

Peningkatan Presentase SDGs Pertumbuhan Ekonomi Digitalisasi Bisnis UMKM di Jawa Timur: Studi Kasus Kampung Kopi Desa Kemiren

Bagus Firmansyah

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

21042010311@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Digitalisasi kini menjadi salah satu faktor penting dalam perkembangan UMKM, terutama di daerah-daerah yang lebih terpencil seperti Jawa Timur. Salah satu contoh sukses dari penerapan digitalisasi adalah Kampung Kopi di Desa Kemiren, Banyuwangi. Kampung Kopi telah berhasil memanfaatkan teknologi digital untuk mengubah cara mereka beroperasi, mulai dari produksi hingga pemasaran. Dengan memanfaatkan platform seperti media sosial, e-commerce, dan sistem pembayaran digital, Kampung Kopi mampu memperluas akses pasarnya secara signifikan, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat branding produk mereka. Artikel ini menganalisis bagaimana Kampung Kopi berhasil mengadopsi digitalisasi, dampaknya pada pertumbuhan bisnis mereka, serta implikasinya terhadap perkembangan UMKM di seluruh Jawa Timur. Penelitian ini juga memberikan wawasan tentang peluang dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi teknologi digital di daerah-daerah yang memiliki keterbatasan infrastruktur.

Kata Kunci: Digitalisasi, UMKM, Kampung Kopi, E-commerce.

ABSTRACT

Digitalization is now an important factor in the development of MSMEs, especially in more remote areas such as East Java. One successful example of implementing digitalization is the Coffee Village in Kemiren Village, Banyuwangi. Kampung Kopi has successfully utilized digital technology to change the way they operate, from production to marketing. By utilizing platforms such as social media, e-commerce, and digital payment systems, Kampung Kopi is able to significantly expand market access, increase operational efficiency, and strengthen their product branding. This article analyzes how Kampung Kopi successfully adopted digitalization, its impact on their business growth, and the implications for the development of MSMEs throughout East Java. This research also provides insight into the opportunities and challenges faced by MSMEs in adopting digital technology in areas that have limited infrastructure.

Keywords: Digitalization, UMKM, Kampung Kopi, E-commerce.



PENDAHULUAN

Peran teknologi digital dalam transformasi bisnis kini tidak bisa diabaikan. Transformasi digital mencakup berbagai aspek, mulai dari penggunaan perangkat lunak manajemen, pemasaran online, hingga pembayaran digital. Penerapan teknologi ini memungkinkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memperluas akses pasar, meningkatkan produktivitas, dan mencapai efisiensi yang lebih besar dalam pengelolaan bisnis (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022). UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, menyumbang sekitar 60,34% dari Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022).

Namun, meskipun UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian nasional, mereka juga menghadapi tantangan yang besar untuk tetap relevan dan kompetitif, terutama di era digital saat ini (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022). Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh UMKM adalah bagaimana mereka dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi digital. Tantangan ini melibatkan kurangnya akses terhadap teknologi, minimnya pengetahuan digital, serta rendahnya tingkat literasi teknologi, terutama di daerah pedesaan, yang menjadi penghalang utama bagi penerapan digitalisasi di sektor ini (Bappenas, 2020).

Transformasi digital membawa tantangan besar bagi UMKM di Indonesia, khususnya yang beroperasi di daerah pedesaan, seperti Jawa Timur. Sebagai salah satu provinsi terbesar di Indonesia, Jawa Timur memiliki jumlah UMKM yang signifikan yang berkontribusi terhadap ekonomi lokal (Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur, 2021). Namun, meskipun memiliki potensi besar, banyak

UMKM di Jawa Timur yang belum mampu sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan bisnis mereka (Bappenas, 2020). Keterbatasan infrastruktur digital di daerah pedesaan sering kali menjadi hambatan utama, selain kurangnya pelatihan atau program pendampingan yang memadai bagi pelaku usaha untuk mengadopsi teknologi baru (Kemenkominfo, 2021).

