

Digital Repository Universitas Jember

JURNAL JPM

PENGABDIAN MASYARAKAT,
PEMBERDAYAAN, INOVASI DAN PERUBAHAN

Volume 2 No. 6 Tahun 2022



Penerbit Widina

Editorial Team

Editorial Board

1. [Dr. Elan Jaelani, SH., MH](#), (Scopus ID 57215717989), Universitas Islam Negeri SGD Bandung, Indonesia
2. [Dr. Ramdani Ramdani, SH.I., ME](#), (ID Scopus: 57223389925), STAI Bhakti Persada, Indonesia
3. [Dr. Udin Saripudin, SH.I., MA](#), (Scopus ID: 57216209919), Universitas Islam Bandung

Executive Editor

1. [Atep Jejen](#), Penerbit Widina

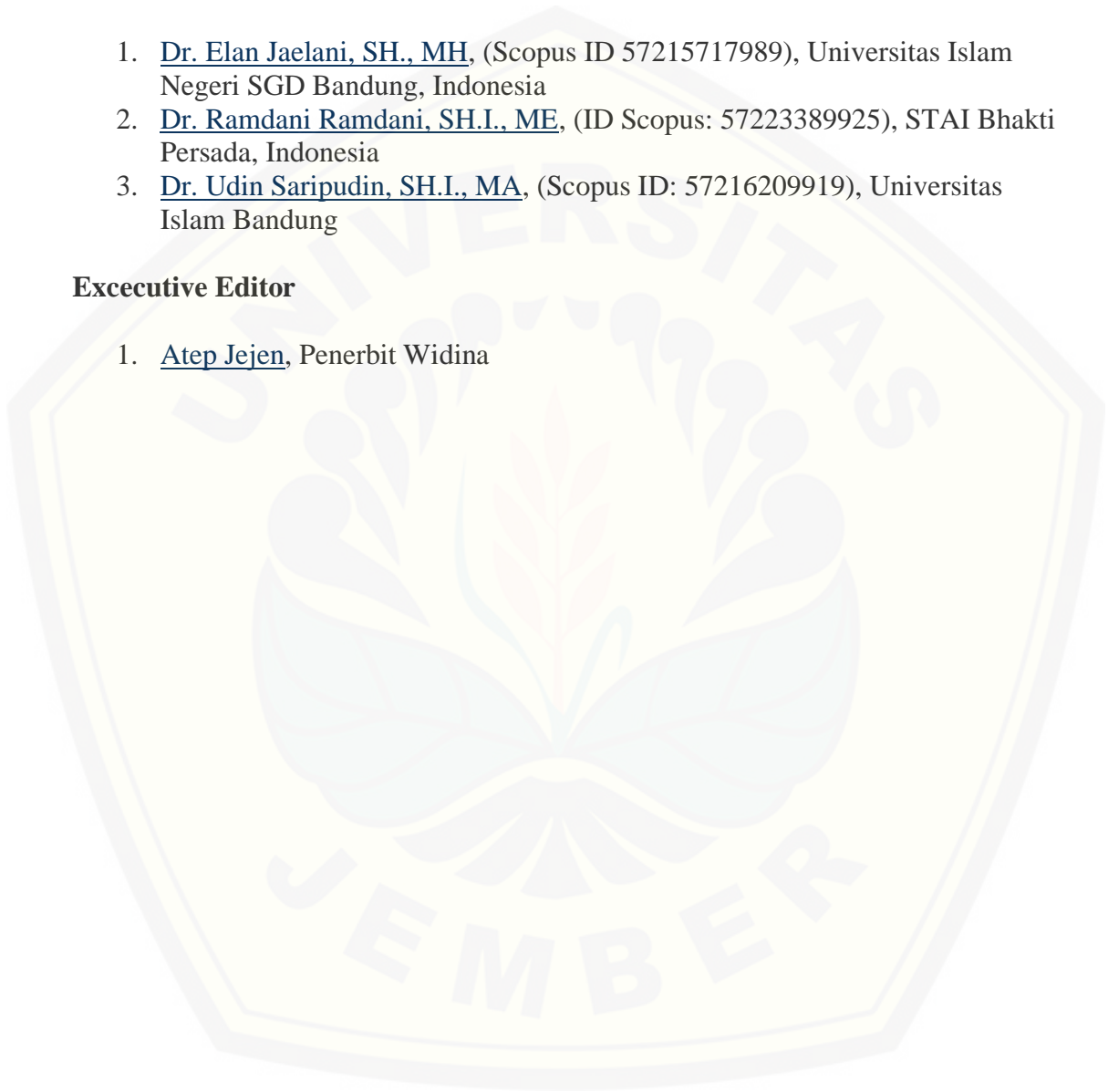


Table of Contents

Articles

Pelatihan Pelayanan Prima Bagi Pekerja Harian dan Karyawan Magang di Novotel Bogor Golf Resort & Convention Center dan Ibis Style Bogor Raya

Rizki Amelia

Konseling Gizi Pada Ibu Hamil Sebagai Upaya Pencegahan Kegawatdaruratan Anemia Di Posyandu Balita Kalingga Banyuwangi Surakarta

Hutari Puji Astuti

Akuntabilitas Pengelolaan Dana Bantuan Operasional Sekolah (Bos) Dalam Penyelenggaraan Pendidikan Di Sekolah Madrasah Aliyah Negeri Di Kabupaten Karo

Sri LINI Liniarti

MENINGKATKAN MINAT ANAK-ANAK TERHADAP PENTINGNYA PENDIDIKAN

Fatma Dewani Harahap

Pelatihan Manajemen Usaha Pada Anggota UP2k-PKK Hani Mandiri di Desa Balombong Kecamatan Pamboang Kabupaten Majene.

Wahyu Adha

PELAYANAN SEKOLAH RAMAH ANAK MELALUI PENERAPAN PARENTING ORANG TUA

Anik Lestarinigrum, Intan Prastihastari Wijaya, Isfauzi Isfauzi Hadi nugroho, Ridwan ,, Erfina Vernandika Valensia

PENGEMBANGAN USAHA “PAKIS FRUIT COFFEE” MELALUI BUSINESS MODEL CANVAS DALAM RANGKA MEWUJUDKAN KEMANDIRIAN EKONOMI MASYARAKAT DESA PAKIS

Illia Seldon Magfiroh

PENGEMBANGAN USAHA “PAKIS FRUIT COFFEE” MELALUI BUSINESS MODEL CANVAS DALAM RANGKA MEWUJUDKAN KEMANDIRIAN EKONOMI MASYARAKAT DESA PAKIS

Ahmad Zainuddin¹, Illia Seldon Magfiroh², Intan Kartika Setyawati³,
