



Meningkatkan Semangat Berwirausaha Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Pada Produksi Kopi Ratu Luwak Liwa Lampung Barat

Wellfarina Hamer¹, Nur Azmi Rohimajaya², Wellian Hamer³, Nasiruddin⁴

¹IAIN Metro Lampung

²Universitas Mathla'ul Anwar

³Universitas Sultan Ageng Tirtayasa,

⁴SMP IT Bina Insani Metro

ABSTRACT

IMPROVING ENTREPRENEURSHIP SPIRIT THROUGH THE UTILIZATION OF DIGITAL MARKETING IN RATU LUWAK COFFEE PRODUCTION, LIWA WEST LAMPUNG. The study of entrepreneurial development is currently being discussed in various forums around the world because it is related to efforts to build the economy on a regional and national scale. The world is faced with a very big problem, namely the emergence of the COVID-19 pandemic which of course has an impact on many things, this issue is also relevant to the current objective conditions in Indonesia as one of the countries affected, especially on the economic aspect. Indonesia, which is dominated by Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) needs to pay special attention to this sector because the contribution of UMKM to the national economy is quite large. This community service activity aims to explore the entrepreneurial spirit and also increase sales through the use of digital marketing, namely by providing an understanding of the importance of entrepreneurship, marketing strategies, and attractive product packaging to direct practice of making online stores as well as using the web and social media to increase sales. By utilizing this digital marketing strategy, local UMKM is expected to be able to reach a wider market and of course, the managed business can also be recognized so that it can inspire many people in entrepreneurship.

Keywords: Covid-19 health protocols, Health education, Prevention, Third wave.

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
01.04.2022	04.04.2022	12.05.2022	31.05.2022

Suggested citation:

Hamer, W., Rohimajaya, N.A., Hamer, W., Nasiruddin. (2022). Meningkatkan Semangat Berwirausaha melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Produksi Kopi Ratu Luwak Liwa Lampung Barat. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(2), 433-443. DOI: 10.30653/002.202272.101
Open Access | URL: <http://jurnal.unmabanten.ac.id/index.php/jppm/>

²Corresponding Author: Prodi Pendidikan Bahasa Inggris, FKIP Universitas Mathla'ul Anwar; Jl. Raya Labuan KM 23 Cikaliung, Sindanghayu, Kec. Saketi, Kabupaten Pandeglang, Banten 42273; Email: nurazmirohimajaya@unmabanten.ac.id

PENDAHULUAN

Sumber daya alam melimpah menjadi potensi unggul yang dimiliki masyarakat di Kabupaten Lampung Barat, kondisi geografis Lampung Barat yang terdiri dari pegunungan dan perbukitan menjadi daya tarik tersendiri bagi siapa yang berkunjung ke wilayah ini. Melimpahnya produk hasil pertanian, perkebunan dan perikanan sampai dengan pemandangan alamnya yang memesona. Disamping potensi wisata yang juga tak kalah menjanjikan yaitu terletak pada sektor ekonomi Lampung Barat yang dapat dicapai melalui peningkatan ketahanan pangan daerah berkelanjutan dengan pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan serta penanganan bencana yang ramah lingkungan, pengembangan pariwisata, perdagangan serta memberi perhatian khusus bagi pelaku usaha dalam industri kecil menengah berbasis teknologi.

Entrepreneurship atau kewirausahaan secara bahasa berasal dari dua kata yaitu wira dan usaha, kata wira dalam KBBI berarti utama, berani, gagah, tangguh, memiliki daya juang, sedangkan usaha memiliki arti sebuah kegiatan yang bersifat komersial maupun non komersial guna mencapai tujuan tertentu. Jadi dapat diartikan bahwa kewirausahaan yaitu suatu kegiatan yang dilakukan seseorang untuk mendapatkan tujuan tertentu dengan sikap mental berani, gagah, tangguh dan berdaya juang serta berdaya saing yang tinggi (Isnawan, 2022). Peranan kewirausahaan sangat besar kaitannya dengan kemajuan suatu bangsa, banyak fakta yang menyebutkan bahwa bangsa yang maju adalah bangsa yang mampu berdiri dikakinya sendiri yang mana hal itu dapat diwujudkan dengan meningkatkan wirausahawan yang memiliki ide-ide inovatif, cerdas, berani dan tangguh.