Meskipun demikian, ada beberapa UMKM yang telah berhasil menerobos keterbatasan ini dan menjadi contoh bagaimana teknologi dapat diadopsi dengan sukses untuk meningkatkan daya saing bisnis. Salah satu contohnya adalah Kampung Kopi di Desa Kemiren, Banyuwangi (Dinas Pariwisata Banyuwangi, 2022). Kampung Kopi adalah usaha lokal yang memproduksi kopi khas Banyuwangi dan berusaha memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Sebelum adopsi teknologi digital, pemasaran dan penjualan kopi Kampung Kopi terbatas hanya di wilayah lokal, dengan metode pemasaran konvensional yang tidak memungkinkan mereka untuk menjangkau konsumen dari luar daerah (Dinas Koperasi Banyuwangi, 2021).

Namun, sejak masuknya teknologi digital, Kampung Kopi mampu menjangkau pasar yang jauh lebih luas, termasuk pelanggan dari seluruh Indonesia. Penerapan digitalisasi di Kampung Kopi mencakup penggunaan media sosial sebagai platform pemasaran utama, serta integrasi teknologi ke dalam operasi sehari-hari mereka. Media sosial, khususnya Instagram dan Facebook, digunakan untuk memperkenalkan produk kopi kepada audiens yang lebih luas, menampilkan proses produksi kopi, serta berinteraksi langsung dengan konsumen (Kemenkominfo, 2021). Penggunaan media sosial membantu UMKM seperti Kampung Kopi

dalam menciptakan branding yang lebih kuat dan membangun hubungan yang lebih personal dengan konsumen.

Selain itu, Kampung Kopi juga memanfaatkan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan penjualan mereka. Melalui platform seperti Tokopedia dan Shopee, produk kopi Kampung Kopi kini dapat diakses oleh konsumen di seluruh Indonesia (Dinas Koperasi Banyuwangi, 2021). Penggunaan e-commerce memungkinkan UMKM untuk berkompetisi di pasar nasional tanpa harus memiliki toko fisik di banyak tempat. Kampung Kopi juga menggunakan sistem pembayaran digital seperti OVO dan GoPay untuk memudahkan transaksi bagi konsumen, yang sebelumnya hanya dapat dilakukan secara tunai (Kemenkominfo, 2021). Sistem pembayaran digital ini mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian produk kopi dari manapun, yang berdampak pada peningkatan penjualan Kampung Kopi.

Studi ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Kampung Kopi berhasil menerapkan digitalisasi dan dampaknya terhadap pertumbuhan bisnis mereka. Melalui adopsi teknologi digital, Kampung Kopi tidak hanya mampu bertahan di pasar yang kompetitif, tetapi juga terus berkembang dan menjadi salah satu contoh UMKM yang berhasil di Banyuwangi (Dinas Pariwisata Banyuwangi, 2022). Kisah sukses Kampung Kopi dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas akses pasar dapat menjadi model bagi UMKM lainnya di Jawa Timur dan daerah pedesaan lainnya di Indonesia yang ingin mengikuti jejak serupa. Dengan dukungan yang tepat, terutama dalam hal pelatihan dan infrastruktur, banyak UMKM di Indonesia yang berpotensi untuk berkembang dan beradaptasi dengan cepat di era digital ini.

METODE PELAKSANAAN

Bahan

Bahan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini difokuskan pada proses membranding UMKM Kampung Kopi di Desa Kemiren. Aplikasi Canva digunakan untuk membuat logo dan pembaruan branding produk kopi agar lebih menarik dan sesuai dengan tren visual modern. Media sosial seperti Instagram dan Facebook digunakan sebagai platform utama untuk mempromosikan produk kopi Kampung Kopi kepada audiens yang lebih luas, termasuk untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen baru dari luar daerah (Setiawan & Indriyani, 2021). Selain itu, bahan utama untuk perencanaan eduwisata kopi melibatkan aplikasi Canva yang digunakan untuk mendesain konsep eduwisata, mulai dari rencana fasilitas hingga papan penunjuk jalan dan materi promosi (Rochmawati et al., 2020). Kertas A4 dan blueprint digunakan sebagai media presentasi dalam Focus Group Discussion (FGD) dengan pemangku desa dan masyarakat setempat untuk mendiskusikan potensi dan tantangan pengembangan eduwisata kopi.

