

Capacity Building for Mobile Coffee Micro, Small, Medium, Enterprises in Banyuwangi Regency

Wenny Bekti Sunarharum^{1*}, Mochamad Nurcholis¹, Yuniar Ponco Prananto¹, Dias Satria¹, Achmad Mikail Kartanegara¹, Putri Aliyyah Qaniitah¹, Muhammad Faris Cahyadi¹, Michelle Allena Caitlin¹, Syahdad Nabil Mudzaffar¹, Ayu Damayanti Candraningtyas¹, Monalisa Sherina Pangaribuan¹, Nathania Salma Vieandyna¹, Annisa Aurora Kartika¹

¹FakultasTeknologi Pertanian, Universitas Brawijaya, Jl. Veteran Malang, 65145, Indonesia

Abstract

The mobile coffee trend has become an innovation in marketing coffee products, especially in urban areas. Mobile coffee offers a more flexible and personalized way to reach consumers, in line with the increasing demand for coffee in Indonesia. This service is based on the need to increase the capacity of mobile coffee business actors in Banyuwangi Regency, which has great potential in the agricultural sector, especially coffee. A participatory approach was carried out in the form of training, technical guidance and assistance to mobile coffee business actors. This service includes training in post-harvest processing techniques, business management, and digital marketing strategies as well as technical guidance on coffee fruit production. Data was collected through interviews, and carrying out pre-tests and post-tests to measure the increase in understanding and skills of business actors. The research results show a significant increase in the knowledge and skills of mobile coffee entrepreneurs, especially in the aspects of post-harvest processing, production and marketing. The impact of this service is the creation of mobile coffee business actors who are more competent and able to compete in a wider market, as well as improving the quality of life through increasing income.

Keywords: Kopi Keliling, Ijen geopark, Kopi Lokal, Start up

PENGANTAR

Kopi merupakan salah satu komoditas penting bagi masyarakat di dunia maupun di Indonesia. Konsumsi kopi saat ini telah menjadi tren di masyarakat. Banyak masyarakat dari berbagai kalangan saat ini menjadikan budaya konsumsi kopi sebagai salah satu gaya hidup yang digemari. Menikmati kopi dengan berbagai suasana, varian, metode seduhan, dan cerita tentang kopi saat ini sedang marak dan tumbuh pesat, membuka peluang untuk mendayagunakan masyarakat terjun dalam bisnis kopi.

Sebagai kabupaten produsen kopi nasional, Banyuwangi adalah surga kopi nasional. Kabupaten Banyuwangi menjadi daerah penghasil kopi dengan area terluas kedua setelah Kabupaten Malang yaitu sebesar 17.846 ha (BPS, 2021). Produktivitas kopi Banyuwangi mencapai 12.684 ton/tahunnya

sehingga menjadi wilayah nomor satu penghasil kopi di Jawa Timur (BPS, 2022). Salah satu perkebunan kopi yang dikenal di Indonesia yaitu perkebunan kopi di Kawasan Geopark Ijen Banyuwangi. Jenis kopi yang dibudidayakan di Kabupaten Banyuwangi yaitu kopi robusta, arabika, dan liberika. Oleh karenanya, terdapat potensi untuk menjual dan mempromosikan kopi ini oleh masyarakat lokal untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat (Sunarharum, 2019).

Banyuwangi juga dikenal sebagai lokasi wisata alam yang menarik. Sektor wisata tumbuh dengan sangat baik, menjadikan sektor wisata adalah salah satu keunggulan penggerak perekonomian. Mengoptimalkan produksi dan penjualan kopi secara langsung di area- area wisata adalah salah satu kegiatan strategis untuk meningkatkan

Correspondence address:

Wenny Bekti Sunarharum

Email : wbsunarharum@ub.ac.id

Address : Jl. Veteran, Ketawanggede, Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur, Indonesia – 65145

pendapatan masyarakat, khususnya masyarakat yang tertarik menjadi wirausahawan startup kopi keliling. Usulan kegiatan ini sesuai dengan Renstra PKM UB 2021-2025 terkait dengan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. Mitra strategis dalam kegiatan ini adalah Ijen Geopark, yang menjadi entitas komunitas pemerhati kawasan Ijen sebagai geopark global dan nasional. Ijen Geopark mempunyai program strategis dalam mendorong perekonomian masyarakat berbasis potensi dan nilai-nilai lokal. Ijen Geopark juga mempunyai koneksi bersama pemerintah dan masyarakat, khususnya dalam mendayagunakan potensi hasil pertanian kopi yang melimpah di lereng Ijen.

Berdasarkan penjelasan di atas terdapat dua macam sumber daya yang dapat dimanfaatkan, yakni sumberdaya hasil perkebunan berupa kopi dan sumber daya pariwisata. Selain itu terdapat potensi untuk menggerakkan jaringan Ijen geopark dalam pengelolaan, penjualan sekaligus promosi kopi yang dihasilkan dari kawasan lereng Ijen. Salah satunya adalah dengan menggunakan metode "jemput bola" untuk memperkenalkan pasar kopi lokal. Salah satu caranya adalah dengan menjual kopi keliling melalui pemberdayaan *startup* kopi keliling (Starling).

BAHAN DAN METODE

Metode yang dipilih dalam memfasilitasi permasalahan yang ditemui sebagai berikut.

1. *Brainstorming* dan *Focus Group Discussion*

Tahapan yang dilakukan dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra diawali dengan koordinasi pelaksanaan bersama dengan Ijen Geopark. Koordinasi dilakukan menggunakan metode *brainstorming* untuk menggali permasalahan dan mendiskusikan solusi strategis serta teknis pelaksanaan kegiatan sehingga tepat sasaran. *Focus Group Discussion* (FGD) selanjutnya dilakukan bersama dengan UMKM yang ada di wilayah Ijen Geopark untuk mengkonfirmasi ulang masalah dan solusi yang telah disusun.