Topografi wilayah Lampung Barat yang berbukit dan beriklim tropis nan sejuk sangat cocok untuk budidaya biji kopi berkualitas tinggi. Dari sekian banyak produsen kopi berkualitas tinggi di dunia, Lampung khususnya Kabupaten Lampung Barat merupakan salah satu provinsi yang memiliki aset produksi kopi tertinggi di Indonesia. Adapun komoditas unggulan yaitu kopi arabika dan robusta. Masyarakat yang terlibat dalam kelompok usaha tani kopi di Kabupaten Lampung Barat mencapai 92,24% dari total angkatan kerja yang ada dengan 40.135 KK berbasis komoditas kopi. Kontribusi subsektor perkebunan terhadap PDRB Kabupaten Lampung Barat sebesar 42,41% yang didukung dengan tingginya produksi kopi pada tahun 2007 yaitu 38.419,3 ton. Jumlah ini bila disetarakan dengan harga kopi Rp. 15.000/kg, maka sumbangan komoditas kopi bagi peningkatan pendapatan daerah mencapai Rp. 576,288 milyar. Sejalan dengan itu semua di Indonesia sendiri selain sebagai sumber penghasilan rakyat, kopi juga telah menjadi komoditas andalan ekspor dan menjadi sumber pendapatan devisa Negara (Muzaifa et al., 2016).

Kopi luwak berasal dari pulau Sumatra, sebuah pulau yang memang dikenal akan hasil kebun kopi yang berkualitas. Proses kopi luwak didapatkan dari biji kopi yang dipilah dari kotoran binatang liar sejenis musang yang dalam bahasa latin disebut *Paradoxurus* atau dalam bahasa setempat Luwak. Mamalia kecil ini hidup di pepohonan dan salah satu makanan utamanya adalah biji kopi berwarna merah. Biji ini kemudian dimakan dan mengalami proses fermentasi di dalam proses pencernaan Luwak untuk kemudian dikeluarkan melalui kotorannya (Fauzi, 2008).

Kopi ini digemari karena memiliki cita rasa unik. Berbeda dengan cita rasa kopi biasa meskipun dihasilkan dari pohon yang sama. Produksi kopi luwak masih sangat terbatas dan di bandrol dengan harga tinggi. Kopi luwak bisa dikatakan kopi khas Indonesia, walaupun ditemukan juga di Negara lain seperti Filipina. Bangsa Indonesia mengenalnya sejak jaman pemerintah kolonial. Kuli perkebunan saat itu terbiasa mengkonsumsi kopi luwak, karena para tuan kebun membolehkan kuli mengambil buah yang jatuh untuk konsumsi sendiri. Termasuk biji kopi yang ditinggalkan luwak dalam kotorannya sehingga kebiasaan ini diyakini sebagai awal dikenalnya kopi luwak. Kopi luwak memiliki keistimewaan yaitu rendah kafein, rendah kadar asam, rendah lemak, dan rendah rasa pahit. Kelebihan tersebut menjadikan kopi luwak dijuluki sebagai kopi ternikmat di dunia (Fauzi et al., 2016).

Terdapat dua jenis kopi luwak, yaitu kopi dari luwak liar dan luwak tangkaran. Kopi luwak liar didapatkan dari kotoran luwak di alam bebas. Biasanya kotoran luwak tersebut dipungut dari hutan-hutan di sekitar perkebunan kopi. Kopi luwak liar dipercaya memiliki kualitas yang lebih baik dibanding luwak tangkaran. Kopi luwak tangkaran didapatkan dengan cara membudidayakan luwak dalam kandang. Kemudian luwak tersebut diberi makan kopi. Kotorannya ditampung dan biji kopi yang terdapat didalamnya dipilah untuk diolah lebih lanjut.

Ratu luwak liwa menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian ini yang mana menjadi rumah produksi kopi terbesar di liwa- lampung barat, keberadaannya cukup dikenal diwilayah ini khususnya bagi penikmat kopi Lampung. Usaha kopi luwak ini dirintis sejak tahun 2007, dimana pemilik usaha menerima informasi bahwa biji kopi luwak liar, atau yang biasa ditemukan di sekitar perkebunan warga tanpa penangkaran laku dengan harga Rp. 700.000 per kilogram. Pada tahun pertama itu, total kopi luwak liar yang dikumpulkan sebanyak 26 kilogram, dengan harga jual Rp. 700.000 per kilogramnya, karena produksi kopi luwak liar terbatas, lalu ia tergerak untuk melakukan penangkaran sehingga kopi luwak yang dihasilkan bisa lebih banyak dan bisa memenuhi permintaan pasar. Melalui penangkaran yang dilakukan dengan jumlah luwak pertama sebanyak dua ekor pada tahun 2008 dan mulai meningkat pada tahun 2009, pemilik mulai menghadap ke Dinas Perkebunan untuk meminta dorongan dari pemerintah daerah. Permintaan tersebut lalu ditanggapi dengan baik oleh pemerintah daerah dan melakukan terobosan, bahkan pemerintah daerah memfasilitasi media-media nasional masuk ke Lampung Barat untuk berkunjung dan meliput kegiatan produksi kopi ratu luwak liwa.