Dalam pembuatan infrastruktur eduwisata, beberapa bahan utama yang digunakan meliputi bambu sebagai material untuk gapura dan papan kayu yang digunakan untuk papan informasi dan penanda lokasi. Kawat, cat kayu, serta berbagai perkakas seperti paku, palu, sekop, dan gergaji digunakan dalam proses konstruksi. Semua bahan tersebut berfungsi untuk mendukung pelaksanaan kegiatan branding dan perencanaan infrastruktur eduwisata kopi Desa Kemiren, guna meningkatkan daya tarik dan pengalaman wisata bagi pengunjung (Hidayat & Wahyuni, 2020).

Metode

Metode Observasi (Pengamatan)

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam terkait fenomena yang sedang diteliti dengan cara mengamati secara langsung kegiatan di lapangan (Santoso, 2020). Dalam pengabdian ini, observasi dilakukan di Kampung Kopi Desa Kemiren untuk mengamati kegiatan produksi dan promosi kopi yang telah dilakukan oleh UMKM setempat sebelum dan sesudah penerapan teknologi digital. Pengamatan juga mencakup identifikasi potensi pengembangan eduwisata kopi di desa tersebut, termasuk fasilitas pendukung dan interaksi antara masyarakat dan pengunjung. Melalui observasi ini, tim pengabdian dapat mengenali kendala yang dihadapi UMKM dalam proses digitalisasi dan pengembangan eduwisata (Purnomo & Susilo, 2020).

Focus Group Discussion (FGD)

Focus Group Discussion (FGD) adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi melalui diskusi kelompok yang terarah. Dalam kegiatan pengabdian ini, FGD dilakukan dengan melibatkan kelompok tani kopi, pelaku UMKM, serta pemangku desa untuk mendiskusikan rencana pengembangan eduwisata kopi di Desa Kemiren (Astuti et al., 2021). Diskusi ini berfokus pada penggalan ide-ide inovatif terkait peningkatan daya tarik wisata, peluang pemasaran kopi melalui media digital, serta tantangan yang dihadapi dalam implementasi rencana tersebut. FGD juga berfungsi sebagai forum untuk mencapai kesepakatan mengenai langkah-langkah yang akan diambil bersama oleh seluruh pemangku kepentingan (Rahmawati et al., 2021). Melalui FGD, penulis mendapatkan data yang kaya mengenai dinamika sosial dan ekonomi yang

terjadi di desa, yang kemudian digunakan untuk menyusun strategi yang lebih komprehensif dalam mempromosikan eduwisata kopi dan membranding produk kopi lokal.

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini terbukti efektif dalam memecahkan berbagai masalah yang dihadapi oleh UMKM Kampung Kopi, terutama dalam hal branding dan pengembangan eduwisata. Hasil dari metode ini memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana penerapan teknologi digital dan strategi pemasaran yang tepat dapat membantu UMKM di daerah pedesaan untuk berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas (Wahyuni & Kurniawan, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan Branding dan Pemasaran Melalui Media Sosial

Setelah memanfaatkan aplikasi Canva untuk memperbarui logo dan tampilan visual, serta menggunakan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook, Kampung Kopi di Desa Kemiren mengalami peningkatan yang signifikan dalam hal branding dan pemasaran. Sebelum menggunakan media sosial, produk kopi dari desa ini hanya dikenal oleh masyarakat lokal atau wisatawan yang kebetulan berkunjung. Namun, setelah proses rebranding dan optimalisasi konten di media sosial, produk kopi ini mulai dikenal oleh khalayak yang lebih luas, termasuk pembeli potensial dari luar daerah (Susanti et al., 2021).