2. Bimtek dan Pelatihan

Situasi mitra, permasalahan mitra dan solusi yang telah disepakati selanjutnya dilakukan tahapan bimbingan teknis dan pelatihan. Tim Doktor Mengabdikan FTP UB kemudian menyusun materi pelatihan dan acara bimtek sesuai dengan batasan aspek yang ditentukan. Bimtek dan pelatihan akan dilaksanakan sesuai 3 aspek utama: bidang pascapanen, bidang produksi, dan bidang manajemen-pemasaran kopi. Kegiatan ini melibatkan narasumber atau praktisi dalam bidang yang relevan. Pelatihan akan diberikan kepada Masyarakat calon wirausahawan kopi keliling.

3. Tahap Fasilitas dan Pendampingan

Fasilitas kopi keliling akan diberikan dan akan dilakukan pendampingan usaha *monev* terkait penggunaan dan perkembangannya. Fasilitas yang dimaksud berupa alat kerja untuk kopi keliling berupa gerobak yang telah didesain untuk mempermudah penggunaan dalam pemasaran secara berkeliling, peralatan dan perlengkapan seduh. Pendampingan akan dilaksanakan dengan cara melakukan diskusi secara langsung, terlibat dalam pemecahan masalah yang dihadapi peserta pelatihan terkait kopi keliling yang dijalankan.

4. Tahap Monitoring, Evaluasi, dan Pelaporan

Monitoring dan evaluasi secara sistematis dan berkelanjutan untuk menjamin keberhasilan kegiatan, ketercapaian luaran dan pengembangan lebih lanjut untuk pembinaan secara intensif pada mitra. Pelaksanaan monitoring dan evaluasi akan berkoordinasi dengan Ijen Geopark agar kolaborasi yang dilakukan dapat bersinergi dengan program yang dijalankan Ijen Geopark dalam mendorong perekonomian masyarakat berbasis potensi dan nilai-nilai lokal. Laporan akan disusun untuk mengukur ketercapaian program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang telah dicapai pada pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Pelaksanaan Pelatihan Pasca Panen

Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan pasca panen kopi dilaksanakan di Pendopo Kembang Galengan, Banyuwangi pada Selasa, 18 Juli 2024 dan dihadiri oleh 8 peserta dari Ijen Geopark dan

masyarakat lingkungan Secang yang tertarik untuk mengembangkan bisnis kopi. Materi kemudian disampaikan oleh tiga mahasiswa Doktor Mengabdikan FTP UB yang dibagi menjadi tiga bagian materi pengolahan buah kopi, pengolahan kopi beras, dan penyangraian kopi. Selain itu untuk memberikan pemahaman lebih kepada para peserta, dilakukan kegiatan sortasi kopi hijau, dan pengamatan langsung hasil penyangraian biji kopi.

Pelatihan ini berlangsung dengan sukses dan memperoleh respons yang positif dari peserta. Tanggapan tersebut menunjukkan keberhasilan pelatihan dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta (Arfan, et al., 2021), yang diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan kualitas produk serta daya saing kopi Banyuwangi di pasaran.

Sebagai bagian dari evaluasi keberhasilan pelatihan, diberikan *pre-test* dan *post-test* kepada para peserta. Hasil dari *pre-test* dan *post-test* pelatihan dapat dilihat pada **Tabel 2** dan **Tabel 3**. Tujuan dari evaluasi ini adalah untuk mengukur tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Hasil yang diperoleh menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai pasca panen kopi, mulai dari pengolahan hingga penyangraian. Peningkatan ini menjadi indikator keberhasilan pelatihan dalam mentransfer pengetahuan yang relevan dan aplikatif kepada para peserta.

Tabel 1. Hasil *pre-test* pasca panen

Tingkat Pemahaman	STP*	TP*	KP*	P*	SP*
Memahami pengolahan buah kopi	1	4	2	-	-
Memahami pengolahan kopi hijau	3	4	1	-	-
Memahami Teknik <i>roasting</i> kopi	2	6	-	-	-

*Keterangan: STP (Sangat Tidak Paham); TP (Tidak Paham); KP (Kurang Paham); P (Paham); dan SP (Sangat Paham)

Tabel 2. Hasil *post-test* pasca panen

Tingkat Pemahaman	STP*	TP*	KP*	P*	SP*
Memahami pengolahan buah kopi	-	1	4	3	-
Memahami pengolahan kopi hijau	-	2	5	1	-
Memahami Teknik <i>roasting</i> kopi	-	1	5	2	-

*Keterangan: STP (Sangat Tidak Paham); TP (Tidak Paham); KP (Kurang Paham); P (Paham); dan SP (Sangat Paham)

Berdasarkan data yang diperoleh dari *pre-test* mengenai pemahaman peserta terhadap pengolahan buah kopi, kopi hijau, dan teknik *roasting* kopi, terlihat bahwa tingkat pemahaman peserta sebelum pelatihan masih sangat terbatas. Pada aspek pengolahan buah kopi, sebanyak 2 peserta (25%) menyatakan tidak paham, 4 peserta (50%) kurang paham, dan hanya 2 peserta (25%) yang merasa paham. Tidak ada peserta yang merasa sangat paham sebelum pelatihan pengolahan buah kopi. Kondisi serupa juga terjadi pada pemahaman terhadap pengolahan kopi hijau, di mana 3 peserta (37,5%) tidak paham, 4 peserta (50%) kurang paham, dan hanya 1 peserta (12,5%) yang merasa paham. Tidak ada peserta yang mencapai tingkat sangat paham. Sementara itu, dalam memahami teknik *roasting* kopi, 2 peserta (25%) menyatakan tidak paham, 6 peserta (75%) sedikit paham, dan tidak ada peserta yang merasa paham atau sangat paham.

