



## Pelatihan UMKM Kopi Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Kualitas Usaha Di Desa Wonosalam

### *Coffee MSME Training As An Effort To Improve Business Quality In Wonosalam Village*

**Bowo Santoso<sup>1</sup>, Hallimah Rizqi Putti<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya

Email : <sup>1</sup>[bowo.santoso.mnj@upnjatim.ac.id](mailto:bowo.santoso.mnj@upnjatim.ac.id), <sup>2</sup>[20012010158@student.upnjatim.ac.id](mailto:20012010158@student.upnjatim.ac.id)

#### **Article History:**

Received: 13 Mei 2023

Revised: 25 Juni 2023

Accepted: 18 Juli 2023

**Keywords:** *Coffee, MSME (Micro, Small And Medium Enterprises), Training.*

**Abstract:** *Coffee MSMEs in Wonosalam have started to develop but there is still relatively little promotion. Therefore, there is a need for training to improve the branding and quality of coffee cultivation, so that it becomes a successful business. UPN Veteran East Java organizes training assisted by Group 11 KKN-Thematic, this training includes several types, namely digital marketing, business development, and product packaging. The method used is lecture and discussion. With this training, coffee SMEs can understand how to develop their business through the use of technology in product marketing, get inspiration to develop new products, and can transform coffee businesses into branding and public awareness.*

#### **Abstrak**

UMKM kopi di Wonosalam sudah mulai berkembang namun masih relatif sedikit promosinya. Oleh karena itu, perlu adanya pelatihan untuk meningkatkan branding dan kualitas budidaya kopi, sehingga menjadi usaha yang sukses. UPN Veteran Jawa Timur menyelenggarakan pelatihan yang dibantu oleh Kelompok 11 KKN-Tematik, pelatihan ini mencakup beberapa jenis yaitu pemasaran digital, pengembangan usaha, dan pengemasan produk. Metode yang digunakan adalah ceramah dan diskusi. Dengan adanya pelatihan ini, para pelaku UMKM Kopi dapat memahami cara mengembangkan usahanya melalui pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produk, mendapat inspirasi untuk mengembangkan produk baru, dan dapat mentransformasikan usaha kopi menjadi memiliki branding dan keluasan publik.

**Kata Kunci:** Kopi, UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), Pelatihan.

#### **PENDAHULUAN**

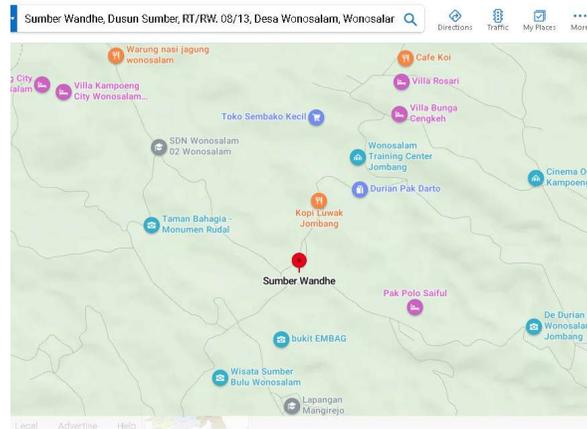
Kopi merupakan minuman yang berasal dari biji kopi yang diproses menjadi bubuk. Kopi adalah salah satu minuman paling populer. Kopi memiliki rasa yang pahit yang memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh jika di kelola dengan baik, misalnya tanpa ada tambahan gula atau pemanis buatan. Kopi memiliki banyak manfaat, antara lain: menjaga kesehatan jantung, menjaga kesehatan liver, memelihara kesehatan otak dari penyakit alzheimer, dan mencegah dari resiko diabetes (Husodo, 2020).