Instagram digunakan sebagai media utama untuk membangun identitas merek yang kuat. Melalui visualisasi produk yang menarik, cerita di balik proses pembuatan kopi, serta ulasan dari konsumen yang puas, Kampung Kopi berhasil meningkatkan kepercayaan konsumen. Hal ini tercermin dari

peningkatan pengikut di media sosial serta bertambahnya interaksi dengan calon pembeli. Branding produk kopi yang lebih profesional dan modern berhasil menarik minat konsumen, yang berdampak langsung pada peningkatan penjualan. Konsumen tidak hanya melihat kopi sebagai produk lokal, tetapi sebagai produk dengan nilai tambah dan kualitas yang dapat bersaing dengan produk kopi dari daerah lain (Setiawan & Indriyani, 2020).

Efisiensi Operasional Melalui Digitalisasi

Digitalisasi tidak hanya memengaruhi aspek pemasaran, tetapi juga memberikan dampak positif pada efisiensi operasional Kampung Kopi. Sebelum adanya penerapan teknologi, manajemen stok dan distribusi produk kopi dilakukan secara manual, yang kerap kali menyebabkan kesalahan dalam perhitungan stok serta keterlambatan pengiriman. Dengan penggunaan aplikasi manajemen stok dan sistem penjualan online, Kampung Kopi kini dapat memantau persediaan kopi secara real-time dan mengatur pengiriman secara lebih terstruktur (Putri et al., 2020).

Sistem pembayaran digital juga mempermudah proses transaksi, baik bagi konsumen lokal maupun luar daerah. Sebelumnya, pembayaran dilakukan secara tunai, yang menyulitkan proses pembelian dari luar kota. Dengan adanya OVO dan GoPay, konsumen dapat melakukan pembayaran dengan mudah, dan pengiriman produk bisa segera dilakukan. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga mempercepat arus kas dan memperkecil risiko kesalahan dalam pencatatan transaksi. Efisiensi operasional yang meningkat memungkinkan Kampung Kopi untuk fokus pada pengembangan produk dan layanan yang lebih baik, serta mempersiapkan pertumbuhan bisnis di masa

depan (Rahman et al., 2021).

Pengembangan Eduwisata Kopi Sebagai Daya Tarik Wisata Baru

Dalam diskusi Focus Group Discussion (FGD) yang melibatkan kelompok tani kopi dan pemangku desa, potensi pengembangan eduwisata kopi di Desa Kemiren menjadi salah satu agenda utama. Konsep eduwisata ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah tidak hanya bagi UMKM, tetapi juga bagi masyarakat setempat yang bisa ikut terlibat dalam ekosistem pariwisata. Berdasarkan hasil FGD, beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam pengembangan eduwisata meliputi fasilitas infrastruktur, peningkatan kapasitas masyarakat lokal, serta strategi promosi yang efektif (Astuti et al., 2021).



Gambar 1. Proses Pembuatan Kopi oleh Warga Sekitar

Dengan menggunakan aplikasi Canva, tim pengabdian merancang konsep visual untuk jalur wisata kopi, fasilitas edukasi seperti workshop pembuatan kopi, serta tempat-tempat perhentian wisata. Konsep ini kemudian dipresentasikan dalam FGD, yang mendapatkan respons positif dari masyarakat dan pemangku desa. Mereka melihat eduwisata sebagai peluang besar untuk memperkenalkan kopi lokal secara lebih mendalam kepada wisatawan, sekaligus mendiversifikasi sumber pendapatan bagi masyarakat. Dengan pengembangan eduwisata

ini, Desa Kemiren berpotensi menjadi destinasi wisata yang menarik, di mana pengunjung tidak hanya dapat menikmati kopi lokal, tetapi juga belajar tentang proses produksinya (Hidayat & Wahyuni, 2020).

