

Peran Hukum Bisnis Mengoptimalisasikan Pemasaran Bubuk Kopi Petik Merah Menggunakan E-Marketing pada Rumah Tani

Herma Diana¹, Mastriati Hini Hermala Dewi²

¹ Prodi Sistem Informasi Universitas Lembah Dempo

² Prodi Manajemen Universitas Lembah Dempo

Email: herma.diana.hd@gmail.com, mastriatidewidewi@gmail.com

Abstract

This research aims to understand the role of business law in optimizing the marketing of red-picked coffee powder using e-marketing at farming houses in Langur Indah, Agung Lawangan sub-district. In the era of globalization, the role of technology is a tool to drive the growth and development of a nation's economy. Technology and Business Law in the development of economic globalization play an important role, especially in regulating all forms of advances in information technology, communication transactions both on a national and international scale, economic globalization regulates all human activities in meeting human needs through trade in goods and services. Apart from that, Business Law protects, regulates and plans economic life. The method used in this research is the Socio- Legal method with an interdisciplinary approach. This approach examines doctrinal studies of Business Law by involving technological and economic perspectives. The results of this research are that technology plays an important role in changing business fundamentally, while Business Law regulates business and trade activities on a national and international scale. So in the research it can be concluded that the role of business law in optimizing the marketing of red pick coffee powder using e-marketing at farm houses in Langur Indah, Agung Lawangan sub-district is as a driver of economic growth and development in Langur Indah, Agung Lawangan sub-district.

Keywords: Technology, Business Law, E-marketing, Coffee Grounds, Red Picking

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Peran Hukum Bisnis dalam Mengoptimalisasikan Pemasaran Bubuk Kopi Petik Merah Menggunakan E-Marketing pada Rumah Tani di Langur Indah Kelurahan Agung Lawangan. Di era globalisasi peran teknologi merupakan alat penggerak tumbuh kembangnya perekonomian suatu bangsa. Teknologi dan Hukum Bisnis dalam pengembangan globalisasi ekonomi memegang peranan penting khususnya mengantur segala bentuk kemajuan teknologi informasi, komunikasi transaksi baik skala nasional maupun internasional, globalisasi ekonomi

mengatur segala aktivitas manusia dalam memenuhi kebutuhan manusia melalui perdagangan barang dan jasa. Selain itu Hukum Bisnis melindungi, mengatur dan merencanakan kehidupan ekonomi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Socio-Legal dengan pendekatan interdisipliner. Pendekatan ini menguji studi doktrinal terhadap Hukum Bisnis dengan melibatkan sudut pandang teknologi, dan ekonomi. Hasil penelitian ini adalah teknologi berperan penting dalam mengubah bisnis secara fundamental sedangkan Hukum Bisnis merupakan mengatur aktivitas bisnis dan perdagangan skala nasional maupun internasional. Sehingga dalam penelitian dapat disimpulkan bahwa Peran Hukum Bisnis dalam Mengoptimalkan Pemasaran Bubuk Kopi Petik Merah Menggunakan *E-Marketing* pada Rumah Tani di Langur Indah Kelurahan Agung Lawangan adalah sebagai penggerak tumbuh kembangannya perekonomian di Langur Indah Kelurahan Agung Lawangan.

Kata Kunci: *Teknologi, Hukum Bisnis, E-Marketing, Bubuk Kopi, Petik Merah.*

Pendahuluan

Kopi memiliki sejarah yang panjang terbesar di dunia dan mempunyai andil serta peran penting dalam pertumbuhan perekonomian Bangsa Indonesia, dengan letak geografisnya yang sangat cocok bagi tanaman kopi. Negara Indonesia merupakan negara tropis yang sangat ideal bagi iklim mikro untuk pertumbuhan dan produksi kopi. Pada jaman penjajahan Belanda, dulu kopi di Indonesia berada dibawah kekuasaan pemerintah Belanda. Tradisi ditengah masyarakat Pagar Alam sejak puluhan tahun silam, manfaat minum kopi baik untuk menyegarkan badan, menambah semangat kerja dan dapat menahan rasa lapar, bagi sebagian masyarakat Pagar Alam minum kopi pada pagi hari telah menjadi tradisi.

