

**LAPORAN
PENGABDIAN MASYARAKAT**



**Pemberdayaan Masyarakat dan Pembentukan Desa Mandiri Energi Melalui
Produk Kopi**

TIM PENGUSUL :

Honest Dody Molasy, S.Sos, MA (Ketua Tim Pengusul)
Anita Dewi Moelyaningrum, S.KM., M.Kes (Anggota Tim Pengusul I)
Intan Kartika Setyawati, SP., MP. (Anggota Tim Pengusul II)
Dr. Hari Sukarno (Anggota Tim Pengusul III)
Edy Hariyadi, S.S., M.Si (Anggota Tim Pengusul IV)

UNIVERSITAS JEMBER

2016

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
RINGKASAN	iv
BAB I. PENDAHULUAN	6
1.1. Analisis Situasi.....	6
BAB II. TARGET DAN LUARAN	9
3.1. Kegiatan Pelatihan dan Pembuatan Briket Arang dari Kulit Biji Kopi untuk Menciptakan Kemandirian Energi.....	9
3.2. Pelatihan Pengolahan Kopi Instan Rasa Buah	10
3.3. Pelatihan Pengemasan Kopi Instan Rasa Buah	10
3.4. Pelatihan Pemasaran Kopi Instan Rasa Buah.....	11
3.5. Pelatihan Higienitas Produksi Kopi	11
BAB III. METODE PELAKSANAAN	12
BAB IV. KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI	14
BAB V. BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN	15
5.1. Anggaran Biaya	15
5.2. Jadwal Kegiatan	23
BAB VI PELAKSANAAN KEGIATAN	26
6. 1. Kegiatan Pelatihan dan Pembuatan Briket Arang dari Kulit Biji Kopi untuk Menciptakan Kemandirian Energi.....	26
6.1.1 Realisasi Pemecahan Masalah	26
6.1.2 Khalayak Sasaran.....	27
6.1.3 Metode yang digunakan.....	27
6.2 Pelatihan dan Pendampingan Higienitas Produksi Kopi , Cara Produksi Pangan yang Baik- Industri Rumah Tangga (CPPB-IRT)	28

6.2.1 Realisasi Pemecahan Masalah	28
6.2.2 Khalayak Sasaran.....	29
6.2.3 Metode yang Digunakan.....	29
6.3. Pelatihan Pengolahan Kopi Instan Rasa Buah	29
6.3.1. Realisasi Pemecahan Masalah.....	29
6.3.2. Khalayak Sasaran	31
6.3.3. Metode yang Digunakan	31
6.4. Pelatihan Pengemasan Kopi Rasa Buah	33
6.4.1. Realisasi Pemecahan Masalah.....	33
6.4.2. Khalayak Sasaran	34
6.4.3. Metode yang Digunakan	34
6.5 Kegiatan Pelatihan dan Pembuatan Briket Arang dari Kulit Biji Kopi untuk Menciptakan Kemandirian Energi.....	36
6.5.1 Analisis Hasil Kegiatan	36
6.5.2 Faktor Pendorong.....	37
6.5.3 Faktor Penghambat	37
6.6 Pelatihan dan Pendampingan Higienitas Produksi Kopi , Cara Produksi Pangan yang Baik- Industri Rumah Tangga (CPPB-IRT)	37
6.6.1 Analisa Hasil Kegiatan	37
6.6.2 Faktor Pendorong.....	39
6.6.3 Faktor Penghambat	39
6.7. Kegiatan Pelatihan Pengolahan Kopi Rasa Buah.....	39
6.7.1 Analisis Hasil Kegiatan	39
6.7.2. Faktor Pendorong.....	41
6.7.3. Faktor Penghambat	41
6.8. Pelatihan dan Pendampingan Proses Pengemasan Kopi Rasa Buah.....	41

6.8.1. Analisis Hasil Kegiatan	41
6.8.2. Faktor Pendorong.....	43
6.8.3. Faktor Penghambat	43
6.9. Teknik Pengemasan dan Pemasaran Produk Kopi dan Briket	43
Pelaksanaan Pengabdian Teknik Pengemasan dan Pemasaran Produk Kopi dan Briket	46
Materi Pelatihan	46
Foto-Foto Lokasi Pengabdian	59
Daftar Pustaka.....	61
Lampiran 1. Tim Pengusul.....	62
1. Ketua Tim Pengusul	62
2. Anggota Tim Pengusul II	67
2. Anggota Tim Pengusul II	70
Lampiran 2. Gambaran Ipteks yang akan ditransfer kepada mitra	72
Lampiran 3 : Peta Lokasi Mitra	72
Lampiran 4. Dokumentasi kegiatan.....	74

RINGKASAN

Desa Harjomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember adalah salah satu desa penghasil buah buahan yang cukup terkenal. Salah satu produk buah yang banyak dihasilkan oleh Desa Harjomulyo adalah buah Kopi. Sayangnya potensi itu tidak bisa dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakatnya. *Data BPS tahun 2014 menunjukkan Kecamatan Silo termasuk Kecamatan dengan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) terendah di Kabupaten Jember. Sedangkan Desa Harjomulyo adalah desa penyumbang keluarga miskin terbesar di Kecamatan Silo. Selain itu, Desa Harjomulyo juga merupakan desa yang memiliki jumlah kematian ibu dan bayi yang sangat tinggi. Kecamatan Silo berada dalam zona bawah untuk jumlah kematian ibu dan bayi bersama dengan Kecamatan Kalisat dan Sukowono.*

Upaya untuk meningkatkan IPM dan menurunkan angka kemiskinan serta menekan jumlah kematian ibu dan bayi perlu dilakukan. Salah satunya adalah dengan mengembangkan potensi daerah dan melakukan intervensi sosial terhadap perilaku masyarakat. Selain itu, upaya yang bisa dilakukan dalam mengembangkan potensi daerah antara lain diversifikasi pengolahan produk makanan berbahan baku produk lokal. Terkait dengan pengembangan potensi daerah di Desa Harjomulyo, ada tiga permasalahan yang dihadapi masyarakat saat ini : *pertama*, Murahnya harga kopi di tingkat petani, karena petani hanya menjualnya dalam sistim ijon. *Kedua*, Belum adanya kelompok usaha bersama (koperasi) petani kopi yang menyebabkan banyaknya petani yang menjual hasil kebunnya dengan sistim ijon, dan *ketiga*, Kurangnya diversifikasi produk pertanian. Petani hanya menjual dalam bentuk buah, sedikit sekali yang berusaha mengolahnya menjadi produk lain.

Sebagai daerah sentra produksi kopi, limbah kopi berupa kulit kopi bisa kita jumpai hampir di setiap rumah. Sayang sekali, limbah ini hanya dibuang begitu saja dan belum dimanfaatkan dengan baik. Di lain pihak masyarakat Desa Harjomulyo kesulitan dalam mendapatkan pasokan gas elpiji bersubsidi untuk kebutuhan memasak. Mereka mendatangkan dari Desa Sempolan yang

berjarak sekitar 12km. Jarak yang jauh dan lokasi yang sulit membuat harga gas elpiji menjadi lebih mahal, dan pasokannya sangat terbatas.

Dari analisa situasi diatas maka perlu dilakukan beberapa program, yaitu pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat Desa Harjomulyo terkait dengan pengembangan sumberdaya lokal berupa diversifikasi produksi kopi serta menciptakan kemandirian energi melalui pemanfaatan kulit biji kopi. Setelah program berakhir diharapkan terjadi transfer ilmu dan teknologi sehingga masyarakat dapat meningkatkan pendapatannya dan meningkat taraf hidup dan kesehatannya.

Kata kunci: Produk Lokal, kopi, pemberdayaan masyarakat, briket kulit kopi, kemandirian energi



BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Kecamatan Silo merupakan wilayah di Kabupaten Jember yang memiliki beragam potensi di bidang Pertanian dan Perkebunan. Salah satu produk andalan Kecamatan Silo adalah produksi kopi dan buah pisang. Lokasi yang strategis di lereng Pegunungan Raung, Kecamatan Silo adalah termasuk salah satu wilayah penghasil kopi dan pisang yang terkenal di Kabupaten Jember.

Sayangnya, sedapnya buah kopi ternyata belum dapat dinikmati secara maksimal oleh masyarakat Kecamatan Silo. Meskipun memiliki potensi yang melimpah, Kecamatan Silo ternyata menjadi penyumbang angka kemiskinan dan buta huruf cukup besar di Kabupaten Jember. Berdasarkan hasil Pendataan Program Perlindungan Sosial sebagaimana dilansir oleh BPS Kabupaten Jember tahun 2014¹, jumlah rumah tangga miskin di Kecamatan Silo adalah 9.836 KK dan jumlah penduduk miskin mencapai 22.578 orang.

Dalam Indeks Pembangunan Manusia (IPM) tahun 2014, Kabupaten Jember berhasil naik dari peringkat 22 di Jawa Timur menjadi peringkat 19. Akan tetapi IPM di Kecamatan Silo jauh tertinggal dari kecamatan-kecamatan lain di Kabupaten Jember. Data tahun 2013 menunjukkan Kecamatan Silo masuk dalam 3 Kecamatan dengan IPM terendah di Kabupaten Jember².

Salah satu Desa di Kecamatan Silo yang menjadi penyumbang terbesar jumlah keluarga miskin adalah Desa Harjomulyo yaitu dengan rumah tangga miskin mencapai 2.132 dan penduduk miskin mencapai 8.374 orang . Desa Penghasil kopi dan pisang ini terletak di Jember Utara dan berjarak sekitar 40 km dari pusat Kota Jember. Kecamatan Silo memiliki beberapa potensi desa yang bisa dikembangkan, salah satunya adalah buah kopi dan pisang. Kopi dan pisang yang

¹ BPS, 2014, Jember Dalam Angka,

² BAPPEKAB Jember, 2013

dihasilkan Desa Harjomulyo dipasarkan ke Kota Jember dan beberapa kota lain di sekitar Jember bahkan sudah di ekspor keluar negeri.

Petani kopi dan pisang Desa Harjomulyo biasanya hanya menjual buah buahan mereka kepada tengkulak. Mayoritas dibeli dengan sistem ijon, dibayar terlebih dahulu saat buah masih muda dengan harga yang sangat rendah. Pembentukan kelompok usaha bersama (koperasi) perlu dilakukan guna mengkoordinir para petani kopi dan pisang dalam menjual hasil pertanian mereka. Kondisi ini akan meningkatkan harga pisang di tingkat petani yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan petani kopi dan pisang .

Selain itu, pisang Desa Harjomulyo hanya dijual dalam bentuk buah saja. Belum dilakukan diversifikasi dalam produk lain. Padahal banyak makanan olahan yang bisa dibuat dengan bahan baku. Untuk itu pendampingan terhadap petani diperlukan untuk membuat kelompok usaha bersama produksi makanan berbahan baku pisang. Pengenalan teknologi pangan juga perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi.

Selain itu, untuk kebutuhan memasak, warga Desa Harjomulyo masih mengandalkan gas elpiji bersubsidi serta sebagian yang lain menggunakan kayu bakar. Karena kondisi yang cukup terpencil, gas elpiji harus didatangkan dari kota. Akibatnya harga gas elpiji menjadi sangat mahal, dan pasokannya tidak menentu.

Akibatnya banyak masyarakat yang beralih menggunakan kayu untuk memasak. Akibatnya warga melakukan lingkungan karena menebang kayu di hutan. Konflik dengan Perusahaan Daerah Perkebunan (PDP) seringkali juga terjadi, karena warga menebang pohon kopi milik PDP untuk bahan bakar. Untuk itu upaya untuk membentuk kemandirian energi perlu dilakukan agar masyarakat tidak lagi tergantung pada pasokan gas elpiji bersubsidi dan beralih pada sumber bahan bakar lain yang lebih *sustainable*.

1.2. Permasalahan Mitra

Permasalahan atau kendala yang sering dihadapi di lapangan lebih pada minimnya pengetahuan masyarakat tentang pengolahan buah-buahan dan potensi daerah lainnya. Selain itu, pemahaman masyarakat tentang pola hidup sehat juga sangat minim. Program ini disusun sejumlah kegiatan untuk membantu petani buah di Desa Harjomulyo untuk meningkatkan penghasilannya melalui upaya pelatihan pengolahan produk kopi, pengemasan produk kopi serta penciptaan ketahanan energi melalui pelatihan pembuatan briket kulit kopi.

Berdasarkan uraian tersebut diatas dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang dihadapi Masyarakat Desa Harjomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember adalah sebagai berikut :

1. Murahnya harga kopi di tingkat petani karena mayoritas petani menjualnya dalam bentuk biji kopi dengan sistem pemasaran yang kurang bagus.
2. Lemahnya kelompok usaha bersama misalnya dalam bentuk koperasi, sehingga menyebabkan banyaknya petani yang menjual hasil kebunnya dengan sistim ijon.
3. Kurangnya diversifikasi produk pertanian. Petani hanya menjual dalam bentuk buah, belum ada petani yang berusaha mengolahnya menjadi produk lain yang mempunyai nilai jual lebih tinggi.
4. Tingginya ketergantungan masyarakat terhadap gas elpiji bersubsidi dan kayu hutan untuk bahan bakar.

BAB II. TARGET DAN LUARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilakukan di Desa Harjomulyo memiliki beberapa program yang telah disesuaikan dengan permasalahan yang ada di desa tersebut. Penentuan program tersebut didasarkan pada prioritas permasalahan utama yang dihadapi Desa Harjomulyo untuk diselesaikan selama pelaksanaan program. Persoalan prioritas yang akan diselesaikan diantaranya yang pertama yaitu kebutuhan energi masyarakat untuk memasak masih tergantung pada pasokan gas elpiji bersubsidi dan ketersediaan kayu hutan. Permasalahan kedua yaitu Desa Harjomulyo memiliki potensi hasil perkebunan yang sangat tinggi terutama komoditas kopi. Akan tetapi masyarakat memiliki beberapa kendala yaitu kopi yang dihasilkan hanya dipasarkan dalam bentuk biji mentah dengan sistem ijon, sehingga harga kopi cenderung lebih rendah. Berdasarkan permasalahan tersebut, program yang akan dilakukan pada kegiatan pengabdian yaitu sebagai berikut:

3.1. Kegiatan Pelatihan dan Pembuatan Briket Arang dari Kulit Biji Kopi untuk Menciptakan Kemandirian Energi

Pada program pembuatan bahan bakar alternatif untuk kebutuhan rumah tangga akan dilakukan kegiatan pembuatan briket arang dari kulit biji kopi. Kulit kopi dipilih karena di Desa Harjomulyo memiliki potensi pertanian yang besar dalam hal ini yaitu tanaman kopi. Hampir di setiap rumah dapat ditemui limbah kulit biji kopi dan hal ini sangat disayangkan apabila tidak dimanfaatkan secara optimal. Kulit biji kopi yang dipilih yaitu kulit tanduk biji kopi karena mempunyai nilai kalor yang cukup tinggi.

Pengusul bersama mitra bekerja sama akan membuat briket arang dari kulit biji kopi. Pada program ini akan dilakukan pelatihan dan pembuatan briket arang dari kulit biji kopi terutama pada daerah-daerah yang kesulitan mendapatkan bahan bakar untuk kebutuhan rumah tangga dalam hal ini memasak. Pada akhir

kegiatan ini diharapkan masyarakat dapat memenuhi kebutuhan bahan bakar alternatif yang ramah lingkungan dan ekonomis serta bermanfaat bagi kehidupan.

3.2. Pelatihan Pengolahan Kopi Instan Rasa Buah

Pada kegiatan ini dilaksanakan pelatihan pengolahan kopi instan rasa buah. Tim pengusul memberikan pelatihan dan pendampingan pembuatan kopi instan rasa buah. Tim pengusul akan menyediakan bahan pendukung, peralatan dan mesin yang dibutuhkan dalam proses pembuatan kopi instan rasa buah. Masyarakat akan menyiapkan bahan baku utama yaitu kopi dan berbagai buah yang akan diolah. Setelah itu akan diadakan pelatihan dan pendampingan. Dengan demikian maka diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah komoditas pisang dengan mengolah kopi menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi tinggi sehingga dapat menambah pendapatan masyarakat Desa Harjomulyo.