Tantangan dan Peluang dalam Penerapan Digitalisasi

Meskipun Kampung Kopi berhasil mengadopsi digitalisasi dengan baik, terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi dalam implementasinya. Tantangan terbesar yang dihadapi adalah keterbatasan literasi digital di kalangan pelaku UMKM dan masyarakat sekitar. Banyak di antara mereka yang masih merasa asing dengan penggunaan teknologi digital dan aplikasi modern. Untuk mengatasi hal ini, pelatihan dan pendampingan secara berkala perlu dilakukan untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang cara menggunakan aplikasi manajemen stok, media sosial, dan platform e-commerce (Pratama & Setyawati, 2020).

Selain itu, keterbatasan infrastruktur internet di beberapa bagian Desa Kemiren juga menjadi kendala. Meskipun sebagian besar wilayah telah terjangkau internet, kecepatan dan stabilitas koneksi sering kali menjadi hambatan bagi UMKM dalam menjalankan kegiatan operasional secara online. Namun, tantangan ini juga diiringi dengan peluang besar untuk terus meningkatkan penetrasi digital di desa tersebut. Dengan adanya program pemerintah yang terus mendorong pengembangan infrastruktur digital di daerah pedesaan, Desa Kemiren diharapkan dapat lebih siap untuk menghadapi era digitalisasi (Handayani et al., 2021).

Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Digitalisasi

Penerapan digitalisasi di Kampung Kopi Desa Kemiren memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM tersebut di pasar yang lebih luas. Sebelum adanya digitalisasi, produk kopi lokal Desa Kemiren hanya dapat dijual di area sekitar Banyuwangi dengan daya saing yang terbatas. Pesaing dari daerah lain dengan produk sejenis memiliki akses pasar yang lebih luas karena mereka lebih dahulu memanfaatkan teknologi dalam strategi pemasaran mereka (Pratama & Kurniawan, 2020). Namun, sejak Kampung Kopi mulai memanfaatkan teknologi digital, daya saing produk kopi mereka meningkat secara drastis.

Salah satu factor utama yang mendorong peningkatan daya saing ini adalah kemampuan Kampung Kopi untuk menampilkan diferensiasi produk mereka secara efektif melalui media sosial dan e-commerce. Produk kopi mereka tidak hanya diposisikan sebagai komoditas biasa, tetapi sebagai produk dengan cerita yang kuat, yang terhubung dengan kearifan lokal dan tradisi panjang masyarakat Desa Kemiren dalam mengolah kopi (Handayani et al., 2021). Melalui konten-konten menarik di media sosial, Kampung Kopi berhasil menonjolkan nilai-nilai unik ini, yang membuat produk mereka lebih menarik bagi konsumen yang mencari pengalaman dan cerita di balik produk yang mereka beli.



Gambar 2. Penumbukan Biji Kopi

Selain itu, dengan memanfaatkan data dari platform e-commerce, Kampung Kopi dapat mengidentifikasi preferensi dan kebutuhan konsumen yang berbeda-beda. Data ini digunakan untuk mengembangkan varian produk kopi yang lebih sesuai dengan selera konsumen dari berbagai wilayah di Indonesia. Dengan penyesuaian ini, Kampung Kopi berhasil meningkatkan penjualan mereka secara signifikan (Rahman et al., 2021). Konsumen di luar daerah yang sebelumnya tidak mengenal produk kopi ini, kini mulai tertarik dan membeli karena produk Kampung Kopi menawarkan nilai yang berbeda dibandingkan dengan produk pesaing.