\* Bowo Santoso, [bowo.santoso.mnj@upnjatim.ac.id](mailto:bowo.santoso.mnj@upnjatim.ac.id)

Wonosalam merupakan salah satu kecamatan di Jombang berpotensi karena adanya tempat wisata, perkebunan, dan peternakan. Berada di kawasan pegunungan, Wonosalam menjadi tempat berkembangnya beberapa varietas tanaman unggulan, termasuk kopi. Terdapat 4 jenis kopi yang ditanam di Desa Wonosalam, antara lain: Liberka, Robusta, Arabika, dan Excelsa. Beberapa jenis kopi ini sudah dikenal dan diekspor ke beberapa negara. Bisa dikatakan Desa Wonosalam saat ini sedang meningkatkan produksi kopi baik dari kopi mentah maupun yang sudah di-roasting, banyak warga Wonosalam yang menghasilkan produk kopi namun belum banyak dikenal secara meluas karena kurangnya pemasaran. Daya tarik kopi dapat dikembangkan menjadi wisata yang berkelanjutan dan menguntungkan pada secara ekonomi, pembangunan, ataupun edukasi. Tujuan dari Pelatihan UMKM Kopi yang diselenggarakan di Wonosalam adalah untuk meningkatkan kualitas usaha serta meningkatkan pendapatan dari hasil pengembangan produksi dan pemasaran. Pelatihan ini bermanfaat untuk meningkatkan pendapatan bagi pengusaha kopi agar mempersiapkan produknya dengan cara yang menarik, kreatif dan interaktif.

Teknologi memegang peranan penting dalam berbagai kegiatan, termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Dengan bantuan media sosial dan e-commerce, pemasaran online dapat menjangkau khalayak yang lebih luas. Jika pelaku UMKM dapat memaksimalkan penggunaan media sosial dan e-commerce, pendapatan mereka akan meningkat dan produk mereka akan dikenal di seluruh daerah. Hal tersebut yang membuat pelatihan berbasis digital penting untuk diselenggarakan agar dapat membantu para wirausahawan memperoleh pengetahuan dan keterampilan untuk menggunakan platform digital. Pelatihan pemasaran difokuskan pada pemasaran digital melalui sosial media, seperti: Instagram. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan memberikan dampak yang positif bagi pelaku UMKM Kopi. Dengan adanya pelatihan ini, pemasaran tiap UMKM Kopi yang ada di Wonosalam diharapkan akan lebih meluas dan dapat menciptakan produk baru serta mengedukasi masyarakat akan pentingnya sebuah merek juga pengemasan agar dapat menarik minat konsumen.

Lokasi pelaksanaan Pelatihan UMKM ini berada di Kedai Kopi Sumber Wandhe, Dusun Sumber, Desa Wonosalam, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang.



**Gambar 1. Peta lokasi pelatihan UMKM di Sumber Wandhe Wonosalam**

## **METODE**

Dalam pelaksanaan kegiatan ini metode yang digunakan yaitu melalui ceramah dan diskusi. Program kerja “Program Hibah Hasil Penelitian Penerapan Hasil Penelitian Bagi Masyarakat” melalui pelatihan UMKM kopi ini mengikutsertakan pelaku UMKM Kopi yang ada di Desa Wonosalam sebagai sasaran. Program kerja pemberdayaan masyarakat ini dilaksanakan bersama dengan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UPN “Veteran” Jawa Timur. Lalu mengundang beberapa perwakilan UMKM Kopi yang ada disekitar daerah Desa Wonosalam, sekitar terdapat 14 perwakilan UMKM Kopi yang datang untuk kegiatan acara pemberdayaan masyarakat ini. Melalui pelatihan UMKM kopi, masyarakat Desa Wonosalam akan memperoleh pengetahuan baru dan mengasah keterampilan mereka dalam memulai, mengembangkan, dan mengelola usaha kopi.



**Gambar 2. Program Hibah Hasil Penelitian Penerapan Hasil Penelitian Bagi Masyarakat**

Berikut tahapan pelaksanaan Pelatihan UMKM Kopi di Desa Wonosalam, dapat dilihat pada diagram:



**Gambar 3. Diagram tahapan pelaksanaan pelatihan UMKM Kopi**

## HASIL

Tahapan pelaksanaan kegiatan pelatihan UMKM Kopi yang berjudul “Program Hibah Hasil Penelitian Penerapan Hasil Penelitian Bagi Masyarakat”, meliputi:

### 1. Survei lokasi di Kedai Kopi Sumber Wandhe

Lokasi Kedai Kopi Sumber Wandhe ini terletak di Dusun Sumber, Desa Wonosalam, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang. Kelompok 11 melakukan koordinasi dan wawancara dengan Mas Karim selaku pemilik Kedai Kopi Sumber Wandhe. Beliau merupakan seorang pecinta kopi dan pernah menjajaki beberapa petani kopi lokal di Wonosalam, selain menikmati kopi di kedai Sumber Wandhe kita juga bisa mendapatkan ilmu seputar dunia kopi. Sumber Wandhe ini memang menyasar seluruh kalangan penikmat kopi dari kalangan millennial hingga tua.



**Gambar 4. Koordinasi dengan Mas Karim selaku Pemilik Kedai Kopi Sumber Wandhe**

## 2. Penyebaran Undangan pada UMKM Kopi di Wonosalam

Undangan Pelatihan ini ditujukan kepada para UMKM Kopi yang ada di Desa Wonosalam. Diantaranya: Cafe Bar-Bar, Warung Coklat, Coffee Bri, Cafe Sunshine, Cafe Sinai, Cafe Tanah Senja, Puncak Kopi, Lembah Winden, Pawon Jowo, Republik Coffee, Jombang Lantai 2, Alas Wonosalam, Dan Sinau Kopi.



**Gambar 5. Penyebaran Undangan Pelatihan pada beberapa UMKM Kopi yang ada di Desa Wonosalam**



**Gambar 6. Peta UMKM Kopi di Desa Wonosalam**

## 3. Koordinasi dengan Dosen penyelenggara acara

Kelompok 11 sebagai panitia ikut serta membantu pelaksanaan kegiatan yang diselenggarakan oleh Dosen UPN Veteran Jawa Timur. Salah satunya ialah Dosen LPPM yaitu Bapak Dr. Zainal Abidin Achmad, S.Sos., M.Si., M.Ed.



**Gambar 7. Koordinasi dengan Bapak Dr. Zainal Abidin Achmad, S.Sos., M.Si., M.Ed. selaku Penyelenggara Kegiatan Pelatihan UMKM Kopi**

4. Pemaparan Materi

Materi dipaparkan oleh beberapa Dosen UPN Veteran Jatim, materi yang dipaparkan yaitu Pemasaran Digital, Pengembangan Usaha, dan Pengemasan Produk.

- a. Pemasaran Digital dengan tema “Pembuatan Instagram Bisnis” oleh Ibu Syifa Syarifah Alamiyah, S.Sos., M.Commun.



**Gambar 8. Pemaparan materi Oleh Ibu Syifa Syarifah Alamiyah, S.Sos., M.Commun. Dosen Prodi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jawa Timur**

- b. Pengembangan Usaha dengan tema “Strategi Perkembangan Agribisnis Kopi” oleh Ibu Dita Atasa, S.P., M.P.



**Gambar 9. Pemaparan materi Oleh Ibu Dita Atasa, S.P., M.P. Dosen Prodi Agribisnis UPN Veteran Jawa Timur**

- c. Pengemasan Produk dengan tema “Meningkatkan Nilai Produk Melalui Desain Kemasan” oleh Ibu Aileena Solicitor Costa Rica El Chidtian, S.T., M.Ds.



**Gambar 10. Pemaparan materi Oleh Ibu Aileena Solicitor Costa Rica El Chidtian, S.T., M.Ds. Dosen Prodi Desain Komunikasi Visual UPN Veteran Jawa Timur**

Hasil Kegiatan Kegiatan “Program Hibah Hasil Penelitian Penerapan Hasil Penelitian Bagi Masyarakat” melalui pelatihan UMKM Kopi yang diselenggarakan pada 3 Juni 2023 di Kedai Kopi Sumber Wandhe, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang para pelaku UMKM Kopi dapat memahami cara membuat instagram bisnis untuk pemasaran secara digital, membangun brand awareness, strategi dalam pengembangan agribisnis kopi, cara meningkatkan nilai produk melalui desain kemasan, mengetahui jenis kemasan (berdasarkan pada struktur isi, frekuensi dalam pemakaian, dan tingkat kesiapan).

