Setelah pelatihan, UKM “Cooji” berhasil membuat dan mulai mengelola akun toko online, serta memahami pentingnya strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan UKM “Cooji” dapat terus berkembang, berdaya saing, dan menjadi model pengembangan UMKM berbasis teknologi digital di daerah pedesaan.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pekon Wonodadi, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu telah mengizinkan tim pengabdian masyarakat untuk melakukan kegiatan pelatihan e-commerce kepada pelaku usaha. Tim juga mengucapkan terima kasih juga kepada Bapak Sarijan dan Ibu Tuti selaku pemilik UKM Jipang “Cooji” yang telah menerima kami dengan terbuka dan memberikan kepercayaan untuk berkolaborasi dalam pengembangan usaha melalui pelatihan e-commerce. Tidak lupa, kami menyampaikan penghargaan kepada perangkat pekon atas dukungan, bantuan, dan kerjasamanya selama kegiatan berlangsung. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pelaku usaha, serta menjadi langkah awal dalam mendukung transformasi digital UKM lokal menuju pasar yang lebih luas.

Referensi

Maulidia, N. P., Ananta, M. T., & Dewi, R. K. (2022). Perancangan User Experience Aplikasi Forum Diskusi dan Jual Beli Tanaman Hias berbasis Mobile. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 6(9), 4264–4274.

Paputungan, F. (2023). Implementasi KKN sebagai Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat sesuai dengan Bidang Ilmu. *Journal of Education and Culture (JEaC)*, 3(1).

- Rahmawati, M., Pratiwi, S. R., Wahyuni, R., Asas, I., & Kartini, K. (2024). UMKM Cakap Digital melalui Penerapan E-Commerce: Studi Empiris di Kota Tarakan. *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 10(2), 318–331. <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v10i2.2790>
- Sa'adah, L., Putri, A. R., Mahendri, W., Alfianata, M., & Makin, B. A. (2022). Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Berbasis Digital Marketing DI Desa Megaluh Jombang. *Journal of Community Empowerment*, 1(2), 88–94.
- Sukmasetya, P., Haryanto, T., Sadewi, F. A., Maulida, R. B. G., Aliudin, H. S., & Sugiarto, B. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Media Pemasaran Global untuk Meningkatkan Penjualan Produksi pada Home Industry. *Community Empowerment*, 5(2), 28–35. <https://doi.org/10.31603/ce.v5i2.3514>
- Sunarti, S., Wulandari, D. A. N., Kuspriyono, T., Salvana, A. D., Nisa, N. A., Anwar, S., Fatiha, S. L., & Rahmawati, W. (2022). PELATIHAN WEBSITE E-COMMERCE UNTUK PENINGKATAN PENDAPATAN BUDIDAYA AGLONEMA PADA HEND'Z FLORIST AGLONEMA SAWANGAN DEPOK. *Jurnal Terapan Abdimas*, 7(2), 259. <https://doi.org/10.25273/jta.v7i2.13098>
- Yusnita, N., Hendana, D., Sulistiyo, A., & Permana, H. (2024). Pengembangan Platform E-commerce dan Konten Media Sosial untuk Memperluas Jangkauan Pemasaran UMKM Keripik Pisang (Tiens Banana Chips) di Kabupaten Subang. *Jurnal Pengabdian Tangerang Selatan : JURANTAS*, 2(3), 200–210.