Masyarakat Pagar Alam lebih menyukai kopi hasil petikan dari pohon yang tumbuh diperkebunan kopi di Pagar Alam, kopi petik merah “Rumah Tani” di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara mulai diproduksi awal Januari 2022, ciri atau karakter kopi ini aroma yang sedap, air seduhan yang kental dan rasanya yang gurih, kualitas itu menjadi istimewa dan tumbuh di alam pegunungan Gunung Dempo dan sekitarnya yang berhawa dingin, karena rasanya lebih enak dan berkualitas untuk mendapatkan kopi petik merah “Rumah Tani” yang berkualitas tinggi diperlukan cara pengelolaan yang tepat sejak memetik buah kopi sampai menyeduh dalam cangkir, memetik buah kopi yang sudah tua dan benar-benar matang, ciri-ciri buah kopi sudah siap petik sudah berwarna merah, buah kopi pilihan dijemur dengan menggunakan lantai jemur atau pakai alas jemur seperti tikar plastik (terpal), seiring waktu untuk menjaga kualitas biji kering sekarang

Kopi Petik Merah “Rumah Tani” menggunakan lantai jemur yaitu dengan menggunakan rumah solardry, proses penjemuran seperti ini penjemuran di dalam ruangan yang atap dan dindingnya menggunakan plastik tebal, sehingga kedap udara, dan dengan penyinaran matahari tidak langsung. Setelah buah

kopi kering, proses selanjutnya buah kopi petik merah digiling dengan mesin, kemudian tahap selanjutnya mensortir biji kopi yang baik, ciri biji kopi yang baik berwarna kuning gading dan bijinya utuh dan tidak pecah-pecah, selanjutnya Kopi Petik Merah "Rumah Tani" proses olahan selanjutnya menyangrai dengan roasting dan memilih tingkat biji kopi kematangan yang bervariasi, kemudian biji yang sudah disangrai di giling menggunakan mesin kopi untuk menghasilkan bubuk kopi petik merah yang berkualitas, kendala yang dialami oleh anggota kelompok Rumah Tani kurangnya pengetahuan terhadap marketing digital, idealnya kelompok Rumah Tani ini untuk memasarkan hasil dan produk kopi petik merah "Rumah Tani" akan lebih mudah untuk memasarkan hasil dari produk tersebut, oleh karena itu para anggota Rumah Tani harus memahami dan mengimplementasikan Optimalisasi Pemasaran Bubuk Kopi Petik Merah "Rumah Tani" Menggunakan E-Marketing.

Masa pandemi Covid-19 dan industri 4.0 sekarang ini, penjualan (tatap muka) dan pemesanan secara langsung dirasakan kurang efektif dalam memperluas pangsa pasar. Kelompok Rumah Tani Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara pada saat ini dalam proses melakukan pemasaran masih dilakukan secara konvensional yang mana untuk promosi produk masih mulut kemulut.

Menurut Dave Chaffey & Smith (2013: 15) mengatakan bahwa E-Marketing adalah pemasaran secara online baik melalui situs web, iklan online, opt-in email, kios interaktif tv interaktif atau mobile membuat hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, memahami mereka dan memelihara interaksi dengan mereka.

E-Marketing lebih luas dari *e-commerce* karena itu tidak terbatas pada transaksi antara organisasi dan *stakeholders*, tetapi mencakup semua proses yang berkaitan dengan proses pemasaran.. Bentuk pemasaran internet ini merupakan situs yang dapat diakses oleh semua orang dengan jangkauan yang sangat besar pada sebuah jaringan komputer dengan berbagai tipe orang yang berbeda dan dari berbagai negara kedalam suatu wadah informasi yang sangat besar. Dari uraian diatas mengenai E- Marketing diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa dengan pemasaran melalui media online/ E-Marketing dapat memperluas promosi atau pangsa pasar Produk Rumah Tani serta mempermudah dalam transaksi bagi para konsumen.