3.3. Pelatihan Pengemasan Kopi Instan Rasa Buah

Penjualan produk kopi dalam bentuk biji dengan harga yang relatif rendah merupakan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Desa Harjomulyo. Oleh sebab itu pada program kegiatan kedua dilakukan pelatihan pengolahan kopi instan rasa buah. Produk kopi yang dihasilkan akan berbentuk serbuk yang siap diminum sehingga membutuhkan kemasan agar terjaga kualitas dan ke higienisan produk.

Kemasan yang digunakan yaitu aluminium foil dan kemasan sachet dengan bahan metaliz yang mana berfungsi untuk melindungi produk dari absorpsi kelembaban atmosfer yang dapat menyebabkan penggumpalan dan penurunan aroma produk. Selain itu pada kemasan produk juga disertai label, komposisi, cara penyajian, tanggal kadaluwarsa dan izin usaha. Keterangan tersebut akan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen agar konsumen merasa puas dan aman dalam mengkonsumsi produk.

Pada kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dengan menjalin kerja sama antara tim pengusul pengabdian dengan masyarakat Desa Harjomulyo. Tim pengusul akan memberikan pelatihan dan pendampingan pengemasan kopi instan rasa buah. Hasil dari kegiatan ini diharapkan masyarakat selain dapat

memproduksi kopi instan rasa buah masyarakat juga mampu mengemas produk kopi sesuai standar dan dapat meningkatkan nilai jual komoditas kopi sebagai produk unggulan Desa Harjomulyo.

3.4. Pelatihan Pemasaran Kopi Instan Rasa Buah

Program ke empat yang akan dilaksanakan yaitu pelatihan pemasaran kopi instan rasa buah. Kegiatan ini dipilih karena masyarakat desa harjomulyo yang memproduksi kopi sebagian besar kurang memahami bagaimana cara memasarkan produk dengan baik dan benar. Masyarakat hanya menjual produk yang diproduksi, sedangkan konsep pemasaran sangat berbeda dengan penjualan. Pemasaran mengutamakan kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian produk, dimana diharapkan akan terjadi keberlanjutan dalam mengkonsumsi produk.

Tim pengusul akan memberikan pelatihan pemasaran kopi instan rasa buah kepada masyarakat Desa Harjomulyo. Masyarakat akan dibimbing dalam menentukan merk atau label yang unik sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Penjelasan mengenai cara pengurusan pembuatan izin usaha atau Perizinan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga). Kemudian cara memasarkan produk melalui website dengan sistem penjualan online, sehingga dapat memperluas target pasar. Akhir dari kegiatan ini diharapkan masyarakat dapat memiliki pengetahuan dan keahlian dalam memasarkan produk sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

3.5. Pelatihan Higienitas Produksi Kopi

Pada kegiatan ini tim pengusul akan melakukan pelatihan cara produksi makanan yang baik- industri rumah tangga (CPPB-IRT) . Pada kegiatan ini masyarakat akan memahami setiap tahap penanganan makanan dan produksi yang higienene. Tim pengusul akan menyediakan buku pedoman cara produksi makanan yang baik- industri rumah tangga (CPPB-IRT), serta menyediakan beberapa sarana, fasilitas dan alat pendukung seperti masker, celemek, sarung tangan, penutup kepala dll.

BAB III. METODE PELAKSANAAN

Dari analisis situasi dan permasalahan yang terjadi pada mitra maka solusi yang dapat kami tawarkan melalui Program Pengabdian Masyarakat ini antara lain:

1. Pelatihan dan pembuatan briket arang dari kulit biji kopi untuk menciptakan kemandirian energi, memanfaatkan limbah kulit biji kopi menjadi energi alternatif, serta pengoperasian briket sehingga kemandirian energi dapat berjalan secara berkesinambungan.
2. Pelatihan pengolahan kopi instan rasa buah dengan memanfaatkan potensi lokal desa, maka kopi instan rasa buah memberikan nilai tambah sebagai produk lokal yang khas dan memiliki nilai ekonomi sehingga diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat
3. Pelatihan Pengemasan Kopi Instan Rasa Buah dilakukan dengan metode ceramah dan praktek. Metode ceramah dilakukan pada awal kegiatan yaitu menjelaskan kepada masyarakat mengenai pentingnya melakukan pengemasan produk serta beberapa manfaat kemasan untuk kopi instan rasa buah. Sedangkan metode praktek, tim pengusul mempraktekkan secara langsung mengenai tata cara penggunaan mesin pengemas otomatis kepada masyarakat, serta masyarakat ikut mencoba dalam proses pengemasan.
4. Pelatihan Pemasaran Kopi Instan Rasa Buah menggunakan metode ceramah, diskusi dan praktek. Pada metode ceramah tim pengusul akan menjelaskan kepada masyarakat tentang sistem pemasaran serta bagaimana strategi pemasaran produk yang baik untuk mencapai target pasar yang diharapkan. Selain itu masyarakat juga akan diberikan penjelasan mengenai tata cara pengurusan izin usaha dalam hal ini PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga). Metode diskusi dilakukan dengan mengajak masyarakat untuk ikut aktif bagaimana menciptakan merk yang sesuai dan unik untuk menarik perhatian konsumen serta diadakan sesi tanya jawab agar masyarakat dapat mengungkapkan rasa

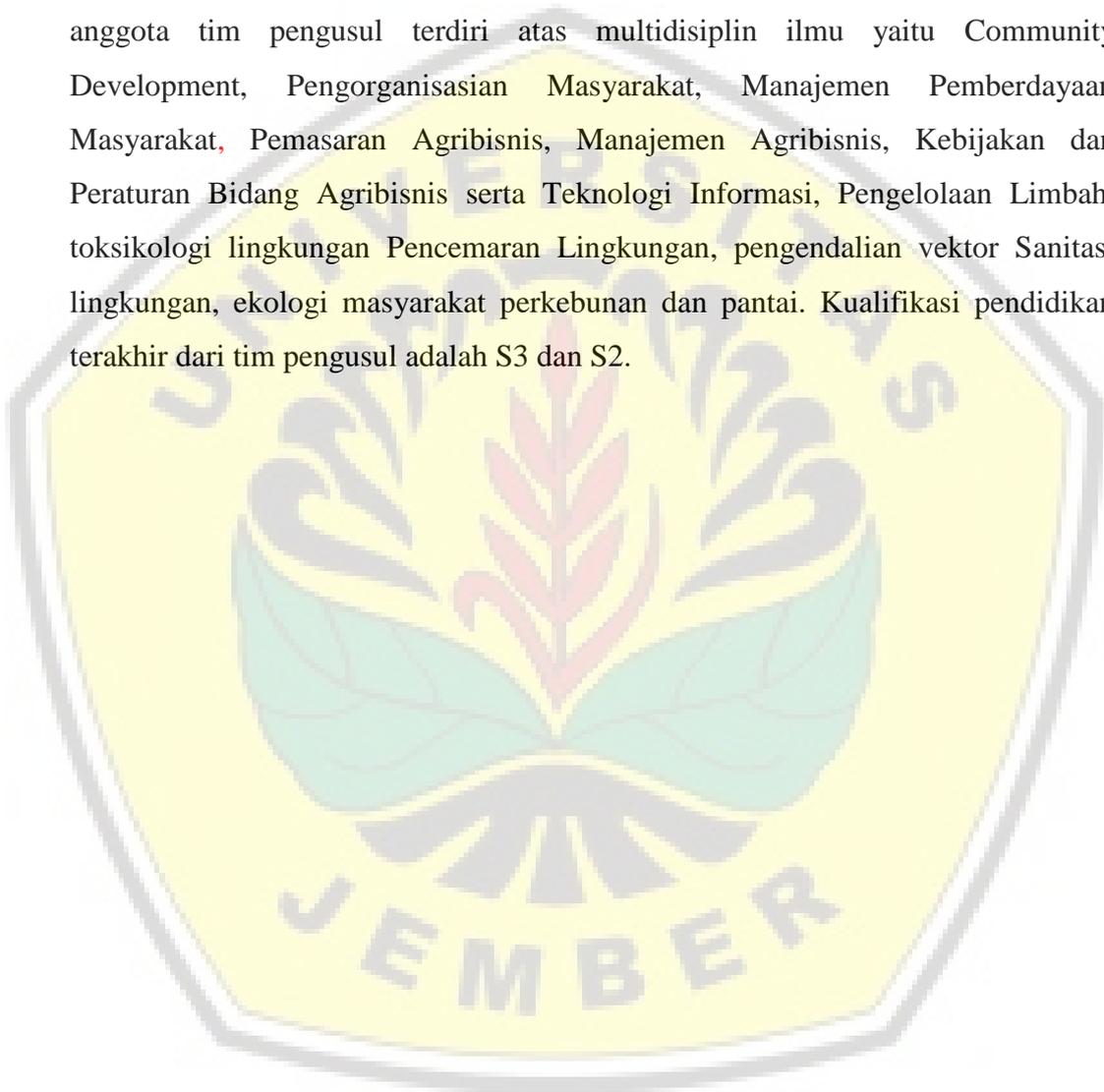
keingintahuan mereka. Kemudian metode praktek dengan menunjukkan kepada masyarakat bagaimana cara membuat website dan cara pengoperasian pemesanan produk secara daring.

5. Pelatihan Higienitas Produksi Kopi serta pendampingan sasaran sampai mendapatkan sertifikat ijin edar pangan yaitu berupa nomor PIRT dalam tiga macam kemasan. Pelatihan yaitu dengan cara produksi kopi instan rasa buah yang baik (CPPB-IRT) untuk menghasilkan produk kopi instan rasa buah yang memiliki kualitas yang baik, memiliki standart kualitas kesehatan dalam produksinya, sehingga dapat diterima oleh masyarakat dan memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi.



BAB IV. KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

Tim pengusul dalam kegiatan Program I_bM ini merupakan dosen tetap di Universitas Jember yaitu pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP), Fakultas Pertanian dan Fakultas Kesehatan Masyarakat. Latar belakang keilmuan dari anggota tim pengusul terdiri atas multidisiplin ilmu yaitu Community Development, Pengorganisasian Masyarakat, Manajemen Pemberdayaan Masyarakat, Pemasaran Agribisnis, Manajemen Agribisnis, Kebijakan dan Peraturan Bidang Agribisnis serta Teknologi Informasi, Pengelolaan Limbah, toksikologi lingkungan Pencemaran Lingkungan, pengendalian vektor Sanitasi lingkungan, ekologi masyarakat perkebunan dan pantai. Kualifikasi pendidikan terakhir dari tim pengusul adalah S3 dan S2.



BAB V. BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

5.1. Anggaran Biaya

**RINCIAN ANGGARAN BIAYA KEGIATAN PELATIHAN DAN PEMBUATAN
BRIKET ARANG DARI KULIT BIJI KOPI**

URAIAN	RINCIAN PERHITUNGAN			JUMLAH
	Jumlah	Satuan	Honor	RP
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Honorium Ketua Tim	1	Org	Rp 3.960.000	Rp. 3.960.000
Honorium Anggota Tim	2	Org	Rp 2.760.000	Rp. 5.520.000
Teknisi Lapangan	3	Org	Rp 840.000	Rp.2.520.000
Jumlah:				Rp 12.000.000
Peralatan Kantor	Jumlah	Satuan	Harga	
a. Kertas HVS F4	10	Rim	Rp 35.000	Rp.350.000
b. Kertas HVS A4	10	Rim	Rp 35.000	Rp. 350.000
f. Tinta Printer	10	Bks	Rp 50.000	Rp.500.000
g. Alat Tulis	100	Pack	Rp 25.000	Rp. 2.500.000
f. Cetak Dokumentasi	50	paket	Rp 10.000	Rp.500.000
g. Beli flashdisk	1	1	Rp	Rp.700.000
Jumlah:				Rp 5.000.000
Bahan				
Kulit kopi	20	kg	50.000	500.000
Perekat	15	kg	25.000	375.000
Peralatan habis pakai				
Kompor briket	5	buah	500.000	2.500.000
Cetakan briket	10	buah	200.000	2.000.000
Panci	5	buah	150.000	750.000
Stop watch	1	buah	100.000	100.000
Gelas ukur	1	Buah	100.000	100.000
Termometer glass	1	buah	100.000	100.000
Oven	1	buah	750.000	750.000
Pinggian arang	10	buah	100.000	1.000.000
Aquadest	10	liter	30.000	300.000
Kertas saring	10	lembar	25.000	250.000
Iodine padatan	5	kg	40.000	200.000
Uji mutu arang				

Kadar carbon	5	buah	200.000	1.000.000
Kadar Air	5	buah	200.000	1.000.000
Kadar Abu	5	buah	200.000	1.000.000
Uji mutu briket				
Masa jenis	5	buah	200.000	1.000.000
Berat Tekan	5	buah	200.000	1.000.000
Kalor	5	buah	200.000	1.000.000
Konsumsi	50	orang	30.000.	1.500.000
Sewa lab	1	paket	2000000	2000.000
Modul pelatihan	10	paket	Rp. 242.500	Rp. 2.425.000
			Jumlah:	Rp. 20.000.000
Lain-lain				
a. Biaya trasnport	4	Paket	Rp 500.000	Rp. 2.000.000
b. Pembuatan laporan	1	Paket	Rp 500.000	Rp. 500.000
c. Penggandaan laporan	10	eksplr	Rp 500.000	Rp . 500.000
			Jumlah:	Rp 3.000.000
			Jumlah Total:	Rp 40.000.000

**RINCIAN ANGGARAN BIAYA PENGOLAHAN
KOPI INSTANT SERBUK RASA BUAH**

URAIAN	RINCIAN PERHITUNGAN			JUMLAH
	Jumlah	Satuan	Honor	RP
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Honorium Ketua Tim	1	Org	Rp 2.730.000	Rp. 3.412.500
Honorium Anggota Tim	2	Org	Rp 2.480.000	Rp. 4.960.000
Teknisi Lapangan	5	Org	Rp 125.500	Rp.627.500
Jumlah:				Rp 9.000.000
Peralatan Kantor	Jumlah	Satuan	Harga	
a. Kertas HVS F4	10	Rim	Rp 35.000	Rp.350.000
b. Kertas HVS A4	10	Rim	Rp 35.000	Rp. 350.000
f. Tinta Printer	10	Bks	Rp 50.000	Rp.500.000
g. Alat Tulis	100	Pack	Rp 25.000	Rp. 2.500.000
f. Cetak Dokumentasi	50	paket	Rp 10.000	Rp.500.000
g. Beli flashdisk	1	1	Rp	Rp.700.000
Jumlah:				Rp. 5000.000
Peralatan habis pakai				
Pengolahan				
Wajan besi	5	Biji	Rp. 100.000	100.000
sutil	8	biji	30.000	240.000
ayakan	10	biji	20.000	200.000
Penumbuk/ gilingan	3	biji	150.000	450.000
oven	3	biji	1.000.000	3.000.000
Pembuatan ekstrak buah				
Belanja buah	10 kg		50.000	500.000
Panci	10		50.000	500.000
Bak perendaman	10		25.000.	250.000
Alat pengaduk	10		20.000	200.000

Alat pemeras/ pengepres buah	2		1000.000	2000.000
Saringan bubuk buah	10		20.000	200.000
Serbuk anti gumpal	3	kg	20.000	60.000
Telur	5	kg	25.000	125.000
mixer	2	biji	750.000	1.500.000
loyang	10	biji	30.000	300.000
blender	3	biji	1000.000	3.000.000
Tempat penyimpan bahan/ lemari	1	biji	875.000	875.000
Media penyuluh/ modul	10	paket	Rp. 100.000	Rp. 1.000.000
konsumsi	10	paket	Rp. 50.000	Rp. 500.000
			Jumlah:	Rp. 13.000.000
Lain-lain				
a. Biaya trasnport	4	Paket	Rp 500.000	Rp. 2000.000
b. Pembuatan laporan	1	Paket	Rp 500.000	Rp. 500.000
c. Penggandaan laporan	10	eksplr	Rp 500.000	Rp . 500.000
			Jumlah:	Rp 3.000.000
			Jumlah Total:	Rp 30.000.000