Setelah pelatihan, hasil *post-test* menunjukkan peningkatan dalam pemahaman peserta. Pada aspek pengolahan buah kopi, tidak ada peserta yang menyatakan tidak paham, dan hanya 1 peserta (12,5%) yang kurang paham. Sebanyak 4 peserta (50%) menyatakan paham, dan 3 peserta (37,5%) merasa sangat paham. Peningkatan ini menunjukkan efektivitas pelatihan dalam meningkatkan pengetahuan peserta. Pada aspek pengolahan kopi hijau, semua peserta menunjukkan peningkatan, di mana tidak ada yang menyatakan tidak paham. Dua peserta (25%) kurang paham, 5 peserta (62,5%) merasa paham, dan 1 peserta (12,5%) sangat paham. Sedangkan

dalam memahami teknik *roasting* kopi, tidak ada peserta yang merasa tidak paham, hanya 1 peserta (12,5%) yang kurang paham, 5 peserta (62,5%) merasa paham, dan 2 peserta (25%) sangat paham menunjukkan peningkatan pemahaman peserta.

Peningkatan pemahaman peserta diartikan sebagai keberhasilan pelatihan yang diberikan. Menunjukkan bahwa materi yang disampaikan mampu meningkatkan keterampilan dan pengetahuan peserta, sebagaimana diukur dengan skala Likert. Skala Likert merupakan alat yang efektif untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena tertentu (Sugiyono, 2018).

Perbaikan dalam pemahaman ini penting karena pengetahuan adalah dasar dari keterampilan yang dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas produksi kopi. Sebagaimana dinyatakan oleh Wahyuningsih (2019), pengetahuan eksplisit yang diperoleh dari pelatihan dapat diubah menjadi keterampilan praktis yang implisit, yang pada akhirnya akan meningkatkan produktivitas dan kualitas output. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang pengolahan kopi, peserta pelatihan diharapkan dapat menerapkan teknik-teknik yang telah dipelajari dalam praktik sehari-hari peserta.



Gambar 1. Dokumentasi Pelatihan Pasca Panen

Kegiatan pelatihan yang telah dilakukan dapat menjadi penyelesaian dari beberapa permasalahan yang dihadapi, yaitu:

a. Materi pelatihan berupa pengolahan buah kopi menjadi biji kopi dapat digunakan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam memproduksi biji kopi berkualitas tinggi, yang

pada gilirannya akan mensupport UMKM dalam menjalankan usaha kopi keliling. Solusi yang ditawarkan mencakup pemahaman mendalam mengenai berbagai teknik pengolahan, mulai dari proses basah hingga kering, serta bagaimana setiap metode dapat mempengaruhi kualitas akhir produk. Dengan pendekatan yang edukatif, pelatihan ini tidak hanya berfokus pada teori, tetapi juga memberikan alat bantu visual dalam bentuk bagan interaktif yang disusun dengan aplikasi Miro memberikan visualisasi yang jelas dan mudah dipahami. Selain itu, flyer juga disediakan di awal sesi untuk membekali peserta dengan pengetahuan dasar mengenai anatomi buah kopi serta istilah-istilah teknis yang sering muncul dalam diskusi pengolahan kopi.

- b. Pelatihan pengolahan kopi beras (*green bean*) hingga kopi bubuk menekankan pentingnya sortasi dan penentuan kelas mutu *green bean* untuk meningkatkan kualitas dan harga jual di pasar. Dalam pelatihan ini masyarakat diperkenalkan dengan standar mutu nasional dan internasional serta diajarkan cara penyimpanan yang tepat untuk memperpanjang umur simpan *green bean*. Selain itu, materi juga mencakup teknik penggilingan, dan penyimpanan kopi bubuk yang sesuai untuk menghasilkan kopi berkualitas. Melalui *games* sortasi dan analisis perbedaan kopi yang disortasi dan tidak, peserta dapat memahami pengaruh kualitas kopi terhadap cita rasa.
- c. Pelatihan mengenai proses penyangraian biji kopi dapat digunakan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang tingkat *roasting* yang sesuai untuk jenis biji kopi tertentu. Materi mencakup penjelasan tentang tingkat *roasting* secara umum (*light, medium, dark*) beserta karakteristiknya, serta fase yang terjadi selama *roasting*. Masyarakat juga diperkenalkan pada nama internasional dan warna yang terkait dengan berbagai tingkatan *roasting*. Untuk memperkuat pemahaman, peserta diberikan sampel kopi dengan jenis yang sama namun dengan tingkat *roasting* yang

berbeda, sehingga peserta dapat menganalisis perbedaan karakteristik yang dihasilkan.

2. Pelaksanaan FGD dan Bimtek Tahap Produksi

Program pelatihan dengan metode FGD dan bimbingan teknis (Bimtek) proses produksi dilakukan di Pendopo Kembang Galengan, Kalipuro, Banyuwangi pada Kamis, 18 Juli 2024 dan dihadiri oleh 8 peserta dari Ijen Geopark dan masyarakat Lingkungan Secang yang tertarik untuk memulai usaha kopi keliling. Materi kemudian disampaikan oleh tiga mahasiswa Doktor Mengabdikan FTP UB yang dibagi menjadi tiga bagian, materi teknik penyeduhan, citarasa, serta manajemen produksi, mutu, *hygiene*, dan keamanan pangan.