globalisasi tidak lepas pengaruh kemajuan teknologi, kemajuan teknologi adalah usaha pengembangan dalam penerapan berbagai peralatan atau sistem untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang dihadapi oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari atau sering juga disebut dengan istilah tata cara. Sehingga teknologi dapat di artikan sebagai hasil olah pikir manusia untuk mengembangkan tata dcara atau sistem tertentu guna menyelesaikan persoalan dalam hidupnya (Y.Maryono: 2008). Sedangkan menurut M. Sahari (2008:147) teknologi adalah sarana untuk meningkatkan kemampuan manusia dan suatu instrumen perubahan (*instument of change*). Segala sesuatu meliputi kapasitas

manusia untuk berkreasi, inovasi dan memilih berbagai teknik dan menggunakannya secara optimal dalam konteks lingkungan fisik, sosial dan budaya yang ada. Menurut M. Sahari (2008:148) mengemukakan efisiensi dari teknologi moderen, yaitu teknologi adalah pengetahuan seni yang ditransformasikan ke dalam produk, proses, jasa dan struktur terorganisasi yang pada dasarnya merupakan seperangkat instrumen ekspansi kekuasaan manusia sehingga dapat menjadi sumber daya cara baru untuk menciptakan kekayaan melalui tingkat produktivitas. Dari pendapat para ahli diperoleh definisi teknomogi adalah perkembangan dari suatu media yang digunakan dengan lebih efisien, bertujuan untuk mengendalikan suatu masalah dan sumber baru untuk meningkatkan produktivitas. Dalam dunia usaha atau perusahaan tidak dapat dipungkiri kemajuan teknologi berperan Dunia Usaha dan Dunia Industri penting juga dalam tumbuh kembangnya perusahaan. Kemajuan teknologi terjadi secara dramatis, pesat dan terus menerus yang dapat dilihat dari banyaknya inovasi dan penemuan yang bersifat sederhana hingga yang rumit. Sehingga secara umum dapat dikatakan kemajuan teknologi merupakan ilmu pengetahuan dan rekayasa yang menghasilkan penemuan baru, aplikasi yang baik dan terjadi secara terus menerus dan berkelanjutan. Kemajuan teknologi dalam mendukung kegiatan bisnis tidak luput juga dari peran dunia usaha adalah kumpulan usaha mikro, kecil, menengah, dan besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia. Adapun peran dunia usaha meliputi;

- (1) Perkembangan, kendali mutu, distribusi, pemasaran makan bergizi.
- (2) Implementasi *work force nutrition* (gizi untuk pekerja).
- (3) Pemberdayaan masyarakat melalui intervensi gizi dan spesifik perkembangan dunia usaha semakin pesat seiring dengan kemajuan teknologi, hal tersebut menuntut perusahaan untuk meningkatkan kinerja, pengembangan inovasi dan melakukan perluasan usaha.

Dunia usaha merupakan suatu lingkup yang didalamnya terdapat berbagai kegiatan produksi, distribusi serta kegiatan lain guna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Dunia industri, Secara umum industri dikenal dengan kegiatan ekonomi yang mengelolah bahan baku, bahan mentah, barang setengah jadi atau barang jadi yang bermutu tinggi untuk tujuan tertentu termasuk didalamnya rancang bangun dan rancang industri, misalnya mengolah kapas menjadi benang, benang menjadi kain, kain menjadi pakaian. Industri merupakan kegiatan ekonomi yang menghasilkan keterampilan tenaga kerja dan teknologi untuk mendapatkan keuntungan. Sehingga industri sering juga diartikan sebagai pengolah barang yang melibatkan alat berupa mesin misalkan industri tekstil dan pakaian, industri logam dan mesin dan lain sebagainya. Sedangkan dunia industri adalah bidang usaha yang mengelola bahan mentah,, bahan baku, bahan setengah jadi dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi kegiatan ini melibatkan rancang bangun dan

perekayasaan. Dari pengertian diatas dapat di definisikan bahwa dunia usaha dan dunia teknologi yang dikenal dengan istila DUDI merupakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang sudah memiliki keterampilan yang dibutuhkan perusahaan.

Hukum Bisnis menurut M.Fandy adalah penegakan hukum yang mengatur cara pelaksanaan urusan, aktivitas perekonomian, termasuk keuangan, perdagangan, industri dan pertukaran barang dan jasa. Sehingga dapat di katakan bahwa Hukum Bisnis adalah kaidah hukum yang digunakan untuk mengatur tata cara pelaksanaan kegiatan dagang berhubungan dengan kegiatan produktif serta memiliki motif untuk mendapatkan sebuah keuntungan. Sedangkan menurut Dr. Johannes ibrahim, Hukum Bisnis adalah seperangkat kaidah hukum yang mengatur dan menyelesaikan persoalan yang muncul dalam kegiatan antar manusia khususnya dalam bidang perdagangan. Berbeda lagi dengan Zaeni Asyhadie, beliau lebih menekankan pada berbagai urusan dalam menjalankan perusahaan.