Pengabdian kepada masyarakat juga membawa hasil bagi mitra yakni dapat mempunyai identitas usaha untuk dikenal dan ditemukan oleh pelanggan dengan lebih mudah. Dengan adanya pelatihan ini dapat membantu menggerakkan perekonomian lokal, dapat meningkatkan usaha kopi dan akan menciptakan lapangan kerja baru bagi penduduk setempat, baik dalam bidang produksi kopi, pengolahan, maupun pemasaran. Selain itu, pertumbuhan UMKM kopi juga akan mendorong pertumbuhan sektor pendukung lainnya, seperti pariwisata, industri kemasan, dan jasa pendukung lainnya, yang akan memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas bagi desa.

## **DISKUSI**

### **A. Pembuatan Instagram Bisnis**

1. Cara pembuatan akun: download aplikasi instagram lalu masukan data diri untuk membuat akun, di pengaturan cari keterangan akun, lalu beralih ke “Akun Profesional”, kemudian memilih kategori yang paling sesuai yang menggambarkan bisnis kita.

## 2. Cara membangun brand awareness.

Berikut beberapa tips agar dapat membangun brand awareness:

- Mendaftar atau konversikan akun menjadi akun Instagram Business agar mendapat akses awal ke fitur-fitur baru dan eksklusif, seperti Dasbor Profesional, yang merupakan pusat sumber daya dan inspirasi, serta fitur pembuatan iklan dalam aplikasi dan belanja di platform.
- Meminta bantuan kepada komunitas untuk membagikan cara mereka menggunakan produk kita dengan memberikan tagar untuk ditambahkan ke postingan mereka. Untuk postingan di beranda, gunakan 3 tagar atau lebih yang menggambarkan bisnis, produk, atau layanan untuk menjangkau orang yang mungkin tertarik dengan bisnis kita, tetapi belum menemukannya.
- Mengubah konten terpopuler menjadi iklan dengan mempromosikan postingan. Iklan akan memanfaatkan informasi pemirsa, seperti lokasi, minat, dan lainnya, untuk menjangkau lebih banyak orang yang kemungkinan besar menyukai bisnis kita.
- Mengikuti akun yang menginspirasi dan berinteraksi secara langsung dengan para pengikut akun tersebut dengan menanggapi komentar dan reaksi, serta membalas pesan direct dari mereka. Hal ini dapat membantu membangun kepercayaan pelanggan baru serta mendorong orang untuk memulai percakapan dengan bisnis kita.
- Menonjolkan kreativitas kita dengan Reels yang menarik, serta memanfaatkan topik-topik yang sedang tren dan bagikan hal yang membuat merek kita unik. Kita dapat berkreasi dengan humor, transisi, audio, atau teks untuk menghibur dan mencuri perhatian pemirsa.

### **B. Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi**

Trend Pertumbuhan Bisnis Coffee Shop: Munculnya kebiasaan baru ngops (nongkrong sambil ngopi), Populasi anak muda gen Y dan Z, gaya hidup hangout ngopi sebagai self actualization, Media sosial sebagai ajang self actualization bagi konsumen dan promosi oleh produsen. Tantangan Agribisnis kopi, antara lain: Penurunan produksi, fluktuasi harga, kualitas kopi. Berikut strategi pengembangan agribisnis kopi:

#### 1. Identifikasi Pohon Industri Pengolahan Kopi

- Kulit Tanduk serta Kulit Ari (terdapat arang, ulin, dan asam asetat)
- Kulit serta Daging Buah Kopi (terdapat enzim pektat, protein sel tunggal, pektin, etanol, anggur, silase, dan cuka makanan)
- Kopi Biji (bubuk, instan, sangrai, coffee mix, kopi celup, kafein)

2. Pembuatan Produk
  - Roasted Bean (roasted dengan berbagai variasi rasa dan ukuran)
  - Ground Coffe (kopi bubuk dengan berbagai variasi dan ukuran)
  - Beverage (menambah variasi rasa dan ukuran)
  - Zero Waste (mengolah ampas kopi menjadi pupuk)
3. Value Added Products (nilai tambah produk); memiliki konsep, berbeda, dan unik.
4. Marketing Plan; target sasaran marketing (jenis kelamin, umur, rata-rata pembelian tiap customer, dan ketertarikan dari diri sendiri, maupun tempat atau produk yang dijual).