**RINCIAN ANGGARAN BIAYA PELATIHAN CARA
PEMBUATAN PANGAN YANG BAIK INDUSTRI RUMAH
TANGGA (CPPB-IRT)**

URAIAN	RINCIAN PERHITUNGAN			JUMLAH
	Jumlah	Satuan	Honor	RP
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Honorium Ketua Tim	1	Org	Rp 1.326.000	Rp. 1.326.000
Honorium Anggota Tim	2	Org	Rp 837.000	Rp. 1.674.000
Jumlah:				Rp. 3000.000
Peralatan Kantor	Jumlah	Satuan	Harga	
a. Kertas HVS F4	10	Rim	Rp 35.000	Rp.350.000
b. Kertas HVS A4	10	Rim	Rp 35.000	Rp. 350.000
f. Tinta Printer	10	Bks	Rp 50.000	Rp.500.000
g. Alat Tulis	100	Pack	Rp 25.000	Rp. 2.500.000
f. Cetak Dokumentasi	50	paket	Rp 10.000	Rp.500.000
g. Beli flashdisk	1	1	Rp	Rp.700.000
Jumlah:				Rp. 5000.000
Peralatan habis pakai				
Alat higienitas :				
Masker	10	Paket	50.000	500.000
Penutup rambut	10	Paket	50.000	500.000
Celemek/ apron	10	Biji	50.000	500.000
Sarung tangan disposable	10	Paket	30.000	300.000
Perlengkapan cuci tangan				
bak	6	Biji	25.000	150.000
serbet	6	Biji	20.000	120.000
sabun	5	Biji	25.000	120.000
Perpipaan, kran	1	Paket	810.000	410.000
Media penyuluh/modul	10	paket	Rp. 100.000	Rp. 1.000.000

konsumsi	10	paket	Rp. 40.000	Rp. 400.000
			Jumlah:	Rp. 4.000.000
Lain-lain				
a. Biaya transportasi	4	Paket	Rp 500.000	Rp. 2000.000
b. Pembuatan laporan	1	Paket	Rp 500.000	Rp. 500.000
c. Penggandaan laporan, dokumentasi	10	eksplr	Rp 500.000	Rp . 500.000
			Jumlah:	Rp 3.000.000
			Jumlah Total:	Rp 10.000.000



RINCIAN ANGGARAN BIAYA PELATIHAN PENGEMASAN KOPI
INSTAN RASA BUAH

Uraian	Rincian Perhitungan			Jumlah
	Jumlah	Satuan	Honor	Rp
1	2	3	4	5
Honorarium Ketua Tim	1	Org	2.880.000,00	2.880.000,00
Honorarium Anggota Tim	2	Org	2.070.000,00	4.140.000,00
Teknisi Lapangan	1	Org	660.000,00	660.000,00
				7.680.000,00
Uraian	Jumlah	Satuan	Harga	Rp
Mesin Pengemas Otomatis	1	biji	7.000.000,00	7.000.000,00
Plastik kemasan Stand Up pouch	50	biji	2.000,00	100.000,00
Plastik Kemasan Sachet	100	sachet	1.000,00	100.000,00
Continous Band Sealer	1	biji	4.800.000,00	4.800.000,00
				12.000.000,00
Lain-lain				
Biaya Transport	2	Paket	500.000,00	1.000.000,00
Pembuatan laporan	1	Paket	220.000,00	220.000,00
				1.220.000,00
Jumlah				20.900.000,00

RINCIAN ANGGARAN BIAYA PELATIHAN PEMASARAN KOPI
INSTAN RASA BUAH

Uraian	Rincian Perhitungan			Jumlah
	Jumlah	Satuan	Honor	Rp
1	2	3	4	5
Honorarium Ketua Tim	1	Org	2.880.000,00	2.880.000,00
Honorarium Anggota Tim	2	Org	2.070.000,00	4.140.000,00
Teknisi Lapangan	1	Org	660.000,00	660.000,00
				7.680.000,00
Uraian	Jumlah	Satuan	Harga	
Pinjam viewer	1	hari	300.000,00	300.000,00
Alat Tulis	50	Pack	15.000,00	750.000,00
Beli flashdisk	1	biji	50.000,00	50.000,00
Backdrop	1	lembar	100.000,00	100.000,00
Pembuatan Laporan	1	Paket	220.000,00	220.000,00
				1.420.000,00
Jumlah				9.100.000,00

5.2. Jadwal Kegiatan

Jadwal Pelaksanaan kegiatan Pelatihan dan Pembuatan Briket Arang dari Kulit Biji Kopi

Kegiatan	Bulan					
	1	2	3	4	5	6
Pelatihan dan pembuatan briket arang dari biji kopi						
Koordinasi tim pelaksana	*					
Koordinasi tim mitra	*	*				
Persiapan observasi, pelatihan, pendampingan	*	*				
Kegiatan pendampingan						
1. Pembentukan kader			*	*	*	
2. pelatihan pembuatan briket arang dari kulit kopi			*	*	*	
3. pembuatan / pilot project briket arang dari kulit kopi			*	*	*	
4. pembuatan modul pelatihan			*	*	*	
5. penyusunan laporan						
Pelatihan Pengolahan Kopi Instan Rasa Buah						
Koordinasi tim pelaksana	*					

Koordinasi tim mitra	*	*				
Persiapan bahan pelatihan		*				
Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan			*	*	*	
1. Pembentukan kelompok pelatihan			*	*	*	
2. Pelatihan pembuatan kopi instan rasa buah			*	*	*	
3. pembuatan modul pelatihan			*	*	*	
4. penyusunan laporan			*	*	*	
Kegiatan pendampingan			*	*	*	
Evaluasi dan monitoring kegiatan					*	*
Pelatihan Pengemasan Kopi Instan Rasa Buah						
Koordinasi tim pelaksana	*					
Koordinasi tim mitra	*	*				
Persiapan bahan pelatihan		*				
Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan Pengemasan			*	*	*	

Pelatihan dan pendampingan Higienitas dan sanitasi produksi makanan rumah tangga/ cara produksi pangan yang baik industri rumah tangga (CPPB-IRT)						
Koordinasi tim pelaksana	*					
Koordinasi tim mitra	*					
Persiapan bahan pelatihan		*				
Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan Pengemasan		*	*	*	*	
Pendampingan sertifikat ijin edar makanan SP dan Nomor PIRT dari Dinas Kesehatan			*	*	*	*
Pelatihan Pemasaran Kopi Instan Rasa Buah						
Koordinasi tim pelaksana	*					
Koordinasi tim mitra	*	*				
Persiapan bahan pelatihan		*				
Pelaksanaan pelatihan pemasaran kopi instan rasa buah			*	*	*	
Diskusi penentuan merk produk kopi instan rasa buah			*	*	*	
Praktek pembuatan website			*	*	*	

BAB VI PELAKSANAAN KEGIATAN

6. 1. Kegiatan Pelatihan dan Pembuatan Briket Arang dari Kulit Biji Kopi untuk Menciptakan Kemandirian Energi

6.1.1 Realisasi Pemecahan Masalah

Realisasi dari pemecahan masalah pada kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dititik beratkan pada pencapaian peningkatan pemahaman dan keterampilan, perubahan perilaku yang lebih memperhatikan lingkungan dengan memanfaatkan limbah sebagai sumber energi. Kemandirian energi hanya dapat tercapai jika masyarakat mampu mengidentifikasi, mengerti, memahami dan berperilaku yang tepat dalam pemanfaatan limbah sebagai sumber energi.

Dalam meningkatkan pengetahuan, identifikasi dan perilaku mandiri energi dari pemanfaatan kembali limbah sangat membutuhkan rangsangan dan stimulus yang berkesinambungan. Masyarakat di ajak untuk mengubah kerangka pikir untuk senantiasa memperhatikan limbah di sekitar dan mengupayakannya menjadi bahan yang bermanfaat seperti penggunaan limbah sebagai sumber energi. Limbah kulit kopi banyak tersebar di lingkungan oleh karena setiap rumah memiliki tanaman kopi yang di olah secara individu atau rumah tangga. Pemanfaatan limbah kulit kopi sebagai briket ini sangat potensial untuk membentuk masyarakat mandiri energi sekaligus mengurangi limbah yang ada di lingkungan. Masyarakat atau sasaran diharapkan mampu memiliki konsep pikir untuk selalu mampu memanfaatkan potensi yang ada di sekitar serta memperhatikan kelestarian lingkungan. Kegiatan ini dilaksanakan pada 3 Oktober 2016; 17 Oktober, 26 Oktober, 3 Nopember, 8 nopember, 15 nopember, 24 nopember dan 3 Desember pukul 08.00 sampai selesai. Kegiatan ini meliputi Koordinasi tim pelaksana, koordinasi tim mitra, Pembuatan alat dan persiapan bahan pelatihan, Kegiatan pendampingan meliputi pembentukan kader, pelatihan pembuatan briket arang dari kulit kopi, uji coba pemakaian briket arang kopi. Kegiatan dilakukan di desa Harjomulyo kecamatan Silo Jember.

6.1.2 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran untuk kegiatan ini adalah seluruh warga desa Harjomulyo kecamatan Silo Jember. Dimana sasaran pelatihan pembuatan briket arang dari kulit kopi ini di fokuskan pada pembentukan kader melalui para ibu musimat dan remaja muslimat desa Harjomulyo kecamatan Silo Jember. Dimana jumlah peserta lebih dari 30 orang.

6.1.3 Metode yang digunakan

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendampingan intensif kepada masyarakat dalam memanfaatkan limbah kulit kopi. Penyuluhan dan pelatihan dilakukan supaya masyarakat paham bagaimana memanfaatkan limbah kulit kopi. Dalam penyuluhan dan pelatihan mitra dapat bertanya, berdiskusi, belajar bersama dan mendengarkan. Dengan penyuluhan dan pendampingan ini masyarakat sebagai mitra di didik untuk lebih berdaya dengan peningkatan kesadaran, pengetahuan, pembiayaan, kesanggupan dan kebersamaan. Pendampingan dilakukan secara intensif supaya masyarakat mandiri secara energi dengan memanfaatkan limbah sehingga turut serta dalam menjaga kelestarian lingkungan.

Pada program pembuatan bahan bakar alternatif untuk kebutuhan rumah tangga akan dilakukan kegiatan pembuatan briket arang dari kulit biji kopi. Kulit kopi dipilih karena di Desa Harjomulyo memiliki potensi pertanian yang besar dalam hal ini yaitu tanaman kopi. Hampir di setiap rumah dapat ditemui limbah kulit biji kopi dan hal ini sangat disayangkan apabila tidak dimanfaatkan secara optimal. Kulit biji kopi yang dipilih yaitu kulit tanduk biji kopi karena mempunyai nilai kalor yang cukup tinggi.

Pengusul bersama mitra bekerja sama akan membuat briket arang dari kulit biji kopi. Pada program ini akan dilakukan pelatihan dan pembuatan briket arang dari kulit biji kopi terutama pada daerah-daerah yang kesulitan mendapatkan bahan bakar untuk kebutuhan rumah tangga dalam hal ini memasak. Pada akhir kegiatan ini diharapkan masyarakat dapat memenuhi kebutuhan bahan bakar alternatif yang ramah lingkungan dan ekonomis serta bermanfaat bagi kehidupan.

6.2 Pelatihan dan Pendampingan Higienitas Produksi Kopi , Cara Produksi Pangan yang Baik- Industri Rumah Tangga (CPPB-IRT)

6.2.1 Realisasi Pemecahan Masalah

Realisasi dari pemecahan masalah pada kegiatan penyuluhan dan pelatihan higienitas produksi kopi disini menitikberatkan pada pencapaian hasil produk yang memenuhi standart hiegene sanitasi produk pangan konsumsi. Kegiatan ini menitikberatkan pada pencapaian pemahaman dan perubahan perilaku yang menekankan higienitas produk hasil pangan dan sarana sanitasi yang benar sehingga hasil produksi memiliki mutu yang baik.

Dalam meningkatkan pemahaman terkait pentingnya kegiatan industri makanan dalam memenuhi standart higiene dan sanitasi supaya tercapai mutu dan kualitas pangan yang baik, maka perlu dilakukan rangsangan dan stimulus pada sasaran secara terus menerus sehingga terbentuk kerangka pikir yang menjadi dasar untuk berperilaku.

Pelatihan dan Pendampingan cara produksi makanan yang baik- industri rumah tangga (CPPB-IRT) dilakukan secara terus menerus. Pada kegiatan ini masyarakat akan memahami setiap tahap penanganan makanan dan produksi yang higien. Selain itu, dilakukan penyediaan beberapa sarana, fasilitas dan alat pendukung seperti masker, celemek, sarung tangan, penutup kepala dll.

Kegiatan ini dilaksanakan pada 3 Oktober 2016; 17 Oktober, 26 Oktober, 3 Nopember, 8 nopember, 15 nopember, 24 nopember dan 3 Desember pukul 08.00 sampai selesai. Kegiatan ini meliputi Koordinasi tim pelaksana, koordinasi tim mitra, Kegiatan pendampingan meliputi pembentukan kader, pelatihan cara produksi makanan yang baik untuk industri Rumah Tangga sesuai standar Departemen Kesehatan, Penyiapan sarana dan prasarana penunjang higiene sanitasi produk makanan, hingga pendampingan mitra untuk mendapatkan sertifikat penyuluhan (SP-IRT) pengusaha makanan yang terstandar dari Dinas Kesehatan Kabupaten jember dan mendapatkan tiga nomor registrasi makanan siap edar (No. IRT) untuk berbagai kemasan produk kopi yang dihasilkan oleh mitra. Kegiatan dilakukan di desa Harjomulyo kecamatan Silo Jember.

6.2.2 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran untuk kegiatan pelatihan dan pendampingan Cara Produksi Pangan yang baik ini adalah seluruh warga desa Harjomulyo kecamatan Silo Jember. Dimana sasaran pelatihan dan pendampingan Cara Produksi Pangan yang baik ini di fokuskan pada pembentukan kader melalui para ibu musimat Desa Harjomulyo kecamatan Silo Jember. Dimana jumlah peserta lebih dari 30 orang.

6.2.3 Metode yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendampingan intensif kepada masyarakat dalam memproduksi kopi bubuk dengan skala industri rumah tangga yang memenuhi standart higiene dan sanitasi pangan.

Penyuluhan dan pelatihan dilakukan supaya masyarakat paham bagaimana memproduksi kopi bubuk yang memenuhi standar mutu higiene dan sanitasi sehingga produk makanan yang dihasilkan dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Dalam penyuluhan dan pelatihan mitra dapat bertanya, berdiskusi, belajar bersama dan mendengarkan. Dengan penyuluhan dan pendampingan ini masyarakat sebagai mitra di didik untuk lebih berdaya dengan peningkatan kesadaran, pengetahuan, pembiayaan, kesanggupan dan kebersamaan. Pendampingan dilakukan secara intensif supaya masyarakat memiliki kesadaran dan mampu menghasilkan mutu kopi bubuk yang baik yaitu memiliki standart kualitas kesehatan dalam produksinya, sehingga dapat diterima oleh masyarakat dan memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi dengan terbitnya ijin edar yaitu nomor PIRT dari dinas kesehatan.

6.3. Pelatihan Pengolahan Kopi Instan Rasa Buah

6.3.1. Realisasi Pemecahan Masalah

Realisasi pemecahan masalah pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui penyuluhan dan pelatihan pengolahan kopi instan rasa buah difokuskan pada pemanfaatan potensi pertanian lokal di Desa Harjomulyo yaitu produk kopi dan nangka. Pengolahan lebih lanjut kedua produk pertanian ini menjadi satu produk yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi yaitu kopi rasa

buah. Fokus utama pada kegiatan ini yaitu bagaimana menciptakan nilai tambah pada produk pertanian yang memiliki potensi besar namun belum termanfaatkan dengan baik.

Upaya penyampaian maksud dan tujuan kegiatan ini kepada masyarakat dilakukan secara bertahap untuk merangsang ketertarikan warga terhadap pemanfaatan produk kopi dan nangka. Berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan di desa Harjomulyo dapat diketahui bahwa tingkat Indeks Pembangunan Manusia tergolong rendah. Mata pencaharian warga untuk mencukupi kebutuhan hidup antara lain sebagai petani, buruh perkebunan, wiraswasta, guru dan lainnya. Bahkan banyak warga yang tidak memiliki pekerjaan tetap setelah lulus sekolah. Kondisi tersebut yang melatar belakangi kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan di Desa Harjomulyo.