Hukum Bisnis adalah perangkat kaidah hukum yang mengatur tata cara pelaksanaan kegiatan dagang, industri atau keuangan. Hukum Bisnis dituangkan secara tertulis dan mengatur segala aktivitas yang berkaitan dengan perdagangan dan industri baik barang maupun jasa. Sedangkan Globalisasi dapat didefinisikan sebagai suatu proses berkembangnya kegiatan ekonomi di lintas regional dan nasional. Hal ini dapat dilihat melalui pergerakan dari informasi, modal, tenaga kerja, barang dan jasa melalui jalur perdagangan dan investasi, berikut difinisi dari globalisasi;

Globalisasi secara etimologis, globalisasi berasal dari Bahasa Inggris yaitu *globalize* artinya universal atau menyeluruh dan imbuhan *ization* yang pada kata *globalization* berarti proses mendunia. Maka globalisasi dapat diartikan suatu proses dari informasi, pemikiran dan gaya hidup dan teknologi yang mendunia. Menurut Selo Soemajan mengungkapkan, globalisasi adalah proses terbentuknya sistem organisasi dan juga komunikasi antar masyarakat di seluruh dunia untuk mengikuti sistem dan kaidah-kaidah tertentu yang sama. Menurut Lauren E. Rothenberg. Globalisasi adalah percepatan intensifikasi interaksi dan integrasi antara orang-orang, perusahaan dan pemerintahan dari negara yang berbeda.

Globalisasi ekonomi adalah proses intergrasi ekokonomi yang terjadi di seluruh dunia yang ditandai dengan meningkatnya ketergantungan ekonomi anatar negara. Globalisasi ekonomi terjadi karena pergerakan barang, jasa, teknologi dan modal yang semakin intensif lintas batas.

- (1) Meningkatkan mobilitas modal dan tenaga kerja
- (2) Perdagangan internasional semakin meluas
- (3) Hambatan perdagangan semakin berkurang
- (4) Perusahaan internasional semakin berkembang
- (5) Negara - negara berpenghasilan rendah semakin berkembang

- (6) Perusahaan beroperasi di lebih dari satu negara
- (7) Perusahaan beroperasi di lebih dari satu negara
- (8) Batas negara semakin kabur
- (9) Keterkaitan ekonomi nasional dan internasional semakin erat
- (10) Peluang pasar produk dalam negeri untuk bersaing di pasar internasional semakin terbuka dan investasi asing semakin marak.

Metode Penelitian

Penelitian hukum ini menggunakan metode *Socio- Legal*. Kata *Socia* dalam *Socio Legal Studies* menunjukkan keterkaitan antar konteks dimana hukum berada. Metode sosio- legal yaitu pendekatan interdisipliner yang melibatkan berbagai disiplin ilmu untuk memecahkan masalah hukum. Pendekatan ini menguji studi doktrinal terhadap hukum dengan melibatkan sudut pandang sosial, politik, ekonomi dan budaya.

Penelitian *Socio Legal* dapat menghasilkan temuan-temuan baru yang berupa pengetahuan yang benar dan dapat digunakan untuk menyelesaikan permasalahan. Metode *Socio Legal* sangat diperlukan terutama dalam negara berkembang, interdisipliner digunakan untuk mempertajam analisa doktrinal sehingga dapat mengurai dan memecahkan suatu kenyataan hukum di lapangan yang menjadi obyek riset.

