

Sosialisasi dan Pelatihan Peningkatan Produktivitas dan Pengembangan Produk UMKM Pengolahan Kopi di UMKM Pengolahan Kopi Desa Sidodadi Jember

Socialization and Training on Increasing Productivity and Development of Coffee Processing MSME Products in MSME Coffee Processing Village Sidodadi Jember

¹⁾Norita Citra Yulianti, ²⁾Wahyu Eko Setianingsing, ³⁾Achmad Hasan H

¹⁾²⁾³⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Email : ¹⁾norita@unmuhjember.ac.id

Diterima: Juli 2022 | Dipublikasikan: Agustus 2022

Abstrak

Kopi adalah minuman hasil seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk. Kopi merupakan salah satu komoditas di dunia yang dibudidayakan lebih dari 50 negara. Dua spesies pohon kopi yang dikenal secara umum yaitu Kopi Robusta (*Coffea canephora*) dan Kopi Arabika (*Coffea arabica*). Terdapat UMKM yang mengelola biji kopi menjadi bubuk kopi siap seduh. UMKM tersebut memproduksi kopi menjadi bubuk untuk di pasarkan di daerah Sidodadi dan sekitarnya. Akan tetapi UMKM tersebut memiliki masalah dengan legalitas produk yang belum terdaftar secara sah dan berbadan hukum serta masalah label pada kemasan yang kurang menarik, segmen pasar yang masih sempit, masalah keuangan dan pengembangan produk. Maka dari itu kami ingin membantu menyelesaikan masalah-masalah tersebut agar produk ini dapat berkembang dan berkemajuan. Selain itu, pengelolaan sumber daya yang ada akan kita maksimalkan agar dapat mendorong penjualan dan menambah pendapatan UMKM yang berada di desa Sidodadi Jember tersebut

Kata kunci : UMKM, produktivitas, pengolahan kopi, pengembangan produk

Abstract

Coffee is a beverage brewed by coffee beans that have been roasted and ground into powder. Coffee is one of the commodities in the world that is cultivated in more than 50 countries. Two species of coffee trees are generally known, namely Robusta Coffee (*Coffea canephora*) and Arabica Coffee (*Coffea arabica*). There are MSMEs that manage coffee beans into ready-to-brewed coffee grounds. The MSME produces coffee into powder to be marketed in the Sidodadi area and its surroundings. However, these MSMEs have problems with the legality of products that have not been legally registered and as legal entities and problems with labels on unattractive packaging, market segments that are still narrow, financial problems and product development. Therefore we want to help solve these problems so that this product can develop and progress. In addition, we will maximize the management of existing resources in order to boost sales and increase the income of MSMEs in the village of Sidodadi Jember.

Keywords: UMKM, productivity, coffee processing, product development

Pendahuluan

Label adalah salah satu bagian dari produk berupa keterangan baik gambar maupun kata-kata yang berfungsi sebagai sumber informasi produk dan penjual. Label umumnya berisi informasi berupa nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahkan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk dan keterangan legalitas. Ketentuan mengenai pemberian label pada produk diatur dalam Undang-undang Nomor 7 tahun 1996 tentang pangan. Label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan. Selain label, sebuah produk seharusnya memiliki legalitas agar memiliki kekuatan hukum dan tidak mudah di manipulasi oleh perusahaan atau UMKM lainnya.

Legalitas suatu perusahaan atau badan usaha adalah merupakan unsur yang terpenting, karena legalitas merupakan jati diri yang melegalkan atau mengesahkan suatu badan usaha sehingga diakui oleh masyarakat. Dengan kata lain, legalitas perusahaan harus sah menurut undang-undang dan peraturan, di mana perusahaan tersebut dilindungi atau dipayungi dengan berbagai dokumen hingga sah di mata hukum pada pemerintahan yang berkuasa saat itu. Selain label dan legalitas, sebuah UMKM juga memerlukan rencana pemasaran yang jelas, pembukuan keuangan dan pengembangan produk untuk mendongkrak penjualan.