Pendekatan dilakukan kepada warga dengan memberikan pandangan mengenai besarnya potensi desa yang belum termanfaatkan secara optimal. Serta pemberian motivasi mengenai pentingnya berwirausaha sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan pendapatan. Warga Desa Harjomulyo sangat tertarik dengan program yang diberikan sehingga kegiatan pelatihan dan pendampingan pembuatan produk olahan kopi rasa buah dapat dilaksanakan secara bertahap. Tahapan-tahapan kegiatan sebagai bentuk pengenalan warga terhadap program mulai dari tujuan utama program, manfaat, proses pembuatan sampai warga dapat memproduksi sendiri.

Pelaksanaan kegiatan ini dimulai tanggal 3, 17, dan 26 Oktober 2016; tanggal 3, 8, 15, dan 24 November 2016; serta tanggal 3 Desember 2016 pada pukul 9.00 WIB sampai kegiatan berakhir. Serangkaian kegiatan ini seperti koordinasi peserta bersama Kepala Desa, koordinasi tim pelaksana, sosialisasi kegiatan, persiapan alat dan bahan, pelaksanaan pelatihan pembuatan kopi rasa buah, dan pendampingan. Koordinasi peserta dilakukan bersama Kepala Desa dengan bermusyawarah untuk menentukan siapa saja yang berhak dan berminat menjadi peserta. Koordinasi tim pelaksana merupakan bentuk komunikasi antara pihak warga desa dengan pihak Unej, dengan pihak desa diwakili oleh 1 warga yang bertugas menyampaikan informasi diantara kedua belah pihak. Sosialisasi

kegiatan merupakan proses pengenalan kegiatan kepada warga tentang pemanfaatan kopi dan nangka. Persiapan alat dan bahan dilakukan oleh kedua pihak untuk persiapan alat seperti pembelian mesin penyangrai kopi, alat-alat pendukung disediakan oleh pihak unej sedangkan bahan seperti biji kopi disediakan oleh warga. Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi dua waktu yang berbeda yang pertama yaitu pelatihan sangrai kopi menggunakan mesin dan yang kedua yaitu pelatihan pembuatan serbuk buah nangka sebagai aroma kopi. Selanjutnya pendampingan kepada warga untuk praktek sendiri membuat kopi rasa buah.

6.3.2. Khalayak Sasaran

Pada kegiatan pelatihan dan pendampingan proses Pengolahan Kopi Rasa Buah khalayak sasaran kegiatan ini yakni seluruh warga Desa Harjomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember. Sasaran utama kegiatan pelatihan dan pendampingan pengolahan kopi rasa buah yaitu pada ibu muslimat Desa Harjomulyo yang sebagian besar merupakan ibu rumah tangga yang tidak berpenghasilan serta para perempuan yang putus sekolah dan belum mendapatkan pekerjaan. Jumlah khalayak sasaran yang terdaftar pada kegiatan ini kurang lebih 30 orang.

6.3.3. Metode yang Digunakan

Metode yang digunakan pada pengolahan kopi rasa buah yaitu dengan pelatihan, praktek, dan pendampingan. Kegiatan pelatihan dibagi menjadi dua sesi kegiatan, sesi pertama yaitu sosialisasi di ruangan dan yang kedua yaitu pelatihan pengolahan kopi rasa buah. Pada sosialisasi di ruangan peserta diberi penjelasan mengenai manfaat dan tata cara pembuatan kopi rasa buah. Pemaparan cara pembuatan juga dilengkapi dengan buku pedoman cara pembuatan yang didalamnya terdapat langkah-langkah serta foto cara pembuatan. Peserta dapat berinteraksi secara langsung dengan pemateri sehingga terjadi komunikasi dua arah melalui diskusi. Pelatihan pengolahan kopi rasa buah dilakukan setelah sosialisasi ruang selesai. Peserta yang sudah memiliki sedikit gambaran mengenai proses pembuatan dapat belajar secara langsung bagaimana proses pembuatannya.

Proses pengolahan diawali dengan mengumpulkan kopi yang telah dibawa oleh masing-masing ibu-ibu. Pencucian terhadap bahan baku kopi sampai dikeringkan. Setelah itu kopi dimasukkan ke dalam mesin penyangrai yang memiliki kapasitas 100 kg. Mesin penyangrai kopi dirancang sendiri dengan menggunakan 2 bahan bakar yaitu gas dan briket. Hal ini dilakukan agar penghematan energi dapat terjadi dengan pemanfaatan limbah kulit kopi menjadi briket serta integrasi antar program dapat terjadi. Penyangraian kopi kira-kira memerlukan waktu 30 menit tergantung banyaknya kopi yang disangrai serta diatur dengan suhu tertentu. Tak lupa kematangan kopi selalu dicek agar kopi matang sempurna. Setelah matang biji kopi didinginkan untuk selanjutnya di haluskan menjadi bubuk.

Proses selanjutnya yaitu membuat perasa buah dengan menggunakan buah nangka yang dibubukkan. Buah nangka diproses mulai dari penghalusan, pemanasan sampai penghancuran hingga menjadi bubuk nangka. Untuk menghasilkan kopi rasa buah maka diperlukan pencampuran antara bubuk nangka dengan bubuk kopi dengan bubuk nangka dengan perbandingan 2:1 yaitu 2 sendok bubuk kopi dicampur dengan 1 sendok bubuk nangka. Warga langsung mencoba rasa kopi rasa buah yang memiliki aroma kuat khas buah nangka.

Kegiatan selanjutnya yaitu praktek, ibu muslimat mempraktekkan sendiri bersama anggota kelompoknya untuk membuat kopi rasa buah. Peserta mencoba praktek langsung seluruh proses pembuatan kopi. Hal ini dilakukan untuk melatih keterampilan ibu muslimat agar cepat bisa mengolah sendiri. Sebab nantinya usaha ini juga akan dilakukan oleh ibu muslimat beserta anggotanya. Pendampingan dilakukan bersamaan dengan kegiatan praktek langsung. Ibu muslimat yang kurang mengerti proses pembuatan dapat langsung bertanya dan langsung didampingi sampai benar-benar bisa. Pelaksanaan pendampingan berjalan selama beberapa hari hingga ibu muslimat mampu untuk produksi kopi ras buah sendiri

6.4. Pelatihan Pengemasan Kopi Rasa Buah

6.4.1. Realisasi Pemecahan Masalah

Produksi kopi rasa buah yang diusahakan oleh warga masyarakat Desa Harjomulyo memerlukan kemasan yang higienis dan menarik agar lebih diminati oleh konsumen. Kemasan menjadi salah satu faktor penting selain sebagai pelindung produk dari kontaminasi zat lain, kemasan juga menjadi sarana pemasaran yang tepat. Kegiatan pelatihan dan pendampingan pengemasan kopi rasa buah difokuskan pada pemberian pengertian kepada peserta tentang pentingnya proses pengemasan serta menambah keterampilan bagaimana cara mengemas yang baik dan benar.

Peserta pelatihan beranggapan bahwa untuk produk kopi rasa buah hanya dikemas menggunakan plastik biasa saja karena menurut mereka kopi merupakan minuman yang merakyat dan sudah banyak dinikmati oleh seluruh masyarakat. Menurut peserta keberadaan kemasan tidak menjadi hal yang penting karena faktor produk yang lebih diutamakan yaitu kopi. Pelatihan dan pendampingan proses pengemasan bertujuan untuk memberikan penjelasan kepada masyarakat mengenai manfaat kemasan secara lebih jauh. Hal ini dilakukan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang pentingnya kemasan selain itu untuk merubah persepsi masyarakat tentang fungsi kemasan yang menurut mereka tidak begitu penting.

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 3, 17, dan 26 Oktober 2016; tanggal 3, 8, 15, dan 24 November 2016; serta tanggal 3 Desember 2016 yang dimulai pukul 9.00 WIB sampai kegiatan berakhir. Pelaksanaan kegiatan selama 8 kali pertemuan dimana masing-masing kegiatan terdapat pembagian sub kegiatan. Pada pertemuan awal merupakan pengenalan sekaligus sosialisasi program kegiatan, selanjutnya koordinasi peserta, koordinasi tim pelaksana, persiapan alat dan bahan, pelaksanaan, pelatihan, dan pendampingan. Sosialisasi program dilakukan pada awal kegiatan dengan meminta bantuan Kepala Desa untuk mengumpulkan warga. Masyarakat diberikan penjelasan mengenai rencana program, tujuan, sasaran dan manfaat bagi masyarakat. Setelah melihat antusiasme warga maka proses selanjutnya yaitu koordinasi siapa saja yang

berminat untuk mengikuti program. Koordinasi tim pelaksana dibantu oleh salah satu warga Desa Harjomulyo untuk mengkomunikasikan antara kedua belah pihak mulai awal kegiatan sampai akhir. Pelaksanaan dilakukan setelah proses pengolahan kopi rasa buah selesai. Persiapan peralatan dan bahan disediakan oleh pihak Unej berupa mesin sealer dan kemasan stand pouch yang berbahan aluminium foil.

6.4.2. Khalayak Sasaran

Pada kegiatan pelatihan dan pendampingan Proses Pengemasan Kopi Rasa Buah, khalayak sasaran kegiatan ini sama dengan peserta Pengolahan Kopi Rasa Buah yaitu seluruh warga Desa Harjomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember. Sasaran utama kegiatan pelatihan dan pendampingan pengemasan kopi rasa buah yakni ibu muslimat Desa Harjomulyo yang sebagian besar merupakan ibu rumah tangga yang tidak berpenghasilan serta para perempuan yang putus sekolah dan belum mendapatkan pekerjaan. Jumlah khalayak sasaran yang terdaftar pada kegiatan ini kurang lebih 30 peserta dengan usia mulai 20 tahun sampai 40 tahun.

6.4.3. Metode yang Digunakan

Pelatihan Pengemasan Kopi Rasa Buah dilakukan dengan metode ceramah dan praktek. Pada awal kegiatan dilakukan metode ceramah dengan memberikan penjelasan kepada masyarakat mengenai pentingnya pengemasan produk terutama pada produk kopi rasa buah. Kegiatan ini sekaligus meluruskan persepsi masyarakat yang terlanjur beranggapan bahwa kemasan tidak terlalu penting pada sebuah produk. Pemateri menjelaskan bahwa terdapat beberapa manfaat kemasan diantaranya lain melindungi makanan dari kontaminasi zat lain, menjaga higienisan produk, memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen, menambah citra produk serta memudahkan konsumen dalam membawa produk. Penyampaian materi dilakukan di ruangan yang terdapat di salah satu rumah warga, terdapat interaksi dua arah pada kegiatan ini. Peserta bebas mengajukan berbagai macam pertanyaan dan saran untuk keberlangsungan produk. Diskusi positif juga tercipta sehingga kegiatan ceramah terasa lebih hidup.

Apabila dirasa peserta sudah cukup paham dan mengerti mengenai pentingnya proses pengemasan maka selanjutnya kegiatan praktek mulai dilaksanakan. Pemateri menjelaskan masing-masing alat dan bahan yang diperlukan serta menjelaskan fungsi dari masing-masing alat. Pada proses bahan yang digunakan yaitu kemasan jenis standing pouch dengan bahan aluminium foil. Pemilihan bahan kemasan ini dikarenakan untuk melindungi produk dari absorpsi kelembaban atmosfer yang dapat menyebabkan penggumpalan dan penurunan aroma produk serta kemasan dapat berdiri dan memiliki zipper. Adanya zipper memudahkan dalam pengemasan serta dapat menjaga produk tetap bersih. Selain itu pemilihan kemasan ini dengan warna emas dan coklat diharapkan dapat menciptakan citra produk untuk konsumen menengah ke atas.

Pemateri memberikan contoh bagaimana cara mengemas dengan baik, setelah produk dimasukkan ke dalam kemasan segera ditutup dengan zipper yang tersedia. Setelah itu dapat ditambah dengan merekatkan kemasan dengan menggunakan mesin sealer. Hal ini dilakukan untuk lebih meyakinkan bahwa kemasan benar-benar tertutup rapat dan tidak terkontaminasi bahan dari luar. Peserta selanjutnya mencoba mengemas produk sendiri yang sebelumnya telah dibagi beberapa kelompok untuk bekerja sama dibidang pengemasan. Sehingga bagi peserta yang berkewajiban terhadap pengemasan produk dapat lebih paham dan menguasai cara-cara pengemasan. Kegiatan pendampingan dilaksanakan selama proses kegiatan dari awal hingga kegiatan berakhir. Pendampingan lebih intensif dilakukan ketika peserta memulai untuk produksi sendiri diluar penyampaian materi. Hal ini juga untuk lebih memantapkan peserta sebelum benar-benar memulai usaha pembuatan kopi rasa buah.

6.5 Kegiatan Pelatihan dan Pembuatan Briket Arang dari Kulit Biji Kopi untuk Menciptakan Kemandirian Energi

6.5.1 Analisis Hasil Kegiatan

Kegiatan pelatihan dan pembuatan Briket Arang dari Kulit biji kopi ini dilaksanakan di desa Harjomulyo Silo Jember. Kegiatan ini dilaksanakan secara berkesinambungan sampai pelaksanaan program selesai. Kegiatan ini dilaksanakan pada kelompok ibu dan remaja muslimat desa Harjomulyo Silo Jember. Masyarakat sasaran diberikan pengarahan, pemahaman, pelatihan dan pendampingan secara terus menerus terkait pemanfaatan limbah kulit kopi menjadi energi terbarukan berupa arang briket. Kegiatan ini diikuti oleh 30 peserta. Pada kegiatan ini dimulai dengan penyuluhan, pelatihan, pembentukan group kader dan pendampingan secara berkesinambungan. Pada tahap pertama, Metode yang digunakan adalah ceramah dan partisipasi aktif sehingga terjadi komunikasi dua arah. Selanjutnya adalah pelatihan intensif pada kader yang sudah dibentuk. Pendampingan pada kader dilakukan secara berkesinambungan supaya terbentuk kelompok kader yang berfungsi sebagai penggerak masyarakat sasaran. Pelatihan dilakukan dengan penyampaian materi oleh pembicara, diskusi dan praktek pembuatan briket arang kulit kopi. Untuk tahap produksi awal, sasaran diberi alat alat yang diperlukan untuk memproduksi briket kulit kopi. Alat tersebut meliputi alat pembakar, alat cetak briket, tungku briket yang bisa terpasang pada mesin sangrai kopi, serta alat lainnya.

Kegiatan ini berlangsung dengan baik. Dari segi kehadiran, hampir semua sasaran selalu hadir dalam setiap undangan pelatihan dan pendampingan. Selama berlangsungnya kegiatan peserta sangat antusias dengan kegiatan ini, terlihat dari banyaknya pertanyaan yang di ajukan menunjukkan ketertarikan sasaran kepada program kegiatan ini serta keaktifan sasaran untuk saling berdiskusi. Secara umum peserta dapat menyerap informasi yang disampaikan. Hal ini terbukti sasaran dapat mempraktikan membuat briket kulit kopi sendiri dengan baik sekaligus memanfaatkannya. Briket limbah kulit kopi ini dapat menekan biaya konsumsi energi pada kegiatan rumah tangga yaitu untuk aktivitas di dapur,

sekaligus dapat menekan konsumsi energi yang harus dibayarkan ketika mengoperasikan alat produksi kopi seperti alat sangrai kopi.

6.5.2 Faktor Pendorong

Beberapa faktor pendorong yang menunjang keberhasilan program kegiatan ini adalah :

1. Ketersediaan bahan baku limbah ampas kopi yang melimpah
2. Bahan bahan mudah didapatkan dan murah karena memanfaatkan bahan lokal desa
3. Antusias dari peserta terhadap materi yang disampaikan
4. Penyampaian materi yang komunikatif, serius dan santai
5. Materi sesuai dengan kebutuhan (sesuai permasalahan yang ada)
6. Alat bantu dan media yang representatif.

6.5.3 Faktor Penghambat

Beberapa faktor penghambat yang menunjang keberhasilan program kegiatan ini adalah :

1. Lokasi desa yang cukup jauh dan akses jalan yang kurang mendukung.
2. Akses komunikasi terbatas
3. Keberagaman latar belakang peserta.

6.6 Pelatihan dan Pendampingan Higienitas Produksi Kopi , Cara Produksi Pangan yang Baik- Industri Rumah Tangga (CPPB-IRT)

6.6.1 Analisa Hasil Kegiatan

Cara produksi pangan yang baik skala rumah tangga, harus dipenuhi oleh setiap industri rumah tangga. Cara produksi pangan yang baik akan menghasilkan mutu pangan yang baik sehingga makanan dapat dipasarkan ke masyarakat.