Pembahasan

Kota Pagar Alam adalah salah satu kota di Provinsi Sumatera Selatan yang memiliki luas wilayah 687,97 km² dan merupakan daerah dengan dataran tertinggi di Sumatera Selatan. Pagar Alam terkenal dengan tanaman utamanya yaitu tanaman kopi Robusta karena sebagian besar penduduk di daerah ini bermata pencaharian sebagai petani kopi. Kota Pagar Alam memiliki luas perkebunan kopi sebesar 8.311,5 hektar dan terluas dibandingkan dengan jenis komoditi perkebunan yang lain. Sebagai daerah wisata dan penghasil kopi, maka banyak wisatawan yang berkunjung ke Pagar Alam dan sebagian ingin langsung mencicipi kenikmatan Kopi petik Merah. Sehingga banyak kelompok masyarakat mencoba membentuk usaha dengan memproduksi Kopi Petik Merah dengan menyajikan kopi terbaik untuk dapat dinikmati oleh konsumen, diantaranya adalah Kopi Petik Merah "Rumah Tani" yang mengolah biji kopi petik merah menjadi produk bubuk kopi petik merah "Rumah Tani". Berdasarkan hasil penelitian pada Kelompok Rumah Tani permasalahan yang dihadapi antara lain: 1) Kurangnya pemahaman Kelompok Rumah Tani (Kelompok Rumah Tani) tentang pemanfaatan teknologi informasi untuk mengoptimalkan pemasaran Bubuk Kopi Petik Merah "Rumah Tani", 2) Produk Bubuk Kopi Petik Merah "Rumah Tani", dari Kelompok Rumah Tani kurang menjangkau pasar yang lebih luas, 3) Produk

Bubuk Kopi Petik Merah “Rumah Tani” dari Kelompok Rumah Tani tidak banyak dikenal oleh masyarakat luas. Untuk mengatasi permasalahan yang ada atau solusinya adalah: 1) Memberikan penyuluhan dan pelatihan pemanfaatan teknologi informasi bagi kelompok Rumah Tani untuk mengembangkan unit usahanya, dengan menggunakan aplikasi *e-commerce* berbasis *website* untuk menjangkau pasar yang lebih luas, dengan menggunakan media promosi dalam bentuk video promosi yang dapat disebarluaskan melalui media sosial dan *website*, implementasi teknologi pada kelompok Rumah Tani untuk pengembangan komoditi pertanian di Kelurahan Agung Lawangan, Kecamatan Dempo Utara. Peresmian ditandai dengan penandatanganan prasasti oleh Walikota Pagar Alam, Alpian Maskoni. Bantuan sarana dari program BPM Livelihood Tahun 2021 dari Kementerian PUPR RI juga dilengkapi dengan pembangunan 10 unit Solar Dry atau rumah penjemuran kopi, sarana pendukung peralatan pasca panen pengolahan kopi. Diantaranya mesin roasting, mesin pengemasan, holler, dan lainnya.

Fasilitas yang telah tersedia ini harus dioptimalkan dalam pemeliharaan dan pemanfaatannya, sehingga dibutuhkan SDM yang berkualitas agar Rumah Tani ini dapat berjalan secara berkelanjutan, produksi bubuk kopi petik merah “Rumah Tani” baru berjalan pada awal Januari 2022, sehingga pemasarnya masih manual dan belum online, kedepannya diharapkan untuk mengoptimalkan pemasaran secara luas pemasaran bubuk kopi petik merah “Rumah Tani” melalui pemasaran *E-Marketing*.

Penerapan *E-Marketing* dalam optimalisasi pemasaran bubuk kopi petik merah “Rumah Tani” dapat dilakukan beberapa tahapan sebagai berikut, untuk mendapatkan informasi terkait dengan permasalahan utama yang dialami oleh Kelompok Rumah Tani, pada tahapan ini dilakukan pengumpulan data melalui metode *study literature*, wawancara dengan Kelompok Rumah Tani dan observasi lapangan. *Output* dari tahapan ini adalah untuk mengatasi permasalahan ini dilaksanakan setelah mendapatkan solusi dari analisis masalah yang telah dilakukan pada tahapan sebelumnya. Tahapan ini dimulai dengan melakukan kajian secara mendalam untuk menggali teori-teori dalam membuat desain dari teknologi yang akan dibuat, selain itu mengkaji dari beberapa teknologi yang memiliki kemiripan pada prinsip dasar dan fungsionalitas juga dilakukan sebagai studi perbandingan. Kegiatan selanjutnya adalah membuat desain teknologi sesuai dengan solusi yang ditawarkan, pada tahap ini juga di rencanakan tentang prosedur kerja dari teknologi yang akan dibuat. *Output* dari tahapan ini adalah Aspek Produksi *E-Marketing* untuk Optimalisasi pemasaran bubuk kopi petik merah “Rumah Tani”. *E-Marketing* berbasis *website* (Desain Informasi, data, *interface*, infrastruktur). Desain Video Promosi (Pra Produksi, Produksi dan *Post Production*) Desain Aplikasi Pemesanan untuk kelompok Rumah Tani berbasis. Desain Proses, Informasi, data, *interface*, infrastruktur.