Lebih lanjut Hi. Sapri (pemilik usaha) mengungkapkan, bahwa usaha yang dirintisnya ini sempat mengalami masa sulit karena terdampak pandemi covid-19 menyebabkan rumah produksi kopi ini sepi pengunjung yang sebelumnya selalu ramai yang datang untuk meliput kegiatan produksi kopi luwak yang tentu berdampak pula pada penurunan penjualan. Di tengah keterpurukan, ia mencoba introspeksi dan ia menemukan penyebabnya dimana dalam memasarkan produk belum memaksimalkan penggunaan digital marketing. Untuk itu kegiatan pengabdian ini dimaksudkan sebagai upaya mengatasi permasalahan tersebut guna memberi dampak positif bagi peningkatan perekonomian masyarakat khususnya pada rumah produksi kopi Ratu Luwak Liwa Lampung Barat

METODE

Metode yang digunakan adalah sosialisasi dan pelatihan terhadap peserta/mitra rumah produksi kopi Ratu Luwak yang berjumlah 10 orang. Kegiatan dimulai dengan mengidentifikasi tingkat pengetahuan dan tingkat keterampilan peserta tentang digital marketing dengan cara melakukan tanya jawab antara tim pengabdian dengan peserta. Setelah kegiatan tanya jawab, tim pengabdian memberikan sosialisasi tentang pemasaran digital khususnya melalui pembuatan content program berupa foto dan video sebagai sarana promosi, memberikan pengetahuan bagaimana pengemasan produk yang baik dan menarik juga pembuatan akun toko online. Sosialisasi ini disambut baik oleh pemilik usaha dan karyawan kopi Ratu Luwak Liwa- Lampung Barat sebagai mitra tim pengabdian. Rumah produksi kopi Ratu Luwak adalah salah satu pelaku usaha olahan kopi di wilayah Liwa- Lampung Barat yang dimulai sejak tahun 2007. Selanjutnya memasuki kegiatan inti yaitu pelatihan dengan uraian materi sebagai berikut : cara mendesain foto dan video yang menarik menggunakan aplikasi canva, mengelola web untuk keperluan pemasaran, serta praktik langsung pembuatan toko online melalui aplikasi Tokko.com. untuk mengetahui lebih jelas proses kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Sosialisasi