Kegiatan pelatihan, pendampingan dan pengurusan sertifikat ijin edar makanan yaitu kopi, dilaksanakan di desa Harjomulyo Silo Jember. Kegiatan ini dilaksanakan secara berkesinambungan sampai pelaksanaan program selesai. Kegiatan ini dilaksanakan pada kelompok ibu dan remaja muslimat desa

Harjomulyo Silo Jember yang akan kontak dengan proses produksi kopi desa harjomulyo, baik yang kontak langsung maupun tidak langsung.

Masyarakat sasaran diberikan pengarahan, pemahaman, pelatihan dan pendampingan secara terus menerus terkait bagaimana cara produksi pangan yang baik sehingga dapat sertifikat penyuluhan dan sertifikat ijin edar makanan berupa nomor PIRT dengan 3 macam kemasan. Kegiatan ini diikuti oleh 30 peserta. Pada kegiatan ini dimulai dengan penyuluhan, pelatihan, pembentukan group kader dan pendampingan secara berkesinambungan. Pada tahap pertama, Metode yang digunakan adalah ceramah dan partisipasi aktif sehingga terjadi komunikasi dua arah. Selanjutnya adalah pelatihan intensif pada kader yang sudah dibentuk. Pendampingan pada kader dilakukan secara berkesinambungan supaya terbentuk kelompok kader yang berfungsi sebagai penggerak masyarakat sasaran untuk memproduksi kopi dengan selalu memperhatikan aspek higiene dan sanitasi supaya kopi yang dihasilkan memenuhi standart mutu pangan dan memiliki nilai ekonomis yang lebih tinggi.

Pelatihan dilakukan dengan penyampaian materi oleh pembicara, diskusi dan praktek proses produksi kopi dengan standar higiene dan sanitasi. Untuk kemudian sasaran dilengkapi dengan alat alat yang diperlukan untuk penerapan standart higiene dan sanitasi seperti celemek, penutup kepala, sarung tangan dll. Sasaran juga mendapatkan materi bagaimana standar lokasi tempat produksi makanan yang harus dipenuhi.

Kegiatan ini berlangsung dengan baik. Dari segi kehadiran, hampir semua sasaran selalu hadir dalam setiap undangan pelatihan dan pendampingan. Selama berlangsungnya kegiatan peserta sangat antusias dengan kegiatan ini, terlihat dari banyaknya pertanyaan yang di ajukan menunjukkan ketertarikan sasaran kepada program kegiatan ini serta keaktifan sasaran untuk saling berdiskusi. Secara umum peserta dapat menyerap informasi yang disampaikan. Hal ini terbukti sasaran dapat mempraktikan cara berinteraksi dengan makanan pada proses produksi kopi. Sehingga mitra sudah lolos untuk mendapatkan sertifikat penyuluhan dan ijin edar pangan dengan tiga nomor PIRT yang berlaku selama lima tahun.

6.6.2 Faktor Pendorong

Beberapa faktor pendorong yang menunjang keberhasilan program kegiatan ini adalah :

1. Antusias dari peserta terhadap materi yang disampaikan
2. Penyampaian materi yang komunikatif, serius dan santai
3. Materi sesuai dengan kebutuhan (sesuai permasalahan yang ada)
4. Alat bantu dan media yang representatif.

6.6.3 Faktor Penghambat

Beberapa faktor penghambat yang menunjang keberhasilan program kegiatan ini adalah :

1. Lokasi desa yang cukup jauh dan akses jalan yang kurang mendukung.
2. Akses komunikasi terbatas
3. Keberagaman latar belakang peserta.

6.7. Kegiatan Pelatihan Pengolahan Kopi Rasa Buah

6.7.1 Analisis Hasil Kegiatan

Kegiatan pelatihan pengolahan kopi rasa buah telah dilakukan di Desa Harjomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember dengan khalayak sasaran yaitu ibu-ibu dan pemuda muslimat. Kegiatan ini dilaksanakan dengan beberapa tahapan, kurang lebih terdapat 8 kali pertemuan untuk seluruh kegiatan. Banyaknya serangkaian kegiatan ini merupakan salah satu bentuk strategi yang digunakan dalam upaya pendekatan dan pengenalan program baru pada masyarakat agar dapat lebih diterima. Pada umumnya masyarakat sulit untuk menerima program atau kegiatan yang menurut sebagian orang belum memberikan hasil. Sehingga dengan proses pendekatan dan pengenalan yang cukup lama serta dengan meyakinkan pada warga bahwa program ini pada dasarnya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat maka masyarakat menerima dengan senang hati.

Masyarakat sasaran begitu antusias dalam menjalani setiap proses kegiatan hal ini dibuktikan dengan banyaknya jumlah peserta yang hadir, hampir di setiap pertemuan jumlah yang hadir kurang lebih 30 peserta. Antusiasme masyarakat yang tinggi dikarenakan masyarakat terutama ibu-ibu muslimat yang juga sebagai ibu rumah tangga ingin membantu perekonomian keluarga dengan berwirausaha. Penyampaian materi dilakukan dengan diawali dengan ceramah di dalam ruangan mengenai penjelasan proses pembuatan kopi aroma buah. Hal ini dilakukan agar peserta memiliki gambaran mengenai alur pembuatan sebelum praktek langsung. Pada sesi ini peserta bebas bertanya dan mengutarakan pendapatnya terkait produk kopi rasa buah sehingga diskusi berjalan dua arah.

Praktek pengolahan kopi rasa nangka dilakukan di ruangan tersendiri yang telah dilengkapi dengan mesin penyangrai. Mesin penyangrai disediakan oleh pihak Unej dengan didesain menggunakan 2 jenis bahan bakar yaitu briket dan gas. Hal ini dilakukan untuk penghematan energi dan sinkronisasi dengan tema program pengabdian kepada masyarakat tentang mandiri energi. Alat-alat lain yaitu blender, timbangan digital, nampan, kompor, wajan dan beberapa peralatan dapur yang lain. Serta bahan biji kopi robusta yang dikumpulkan oleh peserta. Proses pembuatan dimulai dengan penyangraian, penggilingan dan pembuatan bubuk buah nangka.

Proses ini berjalan dengan lancar hal ini dibuktikan dengan semangat yang ditunjukkan oleh peserta selama mengikuti serangkaian kegiatan. Peserta memperhatikan dan mempraktekkan langsung proses pengolahan kopi rasa buah. Proses pendampingan juga berlangsung baik hal ini terbukti dengan melihat peserta telah benar dalam pengolahan kopi rasa buah dengan tanpa dipraktekkan oleh pemateri. Dengan kata lain pada saat pemberian materi peserta memperhatikan dengan seksama sehingga dapat memproduksi sendiri. Pada kegiatan ini diharapkan peserta dapat bersinergi dengan peserta lain yang bertanggungjawab pada pembuatan briket sehingga pada penyangraian dapat memanfaatkan briket untuk bahan bakar. Kemandirian energi akan tercipta dan dapat mengurangi biaya produksi sehingga keuntungan dapat dimaksimalkan.

6.7.2. Faktor Pendorong

Faktor pendorong yang dapat mendukung keberhasilan program yaitu sebagai berikut:

1. Potensi penghasil kopi yang baik
2. Lokasi produksi dekat dengan bahan baku
3. Penyampaian materi yang efektif
4. Antusiasme peserta yang tinggi
5. Peralatan dan mesin yang berkualitas
6. Koordinasi antar tim yang baik

6.7.3. Faktor Penghambat

Faktor penghambat yang mendukung terlaksananya program ini yaitu sebagai berikut:

1. Lokasi desa yang jauh dan infrastruktur yang kurang bagus
2. Keterbatasan akses komunikasi
3. Sarana yang kurang mendukung
4. Latar belakang peserta yang beragam

6.8. Pelatihan dan Pendampingan Proses Pengemasan Kopi Rasa Buah

6.8.1. Analisis Hasil Kegiatan

Proses pengemasan yang baik dapat memberikan efek ganda terhadap suatu produk yang dihasilkan. Produk dengan kemasan yang bagus dan menarik akan lebih diminati oleh konsumen. Pentingnya keberadaan kemasan yang bagus karena saat ini perilaku konsumen jauh lebih cermat sebelum mengkonsumsi suatu produk sehingga konsumen akan lebih detail dalam memandang atribut produk. Oleh sebab itu sebagai serangkaian lanjutan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Harjomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember maka pelatihan dan pendampingan proses pengemasan kopi rasa buah perlu dilakukan. Sasaran peserta pada kegiatan ini sama dengan peserta pada pengolahan kopi buah yaitu ibu-ibu dan pemudi muslimat.

Pada kegiatan ini pemateri memberikan ceramah mengenai pentingnya dan manfaat penggunaan kemasan pada produk. Selain itu pemateri juga menjelaskan

tata cara pengemasan dengan menggunakan mesin sealer. Alat dan bahan untuk pengemasan telah disediakan oleh pihak dari Unej, masyarakat hanya perlu menyediakan meja dan beberapa alat yang dibutuhkan. Penjelasan melalui ceramah berlangsung aktif, komunikasi berjalan dua arah dan terdapat interaksi diantara pemateri dengan peserta. Dapat dikatakan pada proses ini kegiatan berjalan dengan lancar dan baik. Peserta aktif bertanya dan menyumbangkan saran untuk keberlanjutan usaha.

Kegiatan selanjutnya yaitu praktek, yang sebelumnya peserta hanya mendengarkan pemateri menjelaskan tata cara pada kali ini peserta dapat ikut mempraktekkan cara pengemasan yang baik. Peserta yang bertanggung jawab di bidang pengemasan langsung mencoba cara mengemas kopi. Pada awalnya kopi kemasan ditimbang pada timbangan digital dan kemudian diisi dengan produk kopi bubuk. Pengisian kopi rasa buah disesuaikan dengan takaran kemasan, misalnya pada produk ini akan dikemas dengan berat 150 g. Setelah itu peserta belajar merekatkan tutup dengan menggunakan zipper yang ada di kemasan kemudian direkatkan kembali dengan menggunakan mesin sealer. Label kemasan didesain oleh pihak Unej yang didalamnya terdapat merk, komposisi, cara penyajian, tanggal kadaluarsa dan pemroduksi. Pemilihan merk didiskusikan oleh kedua belah pihak sehingga sepakat memberi nama “Kopi Puncak Raung”.

Proses kegiatan ini berjalan dengan sangat baik, hal ini dibuktikan dengan antusiasme peserta yang tinggi dari awal kegiatan sampai akhir. Selain itu banyaknya jumlah peserta yang hadir yaitu kurang lebih sebanyak 30 peserta. Masyarakat aktif bertanya tentang dimana dan bagaimana untuk memperoleh kemasan standing pouch beserta kemasan. Hal ini membuktikan bahwa peserta sangat ingin memulai usaha dan segera memproduksi kopi rasa buah ini. Peran pihak Unej tidak berhenti sampai disini, pihak Unej akan selalu siap apabila warga masyarakat Harjomulyo membutuhkan bantuan terkait pengembangan produk.

6.8.2. Faktor Pendorong

Faktor pendorong yang dapat mendukung keberhasilan program yaitu sebagai berikut:

1. Materi sesuai dengan kebutuhan pengembangan produk
2. Materi yang disampaikan dapat diterima
3. Pemateri mengkomunikasikan dengan baik
4. Peserta antusias dalam menjalani kegiatan
5. Alat dan bahan yang digunakan berkualitas

6.8.3. Faktor Penghambat

Faktor penghambat yang dapat mendukung keberhasilan program yaitu sebagai berikut:

1. Lokasi desa yang jauh dan infrastruktur yang kurang bagus
2. Keterbatasan akses komunikasi
3. Sarana yang kurang mendukung
4. Latar belakang peserta yang beragam

6.9. Teknik Pengemasan dan Pemasaran Produk Kopi dan Briket

Kopi sebagai minuman berkhasiat dan berenergi pertama kali ditemukan oleh bangsa Etiopia di benua Afrika sekitar 3000 tahun yang lalu. Kata kopi berasal dari kata bahasa Arab yaitu *qahwah* yang berarti kekuatan, karena pada awalnya kopi digunakan sebagai makanan berenergi tinggi. Kata *qahwah* mengalami perubahan menjadi *kahveh* dalam bahasa Turki dan kemudian berubah menjadi *koffie* dalam bahasa Belanda. Penggunaan kata *koffie* diserap ke dalam bahasa Indonesia menjadi kata kopi yang dikenal saat ini. Kopi kemudian terus berkembang hingga saat ini menjadi salah satu minuman paling populer di dunia yang dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat (<http://id.wikipedia.org>).

Kopi didatangkan ke Eropa dari Yaman, di jazirah Arabia. Begitu menggiurkan hasil perdagangan kopi, maka negara-negara Eropa berebut menguasai perdagangan kopi. Kemahsyuran cita rasa kopi juga mampu mendongkrak kesejahteraan rakyat Yaman, sekaligus mengambil peranan besar

dalam perdagangan kopi. Negara yang tidak dapat menguasai perdagangan kopi dari Yaman berusaha mengembangkan di tanah-tanah jajahan.

Awalnya, Perancis berhasil menanam kopi di tanah jajahannya yaitu Guyana.

Keberhasilan ini membuat Brazil ingin menguasai kopi di Guyana. Setelah kopi berhasil ditanam di Brazil, dan Brazil dapat mengalahkan Perancis dalam dominasi perdagangan kopi, maka Perancis menanam Kopi di hampir seluruh tanah jajahan, dan kopi akhirnya menjadi tanaman yang menyebar ke seluruh dunia. Menurut Thomas Stamford Raffles Raffles, dalam buku *History of Java*, kopi mulai ditanam di Indonesia mula-mula pada zaman Gubernur Deandels. Karena Daendels menjadi Gubernur di Indonesia saat Belanda dijajah Perancis, maka Perancis yang saat itu sebagai produsen kopi nomer satu dunia menanam kopi di tanah Parahyangan seperti yang dilakukannya di Guyana yang merupakan jajahan Perancis pula.

Meniru keberhasilan di Guyana, maka tanaman kopi di tanah Parahyangan dijaga ketat. Seseorang yang membawa batang kopi atau hewan peliharaan yang memakan pohon kopi, hukumannya sangat berat. Hewannya dibunuh dan pemiliknya disiksa dan tidak jarang dibunuh pula. Penanaman kopi di Parahyangan berhasil baik dan kopinya diekspor ke pasar Eropa. Hasil perkebunan inilah yang dianggap memperkuat logistik Perancis yang berambisi menguasai Eropa dan Afrika.

Berita keberhasilan Deandels menanam kopi di Indonesia membuat khawatir Inggris yang saat itu sedang berperang dengan Perancis, karena bantuan logistik dan pendanaan perang bagi Perancis dari Deandels di Jawa berbahaya bagi Inggris. Tetapi saat Napoleon menarik Deandels ke Eropa untuk membantu tentara Perancis yang mulai kewalahan, Inggris melihat peluang. Maka kekuatan Inggris di India menggempur Jawa, dan Jawa dapat ditaklukkan. Inggris mengangkat Raffles sebagai Letnan Gubernur. Raffles segera menyebarluaskan tanaman kopi dari Sumatra sampai Jawa Timur.

Tahun 1814 Napoleon kalah di Waterloo oleh tentara gabungan Inggris dan Prusia. Kemudian Inggris pun mengembalikan Nusantara ke Belanda. Dari tiga jajahan Belanda yang tersisa, yaitu Suriname, Madagaskar, hanya Nusantara

yang paling memiliki potensi yang menjajikan yaitu perkebunan yang telah dirintis oleh Daendels dan Raffles. Setelah menumpas pemberontakan Diponegoro, Belanda dengan leluasa memeras bangsa Indonesia tanpa perlawanan. Kerja rodi dipergiat untuk membangun infrastruktur yang berguna untuk menguras bumi Nusantara. Menuju ke daerah-daerah perkebunan dibangun jalan raya dan kereta api, bahkan sampai menembus gunung. Tahun 1885 dibangun terowongan Rowokele di Kebumen. Keberhasilan pembangunan Rowokele mendorong Belanda membangun terowongan Garahan. Betapa besar potensi Banyuwangi terlihat dari tekad Belanda menembus gunung Raung dengan membuat terowongan Garahan panjang 90 meter dan terowongan Mrawan sepanjang 980 meter, serta sebelas jembatan di atas jurang yang kedalamannya mencapai 63 meter.³ Kini Indonesia menduduki peringkat ketiga sebagai produsen kopi dunia setelah Brazil dan Vietnam.