Rencana pemasaran adalah rencana detail yang berisi cara menjual produk atau layanan. Strategi ini memastikan sebuah produk atau layanan dapat di pasarkan. Dalam UMKM juga membutuhkan sebuah pembukuan keuangan hal itu sangat penting untuk mencatat seluruh kas yang masuk dan keluar serta meminimalisir adanya kehilangan. Yang terakhir adalah pengembangan produk, adalah strategi untuk memperbaiki produk lama, menambah produk baru, atau memperbanyak kegunaan produk untuk memperluas segmen pasar. Seluruh hal tersebut juga sangat penting bagi yang UMKM yang berada di desa Sidodadi Kecamatan Tempurejo.

Sidodadi adalah sebuah desa di kecamatan Tempurejo, kabupaten Jember. Sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai petani, baik secara individu maupun kelompok yang tergabung dalam organisasi Kelompok Tani. Organisasi ini bertujuan untuk

meningkatkan kesejahteraan para petani. Selain berprofesi sebagai petani masyarakat Sidodadi ada juga yang berprofesi sebagai pengusaha atau pemilik UMKM. Salah satunya adalah pembuatan bubuk kopi. Kopi adalah minuman hasil [seduhan](#) biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk. Kopi merupakan salah satu komoditas di dunia yang dibudidayakan lebih dari 50 negara. Dua [spesies](#) pohon kopi yang dikenal secara umum yaitu Kopi Robusta (*Coffea canephora*) dan Kopi Arabika (*Coffea arabica*).

Seiring dengan berkembangnya zaman dan banyaknya masyarakat yang mengkonsumsi kopi sebagai minuman, UMKM ini menawarkan bubuk kopi yang siap untuk dikonsumsi masyarakat serta di pasarkan di daerah Sidodadi dan sekitarnya. Akan tetapi UMKM tersebut memiliki masalah dengan legalitas produk yang belum terdaftar secara sah dan berbadan hukum, label, pemasaran, pembukuan keuangan dan pengembangan produk yang membuat produk tersebut belum banyak di ketahui oleh masyarakat luas. Maka dari itu kami ingin membantu menyelesaikan masalah tersebut sehingga dapat di kenal luas oleh masyarakat dan mendongkrak penjualan UMKM yang berada di desa Sidodadi tersebut.

Metode Pelaksanaan

Ruang Lingkup Kegiatan Pengabdian

Ruang lingkup kegiatan pengabdian meliputi pemberian sosialisasi dan pelatihan . Kegiatan ini merupakan salah satu upaya mengatasi masalah yang dialami oleh UMKM Kopi di di desa Sidodadi Kecamatan Tempurejo.

Objek Kegiatan Pengabdian

Objek kegiatan pengabdian ini adalah UMKM Kopi di di desa Sidodadi Kecamatan Tempurejo.

Tujuan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan ini bertujuan untuk supaya UMKM mendapatkan relasi yang luas agar produk dapat dengan mudah diketahui oleh masyarakat luas. Kemudian cara produk diterima oleh masyarakat luas sebagai produk baru yang layak dan berkhasiat untuk dikonsumsi, serta mendongkrak penjualan dan menambah pendapatan. Tidak hanya itu kegiatan ini juga bertujuan memberikan ide baru dan membantu desa Sidodadi agar dapat

dikenal masyarakat luas dengan cara memperkenalkan produk yang dimiliki mitra sebagai ciri khas yang dimiliki oleh desa Sidodadi.

Metode Pelaksanaan Pengabdian

Metode pelaksanaan kegiatan meliputi langkah – langkah berikut :

1. Menentukan peserta
2. Menentukan kegiatan pengabdian berdasarkan kesepakatan
3. Pemberian materi penyuluhan
4. Umpan balik
5. Aplikasi
6. Tanya jawab

Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan dari program pengabdian ini meliputi :

1. UMKM Kopi dapat memasarkan produknya lebih luas lagi
2. Dapat mengenalkan UMKM kopi di luar desa Sidodadi Tempurejo

Hasil Kegiatan

Sebelum melakukan legalitas, kami membuat product branding dengan cara sebagai berikut:

1. Membantu mengurus legalitas produk yaitu langkah pertama yang kami lakukan adalah mengajukan permohonan **pendaftaran merek dagang** ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) di kantor wilayah terdekat. Selanjutnya mengikuti prosedur dari DJKI dan menunggu hasil pemeriksaan substansi.
2. Memperbaiki label dan kemasan pada produk agar lebih menarik dan diterima oleh masyarakat luas
3. Memperbaiki sistem pemasaran yang ada yaitu dengan memperbanyak promosi, pembuatan akun media sosial sebagai segmen pasar, serta pemberian diskon untuk jumlah pembelian yang besar.
4. Melatih pembukuan sederhana untuk mencatat seluruh arus kas sehingga dapat meminimalisir adanya kehilangan.