Rena Yunita Rahman⁴, Luh Putu Suciati⁵

^{1,2,3,4}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Jember, Jawa Timur
E-mail Korespondensi : illia.faperta@unej.ac.id²

RIWAYAT ARTIKEL

Received : 2022-09-11

Revised : 2022-10-26

Accepted: 2022-11-02

KATA KUNCI

Pakis Fruit Coffee,
BMC, Kemandirian

KEYWORD

Fern Fruit Coffee,
BMC, Independence

ABSTRAK

Dalam upaya menuju kemandirian ekonomi masyarakat Desa Pakis, Petani kopi yang tergabung dalam Bumdes dan kelompok usaha kopi menyadari bahwa untuk dapat berkembang dibutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan untuk mengelola usaha dengan baik, memahami dengan benar apa saja yang mempengaruhi usaha (influences of business), serta dapat memahami bagaimana proses bisnis yang dijalankannya (business plan). Oleh karena itu, Program Pengabdian Desa Binaan ini bertujuan untuk membantu petani kopi yang tergabung dalam Bumdes dan kelompok usaha bersama untuk dapat meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan mengelola usaha dengan baik menuju kemandirian ekonomi masyarakat desa. Program yang melibatkan pemberdayaan dan keberdayaan Desa dan masyarakat desa antara lain (a) Melakukan Pelatihan Manajemen Usaha Melalui Business Model Canvas, (b) Melakukan Pelatihan Manajemen Kelembagaan Dan Sumber Daya Manusia, (c) Melakukan Peningkatan pelatihan olah kopi dengan beberapa varian rasa serta (d) Melakukan Pendampingan terkait manajemen usaha dan kelembagaan. Metode yang dilakukan adalah pelatihan dan advokasi. Hasilnya adalah transfer pengetahuan tentang Manajemen Usaha Melalui Business Model Canvas, peningkatan ketrampilan sumber daya manusia dalam mengelola kelembagaan dan peningkatan kualitas sumberdaya manusia, peningkatan produk olah kopi dengan beberapa varian rasa, serta modul dan bahan pelatihan.