Upaya untuk merealisasikan teknologi yang sudah dibuat menjadi suatu

bentuk teknologi dan aplikasi yang bisa dijalankan secara fungsional oleh Kelompok Rumah Tani. Proses pembuatan teknologi dan aplikasi melibatkan teknisi dan programmer untuk membantu merealisasikan desain teknologi menjadi teknologi siap pakai. Uji coba dilakukan pada tahap ini untuk menguji fungsionalitas dari teknologi yang telah dibuat. Adapun *output* dari tahapan ini adalah Implementasi *E-Marketing*. Tahapan ini adalah kegiatan untuk mengimplementasikan teknologi yang telah dibuat pada Kelompok Rumah Tani sesuai dengan permasalahan yang ada. *website*, video promosi, aplikasi *E-Marketing* diimplementasikan untuk mendukung kegiatan dalam optimalisasi pemasaran dalam penjualan.

Kelompok Rumah Tani dalam pengelolaan bubuk kopi petik merah membutuhkan sebuah *website* yang berisi informasi UKM dan produk yang dimiliki, hal ini sangat diperlukan untuk memperkenalkan produk kepada calon pembeli, pembeli juga dapat langsung membeli produk yang ditawarkan melalui *website* tersebut. Informasi melalui visualisasi tentang produk bubuk kopi petik merah olahan dari Rumah Tani, video ini menggambarkan keunggulan produk dari Kelompok Rumah Tani melalui cerita, adegan, ilustrasi yang meyakinkan bagi penonton, sehingga akan membuat penonton tertarik untuk mencoba produk yang ditawarkan.

Memberikan penyuluhan dan pelatihan pemanfaatan teknologi informasi kepada kelompok Rumah Tani untuk mengembangkan unit usahanya dalam mengoptimalkan pemasaran bubuk kopi petik merah "Rumah Tani". Membuat aplikasi *E-Marketing* berbasis *website* untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Membuat media promosi dalam bentuk video promosi yang dapat disebarluaskan melalui media sosial dan *website*.

Menjamin keberlangsungan Program dan sesuai dengan apa yang diharapkan perlu adanya dukungan dari Kelompok Rumah Tani. Partisipasi Kelompok Rumah Tani dalam pelaksanaan program adalah sebagai sumber informasi dalam identifikasi masalah, membantu dalam penyediaan fasilitas, dan membuat surat kesediaan Kelompok Rumah Tani untuk bekerjasama dalam pelaksanaan program ini. Selanjutnya, Kelompok Rumah Tani diharapkan berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan diskusi kelompok terpusat bersama dengan tim pelaksana dalam merumuskan solusi terhadap permasalahan yang dialami, dan kemudian Kelompok Rumah Tani berpartisipasi aktif dalam merencanakan program, penjadwalan kegiatan, pelaksanaan program hingga tahap evaluasi kegiatan.

Pelaksanaan program dan keberlanjutan dilakukan pada setiap tahapan pelaksanaan, evaluasi dilakukan untuk memastikan *output* pada setiap tahapan tercapai sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Pelaksanaan kegiatan juga dilakukan pada akhir tahapan untuk mengevaluasi teknologi yang dihasilkan, beberapa instrumen dan indikator digunakan untuk mendapatkan hasil kebermanfaatan teknologi bagi masyarakat. Keberlanjutan program ini

dapat dijaga kesinambungan melalui transfer pengetahuan dan ketrampilan mengenai operasi dan perawatan teknologi yang dikenalkan kepada Kelompok Rumah Tani.