5. Pemanfaatan media sosial

Pengertian Media Sosial Perkembangan era kekinian atau modern telah banyak menyebabkan perubahan-perubahan sosial yang terjadi dikalangan masyarakat. Pengaruh teknologi menjadikan orang-orang begitu bergantung akan kehadirannya, terlebih setelah kemunculan internet, orang-orang dengan mudah memperoleh beragam informasi. Teknologi informasi dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan yang cukup pesat. Bermunculannya berbagai aplikasi media sosial ini menimbulkan peluang bagi masyarakat dalam melakukan suatu usaha. Media sosial tersebut sudah mulai banyak dimanfaatkan untuk mempromosikan sebuah produk dan dijadikan salah satu strategi bisnis oleh beberapa pelaku bisnis.

Media sosial menggunakan teknologi berbasis website atau aplikasi yang dapat mengubah suatu komunikasi ke dalam bentuk dialog interaktif. Beberapa contoh mediasosial yang banyak digunakan adalah YouTube, Facebook, Blog, Twitter, dan lain-lain. Dalam media sosial ini orang tidak hanya bertukar informasi saja, namun juga gambar, foto ataupun video, bahkan tidak jarang digunakan sebagai media untuk berbisnis bagi penggunanya. Bagi pihak penjual, perdagangan elektronik melalui media sosial akan membantu untuk memperluas daerah pemasaran produk yang akan dijualnya, sedangkan bagi pembeli, akan mempermudah mendapatkan dan membandingkan informasi tentang produk yang akan dibelinya

Daftar Pustaka

- Abdussamad, Z. (2018). *Pelatihan Aspek Marketing MIx untuk Usaha Kerajinan Tangan bagi Ibu-Ibu Rumah Tangga di Kelurahan Leato Utara, Kecamatan Dumbo Raya Gorontalo*. Gorontalo : Universitas Negeri Gorontalo .
- Hersoelistyorini, W., Nugraheni, Y., & Hardiyanti, D. (2015). IbM Kelompk Ibu Rumah Tangga di Kampung Kokosan dalam Produksi Abon Ikan Bandeng . *Abdimas*, 49-57.
- Jember, B. (2018). *Kecamatan Arjasa dalam Angka*. Jember: BPS Jember.
- Jubelio. 2021, Langkah membuat branding produk terkenal, <https://jubelio.com/2021/langkah-membuat-branding-produk-agar-terkenal/>. diakses pada tanggal 25 September 2021
- Legalitas kita. 2021,Pendaftaran merek dagang: syarat penting, cara, dan biaya.<https://legalitaskita.id/blog/pendaftaran-merek-dagang-syarat-penting-cara-biaya/> diakses pada tanggal 25 September 2021
- Moka Blok. 2020, Branding produk: Definisi, manfaat, dan cara agar dikenal konsumen, <https://blog.mokapos.com/cara-branding-produk-sehingga-dikenal-konsumen>. diaksespada tanggal 25 September 2021
- Ocatvia, A., Sumarni, & Sam, I. (2016). Pelatihan Kewirausahaan dan Manajemen Bagi Ibu Rumah Tangga, Remaja Putri dan Kelompok Usaha Bersama Mutiatra Kota Jambi. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 36-42.
- Rojikin. 2021, Pengertian legalitas perusahaan dan bentuk legalitas perusahaan, <https://rojikin.id/pengertian-legalitas-perusahaan/>. diakses pada tanggal 25 September 2021
- Riadi Muchlisin. 2018. Pengertian, fungsi, jenis dan ketentuan label produk,<https://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-fungsi-jenis-dan-ketentuan-label.html>. Diakses pada tanggal 14 Oktober 2021
- Septia, E., Windiana, L., & Amir, N. (2018). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga dengan Teknologi Budidaya Aquavertikuler pada Lahan Sempit. *CARRADE : Jurnal Pengabdian MAsyarakat*, 30 - 36.
- Wikipedia. 2021. Kopi. <https://id.wikipedia.org/wiki/Kopi>. Diakses pada tanggal 14 Oktober2021