ABSTRACT

In an effort towards the economic independence of the Village community, coffee farmers who are members of Bumdes and coffee business groups realize that to be able to develop it requires human resources who have the ability to manage the business well, understand correctly what affects the business (influences of business), and can understand how the business processes they carry out (business plan). Therefore, the Assisted Village Service Program aims to help coffee farmers who are members of Bumdes and joint business groups to be able to improve their knowledge and skills in managing their businesses well towards the economic independence of rural communities. Programs that involve the empowerment and empowerment of villages and village communities include (a) conducting business management training through business model canvas, (b) conducting institutional and human resource management training, (c) improving coffee processing training with several flavors and (d) providing assistance related to business and institutional management. The methods carried out are training and advocacy. The result is the transfer of knowledge about Business Management through Business Model Canvas, improvement of

human resource skills in managing institutions and improving the quality of human resources, improvement of coffee processing products with several flavors, as well as modules and training materials.

A. PENDAHULUAN

Panti adalah sebuah [kecamatan](#) di [Kabupaten Jember](#), [Provinsi Jawa Timur](#), [Indonesia](#). Kecamatan ini terletak di bagian utara Kabupaten Jember. Kecamatan ini sebagian besar wilayahnya meliputi kawasan perkebunan yang dimiliki oleh pemerintah daerah dan swasta. Kecamatan Panti terbagi menjadi 7 Desa yaitu [Desa Panti](#), [Glagahwero](#), [Kemuningsari Lor](#), [Pakis](#), [Serut](#), [Suci](#), dan [Kemiri](#). Kantor Camat terletak di Desa Glagahwero (Pemkab. Jember. 2015). Sebagian besar penduduk Pakis berprofesi sebagai petani. Hal itu sesuai dengan keadaan alam yang wilayahnya banyak terdapat sawah. Jumlah warga di desa Pakis ini ada sekitar 6799 warga yang terbagi atas empat dusun Pertelon, Gludug, Pakis, Cempaka, Kemundungan dan Ketajeg. Organisasi masyarakat di desa Pakis antara lain RT, RW, Kelompok Tani, PKK, kelompok ternak dan Karangtaruna (organisasi kepemudaan) (Syafi'i, Imam. 2014).

Diketahui bahwa desa Pakis memiliki lahan pertanian yang cukup luas. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya warga yang menjadikan sektor pertanian sebagai mata pencaharian utama. Hampir sebagian besar wilayah desa Pakis dikelilingi oleh sawah dan lahan palawija. Produk utama dari desa Pakis adalah kopi dengan hasil panen pertahun + 1200 ton biji kopi (ose) varietas robusta serta sedikit varietas liberica. Produk sampingan dari desa ini adalah: durian, nangka, manggis, petai, kemundung, duku, alpukat, pisang, vanili, tanaman umbi dan obat-obatan. Namun demikian, dari jumlah penduduk Desa Pakis sebesar 5.819 jiwa, 4432 orang tercatat sebagai penduduk miskin. Angka ini berarti 76,16 % penduduk Desa Pakis tergolong penduduk miskin. Oleh karena itu, Pemerintah Desa Pakis terus berupaya Upaya untuk mengentaskan kemiskinan dan meningkatkan IPM