### **C. Meningkatkan Nilai Produk Melalui Desain Kemasan**

Kemasan merupakan bahan yang dirancang khusus untuk menyampaikan produk dari awal pemrosesan hingga sampai di tangan konsumen. Fungsi kemasan adalah untuk mengawetkan sebuah produk selama distribusi dari pihak produsen ke tangan konsumen agar tidak terurai, lalu untuk melindungi atau membuat produk menjadi awetkan, seperti terlindung dari adanya sinar ultraviolet, suhu panas, kelembaban, oksigen, guncangan dan kotoran. Cemar mikroba yang dapat menyebabkan kerusakan atau menjadikan mutu produk menjadi rendah. Kemasan juga berperan sebagai identitas produk melalui label pada kemasan. Kemasan juga dapat menjadikan perhitungan menjadi lebih efisien, misalnya: memudahkan dalam perhitungan (pada satu pack kemasan terdapat 10 isi, 1 lusin berisi 12, 1 gross berisi 144 dan sebagainya). Hal ini tentu dapat mempermudah penyimpanan dan pengirimannya.

Standart informasi yang terdapat pada Kemasan, meliputi: brand nama/logo/merek, sebuah nama produk, apa jenis dari produk tersebut, terdapat logo halal MUI, berat netto/berat bersih, P-IRT (Perizinan Industri Rumah Tangga), tanggal kadaluarsa, barcode, komposisi, kandungan gizi, nama dan alamat produsen.

#### **a. Jenis-jenis Kemasan**

##### **1. Berdasarkan pada struktur isi**

Berikut beberapa jenis kemasan, berdasarkan struktur isi:

- Kemasan Primer: dalam kemasan jenis ini terdapat bahan yang langsung menjadi wadah bahan pangan, seperti: kaleng susu bayi, botol-botol minuman, dan lainnya.
- Kemasan Sekunder: sebuah kemasan yang berfungsi untuk melindungi kelompok kemasan lain, misalnya: kotak bahan karton untuk wadah kaleng susu dan kotak yang terbuat dari kayu untuk tempat buah-buahan.

- Kemasan tersier serta kuarter: kemasan ini merupakan kemasan akhir yang digunakan dalam proses penyimpanan, identifikasi, ataupun pengiriman. Kemasan jenis tersier ini biasanya dipakai untuk dapat melindungi produk selama sedang menjalankan proses pengangkutan.



**Gambar 11. Jenis kemasan berdasarkan struktur isi**

## 2. Kemasan berdasarkan pada frekuensi pemakaiannya

Berikut beberapa jenis kemasan berdasarkan pada frekuensi pemakaiannya:

- Kemasan yang hanya sekali dipakai (Disposable): jenis kemasan ini dibuang setelah satu kali dipakai, contohnya: pembungkus plastik, pembungkus permen, pembungkus daun, dan makanan-makanan kaleng.
- Kemasan yang bisa dapat digunakan berkali-kali (Multi Trip): umumnya jenis kemasan ini diolah kembali oleh pabrik untuk dimanfaatkan ulang, contohnya: botol kecap dan juga botol minuman.
- Kemasan yang dapat dipakai kembali (Semi Disposable): biasanya kemasan ini digunakan kembali oleh konsumen untuk keperluan dalam rumah setelah satu kali memakainya. Contohnya: kaleng susu bayi, kaleng biskuit, dan macam-macam botol air isi ulang.



**Gambar 12. Jenis Kemasan berdasarkan pada frekuensi pemakaiannya**

## 3. Kemasan berdasarkan pada tingkat kesiapan

Berikut terdapat dua jenis Kemasan berdasarkan pada tingkat kesiapan, yaitu:

- Kemasan yang siap untuk dipakai: suatu bahan yang siap untuk diisi dalam yang terbentuk dengan baik setelah diproduksi oleh pabrik. Contohnya: wadah kaleng dan wadah botol.
- Kemasan yang siap untuk dirakit: kemasan ini memerlukan suatu proses perakitan sebelum melakukan pengisian. Contohnya: wadah hasil buatan plastik, kertas, atau foil dan juga kaleng berbentuk lempengan dari silinder yang fleksibel.