Gambar 3. Dokumentasi bersama Kegiatan Bimtek dan Pelatihan Proses Produksi

Pelaksanaan kegiatan tahap produksi dimulai dari pelaksanaan kegiatan pelatihan dan Bimtek mengenai teknik penyeduhan manual. Pada pelatihan dan bimtek tersebut dilakukan pengenalan alat serta fungsi perlakuannya. Hal ini dilakukan untuk menjaga keawetan alat sesaat dan setelah pemakaian. Dilakukan bimtek teknik penyeduhan manual yang meliputi metode tubruk, metode *french press*, dan metode V60. Bimbingan teknis dilakukan secara sistematis menggunakan pedoman skala ukuran yang baku seperti waktu dan suhu. Selain itu terdapat pemberian arahan pelaksanaan penyeduhan menggunakan *workflow* yang tepat. Hal ini dilakukan agar kedepannya peserta dapat melakukan teknik penyeduhan dengan efektif.

Kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan perbedaan citarasa kopi liberika, robusta, dan arabika untuk meningkatkan pemahaman peserta. Peserta

mencicipi langsung ketiga jenis kopi tersebut, untuk merasakan perbedaan karakteristik rasa masing-masing: arabika yang asam dengan aroma buah dan bunga, liberika dengan nuansa buah dan aroma floral ringan, serta robusta yang kuat dan pahit dengan rasa kacang-kacangan. Pelatihan ini diharapkan membantu UMKM kopi keliling menawarkan variasi kopi yang sesuai dengan preferensi konsumen.

Rangkaian kegiatan terakhir berupa pelatihan mutu dan higienitas melalui FGD. Delapan peserta dibagi menjadi dua kelompok, masing-masing menerima leaflet tentang mutu dan higienitas, serta soal studi kasus. Didampingi oleh panitia, peserta berdiskusi dan menuliskan solusi, lalu mempresentasikannya. Setelah presentasi, materi disampaikan oleh penanggung jawab, diikuti sesi tanya jawab dan pembahasan studi kasus.

Rangkaian kegiatan bimbingan teknis dan pelatihan tahap produksi ditutup dengan *post-test* untuk keperluan monitoring dan evaluasi, serta analisis tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Di akhir acara, *doorprize* diberikan kepada peserta dan kelompok paling aktif dan terbaik. Kegiatan diakhiri dengan doa dan sesi dokumentasi bersama panitia dan peserta.

Tabel 3. Hasil *Pre-test* Proses Produksi

Tingkat Pemahaman	STP*	TP*	KP*	P*	SP*
Memahami "Teknik Seduh"	-	3	4	-	1
Memahami "Citarasa"	-	2	5	-	1
Memahami "Manajemen Produksi, Mutu, Hygiene, dan Keamanan Pangan"	-	2	5	-	1

*Keterangan: STP (Sangat Tidak Paham); TP (Tidak Paham); KP (Kurang Paham); P (Paham); dan SP (Sangat Paham)

Tabel 4. Hasil *Post-test* Proses Produksi

Tingkat Pemahaman	STP*	TP*	KP*	P*	SP*
Memahami "Teknik Seduh"	-	-	-	4	3
Memahami "Citarasa"	-	-	-	4	4
Memahami "Manajemen Produksi, Mutu, Hygiene, dan Keamanan Pangan"	-	-	1	3	4

Mutu, Hygiene, dan
Keamanan Pangan”

*Keterangan: STP (Sangat Tidak Paham); TP (Tidak Paham); KP (Kurang Paham); P (Paham); dan SP (Sangat Paham)

Berdasarkan hasil *pre-test* materi mutu dan *hygiene* terlihat bahwa tingkat pemahaman peserta sebelum pelatihan masih sangat terbatas. Pada aspek teknik penyeduhan, sebanyak 3 peserta (37,5%) menyatakan tidak paham, 4 peserta (50%) kurang paham, dan hanya 1 peserta (12,5%) yang merasa sangat paham. Tidak ada peserta yang merasa paham. Kondisi serupa juga terjadi pada pemahaman terhadap “Manajemen Produksi, Mutu, Hygiene, dan Keamanan Pangan,” di mana 2 peserta (25%) tidak paham, 5 peserta (62,5%) kurang paham, tidak ada peserta yang paham, dan 1 peserta (12,5%) sangat paham.

Setelah dilakukan pelatihan dan bimbingan teknis, hasil survei akhir menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta. Pada aspek teknik penyeduhan, tidak ada peserta yang menyatakan sangat tidak paham, tidak paham, ataupun kurang paham. Sebanyak 4 peserta (50%) menyatakan paham, dan 4 peserta (50%) sangat paham. Untuk pelatihan mutu dan higienitas, hasil *post-test* menunjukkan 1 peserta (12,5%) masih merasa kurang paham, 3 peserta (37,5%) merasa paham, dan 4 peserta (50%) merasa sangat paham. Sebelum pelaksanaan kegiatan, pemahaman peserta tentang citarasa kopi Arabika, Liberika, dan Robusta masih tergolong rendah. Setelah kegiatan pelatihan dilakukan, terjadi peningkatan pemahaman peserta. Sebanyak 50% peserta menyatakan telah paham dengan materi yang disampaikan dan 50% lainnya menyatakan sangat paham terhadap citarasa kopi arabika, liberika, dan robusta.

Peningkatan skor *post-test* peserta sebelum dan setelah pelatihan menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan efektif dalam meningkatkan pemahaman dan pengetahuan peserta. Pengetahuan yang diperoleh peserta memainkan

peran penting dalam mengasah keterampilan, terutama dalam hal teknik penyeduhan dan pencampuran bahan kopi. Pengetahuan ini tidak hanya mempengaruhi kepercayaan diri peserta, tetapi juga membentuk persepsi, memandu perilaku, dan menjadi landasan dalam pengambilan keputusan.

Pengetahuan merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi tindakan seseorang. Ketika seseorang menerima informasi yang memadai, informasi tersebut dapat membentuk opini dan pemikiran yang kuat, mempengaruhi sikap dan perilaku. Selain itu, wirausahawan yang memiliki pengetahuan yang cukup akan lebih mudah beradaptasi dengan perubahan lingkungan. Pengetahuan dan pendidikan yang memadai memungkinkan wirausahawan untuk lebih mudah mengeksplorasi peluang, menyesuaikan diri dengan perubahan, dan membangun jaringan sosial yang diperlukan untuk mengatasi hambatan.