(Indeks Pembangunan Manusia) di Desa. Salah satu upaya nyata dari pemerintah Desa Pakis adalah dengan melibatkan universitas Jember unruk bersama-sama, bersinergi membangun desa. Dalam perkembangannya, Universitas Jember memiliki kontribusi yang cukup besar dalam mengupayakan pengentasan kemiskinan di Desa Pakis. Bekerjasama dengan Kementerian Sosial Republik Indonesia, Universitas Jember telah menetapkan Desa Pakis sebagai Desa binaan yang mendapatkan program Desa Sejahtera Mandiri (DSM) yang diimplementasikan dalam KKN tematik DSM sejak tahun 2016. Tentu, upaya untuk menciptakan kemandirian di Desa Pakis tidak bisa hanya dilakukan melalui program KKN tematik DSM saja, komponen lain seperti pengabdian dosen sangat membantu terjadinya percepatan untuk menciptakan kemandirian itu.

Dalam perkembangannya, diketahui bahwa dalam upaya menuju kemandirian ekonomi masyarakat Desa Pakis, tidak cukup hanya ada inovasi pada Produk Usaha. Inovasi produk usaha akan berhasil jika sumber daya manusia didalamnya memiliki kemampuan yang handal untuk mengelola usaha dengan baik, memahami dengan benar apa saja yang mempengaruhi usaha (*influences of business*), serta dapat memahami bagaimana proses bisnis yang dijalaninya (*business plan*). Dalam era perusahaan startup saat ini, kemampuan diatas sangat diperlukan demi keberlanjutan. Petani kopi yang tergabung dalam Bumdes dan kelompok usaha kopi pakis menyadari tuntutan ini. Namun terkendala dengan bagaimana cara para petani kopi ini dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia petani kopi sebagai *entrepreneur*, bagaimana meningkatkan pemahaman terkait *influences of business* dan *business plan*. Oleh karena itu, Program Pengabdian Desa Binaan ke II ini kami harapkan dapat membantu petani kopi

yang tergabung dalam Bumdes dan kelompok usaha bersama untuk dapat meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan mengelola usaha dengan baik menuju kemandirian ekonomi masyarakat desa.

Berdasarkan hasil analisis situasi dapat diketahui permasalahan mitra Desa Binaan yaitu petani kopi yang tergabung dalam BUMDES dan Kelompok Usaha Bersama Kopi Pakis, Panti Jember antara lain adalah sebagai berikut:

- a. kurangnya kemampuan mengelola usaha dengan baik
- b. kurangnya pengetahuan terkait apa saja yang mempengaruhi usaha (*influences of business*) dan bagaimana proses bisnis yang dijalankannya (*business plan*)
- c. kurangnya pengetahuan dan ketrampilan dalam mengelola kelembagaan dan sumber daya manusia

B. TINJAUAN LITERATUR

Oosterwalder dan Pigneur (2012), Bisnis model canvas (BMC) adalah alat representasi visual yang dapat menjelaskan secara komprehensif sebuah proses bisnis. Dengan instrument BMC ini, kita dapat memahami sebuah bisnis secara garis besar tanpa harus membuat dokumen bisnis plan panjang lebar. Bisnis model canvas terdiri dari 9 pilar utama yang merangkum proses bisnis mulai dari value perusahaan, segmen pelanggan, hingga struktur finansial. Dengan kesembilan blok ini, sebenarnya kita sudah bisa memvalidasi apakah satu ide bisnis itu potensial atau tidak. Oleh karenanya, membuat bisnis model canvas adalah hal paling awal yang biasanya dibutuhkan seorang pengusaha pemula.



Gambar 1. Komponen dalam BMC

1. Customer Segments

Bagian ini akan menjelaskan siapa pelanggan potensial dari produk kita. Bisa juga berisi profil orang yang memiliki masalah yang akan dipecahkan oleh bisnis Anda. Untuk model bisnis *ecommerce* yang berkembang sekarang ini, *customer segment* mencakup si penjual barang dan pembeli. Untuk lebih jelas mengenali siapa segmentasi pelanggan, ada baiknya kita juga mempelajari apa itu *buyer persona*.

2. Value Proposition

Blok ini berisi tentang nilai tambah yang akan membuat bisnis kita terlihat menarik dan berbeda dengan bisnis lainnya. Biasanya berupa solusi atau inovasi yang Anda tawarkan dan menjadi keunggulan utama perusahaan.