Simpulan

1. Peran Hukum Bisnis dalam Mengoptimalkan Pemasaran Bubuk Kopi Petik Merah Menggunakan E-Marketing pada Rumah Tani di Langur Indah Kelurahan Agung Lawangan berada pada level penganturan aktivitas manusia dalam pemenuhan kebutuhan melalui perdagangan barang dan jasa menjadi pengungkap yang tepat dari kekuatan baru yang menghendaki terbentuknya kesejahteraan masyarakat Kelompok Rumah Tani di Langur Indah Kelurahan Agung Lawangan.
2. Pelaksanaan program dan keberlanjutan dilakukan pada setiap tahapan pelaksanaan, evaluasi dilakukan untuk memastikan *output* pada setiap tahapan tercapai sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.
3. Peran Hukum Bisnis dalam Mengoptimalkan Pemasaran Bubuk Kopi Petik Merah Menggunakan E-Marketing pada Rumah Tani di Langur Indah Kelurahan Agung Lawangan kegiatan juga dilakukan pada akhir tahapan untuk mengevaluasi teknologi yang dihasilkan, beberapa instrumen dan indikator digunakan untuk mendapatkan hasil kebermanfaatan teknologi bagi masyarakat. Keberlanjutan program ini dapat dijaga kesinambungan melalui transfer pengetahuan dan ketrampilan mengenai operasi dan perawatan teknologi yang dikenalkan kepada masyarakat Kelompok Rumah Tani di Langur Indah Kelurahan Agung Lawangan.

Saran

1. Perlu ditingkatkan pemahaman masyarakat Kelompok Rumah Tani di Langur Indah Kelurahan Agung Lawangan tentang menggunakan aplikasi berbasis web .
2. Di era perdagangan bebas sebaiknya masyarakat Kelompok Rumah Tani di Langur Indah Kelurahan Agung Lawangan menyiapkan mental agar yang tangguh untuk menghadapi ketatnya persaingan di dunia bisnis.

Daftar Pustaka

- Abdu,R.(2018) *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Corporate Image pada PT AHM di Kota Bandung* Tahun 2017, 4, 321-332
- Adriani, Lestari, Maryadi. (2021). *Analisis Nilai Tambah Aneka Olahan Bubuk Kopi Robusta Berbasis Industri Rumah Tangga* (Kecamatan Pagar Alam Utara Kota Pagar Alam). *Jurnal Paradigma Agribisnis*, 1-15.
- Afrilia, A.M. (2018). *Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran*

- "Waroeng Ora Umum" Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. Jurnal Riset Komunikasi*, 147-157.
- Anne, Ahira. (2022). *"Menyorot Pengertian dan Strategi Bisnis"*, [http://www. Diskon.htm](http://www.Diskon.htm), diakses pada 10 Februari 2022
- Badan Standarisasi Nasional. 2014. SNI 01-2983-2014 *Syarat Mutu Kopi Instan*. Jakarta.
- E- Marketing Institute, (2018). *E-Commerce fundamentals*, Copenhagen: E-Marketing Institute.
- Hamni. (2013). *Potensi Pengembangan Teknologi Proses Produksi Kopi Lampung*. Jurnal Mechanical. 4(1): 45-51.
- Hanly, W. (2018) *Transkrip Wawancara Marketing Communication Go Iden Tulip Legacy Surabaya*. (S.T.Ciawati, Pewawancara
- Kementrian Pertanian. (2018). *Statistik Perkebunan Indonesia*. Jakarta. Kementrian Pertanian.
- Kosasi,S. (2014). *Pembuatan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Untuk Memperluas Pangsa Pasar*. Prosiding SNATIF, 225-232.
- Oentoro, Deliyanto. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Jaks Bang PRESS Indo.
- Purwana, D, Rahmi, & Aditya, S. (2017). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani, 1-17.
- Rieuwpassa, F. (2108). *Mengenal Marketing Plan + Download Template Gratis*.
- Richard Burton Simatupang, (2003). *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Jakarta, Renika Cipta.
- Sidarta, Dkk, (2018). *Aspek Hukum Ekonomi Dan Bisnis*, Jakarta, Kencana.
- Yusuf Shofie, (2003). *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Bandung, Citra Aditya
- Yazid, E. (2015). *Fakta Tentang Kopi*. Artikel Imiah. AAK Delima Husada Gresik. Volume VI. 6 hal.
- Yusianto. (2014). *Mutu Fisik Dan Citarasa Kopi Arabika Yang Disimpan Buahnya Sebelum di-Pulping*. Pelita Perkebunan. (2): 137-158.