Kegiatan pelatihan yang telah dilakukan dapat menjadi penyelesaian dari beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Ijen Geopark dan UMKM yang berada di wilayah Ijen Geopark yaitu:

- a. Pelatihan dan bimbingan teknis terkait teknik penyeduhan manual bertujuan untuk mengatasi kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam melakukan manual brewing atau teknik penyeduhan manual pada kelompok masyarakat UMKM dalam wilayah Ijen Geopark. Terdapat banyak metode dalam melakukan penyeduhan kopi sehingga perlu adanya pemilihan dan pemahaman yang tepat dalam teknik penyeduhan yang digunakan terkhusus metode penyeduhan manual. Metode penyeduhan manual dipilih guna menyesuaikan metode yang memiliki mobilitas yang sesuai dengan kegiatan penjualan kopi keliling sehingga dilakukan pelatihan dan bimbingan teknis teknik penyeduhan manual seperti yang ditunjukkan **gambar 3**. Kegiatan ini dilakukan dengan menitik beratkan pada tiga aspek yakni alur kerja atau workflow, fungsi perlakuan alat, dan teknik penyeduhan dasar. Adapun teknik penyeduhan yang dilakukan meliputi metode

tubruk, french press, dan V60. Selain kegiatan secara langsung terdapat juga video tahapan dalam melakukan teknik penyeduhan yang berguna sebagai referensi peserta dalam mempelajari dasar teknik penyeduhan manual. Dalam video ini dipaparkan 5 metode penyeduhan antara lain: tubruk, french press, V60, aeropress, dan moka pot. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan peserta sudah memiliki pemahaman dan keterampilan yang cukup mengenai teknik penyeduhan manual sebagai penunjang penjualan kopi keliling.



Gambar 4. Pelatihan dan Bimbingan teknis-teknik penyeduhan.

- b. Dilakukannya pelatihan mengenai perbedaan karakteristik kopi liberika, robusta, dan arabika dari segi citarasa (*flavor*) dilatarbelakangi oleh kekurangan masyarakat dalam hal pengetahuan dan keterampilan terkait perbedaan karakteristik citarasa antara kopi arabika, liberika, dan robusta. Hal ini dapat memengaruhi cara pemasaran produk untuk memenuhi keinginan konsumen/pasar. Kurangnya pemahaman ini menghambat untuk memanfaatkan potensi pasar kopi yang semakin berkembang serta untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk kopi. Oleh karena itu, dilakukannya pelatihan perbedaan citarasa (*flavor*) bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan umum serta keterampilan peserta dalam perbedaan rasa utama pada ketiga jenis kopi tersebut agar para pelaku UMKM dapat mengoptimalkan produk dan memanfaatkan keunikan setiap jenis kopi untuk memperluas

jangkauan pasar dan meningkatkan kepuasan konsumen.

- c. Penyuluhan dalam bentuk FGD dan pelatihan dilakukan untuk mengatasi rendahnya pengendalian mutu dan keamanan pangan pada proses pengolahan biji kopi yang dilakukan peserta dikarenakan saat ini kualitas pangan tidak hanya dilihat dari cita rasa dan nilai gizi, tetapi juga dari penerapan standar keamanan pangan yang terpercaya (Bahtiar dkk., 2022). Maka dari itu diberikan solusi berupa pelatihan guna meningkatkan pemahaman peserta mengenai *Good Manufacturing Practice* (GMP), mutu biji kopi yang baik dan analisisnya, serta higienitas di setiap tahapannya. Penyampaian materi dibantu dengan *leaflet* yang berisi rangkuman informasi yang diperlukan dengan bahasa yang mudah dipahami. Dengan FGD, peserta kegiatan juga dapat saling bertukar pikiran mengenai topik pembahasan dan melakukan *brainstorming*, mendiskusikan soal studi kasus yang dibagikan.

3. Pelaksanaan Pelatihan Manajemen Keuangan dan Pemasaran

Kegiatan pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran dilaksanakan pada Senin, 22 Juli 2024 di Pendopo Kembang Galengan (Kalipuro Research Center), Kecamatan Kalipuro, Kabupaten Banyuwangi, diikuti oleh 11 peserta. Kegiatan pelatihan terdiri dari sesi manajemen keuangan dan sesi pemasaran. Kegiatan ini dilaksanakan untuk memenuhi tujuan peningkatan pemahaman secara menyeluruh tentang bisnis kopi keliling.

Acara pertama dimulai dengan pelatihan manajemen keuangan. Pelatihan dimulai dengan sesi penyampaian materi *Business Model Canvas* (BMC), berupa tabel yang biasa digunakan dalam perencanaan bisnis. BMC tersusun dari sembilan komponen penyusun yang perlu diperhatikan dalam merencanakan suatu bisnis, mulai dari penentuan nilai jual produk, penentuan segmen pelanggan, hingga perhitungan biaya. Kemudian dilanjutkan dengan materi kedua, mengenai manajemen keuangan bisnis secara menyeluruh.

Materi dimulai dengan sesi perhitungan modal, biaya produksi, penentuan harga jual, perkiraan titik impas, hingga cara manajemen persediaan. Selain itu juga dipaparkan mengenai pencatatan (buku kas), pelaporan (laporan laba rugi dan laporan arus kas), serta evaluasi keuangan bisnis.