3. Channels

Sederhananya, *channels* adalah media yang digunakan oleh bisnis kita untuk men-*deliver* solusi yang ditawarkan untuk sampai ke konsumen. *Channels* ini bisa berupa *website*, *online advertisement*, [aplikasi](#), bahkan seorang *sales person*. Untuk mempelajari lebih dalam mengenai *channel marketing* di era modern, kita bisa mendalami buku- buku [strategi marketing era digital](#).

4. Customer Relationship

Jika *channel* lebih banyak menjangkau orang yang belum tahu produk kita, maka *customer relationship* adalah kebalikannya. Kita harus tahu bagaimana cara bisnis bisa terus *keep in touch* dengan para pelanggan. Bentuknya pun bisa sangat beragam, mulai dari *newsletter*, layanan *after sales*, dan sejenisnya.

5. Revenue Streams

Pada kedua blok bagian bawah (*cost & revenue*), kita perlu menjabarkan struktur finansial dari perusahaan. Di bagian *revenue*, tentu yang perlu kamu tuliskan adalah produk/jasa apa saja yang dapat memberikan pemasukan.

6. Key Activities

Blok ini adalah bagian yang menjelaskan bagaimana kita bisa menciptakan value proposition perusahaan. Jika bisnis adalah product-based, maka inovasi teknologi dalam proses pembuatan produk bisa menjadi key activities.

7. Key Resources

Sumber daya utama, key resources merupakan kolom yang akan menjelaskan asset strategis perusahaan. Aset ini bisa berupa bahan baku produk, infrastruktur yang dibutuhkan dan semacamnya.

8. Key Partners

Tidak ada bisnis besar yang berjalan sendiri, dalam menjalankan sebuah aktivitas bisnis, tentu kita membutuhkan mitra. Disinilah tempat kita memasukkan mitra strategis yang kita miliki. Dalam konteks bisnis, mitra bisa berupa supplier, vendor, agensi, dan sejenisnya.

9. Cost Structures

Pada bagian terakhir ini, kita harus menentukan biaya apa saja yang dibutuhkan untuk menjalankan keseluruhan aktivitas bisnis. Untuk mempermudah, struktur biaya dapat diisi berdasarkan isian pada kolom key activities, key resources, dan channels.

C. METODE

Metode yang diberikan dalam bentuk Pelatihan dan Advokasi digunakan untuk menjawab persoalan melalui beberapa program yang melibatkan pemberdayaan dan keberdayaan Desa dan masyarakat desa yaitu : (a) Melakukan Pelatihan Manajemen Usaha Melalui Business Model Canvas; (b) Melakukan Pelatihan Manajemen Kelembagaan Dan Sumber Daya Manusia; (c) Melakukan Peningkatan pelatihan olah kopi dengan beberapa varian rasa dan (d) Melakukan Pendampingan supaya petani kopi yang tergabung dalam Bumdes dan kelompok usaha bersama memiliki kemampuan manajemen usaha dan kelembagaan yang handal sehingga melalui bumdes dan

kelompok usaha bersama ini, kemandirian ekonomi masyarakat desa Pakis dapat terwujud.

D. HASIL

Kegiatan sosialisasi dan edukasi yang telah dilaksanakan dapat berjalan dengan lancar serta mendapat tanggapan yang positif. Hal ini terbukti dengan adanya antusiasme yang tinggi dari mitra serta mitra terlibat dengan aktif selama kegiatan berlangsung. Pengabdian yang pertama yaitu memberikan sosialisasi dan edukasi kepada kelompok usaha petani kopi di Desa Pakis tentang pentingnya manajemen usaha melalui Business Model Canvas. Pada tahap ini menjelaskan maksud dan tujuan kegiatan serta pentingnya manajemen usaha pada kelompok usaha bersama. Edukasi terkait beberapa aspek penting yang saling mendukung satu dengan yang lain tergabung dalam Business Model Canvas dengan menggunakan Sembilan aspek atau elemen penting dalam bisnis. Elemen pada Business Model Canvas menggambarkan bagaimana organisasi menciptakan dan mendapatkan nilai bagi dan para pelanggannya.