Kopi sebagai spesifikator budaya dipahami sebagai buah budi manusia atau keseluruhan pengetahuan, sikap, perilaku, kebiasaan, dan harapan sekelompok masyarakat yang relatif tetap. Berkaitan dengan seluruh aspek yang berhubungan dengan kopi, mulai produksi sampai pada konsumsi. Bagaimana orang memproduksi kopi mulai dari mendapatkan biji kopi sampai siap dikonsumsi (Anam, et.al., 2013).

Kini terdapat berbagai jenis kopi, yaitu kopi arabika, kopi robusta, kopi ekselsa, kopi buriyah, kopi glondong atau glundung. Ada perkebunan-perkebunan milik masyarakat yang menghasilkan kopi yang baik. Namun dalam pemasarannya para petani kopi rakyat tersebut masih perlu dibimbing. Demikian pula dalam pengemasan (Packaging) nya. Untuk itu mereka perlu mendapatkan pelatihan dan penyuluhan tentang teknik pengemasan dan pemasaran produk kopinya. Demikian pula mereka dapat memanfaatkan limbah kulit kopi menjadi briket kopi, sehingga dapat meningkatkan hasil dari pertanian kopi mereka.

³ <http://padangulan.wordpress.com/tamasya-foto-foto/banyuwangiku-yang-indah/karena-kembang-petetanbrazil-menjadi-pemghasil-kopi-terbesar-didunia/>

Pelaksanaan Pengabdian Teknik Pengemasan dan Pemasaran Produk Kopi dan Briket

Tempat: Desa Harjo mulyo Dusun Lanas Timur, Kec. Silo, Kab. Jember

Waktu: Selasa, 14 Februari 2017, jam 13.00-17.00

Pembicara : Dr. Hari Sukarno dan Edy Hariyadi, S.S., M.Si.

Materi Pelatihan

Manajemen Pemasaran

A. Arti dan Pentingnya Manajemen Pemasaran

Pada era globalisasi saat ini dinamika perubahan lingkungan bisnis makin dirasakan dampaknya oleh banyak organisasi dan perusahaan. Hal ini membuat mereka merasa makin penting untuk memperhitungkan faktor eksternal disamping kesiapan faktor internal untuk menghadapi dinamika perubahan lingkungan bisnis tersebut secara proaktif. Orientasi pasar menjadi satu alternatif penting bagi perusahaan atau organisasi agar lebih mampu menempatkan diri lebih dalam suasana kompetitif (Hunt *and* Morgan, 1995). Dengan orientasi pasar sebagai operasionalisasi dari konsep pemasaran sebagai falsafah, perusahaan akan memperhitungkan keberadaan pelanggan dengan sudut pandang mereka dan pesaing dengan strateginya, sehingga upaya pemasaran dapat dilakukan dengan cara yang lebih efektif dan efisien.

Saat ini pelanggan sebagai pengguna produk semakin kritis dalam memilih produk yang disukai dengan membandingkan satu produk dengan produk lain yang sejenis sesuai keinginan dan kebutuhan mereka. Ketika ada suatu kebutuhan dan keinginan pelanggan yang perlu dan harus dipenuhi, saat itulah pelanggan menghadapi masalah untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan. Masalah itu hanya akan dapat diatasi oleh adanya produk atau jasa tertentu yang memiliki manfaat sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh pelanggan, sehingga pelanggan akan berupaya untuk mendapatkan produk dan jasa yang bermanfaat bagi pemecahan masalah yang dihadapinya (Sheth *et al.*, 1999). Suatu produk atau jasa dirasa mampu memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan, mengandung

arti bahwa produk atau jasa tersebut mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Berkenaan dengan hal tersebut, produsen saat ini dituntut untuk dapat menciptakan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan secara tepat. Untuk mewujudkan hal ini fungsi pemasaran memegang peranan yang sangat penting dalam menjalin komunikasi dengan pelanggan untuk mendapatkan informasi tentang nilai-nilai yang mereka butuhkan dan inginkan yang dapat digunakan sebagai acuan bagi organisasi dalam menciptakan dan menyerahkan nilai yang diinginkan/memuaskan pelanggan melalui penawaran produk yang mereka hasilkan. Dengan seluruh aktivitas fungsi-fungsi yang ada dalam suatu organisasi harus mengacu kepada informasi fungsi pemasaran dalam rangka memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Pemasaran ada di mana-mana. Formal atau informal, orang atau organisasi terlibat dalam sejumlah kegiatan yang dapat disebut pemasaran. Pemasaran yang baik semakin menjadi unsur yang vital bagi keberhasilan bisnis. Pemasaran juga sangat mempengaruhi hidup kita setiap hari, tertanam dalam setiap apa yang kita lakukan dari pakaian yang kita pakai sampai ke iklan yang kita perhatikan.

Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Salah satu definisi pemasaran terpendek adalah memenuhi kebutuhan secara menguntungkan. Seorang pemasar harus mempunyai kecerdasan pemasaran yang mampu mengubah kebutuhan pribadi atau sosial menjadi peluang bisnis yang mampu menghasilkan laba. Pemasaran secara formal didefinisikan sebagai satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.

Tujuan pemasaran bukan untuk memperluas penjualan hingga ke mana-mana. Tujuan pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk atau jasa itu cocok dengan pelanggan dan selanjutnya menjual dirinya sendiri. Idealnya, pemasaran hendaknya menghasilkan seorang pelanggan yang siap untuk membeli. Semua yang dibutuhkan selanjutnya adalah menyediakan produk atau jasa itu.

B. Penerapan Konsep Pemasaran Holistik

Konsep pemasaran holistik didasarkan pada pengembangan, perancangan, dan implementasi program pemasaran, proses pemasaran, dan kegiatan-kegiatan pemasaran yang mengakui keluasan dan interdependensi mereka. Pemasaran holistic mengakui bahwa “segala sesuatu bisa terjadi” pada pemasaran dan bahwa pemasaran perspektif yang luas dan terpadu sering dibutuhkan. Empat komponen dari pemasaran holistik adalah pemasaran hubungan, pemasaran terpadu, pemasaran internal, dan pemasaran yang bertanggung jawab sosial. Dengan demikian pemasaran holistik merupakan satu pendekatan terhadap pemasaran yang mencoba mengakui dan mendamaikan lingkup dan kompleksitas kegiatan pemasaran.

1. Pemasaran hubungan tujuan utamanya adalah mengembangkan hubungan agar bertahan lama dan mendalam dengan semua orang atau organisasi yang dapat secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi kegiatan pemasaran perusahaan. Pemasaran hubungan mempunyai tujuan membangun hubungan jangka panjang yang saling memuaskan dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan utama (pelanggan, pemasok, distributor) dalam rangka mendapatkan serta mempertahankan preferensi dan kelangsungan bisnis jangka panjang mereka.
2. Pemasaran terpadu. Tugas pemasaran adalah merencanakan kegiatan pemasaran dan merakit program pemasaran yang sepenuhnya terpadu untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai bagi konsumen. Program pemasaran terdiri dari sejumlah keputusan tentang pemasaran yang meningkatkan nilai untuk digunakan. Kegiatan-kegiatan pemasaran tampil dalam semua bentuk. Satu lukisan tradisional tentang kegiatan pemasaran adalah dari segi bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya. Alat-alat ini mencakup empat kelompok besar yang biasa disebut empat P tentang pemasaran: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Empat P menggambarkan pandangan penjual tentang alat pemasaran yang tersedia untuk mempengaruhi pembeli. Dari sudut pandang

pembeli, setiap alat pemasaran dirancang untuk menyerahkan manfaat pelanggan. Empat P penjual berhubungan dengan empat C pelanggan, yaitu:

Empat P

Produk (*product*)

Harga (*price*)

Tempat (*place*)

Promosi (*promotion*)

Empat C

Solusi pelanggan (*customer solution*)

Biaya pelanggan (*customer cost*)

Kenyamanan (*convenience*)

Komunikasi (*communication*)

Tujuan pemasaran terpadu adalah bahwa (1) banyak kegiatan pemasaran berbeda dimanfaatkan untuk mengkomunikasikan dan menyerahkan nilai dan (2) semua kegiatan pemasaran dikoordinasikan untuk memaksimalkan efek bersama mereka.

3. Pemasaran internal bertugas merekrut, melatih, dan memotivasi karyawan yang mampu untuk melayani pelanggan dengan baik. Itu berarti tidak menjajikan layanan unggul sebelum staf perusahaan siap memberikannya. Pemasaran internal harus berlangsung pada dua level. Pada level satu, berbagai fungsi pemasaran: tenaga penjual, iklan, layanan pelanggan, manajemen produk, riset pemasaran) harus berkerja bersama. Pada level lain, pemasaran harus dirangkul oleh departemen lain. Mereka juga harus memikirkan pelanggan. Pemasaran bukan satu departemen yang menjadi orientasi koperasi. Pemikiran pemasaran harus diserap di seluruh fungsi usaha koperasi.
4. Pemasaran yang bertanggung jawab sosial. Pemasaran holistik menggabungkan pemasaran yang bertanggung jawab sosial dan pemahaman masalah-masalah yang lebih luas serta konteks etis, lingkungan hidup, hukum dan sosial dari kegiatan dan program pemasaran. Sebab dan efek dari pemasaran jelas merentang melampaui koperasi dan konsumen mencapai masyarakat secara keseluruhan. Tanggung jawab sosial juga menuntut para pemasar untuk secara cermat mempertimbangkan peran yang dapat mereka mainkan dari segi kesejahteraan sosial.

C. Konsep-konsep Inti Pemasaran

1. Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan

Kebutuhan merupakan tuntutan dasar manusia. Kebutuhan-kebutuhan itu menjadi keinginan bila diarahkan kepada sasaran-sasaran spesifik yang mungkin dapat memenuhi kebutuhan. Permintaan adalah keinginan akan produk-produk spesifik yang didukung oleh kemampuan untuk membayar. Para pemasar tidak menciptakan kebutuhan akan tetapi kebutuhan telah lama ada sebelum pemasar. Pemasar, bersama dengan pengaruh-pengaruh masyarakat lain, mempengaruhi keinginan. Pemasar mungkin mempromosikan gagasan bahwa sebuah produk akan memuaskan kebutuhan akan status sosial. Akan tetapi, mereka tidak menciptakan kebutuhan akan status Sosial.

Dengan demikian, maka dalam menentukan jenis produk dan jasa serta cara mendistribusikannya harus selalu mengacu kepada kebutuhan, keinginan, dan permintaan dari anggotanya, sehingga tujuan mensejahterakan anggota koperasi bisa terwujud.

2. Pasar Sasaran, Penentuan Posisi, dan Segmentasi

Perusahaan memutuskan segmen mana yang menjanjikan peluang paling besar, yang merupakan pasar sasaran. Untuk masing-masing pasar sasaran yang terpilih, perusahaan mengembangkan suatu tawaran pasar. Tawaran ini diposisikan di pikiran para pembeli sasaran sebagai sesuatu yang memberikan beberapa manfaat sangat penting. Perusahaan melakukan yang terbaik ketika mereka memilih pasar sasaran mereka secara cermat dan mempersiapkan program pemasaran terjal. In.

Dalam hal penentuan pasar sasaran, posisi, dan segmentasi harus jelas, Dengan demikian pasar sasaran, positioning dan segmentasi dilakukan berdasarkan kebutuhan, keinginan dan daya beli anggotanya.

3. Tawaran dan Merek

Perusahaan mengajukan kebutuhan-kebutuhan dengan mencetuskan suatu usulan/proposisi nilai, suatu perangkat manfaat yang mereka tawarkan kepada pelanggan guna memuaskan kebutuhan mereka. Proposisi nilai

yang tak berwujud dibuat menjadi gabungan produk, jasa, informasi, dan pengalaman. Merek adalah tawaran dari suatu sumber yang sudah dikenal. Semua perusahaan berusaha keras untuk membangun kekuatan merek yakni, citra merek yang kuat, menyenangkan dan unik.

4. Nilai dan kepuasan

Tawaran yang dilakukan perusahaan akan berhasil jika memberikan nilai dan kepuasan kepada pembeli sasaran utama. Sebagai pembeli, memilih diantara beraneka ragam tawaran yang dianggap memberikan nilai paling banyak. Nilai mencerminkan manfaat dan bisa berwujud dan tak berwujud bagi pelanggan. Nilai dapat dilihat terutama sebagai kombinasi, mutu, jasa, dan harga yang disebut “tiga serangkai nilai pelanggan.” Nilai meningkat mengikuti mutu dan jasa serta menurun mengikuti harga, walaupun faktor-faktor lain dapat juga memainkan peran penting. Nilai merupakan konsep sentral pemasaran. Pemasaran dapat dilihat sebagai indentifikasi, kreasi, komunikasi, pengiriman, dan pemantauan nilai pelanggan. Kepuasan mencerminkan penilaian komparatif seseorang yang merupakan hasil dari kinerja yang dirasakan dari produk dalam hubungan dengan harapannya. Jika kinerja jauh di bawah harapan, pelanggan tidak puas dan kecewa. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melampaui harapan, pelanggan sangat puas atau sangat senang.

5. Saluran pemasaran

Untuk mencapai pasar sasaran, perusahaan sebagai pemasar dapat menggunakan tiga jenis saluran pemasaran, yaitu:

- a. Saluran komunikasi digunakan untuk menyerahkan dan menerima pesan dari pembeli sasaran. Saluran komunikasi yang meliputi surat kabar, radio, televisi, papan iklan dan lain-lain. Lebih jauh dari itu, komunikasi disalurkan melalui ekspresi wajah dan pakaian, penampilan toko-toko eceran, dan banyak media lain;
- b. Pemasar menggunakan saluran distribusi untuk memamerkan atau menyerahkan produk fisik atau jasa kepada pembeli atau pengguna. Termasuk disini distributor, grosir, pengecer, dan agen. Pemasar juga

menggunakan saluran jasa untuk melakukan transaksi dengan pembeli potensial.

- c. Saluran jasa mencakup pergudangan, perusahaan angkutan, bank, dan perusahaan asuransi yang memudahkan transaksi.

6. Persaingan

Persaingan mencakup semua tawaran dari pesaing serta barang pengganti yang aktual dan potensial yang mungkin dipertimbangkan oleh pembeli. Oleh karena itu koperasi harus mampu menghadapi dan memenangkan persaingan dalam menjalankan usahanya.

7. Lingkungan Pemasaran

Lingkungan pemasaran terdiri dari lingkungan tugas dan lingkungan luas pemasaran. Lingkungan tugas mencakup aktor-aktor dekat yang terlibat dalam memproduksi, menyalurkan, dan mempromosikan tawaran. Aktor-aktor utamanya adalah perusahaan, pemasok, distributor, dealer, dan pelanggan sasaran. Lingkungan luas terdiri dari enam komponen, yakni lingkungan demografis, lingkungan ekonomi, lingkungan alam, lingkungan teknologi, lingkungan hukum dan politik, dan lingkungan social budaya. Lingkungan-lingkungan itu mengandung kekuatan-kekuatan yang dapat membawa dampak utama bagi para pelaku di lingkungan tugas. Perusahaan sebagai pelaku pasar harus memberi perhatian besar terhadap kecenderungan dan perkembangan lingkungan-lingkungan itu serta melakukan penyesuaian sewaktu-waktu atas strategi pemasarannya.

8. Perencanaan Pemasaran

Proses perencanaan pemasaran terdiri dari menganalisis peluang pemasaran, menyeleksi pasar sasaran, merancang strategi pemasaran, mengembangkan program pemasaran, dan mengelola usaha pemasaran. Perusahaan harus melakukan perencanaan pemasaran dalam menjalankan usahanya agar kegiatan pemasaran dapat dikoodinasikan untuk mewujudkan tujuan perusahaan.

D. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen mempunyai sifat yang kompleks, karena terdiri dari banyak variabel yang bervariasi dan cenderung berinteraksi. Perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang dan jasa ekonomi termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut. Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan yang dipengaruhi beberapa faktor, termasuk aktivitas fisik dalam usaha mencari informasi mengenai suatu produk dan jasa, untuk melakukan evaluasi, menerima, membeli, dan menggunakan suatu produk yang ditawarkan.