Acara kemudian dilanjutkan dengan sesi studi kasus kelompok, dimana peserta dibagi menjadi 2 kelompok berisi 5 dan 6 orang. Setiap kelompok diminta berdiskusi mengenai perencanaan bisnis kopi keliling menggunakan model BMC sebagai bentuk mengaplikasikan materi. Sesi diskusi studi kasus dilakukan pendampingan oleh pemateri dan panitia lainnya (**Gambar 5**). Setelah sesi diskusi, masing-masing kelompok diminta memaparkan hasil diskusinya. Pemaparan kedua tim terkait perencanaan bisnis dirasa sudah cukup baik.



Gambar 5. Pelaksanaan Sesi Diskusi Studi Kasus Manajemen Keuangan

Acara kedua dilanjutkan dengan pelatihan manajemen pemasaran yang berfokus pada penyampaian materi *digital marketing* melalui *platform* instagram. Pada pelatihan ini membahas terkait pemanfaatan instagram sebagai media pemasaran daring, selain itu juga terdapat pembahasan mengenai bagaimana cara mengembangkan akun instagram bisnis guna menarik perhatian konsumen kopi keliling. Pertama, materi yang disampaikan mengenai *digital marketing* mulai dari definisi sampai dengan strategi *digital marketing*. Kemudian dilanjutkan dengan pembahasan yang lebih detail yaitu keuntungan dari penggunaan akun instagram bisnis

sebagai alat promosi. Lalu, terdapat pembahasan mengenai hal-hal apa saja yang perlu diketahui sebelum membuat akun instagram bisnis, seperti pengetahuan tentang produk, penentuan target pasar, dan penentuan branding produk. Sesi selanjutnya membahas lebih dalam terkait cara memanfaatkan komponen pada instagram seperti bio instagram, *highlight*, *feeds*, dan *caption*.

Selanjutnya acara beralih pada sesi studi kasus berkelompok, dengan jumlah 11 peserta yang juga dibagi menjadi 2 kelompok berisi 5 dan 6 orang. Kedua kelompok diminta untuk memotret sebuah objek yang telah disediakan, kemudian hasil foto tersebut diunggah ke akun instagram dan diberi *caption* yang sesuai dengan hasil foto. *Study case* ini berfungsi untuk mengimplementasikan secara langsung pengetahuan yang telah diperoleh dari pelatihan mengenai *digital marketing*. Setiap kelompok didampingi oleh pemateri serta panitia. Setelah sesi diskusi berakhir, terdapat sesi pemaparan hasil diskusi dari setiap kelompok. Pada sesi ini, kedua kelompok telah memaparkan materi dengan baik.

Pada bagian awal dan akhir acara juga dilakukan pengisian *pre-test* ataupun *post-test*. Tujuannya adalah untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta mengenai materi yang disampaikan pada sebelum dan setelah sesi penyampaian materi. Berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test*, diperoleh data tingkat pemahaman peserta terkait manajemen keuangan dan manajemen pemasaran pada **Tabel 5** dan **Tabel 6**.

Tabel 5. Hasil *Pre-test* Manajemen Keuangan

Tingkat Pemahaman	STP*	TP*	KP*	P*	SP*
Memahami "BMC"	-	5	5	1	-
Memahami "Manajemen Keuangan"	-	3	4	4	-
Memahami "Digital Marketing"	-	3	3	4	1
Memahami "Pembuatan Caption Instagram"	-	1	8	1	1

*Keterangan: STP (Sangat Tidak Paham); TP (Tidak Paham); KP (Kurang Paham); P (Paham); dan SP (Sangat Paham)

Tabel 6. Hasil *Post-test* Manajemen Keuangan

Tingkat Pemahaman	STP*	TP*	KP*	P*	SP*
Memahami "BMC"	-	-	3	8	-
Memahami "Manajemen Keuangan"	-	-	3	7	1
Memahami "Digital Marketing"	-	2	6	3	-
Memahami "Pembuatan Caption Instagram"	-	3	4	4	-

*Keterangan: STP (Sangat Tidak Paham); TP (Tidak Paham); KP (Kurang Paham); P (Paham); dan SP (Sangat Paham)

Berdasarkan data **Tabel 5**, diketahui bahwa sebelum sosialisasi dilakukan, lima peserta (45,45%) menjawab tidak paham, 5 peserta (45,45%) menjawab kurang paham, dan 1 peserta (9,09%) menjawab paham materi BMC. Selain itu, pada sebelum sosialisasi juga, 3 peserta (27,27%) menjawab tidak paham, 4 peserta (36,36%) menjawab kurang paham, dan 4 peserta (36,36%) menjawab paham mengenai materi manajemen keuangan. Lalu, berdasarkan data **Tabel 6** setelah sosialisasi, 3 peserta (27,27%) menjawab kurang paham dan 8 peserta (72,72%) menjawab paham mengenai materi BMC. Kemudian, 3 peserta (27,27%) menjawab kurang paham, 7 peserta (63,63%) menjawab paham, dan 1 peserta (9,09%) menjawab sangat paham mengenai materi manajemen keuangan.

Terkait pemahaman mengenai *digital marketing* yang disajikan pada **table 5** sebelum sosialisasi dilakukan, 3 peserta menjawab tidak paham, 3 peserta menjawab kurang paham, 4 peserta menjawab paham, dan 1 peserta menjawab sangat paham. Selain itu, data terkait pemahaman mengenai pembuatan *caption* sebelum sosialisasi dilakukan, 1 peserta menjawab tidak paham, 8 peserta menjawab kurang paham, 1 peserta menjawab paham, dan 1 peserta menjawab sangat paham. Terkait pemahaman mengenai *digital marketing* yang ada di **table 6**, setelah sosialisasi dilakukan terdapat 2 peserta menjawab kurang paham, 6 peserta menjawab paham, dan 3 peserta menjawab sangat paham. Kemudian, data terkait pemahaman mengenai pembuatan *caption* setelah sosialisasi dilakukan, 3 peserta menjawab kurang

paham, 4 peserta menjawab paham, dan 4 peserta menjawab sangat paham.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa terjadi perubahan hasil tes peserta, berupa peningkatan, sebelum dan sesudah kegiatan pelatihan. Hal tersebut bisa dikatakan menunjukkan terjadinya peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan pelatihan mengenai manajemen keuangan dan pemasaran. Dengan peningkatan pemahaman peserta mengenai hal tersebut, dapat meningkatkan pemahaman secara menyeluruh mengenai manajemen bisnis. Hal tersebut karena pemahaman tersebut dapat membantu peserta dalam melakukan perencanaan, pelaksanaan, hingga pengembangan bisnisnya.