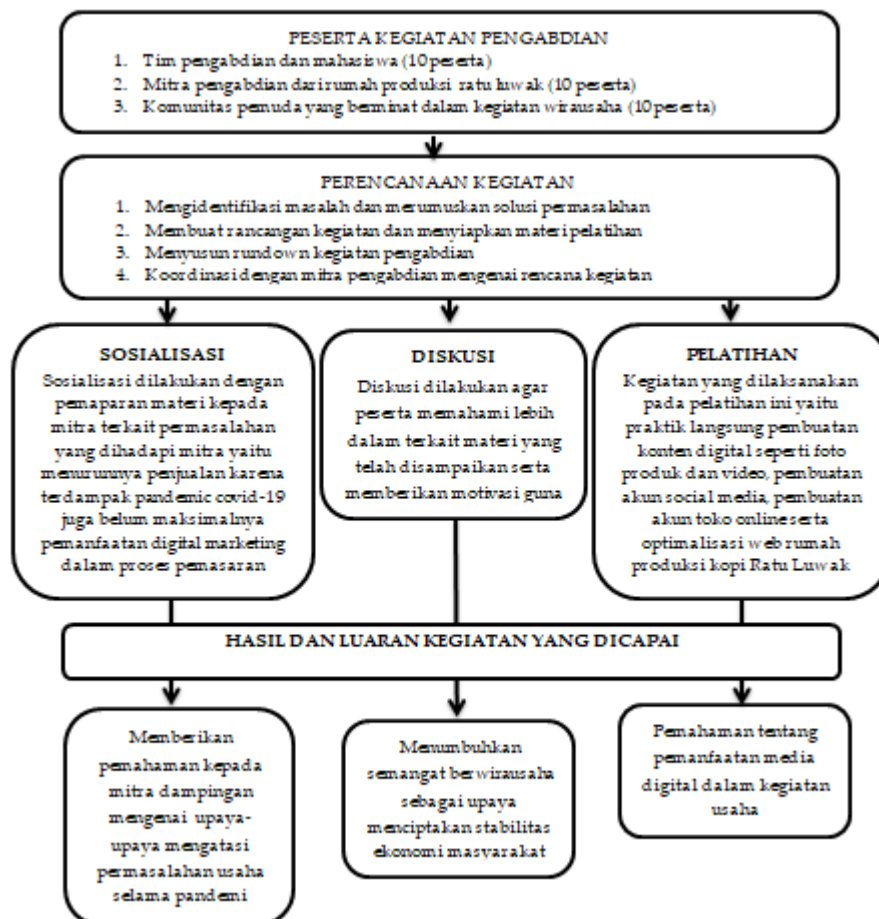
Program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi kepada mitra pelaku usaha UMKM produksi kopi Ratu Luwak Liwa Kabupaten Lampung Barat. Sosialisasi dilakukan dengan pemaparan materi kepada mitra terkait permasalahan yang dihadapi mitra yaitu menurunnya penjualan karena terdampak pandemic covid-19 juga belum maksimalnya pemanfaatan digital marketing dalam proses pemasaran. Materi yang akan disampaikan oleh tim pengabdian kepada masyarakat diharapkan dapat memberikan peningkatan pengetahuan dan pemahaman untuk selanjutnya dapat diterapkan oleh mitra dalam kegiatan usaha.

2. Diskusi

Setelah selesai kegiatan pemaparan materi selanjutnya memasuki sesi diskusi berupa tanya jawab antara pemateri dengan peserta. Kegiatan ini dihadiri oleh 10 peserta yang berasal dari mitra pengabdian yaitu pengelola rumah produksi kopi Ratu Luwak, 10 peserta dari tim pengabdian dan mahasiswa serta 10 peserta dari komunitas pemuda yang memiliki minat berwirausaha. Diskusi dilakukan agar peserta memahami lebih dalam terkait materi yang telah disampaikan. Melalui kegiatan diskusi ini diharapkan peserta juga dapat berbagi pengalaman maupun permasalahan yang sedang dihadapi serta memberikan motivasi guna meningkatkan semangat wirausaha dikalangan pemuda.

3. Pelatihan

Pada kegiatan ini peserta diharapkan mempunyai keterampilan memanfaatkan dan mengoptimalkan produk berbasis teknologi informasi. Kegiatan yang dilaksanakan pada pelatihan ini yaitu praktik langsung pembuatan konten digital seperti foto produk dan video, pembuatan akun social media, pembuatan akun toko online serta optimalisasi web rumah produksi kopi Ratu Luwak. Kegiatan pelatihan dan pendampingan digital marketing dilaksanakan pada hari Kamis tanggal 19 Agustus 2021 dimulai dari jam 08.00 s/d selesai. Kegiatan dilaksanakan dengan metode ekspositori (ceramah) dikombinasikan dengan diskusi jika ada hal-hal yang perlu ditanyakan oleh peserta. Selama kegiatan pelatihan dan pendampingan, peserta beberapa kali mengajukan pertanyaan terkait teknis pembuatan blog dan konten digital, hal ini mengindikasikan rasa ingin tau peserta tinggi dan minat dalam mengikuti pelatihan peserta sangat baik. Metode pelatihan ini dinilai sangat efektif dalam meningkatkan keterampilan mitra pengabdian sehingga sangat dirasakan manfaatnya bagi masyarakat (Abdurrahman et al., 2020).



Gambar 1. Diagram kegiatan pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM memberi peranan penting dalam pembangunan ekonomi nasional, dalam pembahasan di beberapa forum diskusi juga kajian literatur pada jurnal-jurnal ilmiah didapati bahwa selain peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan yang menjadi motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional (Werdani et al., 2020).