Digitalisasi juga memungkinkan Kampung Kopi untuk meningkatkan kualitas layanan pelanggan mereka. Melalui platform e-commerce dan media sosial, Kampung Kopi dapat merespons pertanyaan, keluhan, dan saran dari konsumen dengan lebih cepat dan efisien. Hal ini meningkatkan kepuasan pelanggan, yang berdampak pada loyalitas dan rekomendasi mulut ke mulut yang positif. Konsumen yang puas dengan produk dan layanan Kampung Kopi sering kali memberikan ulasan positif di platform e-commerce, yang semakin meningkatkan reputasi produk di pasar yang lebih luas (Susanti et al., 2021).

Dampak Sosial dan Ekonomi Bagi Masyarakat Sekitar

Penerapan digitalisasi di Kampung Kopi Desa Kemiren tidak hanya memberikan dampak positif bagi UMKM itu sendiri, tetapi juga bagi masyarakat sekitar. Sebagai desa yang mayoritas penduduknya bekerja di sektor pertanian kopi, pengembangan UMKM Kampung Kopi memberikan efek berantai yang signifikan bagi perekonomian lokal (Astuti et al., 2021). Masyarakat yang sebelumnya hanya bergantung pada penjualan hasil panen kopi kini memiliki peluang untuk terlibat lebih dalam dalam rantai nilai produksi kopi, mulai dari pengolahan hingga pemasaran.

Dengan meningkatnya permintaan akan produk kopi, Kampung Kopi mulai mempekerjakan lebih banyak tenaga kerja lokal untuk membantu dalam proses produksi, pengemasan, dan pengiriman produk. Hal ini membantu mengurangi angka pengangguran di desa, serta memberikan pendapatan tambahan bagi para petani kopi yang sebelumnya hanya menjual biji kopi mentah (Putri et al., 2020). Kampung Kopi juga berkomitmen untuk terus melibatkan masyarakat setempat dalam pengembangan bisnis mereka, termasuk dalam hal pengelolaan eduwisata yang sedang direncanakan.

Pengembangan eduwisata kopi juga memberikan peluang bagi masyarakat untuk berpartisipasi sebagai pemandu wisata, penyedia akomodasi, atau pengelola fasilitas pendukung seperti warung dan toko oleh-oleh. Hal ini menciptakan sumber pendapatan baru bagi masyarakat setempat dan membantu memperkuat ekonomi desa (Hidayat & Wahyuni, 2020). Dampak sosial dari pengembangan ini juga terlihat dalam meningkatnya rasa kebanggaan masyarakat

terhadap produk lokal mereka. Kampung Kopi menjadi simbol keberhasilan lokal yang tidak hanya dikenal di Banyuwangi, tetapi juga di seluruh Indonesia.

Peluang Pengembangan Eduwisata Kopi sebagai Destinasi Wisata Unggulan

Salah satu potensi besar yang muncul dari diskusi dengan masyarakat dan pemangku kepentingan adalah pengembangan eduwisata kopi. Kampung Kopi Desa Kemiren memiliki modal yang kuat untuk menjadi destinasi wisata edukasi, di mana pengunjung tidak hanya menikmati cita rasa kopi lokal, tetapi juga belajar tentang proses pembuatannya dari hulu ke hilir (Astuti et al., 2021). Eduwisata kopi ini dapat menarik wisatawan dari berbagai kalangan, mulai dari pencinta kopi hingga pelajar dan peneliti yang tertarik pada industri kopi lokal. Desa Kemiren memiliki keunikan tersendiri karena selain dikenal dengan kopinya, desa ini juga kaya akan budaya Osing yang khas. Hal ini membuka peluang untuk mengintegrasikan unsur budaya dalam pengalaman eduwisata kopi. Misalnya, wisatawan dapat disuguhkan pertunjukan seni tradisional Osing sambil menikmati kopi di tengah kebun kopi, atau mengikuti workshop pembuatan kopi sambil mempelajari sejarah kopi di Banyuwangi yang memiliki akar budaya yang kuat (Handayani et al., 2021). Konsep ini tidak hanya akan meningkatkan daya tarik wisata, tetapi juga memperkaya pengalaman pengunjung dan menciptakan kesan yang mendalam tentang Desa Kemiren. Selain itu, pengembangan eduwisata juga berpotensi meningkatkan pendapatan bagi UMKM Kampung Kopi dan masyarakat sekitar. Wisatawan yang datang untuk mengikuti kegiatan eduwisata dapat membeli produk kopi secara langsung di