Menurut Wibowo dkk. (2023) manajemen bisnis tersusun dari beberapa konsep dasar, seperti perencanaan strategis, manajemen sumber daya manusia, keuangan, pemasaran, operasi, dan pengambilan Keputusan. Dengan memahami konsep manajemen bisnis, akan membantu pelaku usaha dalam perencanaan strategis, pengorganisasian tim, pengendalian operasional, dan pengambilan keputusan. Oleh karena itu, pemahaman yang menyeluruh mengenai manajemen bisnis dapat membantu pelaku usaha dalam mengelola dan mengoptimalkan peluang bisnisnya.

Kegiatan pelatihan yang telah dilakukan dapat menjadi penyelesaian dari beberapa permasalahan yang dihadapi, yaitu:

- a. Materi BMC dan manajemen keuangan dapat digunakan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai cara perencanaan bisnis serta manajemen bisnis kopi keliling yang baik. Materi BMC yang mengenai alat pembantu perencanaan bisnis dapat membantu mempermudah penyusunan ide bisnis yang kompleks menjadi lebih sederhana dan dapat disesuaikan dengan keadaan sekitar atau faktor lainnya. Materi manajemen keuangan dapat membantu masyarakat dalam melakukan perhitungan perkiraan modal, harga jual produk, titik impas, manajemen persediaan, hingga ke

pencatatan, pelaporan, dan evaluasi keuangan bisnis. Masyarakat dapat melakukan perhitungan-perhitungan tersebut dengan menyesuaikannya dengan ketersediaan, keadaan, dan kebutuhannya masing-masing. Dengan begitu, masyarakat dapat menerapkan secara langsung dan mandiri untuk memastikan keberlanjutan bisnisnya. Sehingga dengan pemahaman tersebut, dapat meningkatkan perekonomian masyarakat serta membentuk usaha berkelanjutan. Selain pelatihan secara langsung, juga disediakan video mengenai penjelasan BMC dan pengerjaan catatan dan laporan keuangan sederhana di *Microsoft Excel* yang dapat ditonton oleh peserta untuk belajar ulang.

- b. Materi manajemen pemasaran mengenai *digital marketing* dapat digunakan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pemasaran daring melalui media sosial. Materi *digital marketing* membantu masyarakat terkait pemanfaatan lain dari sosial media instagram. Masyarakat dapat melakukan promosi lebih mudah melalui instagram, sehingga menjangkau lebih banyak konsumen dari dalam maupun dari luar daerah Kabupaten Banyuwangi. Materi mengenai pemanfaatan komponen instagram akan membantu masyarakat untuk memahami lebih dalam bagaimana meningkatkan *engagement* instagram untuk keterjangkauan pengikut yang lebih luas. Masyarakat akan lebih memahami algoritma instagram, sehingga dapat memaksimalkan instagram guna meningkatkan kuantitas konsumen kopi keliling. Selain pemberian materi, terdapat video tutorial pembuatan akun instagram bisnis yang dapat diakses oleh pelaku kopi keliling.

4. Penyerahan Alat Kopi Keliling

Acara penyerahan inovasi alat kopi keliling dilakukan pada Jumat, 19 Juli 2024 yang berlokasi di Pendopo Kembang Galengan, Kalipuro, Banyuwangi. Acara penyerahan alat kopi keliling dimulai dengan pemberian sambutan oleh Ketua Tim Doktor Mengabdi UB 2024 Kalipuro, Wenny Bektu Sunarharum dan dilanjutkan oleh perwakilan

Ijen Geopark, Marcho Willyam. Acara kemudian dilanjutkan dengan penandatanganan surat perjanjian kerja sama antara DRPM UB dan Ijen Geopark sebagai bentuk simbolis penyerahan set alat box kopi keliling kepada mitra. Acara kemudian dilanjutkan dengan sesi diskusi terbuka oleh tim dosen dan narasumber, yaitu Azmi Zakki Yamani (founder Ais Coffee Roastery) dan Putri Nabila Anggraini (pelaku UMKM Kopi), bersama dengan para peserta.



Gambar 7. Penyerahan Alat Box Kopi Keliling oleh Tim Dosen KKN-DM UB Kalipuro ke Ijen Geopark

5. Penyampaian Materi oleh Praktisi

Acara penyampaian materi oleh praktisi dilaksanakan pada Senin, 22 Juli 2024 berlokasi pada Pendopo Kembang Galengan (Kalipuro *Research Center*), Kecamatan Kalipuro, Kabupaten Banyuwangi. Acara ini dihadiri oleh peserta perwakilan dari Ijen Geopark dan masyarakat Desa Secang yang sebagian besar merupakan petani kopi. Kegiatan penyampaian materi ini diisi oleh tiga narasumber.