Kegiatan pengabdian ini mengajarkan bagaimana pentingnya pemanfaatan digital marketing bagi pelaku usaha terlebih untuk mempertahankan kuantitas penjualan dimasa pandemic covid-19 serta memperkenalkan produk local ke pasar yang lebih luas yang tentu akan berimbas pada peningkatan perekonomian daerah secara agregat. Kegiatan ini juga menjadi sarana untuk menginspirasi banyak kalangan untuk dapat menumbuhkan semangat berwirausaha, menggali potensi-potensi local yang ada dengan begitu kedepannya akan muncul pengusaha-pengusaha baru dalam berbagai bidang yang tentu akan memperbaiki kualitas perekonomian suatu Negara.

Menjadi seorang wirausahawan membutuhkan fondasi pengetahuan yang mumpuni untuk berani memulai dan melanggengkan suatu usaha yang dibangun. Namun ibarat dua sisi pada uang koin yang mana disatu sisi pengetahuan dan keterampilan dapat memberikan bekal yang memadai dalam memulai bisnis namun disisi lain justru dapat membuat orang begitu berhati-hati dan takut memulai usaha baru. Karena itulah masalah kewirausahaan adalah masalah mental untuk siap bagaimana mengelola kesuksesan juga bagaimana bangkit dari kegagalan. Materi yang disampaikan dalam kegiatan pelatihan ini meliputi:

1. Definisi dan karakteristik kewirausahaan
2. Perbedaan dan persamaan istilah wirausaha, kewirausahaan dengan kewiraswastaan
3. Implementasi etika dalam membangun dan menjalankan kegiatan wirausaha
4. Modal usaha dan pengelolaan keuangan dalam bisnis
5. Analisis peluang pasar dan analisis kelayakan finansial
6. Penilaian kemampuan organisasional dan analisis persaingan
7. Inovasi dan kreativitas untuk membuat produk laku di pasaran
8. Pemanfaatan digital marketing untuk perluasan pemasaran produk

Berikut adalah hasil dan luaran yang dicapai dalam kegiatan pengabdian masyarakat bersama mitra rumah produksi luwak liwa dan juga mahasiswa IAIN Metro yang berdomisili di Lampung Barat.

1. Pemahaman tentang pemanfaatan digital marketing

Beberapa peserta kegiatan ini setuju bahwa pemasaran melalui pemanfaatan digital teknologi memberikan penghematan biaya, meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan memberikan kenyamanan. Karena sebagai UMKM perlu memerhatikan proses pemasaran efektif yang digunakan saat ini. Beberapa edukasi yang diterima masyarakat adalah bagaimana memperbarui informasi melalui media sosial, website, marketplace, group khusus pelanggan dan lain sebagainya, yang sebaiknya mereka memperbarui informasi sehari sekali karena untuk mempertahankan pelanggan lama dan menarik konsumen baru untuk membeli produk mereka serta dibekali bagaimana membuat

content foto dan video produk yang menarik. Efektifitas pemanfaatan digital marketing ini juga sudah dibuktikan bagi banyak pelaku usaha karena dengan adanya internet mereka dapat menghemat biaya untuk promosi, karena ketika mereka menggunakan media sosial mereka hanya memerlukan kuota internet serta mereka yang memiliki anggaran khusus untuk periklanan melalui digital mereka bisa memanfaatkan google adsense, facebook ads, instagram ads dan lain sebagainya (Febriyantoro & Arisandi, 2018).



Gambar. 2 Foto produk kopi ratu luwak Liwa- Lampung Barat

2. Pemahaman tentang pentingnya menumbuhkan semangat berwirausaha

Kegiatan ini secara tidak langsung bertujuan untuk melejitkan semangat berwirausaha terutama pada kalangan generasi muda dengan semangat perubahan yang tinggi karena untuk mencapai tingkat kemakmuran dan kesejahteraan bukanlah hal yang mudah, diperlukan usaha dan kerja keras yang terfokus serta sistematis, perubahan pemikiran, sikap yang baik juga dukungan keluarga serta terutama lingkungan masyarakat dan dukungan pemerintah setempat untuk mentransformasikannya dari kondisi sekarang untuk menjadi wirausaha khususnya di wilayah Liwa- Lampung barat sebagai produksi terbesar kopi Lampung. Saat ini menjadi wirausaha bukan sebagai alternative profesi, melainkan sebuah pilihan strategis yang harus dibuat dengan tekad yang bulat dan kuat. Pada kondisi sekarang ini dapat dikatakan bahwa kunci kemakmuran adalah wirausaha, dan wirausaha adalah sebuah profesi yang sangat menjanjikan bagi kebaikan dalam kualitas hidup dengan meningkatkan daya beli. Daya beli tercipta dengan tingginya pendapatan yang diperoleh sebagai akibat dari profesi yang ditekuni (Basrowi dan Juariyah, 2010).