Pemahaman tentang konsumen dan proses konsumsi akan menghasilkan sejumlah manfaat, yang diantaranya adalah kemampuan untuk membantu para manajer mengambil keputusan, memberikan para peneliti pemasaran pengetahuan dasar ketika menganalisis konsumen, membantu legislator negara serta pembuat peraturan menciptakan hukum dan peraturan yang berhubungan dengan pembelian dan penjualan barang atau jasa, dan membantu konsumen menengah dalam pengambilan keputusan yang lebih baik. Lebih lanjut, mempelajari perilaku konsumen dan memperdalam pemahaman anda tentang faktor-faktor psikologi, sosiologi, dan ekonomi yang mempengaruhi semua perilaku konsumen.

Pentingnya pemahaman tentang konsumen dapat ditemukan pada definisi pemasaran, yaitu kegiatan manusia yang ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Bagi para pemasar untuk menciptakan pertukaran yang berhasil, mereka harus memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pengetahuan mengenai perilaku konsumen juga dapat membantu pengembangan kebijakan publik. Kebijakan publik yang menyangkut perilaku konsumen adalah pengembangan hukum dan peraturan yang mempengaruhi para konsumen di dunia bisnis. Pada bagian legislatif, pembuat peraturan, dan pengadilan, biasanya berhubungan dengan masalah-masalah konsumen.

Konsumen sebagai pengguna produk semakin pandai dalam memilih produk yang disukai dengan membandingkan satu produk dengan produk lain yang sejenis sesuai keinginan dan kebutuhan mereka. Oleh karena itu dalam memasarkan produknya, pemasar harus pandai membaca situasi pasar serta harus mampu mengkomunikasikan keberadaan dan keunggulan produknya dibandingkan produk pesaingnya. Berkenaan dengan hal ini produsen saat ini dituntut untuk dapat menciptakan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen secara cepat (berorientasi pada konsumen).

Orientasi konsumen/pelanggan merupakan faktor kunci keberhasilan dunia pemasaran modern. Setiap organisasi, baik yang berorientasi pada laba maupun nirlaba, wajib menggunakan sudut pandang konsumen dalam merencanakan dan mengorganisasikan aktivitas-aktivitas pemasarannya. Untuk dapat merencanakan dan mengorganisasikan aktivitas-aktivitas pemasaran tersebut agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan (sudut pandang) konsumen, maka setiap organisasi harus mengenal konsumennya. Untuk dapat mengenal konsumen perlu mempelajari perilaku konsumen sebagai perwujudan dari setiap aktivitas jiwa manusia itu sendiri.

Akan tetapi, memahami perilaku konsumen bukanlah pekerjaan gampang. Perilaku konsumen terdiri dari banyak variabel yang bervariasi dan cenderung berinteraksi, sehingga perilaku konsumen mempunyai sifat yang sangat kompleks dan sukar diprediksi. Pendekatan-pendekatan yang selama ini banyak digunakan untuk menyingkap sikap, minat, perilaku konsumen mengasumsikan bahwa konsumen bersikap rasional dalam setiap keputusan pembelian mereka.

Untuk dapat memahami perilaku konsumennya, suatu perusahaan harus melakukan analisis terhadap perilaku konsumen. Sebelum perusahaan menganalisis perilaku konsumen, maka perusahaan perlu memikirkan terlebih dahulu hal-hal sebagai berikut:

1. Siapakah konsumen perusahaan?
2. Apa yang menjadi kebutuhan mereka?
3. Kapan dan bagaimana mereka membeli?

4. Kemudian dalam proses pembelian:

- a. Siapa pencetus inisiatifnya?
- b. Siapakah pemberi pengaruhnya?
- c. Siapakah pengambil keputusan? Siapakah yang melakukan proses pembelian?
- d. Siapakah yang akan memakai produk yang akan dibeli atau yang sudah dibeli?
- e. Siapa yang memakai?

Menganalisis perilaku konsumen akan lebih mendalam dan berhasil apabila dapat memahami aspek-aspek psikologis manusia secara keseluruhan, kekuatan faktor sosial budaya dan prinsip-prinsip ekonomis serta strategi pemasaran. Kemampuan dalam menganalisis perilaku konsumen berarti keberhasilan dalam menyelami jiwa konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian pula keberhasilan pengusaha, ahli pemasaran, pimpinan toko dan pramuniaga dalam memasarkan suatu produk yang membawa kepuasan kepada konsumen dan bagi dirinya sendiri.

PACKAGING (PEMBUNGKUSAN)

A. Arti *Packaging*

Packaging adalah kegiatan-kegiatan umum dalam perencanaan barang yang melibatkan penentuan desain dan pembuatan bungkus atau kemasan bagi suatu barang. *Packaging* ini sering dihubungkan dengan kebijaksanaan label, karena label sering dicantumkan dalam *packaging*.

B. Alasan Utama untuk melakukan *Packaging*

1. Merupakan salah satu fungsi dalam pemasaran. Maksudnya pemberian bungkus pada suatu barang dapat melindungi barang tersebut dalam pengangkutannya dari produsen ke konsumen atau pemakai industri. Di samping itu barang yang diberi pembungkus umumnya lebih praktis, lebih bersih, dan lebih sulit menguap, tumpah ataupun usak. Pembungkusan dapat

pula membantu dalam pengenalan suatu barang dan dapat mencegah penggantian barang-barang saingan.

2. Pembungkusan juga dimasukkan dalam proses pemasaran perusahaan. Dengan suatu kemasan, barang-barang dapat dibedakan dengan barang yang dihasilkan perusahaan lain. Perubahan bungkus sering pula mengubah kesan dari konsumen karena konsumen mempunyai anggapan bahwa barang yang ada di dalamnya juga ikut berubah. Namun perlu diingat bahwa perubahan bungkus tidak selalu membawa perubahan isinya. Selain melindungi barang, kemasan merupakan salah satu alat promosi yang efektif untuk memperkenalkan barang baru atau membantu perluasan pasar dari barang yang ada. Dalam sistem distribusi perusahaan, pedagang besar akan lebih untung apabila barang-barang yang dijualnya terlindungi dalam kemasan yang baik. Juga pengecer mengakui bahwa perlindungan dan promosi yang efektif dalam suatu kemasan dapat mengurangi ongkos dan meningkatkan penjualan. Sering sebuah barang dengan pembungkus yang menarik dapat menimbulkan pembelian tanpa direncanakan.
3. Pemberian bungkus pada barang merupakan suatu cara untuk meningkatkan kemungkinan laba bagi perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus membuat pembungkus semenarik mungkin. Dengan pembungkus yang sangat menarik diharapkan dapat memikat konsumen yang lebih banyak. Sering pula dijumpai adanya konsumen yang bersedia membayar yang lebih tinggi hanya untuk mendapat kemasan khusus.

C. Politik dan Strategi Packaging

1. Perubahan Bungkus

Pada umumnya, manajemen mempunyai 2 alasan untuk mempertimbangkan perubahan bungkus bagi barang-barang hasil produksinya :

- a. Untuk mengatasi penurunan dalam penjualan
- b. Untuk memperluas pasar dengan memasuki kelompok konsumen yang baru.

Yang penting bagi manajemen adalah memperbaiki segi-segi yang kurang baik pada pembungkusan. Di samping itu, kemasan baru akan lebih banyak memberikan sumbangan untuk program promosi perusahaan.

2. Pembungkusan *Product Line*

Ada perusahaan yang mengadakan pembungkusan untuk beberapa jenis barangnya dalam satu kelompok yang sama, disebut pembungkusan kelompok (*family packaging*). Di sini, semua barang yang diproduksi diberi kemasan yang sama. Penilaian manajemen terhadap pembungkusan kelompok sama seperti penilaian terhadap merek kelompok. Apabila perusahaan menambahkan barang baru pada *product line* yang ada, maka promosi akan dilakukan seperti promosi untuk barang-barang yang sudah ada. Strategi ini dapat pula dipakai apabila barang baru tersebut mempunyai kualitas yang sama baiknya dengan barang yang sudah ada.

3. Pembungkusan yang dapat digunakan lagi

Strategi lain yang perlu dipertimbangkan adalah penggunaan kembali kemasan suatu barang. Diperlukan bagi perusahaan untuk membuat kemasan yang dapat digunakan lagi setelah isinya dapat dinikmati ?. Ada perusahaan yang mengambil strategi ini, misalnya : gelas tempat madu. Sesudah madunya habis dipakai, tempatnya (gelas) dapat digunakan untuk keperluan lain. Strategi semacam ini akan mendorong pembelian yang berkali-kali. Tetapi kadang-kadang dapat terjadi, apabila seseorang sudah membeli berkali-kali barang yang sama (madu) sehingga ia mendapatkan satu set gelas, maka ia berpindah membeli barang dengan merek lain yang mempunyai pembungkus pula.

4. Pembungkusan Ganda (*Multiple Packaging*)

Ada perusahaan yang menggunakan strategi semacam ini, dimana satu macam kemasan dipakai untuk membungkus beberapa satuan barang, misalnya : rokok, lilin, kok dan lain-lain. Hal ini akan mendorong penjualan barang dalam jumlah yang besar. Biasanya pembungkusan ganda ini digunakan untuk barang-barang yang bentuknya lebih kecil. Bagi pengecer, strategi ini sangat menguntungkan sebab akan memperingan pemindahan barang dan memperkecil ongkosnya.

LABEL

Masalah lain yang mempunyai kaitan dengan masalah pembungkusan adalah pemberian atau penentuan label. Label secara definisi dapat dikatakan :

Label : adalah bagian dari sebuah barang yang berupa keterangan (kata-kata) tentang barang tersebut atau penjualnya.

Jadi sebuah label itu mungkin merupakan bagian dari pembungkusnya, atau mungkin merupakan suatu etiket yang tempel secara langsung pada sebuah barang. Misalnya : pada obat-obatan, kadang-kadang ditemui tulisan ” hanya untuk orang dewasa”. Untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang label, berikut ini akan diberikan penggolongan label beserta contohnya. Adapun macam-macam label yang sering digunakan beberapa perusahaan adalah :

1. *Brand Label*

Brand label adalah label yang semata-mata sebagai *brand*. Misalnya pada kain atau tekstil, kita dapat mencari tulisan berbunyi : ”*sanforized, berkolon, tetoron* dan lain-lain”. Nama-nama tersebut digunakan oleh semua perusahaan yang memproduksinya. Selain *brand label* ini, masing-masing perusahaan juga mencantumkan merek yang dimilikinya pada tekstil yang diproduksinya.

2. *Grade Label*

Grade label adalah label yang menunjukkan tingkat kualitas tertentu dari suatu barang. Label ini dinyatakan dengan suatu tulisan atau kata-kata. Misalnya pada terigu, sering tercantum tulisan yang berbunyi : ”kualitas nomer 1, kualitas superior” dan sebagainya.

3. *Descriptive Label*

Deskriptive label atau disebut *informative label* merupakan label yang menggambarkan tentang cara penggunaan, susunan, pemeliharaan, hasil kerja dari suatu barang.

Foto-Foto Lokasi Pengabdian



Balai Desa Harjomulyo Kec Silo Kab. Jember



Jalan menuju Desa Harjomulyo masih berupa jalan makadam, dan melewati jalan perkebunan



Desa Harjomulyo memiliki potensi Sumberdaya Alam yang melimpah, namun belum terolah dengan baik. Sebagian besar masyarakatnya berada di bawah garis kemiskinan dan bekerja dengan membuat anyaman bambu



Pisang dan Kopi adalah salah satu produk perkebunan yang banyak dijumpai di Desa Harjomulyo. Sayangnya kedua produk ini hanya dijual mentahnya dan dengan sistim ijon.

Daftar Pustaka

Anam, S., Subchan, W., Hariyadi, E., dan Prasetyo, H. 2013. Laporan Kemajuan Hibah Unggulan Perguruan Tinggi Budaya Kopi. Pengembangan Perkampungan Etnik Using dan Potensi Kuliner Berbasis Lokalitas. Lembaga Penelitian Universitas Jember.

Hariyadi, E. 2013. “Basanan dan Budaya Kopi di Banyuwangi.” *Semiotika*. Jember: Jurusan Sastra Indonesia Fakultas Sastra Universitas Jember.

<http://padangulan.wordpress.com/tamasya-foto-foto/banyuwangiku-yang-indah/karena-kembang-petetanbrazil-menjadi-pemghasil-kopi-terbesar-didunia/>

Hunt, Shelby D & Robert M. Morgan, (1995), “The Comparative Advantage Theory of Competition”, *Journal of Marketing*, 59 (2), 1-15.

Jember Dalam Angka, Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember, 2014.

Laporan Pembangunan Kabupaten Jember 2012, BAPPEKAB Jember, 2013.

Peta Potensi Desa Harjomulyo, Dokumen Desa Harjomulyo, Kecamatan Arjasa, Kabupaten Jember, tanpa tahun.

Sheth *et al.*,1999. *Consumption Values and Market Choices. Theory and Applications*. Cincinnati, OH: South-Western Publishing Co.

Lampiran 1. Tim Pengusul

1. Ketua Tim Pengusul

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap dan Gelar : Honest Dody Molasy, S.Sos, MA
2. Jenis Kelamin : L
3. Jabatan Fungsional/Gol : Asisten ahli/ IIIa
4. NIP/NIK : 197612112003121002
5. NIDN : 0012117604
6. Tempat dan tanggal lahir : Jombang, 12 November 1976
7. Alamat e-mail : honestdody.fisip@unej.ac.id
8. Telp/hp : 0811370030
9. Alamat Kantor : Jl. Kalimantan Jember
10. Telp/faks : (0331)334054 / (0331) 338442
11. Lulusan yang telah dihasilkan : S1 = 23 orang
12. Mata kuliah yang diampu : Metode Penelitian Sosial
Komunikasi Birokrasi
Perbandingan Politik

B. Riwayat Pendidikan

		S-1	S-2	S-3
1.	Nama Perguruan Tinggi :	Univ.Jember	Victoria University-Australia	Swinburne University of Technology
2.	Bidang Ilmu :	Hub. Internasional	Community Development	Social Science
3.	Tahun Masuk-Lulus :	1994-1999	2006-2009	2010 -
4.	Nama Pembimbing/Promotor :	• Drs. Umaid Radi, MA	• Assoc. Prof. Dr Richard Chauvel	• Prof. Dr. Michael Leach • Assoc. Prof. Dr.Richard Chauvel

C. Pengalaman Penelitian :

	Tahun	Judul Kegiatan	Sumber	Jml (Rp)
1.	1998-1999	Pada tahun 1998-1999 saya melakukan penelitian berfokus peran pemimpin	Mandiri	-

		Pesantren (kyai) dalam mengembangkan pendidikan politik kepada rakyat. Penelitian ini menyimpulkan kyai memiliki peran penting dalam mengembangkan kesadaran masyarakat politik;		
2.	2000-2001	Sebuah penelitian evaluasi telah diselesaikan pada Maret 2001 fokus pada program yang dilakukan oleh pesantren dalam mengembangkan masyarakat sekitar pesantren, terutama di hutan konservasi Baban-Silosanen.	Perum Perhutani	-
3.	2002-2005	Saya melakukan penelitian tentang sistem dan metodologi pendidikan di pesantren pesantren dalam menghadapi globalisasi. Penelitian yang saya selesaikan tahun 2005 ini mengundang empat puluh tiga santri dan guru pesantren di Jawa Timur untuk diwawancarai dan diajak dalam diskusi kelompok terfokus (FGD). Penelitian ini menyimpulkan bahwa metodologi pengajaran di sebagian pesantren telah berubah sebagai dampak dari globalisasi.	Litbang Departemen Agama RI	-
4.	2014	Tesis saya Master di Victoria University juga meneliti tentang pesantren. Penelitian ini mengeksplorasi peran Kyai dalam mengembangkan demokrasi di Indonesia. Penelitian menyimpulkan bahwa kyai memiliki kontribusi yang signifikan dalam mengembangkan demokrasi di Indonesia.	Ausaid	-

D. Pengalaman Pengabdian

No	Tahun	Judul	Pendanaan	
1.	2004	Sosialisasi Undang-undang ketenagakerjaan kepada Buruh Industri Cerutu di Desa Candijati, Kecamatan Arjasa, Kab. Jember	3 juta	mandiri
2.	2005	Pelatihan dan Pendampingan industri kopi rakyat berbasis pesantren di Kecamatan Silo, Kabupaten Jember.	5 juta	mandiri