Acara dibuka oleh pemaparan materi dari Yoga Abi Zakaria dengan topik “Desain Promosi Visual” menggunakan Canva dan Leonardo AI. Pada sesi ini, dijelaskan mengenai marketing suatu produk makanan menggunakan bantuan Canva dan Leonardo AI yang disertai dengan demonstrasi penggunaannya. Tujuan dari penyampaian materi ini adalah untuk mengedukasi sekaligus agar calon pelaku kopi keliling dapat memanfaatkan teknologi masa kini dalam pemasaran kopi keliling. Acara dilanjutkan oleh Johan Ramandias dengan penyampaian Teknik Penyeduhan dan Penyajian Kopi. Dilakukan demonstrasi teknik penyeduhan kopi terkait *coffee mixology* dilanjutkan demonstrasi ulang oleh peserta guna

mengimplementasikan secara langsung ilmu yang telah diperoleh.



Gambar 9. Penyampaian Materi oleh Johan Ramandias

Acara terakhir dibawakan oleh Rahmad Faz Fatir dengan topik Teknik Proses Kopi Eksperimental. Penyampaian materi ini membahas terkait beberapa sub-topik diantaranya yaitu, proses natural, proses *semi-wash*, proses *full-wash*, proses *double full-wash*, proses *yellow honey*, proses *red honey*, proses *black honey*, proses *natural* dengan injeksi CO₂, dan proses natural dengan *infused*. Sesi ini dilakukan dengan metode diskusi terbuka guna meningkatkan keterlibatan peserta dalam sesi diskusi.

6. Modul Teknologi Tepat Guna

Modul yang diberikan berjudul "Pengolahan dan Penyajian Kopi untuk Bisnis UMKM Kopi Keliling". Modul tersebut berisi informasi mengenai kopi, meliputi pengolahan buah kopi menjadi biji kopi, pemrosesan (sortasi) biji kopi, teknik penyangraian kopi, teknik penyeduhan kopi, citarasa kopi, manajemen produksi, mutu, hygiene, keamanan pangan. Selain itu juga berisi informasi mengenai manajemen bisnis kopi keliling yang meliputi perencanaan bisnis, manajemen keuangan, dan manajemen pemasaran berbasis digital marketing.

DAMPAK KEGIATAN

Aktivitas ini berdampak positif terhadap peningkatan pemahaman peserta terkait ketiga topik utama yang dibahas. Hal ini ditunjukkan dari hasil *pre-test* dan *post-test* peserta pelatihan yang secara signifikan mengalami peningkatan. Berdasarkan data tersebut 87.5% peserta mendapatkan peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang Proses Pengolahan Kopi Ceri, 75% peserta mengalami peningkatan pemahaman tentang Proses Pengolahan Kopi Beras (*green bean*),

88% peserta mengalami peningkatan pemahaman tentang Tingkat *Roasting* Kopi, 100% peserta mengalami peningkatan pemahaman tentang Teknik penyeduhan, 100% peserta mengalami peningkatan pemahaman tentang Citarasa Kopi, 87.5% peserta mengalami peningkatan pemahaman tentang Manajemen Produksi, Mutu, Hygiene, dan Keamanan Pangan, 99.99% dan 100% peserta mengalami peningkatan pemahaman tentang Manajemen Keuangan di kedua materi yang berbeda, serta 81.81% dan 72.72% peserta mengalami peningkatan pemahaman tentang Manajemen Pemasaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan bimbingan teknis dan pelatihan dalam tahapan produksi serta pasca panen kopi telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengolah kopi secara higienis dan berkualitas. Selain itu, upaya peningkatan pemahaman bisnis kopi keliling dilakukan melalui pelatihan Manajemen Keuangan dan Pemasaran. Agar hasil yang dicapai dapat terus berkembang, diperlukan monitoring dan evaluasi rutin terhadap mitra Ijen Geopark dan pelaku UMKM yang terlibat, guna mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan serta memberikan pendampingan lanjutan untuk memastikan kesuksesan dan pertumbuhan usaha mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada DRPM Universitas Brawijaya yang telah memberikan dukungan penuh dalam pendanaan kegiatan "Peningkatan Kapasitas Pelaku UMKM Kopi Keliling di Kabupaten Banyuwangi". Apresiasi dan terima kasih kepada mitra Ijen Geopark dan masyarakat Kecamatan Kalipuro yang telah dengan antusias mengikuti setiap rangkaian kegiatan. Partisipasi dan keterlibatan aktif dari semua pihak telah menjadi kunci sukses dari pelaksanaan program ini. Terimakasih kepada seluruh anggota tim Doktor Mengabdikan Universitas Brawijaya Kalipuro 2024 yang telah bekerja keras dan berdedikasi dalam melaksanakan kegiatan ini yang membawa program ini berjalan dengan lancar dan menghasilkan dampak yang positif.

REFERENSI

Arfan, M., Herawati, F.E., dan Saraswati, D.L. 2021. Penguatan Komoditi Unggulan Masyarakat Melalui Pelatihan *Basic Manual Coffee Brewing* di Kabupaten Temanggung. *Jurnal Pasopati*. Vol. 3. No. 4. Hal: 197-201.

Badan Pusat Statistik Jawa Timur. 2021. *Jawa Timur Dalam Angka 2021*. Surabaya: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur.

Badan Pusat Statistik Jawa Timur. 2022. *Jawa Timur Dalam Angka 2022*. Surabaya: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur.

Bahtiar, A. H., Arifin, M., dan Muhaimin, M. 2022. Pengolahan Bawang Merah Goreng untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Tegalrejo. *Development: Journal of Community Engagement*. 1(2): 65-76.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sunarharum, W.B., Fibrianto, K., Yuwono, S.S., dan Nur, M. 2019. *Sains Kopi Indonesia*. Malang: UB Press.

Wahyuningsih, Sri. 2019. Pengaruh Pelatihan dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan. *Jurnal Warta*. 60 (1): 1-16.

Wibowo, H. M., Budiraharjo, J., dan Madisitriyatno, H. 2023. *Mengenal Manajemen Bisnis*. Jakarta: Penerbit Sekolah Tinggi Manajemen IMMI.