3. Pemahaman tentang upaya mempertahankan kuantitas penjualan dimasa pandemi Covid-19

Pandemi covid-19 sangat dirasakan dampaknya terhadap penurunan kuantitas produksi dan penjualan produk kopi dari rumah produksi Ratu Luwak ini, untuk itu melalui kegiatan ini diharapkan mampu menjaga eksistensi UMKM local dalam meningkatkan perekonomian daerah yang juga sejalan dengan konsep revolusi industri 4.0, Pemanfaatan digital marketing melalui *marketplace* dianggap perlu diterapkan terlebih dimasa pandemi Covid-19 saat ini yang tentu sangat berdampak pada

lemahnya tingkat perekonomian di seluruh sector khususnya pada sektor industri, hal tersebut bisa menjamin keberlangsungan usaha UMKM (Awali, 2020).

4. Pemahaman bagaimana cara pengemasan produk yang baik dan menarik

Melalui kegiatan pengabdian pada masyarakat ini peserta telah memahami konsep membuat kemasan yang menarik dengan biaya produksi yang ekonomis, kegiatan ini juga memberi tambahan wawasan bagi peserta mengenai syarat-syarat kemasan produk yang baik dan juga lebih memiliki nilai jual serta menjaga kualitas produk. Sebagaimana kita ketahui dari banyak literatur yang menyebutkan bahwa kemasan mempunyai peranan yang sangat penting karena akan selalu terkait dengan komoditi yang dikemas sekaligus merupakan nilai jual dan citra produk. Nilai jual ini meningkat ketika produk yang dihasilkan mendapat nilai tambah dari pengemasan yang menarik. Sedangkan citra produk terkait dengan gambaran produk dalam benak konsumen akan semakin baik apabila produk itu dikemas secara baik, dengan kata lain produk dapat memberi kesan baik bagi konsumen (Legowo et al., 2018).

5. Pelatihan pembuatan toko online sebagai upaya perluasan pasar

Proses terakhir dalam pelaksanaan pengabdian ini yaitu melakukan pelatihan mengoperasikan website toko online kepada mitra UMKM. Tahapan dari kegiatan ini adalah sejumlah anggota dan pengelola dilatih dan diberikan pendampingan bagaimana cara menggunakan dan mengelola website yang telah dibuat, serta sejumlah fitur yang ada di aplikasi tersebut diperkenalkan dan langsung dicoba. Pelatihannya meliputi: download aplikasi Tokko di playstore android, pembuatan akun, membuat nama dan link toko, mengatur pengiriman, mengatur pembayaran, mengubah tampilan toko, menambah produk yang akan dijual, setelah itu memperbaharui informasi produk hingga pengelolaan transaksi online. Selain itu peserta pelatihan juga diberikan pendampingan bagaimana memanfaatkan gadget untuk dapat mengakses dan memanfaatkan website sebagai sarana promosi. Selain itu pemanfaatan website toko online memiliki jangkauan yang luas untuk menjangkau calon pembeli yang diharapkan dengan adanya website toko online akan membantu pengembangan pemasaran usaha dan dapat meningkatkan penjualan bagi UMKM serta meningkatkan semangat berwirausaha (Wibisono & Wardhana, 2020).



Gambar 3. Tampilan toko online menggunakan aplikasi TOKKO



Gambar 4. Foto bersama pemilik rumah produksi kopi ratu luwak Liwa Lampung Barat



Gambar 5. Memperkenalkan produk kopi dari mitra UMKM ratu luwak di lingkungan IAIN Metro