E. Pengalaman Pembimbingan KKN Reguler Mahasiswa (sebagai DPL/Dosen Pembimbing Lapangan)

No	Tahun	Lokasi KKN	Program KKN
1.	2004	Kecamatan Silo, Kabupaten Jember	KKN Reguler, Universitas Jember
2.	2005	Kecamatan Sumberjambe, Kabupaten Jember	KKN Reguler, Universitas Jember

F. Publikasi Ilmiah

No	Judul Artikel Ilmiah	Bentuk Publikasi	Volume/Nomor/Tahun
1.	<i>Baban Silo-Sanen Menangis : Evaluasi terhadap program pemberdayaan masyarakat berbasis pesantren.</i>	Buku	Yayasan Jembar-Perhutani, 2001
2	Reinterpretasi terhadap Teori Realis dalam Studi Hubungan Internasional	<i>Jurnal Argopuro,</i>	Vol. VII. No. 12, 2005.
3	Pengaruh Globalisasi terhadap Methodologi Pendidikan di <i>Pesantren</i>	Jurnal Pendidikan	Vol. II, No. 1, 2005.
4	<i>Pesantren and Democracy : The Role of Kyai in Developing Democratic Society in Indonesia</i>	Thesis,	Victoria University , 2008
5	Understanding Academic Text: An Integrated Approach for Intermediate Learner	Buku	Pustaka Raja, 2010
6	Questioning Women's Security in Perda Syariah: Critics to Indonesia IN PERDA SYARIAH CRITICS TO INDONESIA'S DISTRICT POLICIES	Jurnal Inspirat	Vol. II, No. 1, 2010
7	Managing Pesantren and Politics in Indonesia: The Role of <i>kyai</i> in Decentralization era.	Urnal Al-Adalah	Vol.17, No. 1, 2014

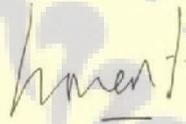
G. Pemakalah Seminar Ilmiah (Oral Presentation)

No	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1.	Konferensi Internasional Pelajar Indonesia,	<i>Pragmatisme vs Nasionalisme,</i>	7 th October 2007, University of New South Wales, Sydney, Australia
2.	2nd International Conference of the Training Indonesia's Young Leaders Programme	<i>The Role of Kyai in Maintaining Democracy in Indonesia,</i>	Leiden University and IAIN Walisongo, 6-8 October 2009, Semarang, Indonesia.
3.	7 th Asian Law Institute (ASLI	<i>Contesting Islamic Law And Women's Rights: The Study Of The Implementation Of Syariah-Based Regional Regulation In Indonesia</i>	National University of Singapore and Islamic International University of Malaysia (IIUM), 25-26 may 2010, Kuala Lumpur, Malaysia.
4	5 th Viennese Conference on South-east Asian Studies (SEAS),	<i>Contesting Women's Security under the Implementation of Perda Syariah,</i>	28-29 May 2010, University of Vienna, Austria.
5	Asian Studies Association of Australia,	<i>Maintaining Democracy in Indonesia's Pesantren</i>	4-8 July 2010, Univesity of Adelaide, Australia

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Dan apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidak sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima resikoanya.

Jember, 27 April 2016,

Ketua Pengusul



Honest Dody Molasy, S.Sos, MA

NIP. 197611122003121002



2. Anggota Tim Pengusul II

B. Identitas Diri

1. Nama Lengkap dan Gelar : Anita Dewi Moelyaningrum, M.Kes
2. Jenis Kelamin : P
3. Jabatan Fungsional/Gol : Lektor/ IIIc
4. NIP/NIK : 198111202005012001
5. NIDN : 0020118101
6. Tempat dan tanggal lahir : Surabaya, 20 November 1981
7. Alamat e-mail : anitadm@unej.ac.id
8. Telp/hp : 08179339455
9. Alamat Kantor : Jl. Kalimantan Jember
10. Telp/faks : (0331)334054 / (0331) 338442
11. Lulusan yang telah dihasilkan : banyak
12. Mata kuliah yang diampu : Pengelolaan Limbah, toksikologi lingkungan
Pencemaran Lingkungan, pengendalian vektor Sanitasi lingkungan, ekologi masyarakat perkebunan dan pantai

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
1. Nama Perguruan Tinggi	Univ.Airlangga	Univ.Airlangga	-
2. Bidang Ilmu	Ilmu Kesehatan Masyarakat	Ilmu Kesehatan Masyarakat	-
3. Tahun Masuk-Lulus	200-2004	2007-2009	
4. Nama Pembimbing/Promotor	• Sri Sumarmi, M.Si	• Prof. Dr dr. Mukono, MS, MpH	

	<ul style="list-style-type: none"> • Prof. Dr. Dr. Djoko Roeshadi SpOT (Fics) (K) 	
--	--	--

D. Pengalaman Penelitian :

	Tahun	Judul Kegiatan	Sumber	Jml (Rp)
1.	2006	Potensi sampah TPA Pakusari sebagai bahan Kompos dan Briket	DIPA Unej	7000.000
2.	2007	Sebagai Ketua peneliti”Pengembangan Model Bioreaktor Sampah Skala Rumah Tangga Berbasis Dekomposisi An Aerob ”	DIPA Dikti 2007	10.000.000
3.	2012	Ketua peneliti Pemetaan Potensi Pengembangan Mangrove di Pesisir Pantai Puger Kecamatan Puger Kabupaten Jember (Tahap 1)	DIPA FKM Unej	5.000.000
4.	2013	Potensi Limbah Kulit Kakao sebagai Pengikat Cemar Logam Berat Timbal pada Air	DIPA UNEJ 2013	10.000.000
5.	2013	Desain Wisata Sehat Desa Wisata Using	DI[A unej	30.000.000

D. Pengalaman Pengabdian

No	Tahun	Judul	Pendanaan	
1.	2013	Potensi Pengembangan Mangrove bagi Masyarakat Kecamatan Puger kabupaten Jember	3 juta	DIPA FKM UNEJ

H. Publikasi Ilmiah

No	Judul Artikel Ilmiah	Bentuk Publikasi	Volume/Nomor/Tahun
1.	<i>Dasar Kesehatan Lingkungan</i>	Buku	UPT UNEJ 2014

I. Pemakalah Seminar Ilmiah (Oral Presentation)

No	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1.	Konferensi Internasional “Advance in Sustainable Environmental Resource Management and Sanitation Technology	“Household Waste Bioreaktor Modification Based on Anaerob Decomposition”	25-26 Juni 2013, Bali Indonesia
2.	ICER PH 2015 The 2nd International Conference on Environmental Risk and Public Health	<i>Cadmium and Mercury in the Soil, Leahate and groun water</i>	10-12 april 2015. Makasar Indonesia
3.	Internasional Seminar “The impact of Regulations on Tobacco Control	Environmental Tobacco Smoke (ETS) and Behavior Risk On Pregnant Women	Nopember 2012, Jember Indonesia

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Dan apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidak sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima risikonya.

Jember, 27 April 2016,

Anggota Pengusul II



Anita Dewi Moelyaningrum, S.KM., M.Kes
NIP. 198111202005012001

2. Anggota Tim Pengusul II

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap dan Gelar : Intan Kartika Setyawati, SP., MP.
2. Jenis Kelamin : P
3. Jabatan Fungsional/Gol :
4. NIP/NIK : 198612062015042001
5. NIDN :
6. Tempat dan tanggal lahir : Tuban, 6 Desember 1986
7. Alamat e-mail : intan.faperta@unej.ac.id
8. Telp/hp : 081330278514
9. Alamat Kantor : Jl. Kalimantan Jember
10. Telp/faks : (0331)332190 / (0331)334054
11. Lulusan yang telah dihasilkan :
12. Mata kuliah yang diampu : Wawasan Agribisnis, Manajemen Pengambilan Keputusan, Manajemen Pemasaran dan Rantai Pasok, Analisis Kuantitatif, Bahasa Inggris

B. Riwayat Pendidikan

		S-1	S-2	S-3
1.	Nama Perguruan Tinggi	Univ.Brawijaya	Univ.Brawijaya	-
2.	Bidang Ilmu	Sosial Ekonomi Pertanian	Ekonomi Pertanian	-
3.	Tahun Masuk-Lulus	2005-2010	2011-2013	
4.	Nama Pembimbing/Promotor			
		<ul style="list-style-type: none"> • Dr. Ir. Abdul Wahib Muhaimin ,MS • Silvana Maulidah, 	<ul style="list-style-type: none"> •Dr. Yeong- Shen Lin •Prof. Dr.Ir. Budi Setiawan, MS. •Prof. Dr. Ir. Nuhfil 	

SP.MP	Hanani, AR., MS.	
-------	------------------	--

C. Pengalaman Penelitian :

	Tahun	Judul Kegiatan	Sumber	Jml (Rp)
1.	2016	Analisis Preferensi dan Kepuasan Konsumen Beras di Kabupaten Jember	PERHEPI	

D. Publikasi Ilmiah

No	Judul Artikel Ilmiah	Bentuk Publikasi	Volume/Nomor/Tahun
1.	Analisis Permintaan Ekspor Karet Alam Indonesian ke Amerika Serikat	Buku	Vol 14, No 2 (2014)

E. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*)

No	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1.	Conference of Department Agribusiness Management	Export Demand Analysis of Indonesian Natural Rubber to The United States of America	24 Mei 2013, Pingtung, Taiwan

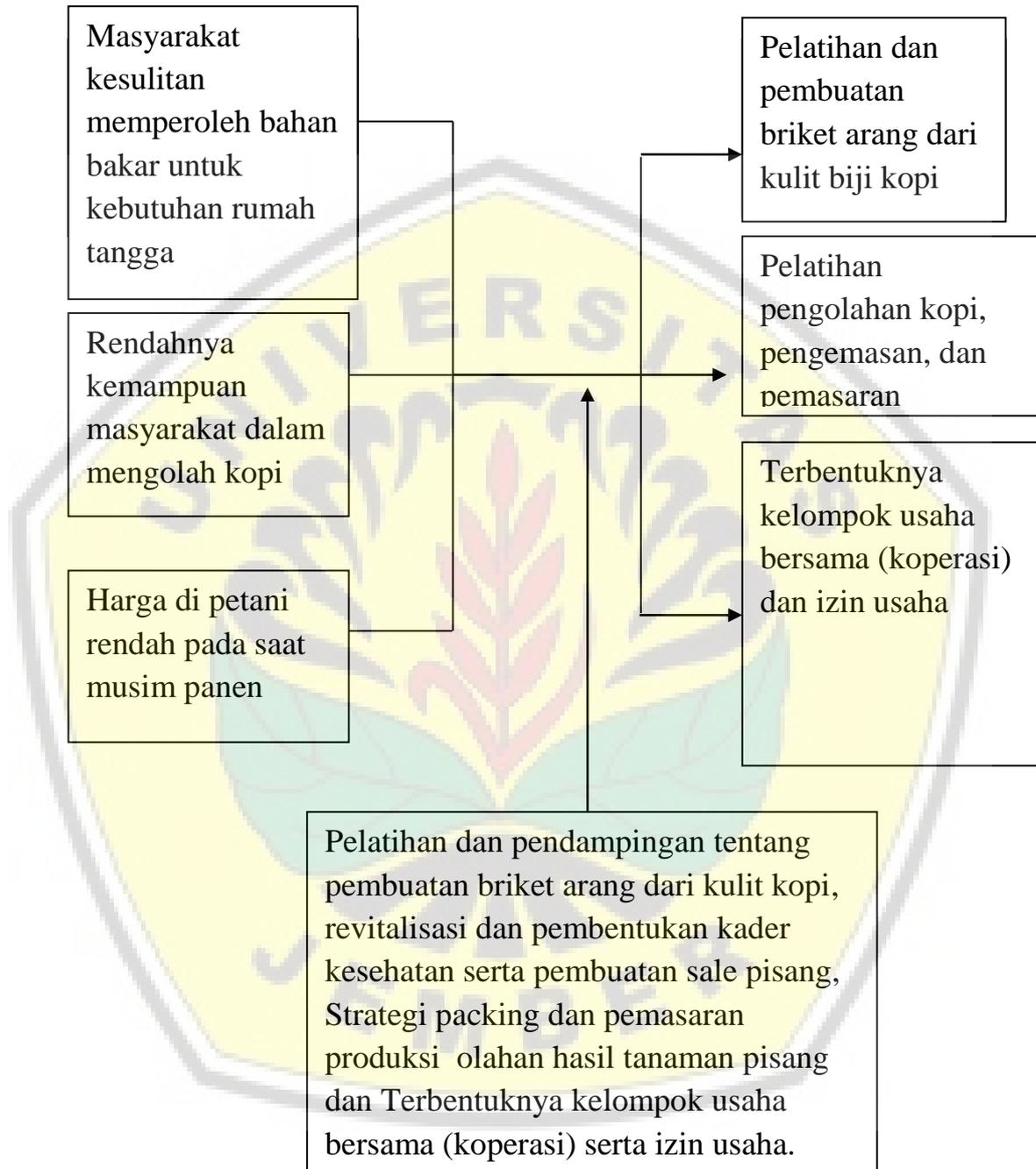
Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Dan apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidak sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima resikonya.

Jember, 27 April 2016,
Anggota Pengusul II

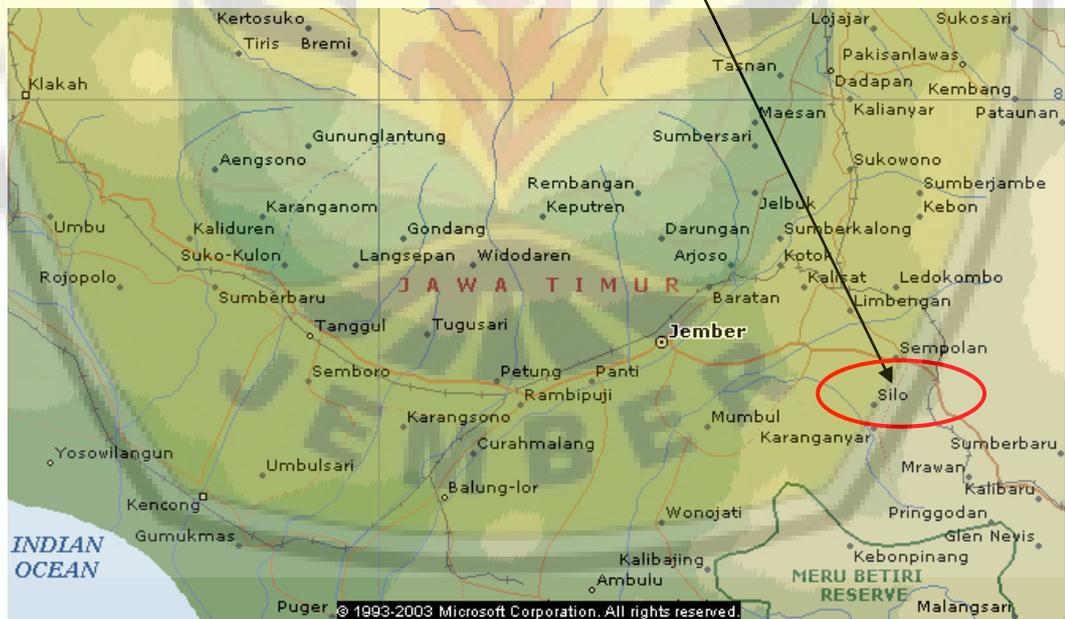


Intan Kartika Setyawati, SP., MP.
NIP. 198612062015042001

Lampiran 2. Gambaran Ipteks yang akan ditransfer kepada mitra



Lampiran 3 : Peta Lokasi Mitra



Lampiran 4. Dokumentasi kegiatan

Kegiatan Sosialisasi



Serah Terima Mesin dan peralatan



Proses Pembuatan Briket



Proses Pengolahan Kopi



Proses Pengemasan





Penyampaian Materi Pelatihan Teknik Pengemasan dan Pemasaran Produk Kopi dan Briket



Mahasiswa KKN melatih peserta pelatihan dalam penempelan label kemasan kopi dengan disaksikan oleh pemateri dan peserta pelatihan lainnya.



Mahasiswa KKN melatih peserta pelatihan dalam penempelan label kemasan kopi dengan disaksikan oleh pemateri dan peserta pelatihan lainnya.



Foto bersama pemateri dan peserta pelatihan



Pemateri pelatihan meninjau peralatan pengolahan biji kopi