**Gambar 13. Jenis kemasan berdasarkan tingkat kesiapan**

b. Desain kemasan

Desain kemasan yang kreatif memiliki tampilan desain dan bentuk yang menarik, menggunakan struktur dan material yang tepat dan memuat informasi produk yang dibutuhkan.



**Gambar 14. Contoh desain kemasan**

## KESIMPULAN

Kegiatan Pelatihan UMKM Kopi yang dilakukan dapat memberikan manfaat yang positif kepada para pelaku UMKM Kopi secara langsung serta dapat lebih dalam memahami cara pemasaran melalui dunia digital. Kegiatan pelatihan ini telah memberikan berbagai manfaat yang dapat dirasakan oleh mitra termasuk peningkatan branding dan kemasan. Branding yang baik dan benar dapat memaksimalkan penjualan karena dengan akses digital

yang semakin meningkat, segala sesuatu yang ada di dunia online dapat dengan mudah diakses oleh semua orang. Informasi tentang produk dan layanan yang ditawarkan lebih tepat sasaran bila disediakan secara lengkap dan mudah diakses. Selain memaksimalkan branding, kemasan juga diperbaiki agar lebih menarik dan menambah nilai produk kopi. Dengan cara ini, penjualan dapat lebih ditingkatkan dan semakin banyak pelanggan hingga ke ranah Internasional. Melihat antusias tamu undangan pada pelatihan UMKM kopi yang diadakan, dapat menjadi pengembangan yang berlanjut kepada UMKM kopi yang ada di Desa Wonosalam. Hal tersebut dapat meningkatkan branding produk kopi yang sedang dipasarkan. Jika melalui tips dan trick yang tepat maka dapat menjadi berkembang dan dikenal dikalangan publik.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Kelompok 11 selaku tim pengabdian masyarakat berterima kasih kepada Pemilik Kedai Kopi Sumber Wandhe yaitu Mas Karim yang telah bersedia menjadi mitra dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat melalui pelatihan ini, kami juga berterima kasih kepada Bapak Dr. Zainal Abidin Achmad, S.Sos., M.Si., M.Ed. selaku Dosen Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UPN Veteran Jawa Timur yang telah menyelenggarakan kegiatan ini. Selanjutnya tidak lupa kami ucapkan terima kasih kepada Ibu Syifa Syarifah Alamiyah, S.Sos., M.Commun., Ibu Dita Atasa, S.P., M.P., dan Ibu Aileena Solicitor Costa Rica El Chidtian, S.T., M.Ds. selaku Dosen UPN Veteran Jawa Timur yang telah menyampaikan materi dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terima kasih juga kami ucapkan kepada Bapak Dhian Satria Yudha Kartika, S.Kom, M.Kom selaku Dosen Pembimbing Lapangan, serta pihak-pihak yang bersedia untuk membantu dan mendukung saat berlangsungnya pelaksanaan kegiatan.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Mas'udah, K. W. Yudhoyono, A. P. Pahlevy, P. A. Anitasari, D. Nisa, H. M. (2022). Pengembangan Potensi Kopi Sebagai Komoditas . *Journal of Engineering*, 59-70.
- Husodo, B. (2020). Konsumsi Kopi untuk Mencegah Penyakit Alzheimer. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada*, 12(2), 996–1002.
- Sundaygara, C., & Kurniawati, M. (2023) Upaya Peningkatan Kualitas Kemasan Produk Kopi Bubuk Asli Gunung Kawi Berbasis Teknologi Tepat Guna. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4 (2), 1-6.
- Andika, T. H. Rizki, F. Dewi, A. P. Maarif, F. Nugraha, D. A. Y. (2022). Pelatihan Pengemasan Produk Untuk Meningkatkan Pendapatan Bagi Pengusaha Kopi Srikandi Pekon Ngarip Kecamatan Ulubelu Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 159-165.