SIMPULAN

Pendampingan dalam pengembangan dan pengelolaan digital marketing untuk membantu pemasaran dan promosi secara digital kepada mitra UMKM kopi Ratu Luwak guna melejitkan semangat wirausaha masyarakat telah berhasil dilakukan. Semua tahapan yang dijadikan sebagai acuan atau target, telah berhasil dilaksanakan dan dikembangkan sesuai kebutuhan. Kegiatan ini telah dilaksanakan sesuai dengan tujuan awal, mulai dari interview dan observasi kebutuhan UMKM sampai pembuatan website sebagai media pemasaran dan promosi secara digital, serta pelatihan penggunaan website dan toko online. Kegiatan pendampingan dilakukan sebagai sarana untuk mengetahui bahwa sejauh mana mitra UMKM dapat memanfaatkan website sebagai media pemasaran toko online, dan juga sejauh mana mereka dapat memperluas pasar dengan promosi secara online. Diharapkan dengan cara tersebut pelaku UMKM memiliki pengetahuan baru mengenai teknologi informasi khususnya dalam mengelola website toko online sebagai salah satu media pemasaran dan promosi. Diharapkan dengan memanfaatkan teknologi informasi khususnya website toko online, dapat menekan biaya pemasaran dan promosi yang biasanya menggunakan media promosi cetak, seperti: katalog, brosur, iklan majalah, iklan surat kabar dan lain-lain yang membutuhkan biaya yang lebih tinggi. Selain itu website toko online memiliki jangkauan yang luas untuk menjangkau calon pembeli dengan begitu website toko online akan membantu pengembangan pemasaran usaha dan dapat meningkatkan

penjualan bagi UMKM serta memperkenalkan komoditas kopi terbaik dalam skala nasional maupun internasional. Adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini juga berperan aktif dalam menjalin kedekatan dengan masyarakat seperti beradaptasi dengan kehidupan masyarakat, belajar bagaimana bersosialisasi kepada masyarakat, memahami kultur dan karakter serta adat istiadat dan memberikan kontribusi kepada masyarakat sesuai dengan keilmuan yang dimiliki sehingga terciptanya integrasi antara perguruan tinggi dan masyarakat.

REFERENSI

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E.Y., Wahyu, A. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Management*, 1(2): 88–92.
- Awali, H. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19. *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1): 1–14. <https://doi.org/10.35905/balanca.v2i1.1342>
- Basrowi & Juariyah, S. (2010). Analisis Sosial Ekonomi dan Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Srigading, Kecamatan Labuhan Maringgai Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 7(1): 58–81.
- Dwi P. & Isnawan (2021). Teori dan Praktik Kewirausahaan. Citra Sains Surakarta: Surakarta
- Fauzi, M. (2008). Isolasi dan Karakterisasi Bakteri Asam Laktat Biji Kopi Luwak (*Civet Coffe*). 63. <https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/59366/ISOLASI.pdf?sequence=1>
- Fauzi, M., Giyarto, Wulandari, S. (2016). Robusta in Vitro Berdasarkan Dosis Ragi Kopi Luwak Dan Lama. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2): 51–56.
- Febriyantoro, M.T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Hamer, W., Pujakesuma, T.A.R., Lisidiana, A., Purwasih, A., Karsiwan, K., Wardani, W. (2020). Menyiapkan Sumber Daya Manusia Unggul Melalui Penanaman Nilai-Nilai Religius Pada Kegiatan Keagamaan Di Desa Pulau Pehawang Kecamatan Marga Punduh. *DEDIKASI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1): 42–54. <http://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/JPM/article/view/2177>
- Legowo, H., Wulandari, R., Oktyawati, D. (2018). Pelatihan Pengemasan Produk Wingko Ungu Hasil Produksi Kelompok Usaha Wingko Ungu Desa Banjararum, Kecamatan Kalibawang, Kabupaten Kulon Progo. *Jurnal Pengabdian Dan Pengembangan Masyarakat*, 1(2): 91. <https://doi.org/10.22146/jp2m.43466>
- Muzaifa, M., Patria, A., Bakar, A. A., Rahmi, F., Hasni, D., Sulaiman, I. (2016). *Kopi Luwak: Produksi, Mutu dan Permasalahannya - Murna Muzaifa, Anshar Patria, Amhar Abu Bakar, Faida Rahmi, Dian Hasni, Ismail Sulaiman* - Google Books. Promosi, D., & Yogyakarta, U. (2020). 112 IKRAITH-ABDIMAS Vol 3 No 3 Bulan November 2020. 3(3), 112–119.

Werdani, R.E., Kurniawati, N.I., Sukoco, J.B., Windriya, A., Iskandar, D. (2020). Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 4(1): 1. <https://doi.org/10.30595/jppm.v4i1.4655>

Copyright and License



This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

© 2022 Wellfarina Hamer, Nur Azmi Rohimajaya, Wellian Hamer, Nasiruddin

Published by LPPM of Universitas Mathla'ul Anwar Banten in collaboration with the Asosiasi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (AJPKM)