lokasi, sehingga meningkatkan penjualan produk. Eduwisata juga memberikan kesempatan bagi UMKM lain di desa tersebut, seperti pengrajin lokal, untuk memasarkan produk mereka kepada para wisatawan. Dengan demikian, eduwisata kopi tidak hanya menjadi atraksi wisata, tetapi juga menjadi katalisator bagi pertumbuhan ekonomi desa secara keseluruhan (Pratama & Setyawati, 2020).

Keberlanjutan dan Inovasi dalam Pengembangan Bisnis

Salah satu hal yang ditekankan dalam pengembangan Kampung Kopi adalah pentingnya keberlanjutan dalam bisnis. Penerapan digitalisasi dan pengembangan eduwisata tidak hanya dilakukan untuk mendapatkan keuntungan jangka pendek, tetapi juga untuk memastikan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang (Rahman et al., 2021). Kampung Kopi berkomitmen untuk terus mengembangkan produk dan layanan mereka agar tetap relevan dengan tren pasar yang terus berubah.

Inovasi menjadi kunci penting dalam menjaga keberlanjutan bisnis. Kampung Kopi terus berinovasi dengan menciptakan varian produk kopi baru yang sesuai dengan selera konsumen modern. Selain itu, mereka juga mempertimbangkan penggunaan kemasan yang ramah lingkungan, mengingat semakin tingginya kesadaran konsumen akan pentingnya produk-produk berkelanjutan (Susanti et al., 2021). Dengan memanfaatkan teknologi digital, Kampung Kopi juga dapat terus mengikuti perkembangan tren di pasar kopi, baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

Keberlanjutan juga diterapkan dalam pendekatan mereka terhadap lingkungan. Dalam proses produksi, Kampung Kopi

berupaya untuk mengurangi dampak lingkungan dengan mengadopsi praktik pertanian yang berkelanjutan, seperti penggunaan pupuk organik dan metode pertanian yang ramah lingkungan (Astuti et al., 2021). Langkah ini tidak hanya membantu menjaga kelestarian lingkungan, tetapi juga meningkatkan nilai tambah produk mereka di mata konsumen yang peduli akan keberlanjutan.

KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat di Desa Kemiren bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui digitalisasi dan pengembangan eduwisata kopi. Penulis menggunakan metode observasi, wawancara, dan Focus Group Discussion (FGD) untuk mengumpulkan data yang relevan. Masyarakat dan pelaku UMKM di Kampung Kopi turut aktif berpartisipasi dalam upaya memanfaatkan potensi digitalisasi untuk pemasaran dan peningkatan daya saing produk kopi lokal. Branding Kampung Kopi melalui media sosial dan e-commerce telah membuka peluang pasar yang lebih luas, meskipun terdapat tantangan seperti keterbatasan literasi digital dan infrastruktur internet yang kurang memadai. Eduwisata kopi juga diakui sebagai daya tarik potensial yang dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa. Sesi FGD diharapkan menjadi agenda rutin untuk memastikan keberlanjutan dan pengembangan lebih lanjut dari eduwisata kopi. Selain itu, pelatihan literasi digital bagi pelaku UMKM sangat dibutuhkan untuk memperkuat daya saing di era digital. Secara keseluruhan, pengabdian ini menunjukkan bahwa dengan dukungan yang tepat, Kampung Kopi Desa Kemiren dapat terus berkembang dan berkontribusi secara positif bagi masyarakat setempat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dan masyarakat Desa Kemiren atas dukungan dan kerjasama yang telah terjalin. Kontribusi dan partisipasi aktif dari UPN Veteran Jawa Timur dalam berbagai kegiatan di Desa Kemiren telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi perkembangan UMKM dan kesejahteraan masyarakat. Penulis sangat menghargai komitmen UPN Veteran Jawa Timur dalam menciptakan sinergi yang baik antara institusi pendidikan dan masyarakat. Semoga pengabdian ini dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat yang lebih besar di masa depan. Terima kasih atas segala bantuan dan perhatian yang telah diberikan. Semoga hubungan baik ini dapat terus terjalin dan berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti, Y. (2008). Focus group discussion (diskusi kelompok terfokus) sebagai metode pengumpulan data penelitian kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 12(1), 58-62. <https://doi.org/10.7454/jki.v12i1.201>
- Astuti, R., Purwanto, P., & Hidayati, D. (2021). Pengembangan UMKM Berbasis Digitalisasi di Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 91-99.
- Bappenas. (2020). Tantangan dan Peluang Digitalisasi UMKM di Daerah Pedesaan. *Jurnal Pembangunan Nasional*, 15(3), 120-134.
- Dinas Koperasi Banyuwangi. (2021). Laporan Pengembangan UMKM di Kabupaten Banyuwangi. Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Banyuwangi.

- Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. (2021). Laporan Perkembangan UMKM di Jawa Timur. *Jurnal UMKM Jawa Timur*, 9(1), 45-59.
- Dinas Pariwisata Banyuwangi. (2022). Kampung Kopi: Kisah Sukses UMKM di Era Digital. *Jurnal Pariwisata Lokal*, 4(1), 101-114.
- Handayani, T., Kusuma, H., & Setiawan, A. (2021). Pengaruh Infrastruktur Digital terhadap Perkembangan UMKM di Daerah Pedesaan. *Jurnal Teknologi dan Pemberdayaan*, 5(2), 88-97.
- Hidayat, T., & Wahyuni, S. (2020). Penerapan Strategi Branding untuk Pengembangan Eduwisata Kopi di Desa Kemiren. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Kewirausahaan*, 5(1), 45-52.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). Statistik UMKM di Indonesia. Laporan Tahunan Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia.
- Kemenkominfo. (2021). Pengembangan Infrastruktur Digital untuk UMKM di Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Informatika*, 6(2), 55-70.
- Pratama, I. R., & Setyawati, D. (2020). Pelatihan Literasi Digital untuk UMKM di Daerah Pedesaan. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, 11(2), 95-107.
- Putri, R. D., Rahman, F., & Susanto, B. (2020). Implementasi Digitalisasi untuk Efisiensi Operasional pada UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 112-123.
- Rahman, F., Purwanto, P., & Susilo, E. (2021). Digitalisasi UMKM dalam Meningkatkan Efisiensi dan Daya Saing. *Jurnal Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah*, 8(3), 65-72.
- Rochmawati, L., Prasetyo, H., & Kusumawati, N. (2020). Digitalisasi Branding dan Promosi UMKM: Studi Kasus UMKM di Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi Informasi*, 4(1), 12-20.
- Santoso, B. (2020). Metode Observasi dalam Penelitian Pengabdian Masyarakat. *Jurnal Penelitian Sosial*, 10(3), 121-128.
- Setiawan, A., & Indriyani, N. (2020). Peran Media Sosial dalam Branding Produk UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 6(2), 34-41.
- Susanti, E., Sari, P. A., & Nugraha, F. (2021). Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemasaran Produk UMKM di Era Digital. *Jurnal Teknologi dan Informasi*, 12(1), 50-60.
- Wahyuni, A., & Kurniawan, T. (2020). Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Digitalisasi: Studi Kasus Kampung Kopi Banyuwangi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(4), 108-115.
- Kemenkominfo. (2021). Panduan Literasi Digital untuk UMKM. Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Dinas Pariwisata Banyuwangi. (2022). Strategi Pengembangan Eduwisata Kopi di Desa Kemiren. Laporan Tahunan Dinas Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.