Kegiatan selanjutnya yaitu dilakukan identifikasi sembilan elemen tersebut dalam usaha yang telah dijalankan oleh kelompok usaha bersama kopi di Desa Pakis. Hasil identifikasi manajemen usaha yang tertuang pada Business Model Canvas (gambar 2).

Gambar 2. BMC Kelembagaan Usaha Petani Kopi Coffee

KEY PARTNERS	KEY ACTIVITIES Menyortir biji kopi dan membuat kopi kemasan	VALUE PROPOSITION Produk Kopi kemasan (Mocca Blend)	CUSTOMER RELATIONSHIP Forum Petani Kopi Forum Petani Kopi Forum Petani Kopi Forum Petani Kopi	CUSTOMER SEGMENTS Petani kopi Petani kopi Petani kopi Petani kopi
KEY RESOURCES Biji kopi, Biji kopi, Biji kopi, Biji kopi	KEY RESOURCES Biji kopi, Biji kopi, Biji kopi, Biji kopi	CHANNELS Kelembagaan Kelembagaan Kelembagaan Kelembagaan	CHANNELS Kelembagaan Kelembagaan Kelembagaan Kelembagaan	REVENUE STREAMS Kelembagaan Kelembagaan Kelembagaan Kelembagaan
COST STRUCTURES Manajemen Kelembagaan Manajemen Kelembagaan Manajemen Kelembagaan	COST STRUCTURES Manajemen Kelembagaan Manajemen Kelembagaan Manajemen Kelembagaan	COST STRUCTURES Manajemen Kelembagaan Manajemen Kelembagaan Manajemen Kelembagaan	COST STRUCTURES Manajemen Kelembagaan Manajemen Kelembagaan Manajemen Kelembagaan	COST STRUCTURES Manajemen Kelembagaan Manajemen Kelembagaan Manajemen Kelembagaan

Tahapan selanjutnya adalah Kegiatan sosialisasi dan edukasi tentang manajemen kelembagaan merupakan upaya yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi kelompok usaha petani kopi di Desa pakis dalam hal kelembagaan di tingkat hulu dan hilir dalam proses agribisnis kopi. Pendampingan diberikan mengenai teori kelembagaan dan aplikasinya dalam agribisnis kopi. Pada kegiatan ini berjalan

dengan lancar dengan ditunjukkan adanya diskusi yang interaktif antara Tim Pengabdian Desa Binaan dengan mitra.

Selain itu juga terdapat proses identifikasi kelembagaan yang selama ini dilakukan oleh mitra. Mitra selama ini mengalami kendala dalam proses distribusi produk hilir yaitu kopi yang siap dikonsumsi. Berdasarkan hasil identifikasi manajemen usaha melalui Business Model Canvas Tim Pengabdian Desa Binaan dapat mengembangkan strategi kelembagaan hilir atau strategi pemasaran produk. Pada pemasaran online mitra dapat mengoptimalkan penjualan dan promo melalui marketplace dan sosial media. Sedangkan pada pemasaran offline diperlukan kelembagaan yang kuat dengan sistem kemitraan. Kelompok usaha kopi Desa Pakis dapat menjalin kerja sama dengan mitra lain seperti pemilik café yang membutuhkan suplai kopi sangrai. Serta menjalin kerja sama dengan beberapa supermarket dan toko oleh-oleh untuk penjualan kopi kemasan rasa buah.

Kegiatan sosialisasi dan edukasi tentang manajemen sumberdaya manusia merupakan upaya yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan kelompok usaha bersama kopi di Desa Pakis. Tim Pengabdian Desa Binaan memberikan pemahaman bahwa sumber daya manusia dapat dipenuhi dengan mengoptimalkan masyarakat desa setempat untuk berusaha bersama. Tentu saja tidak semua masyarakat memiliki keahlian yang sesuai dengan yang dibutuhkan oleh sebab itu dibutuhkan training bagi karyawan baru untuk proses adaptasi terhadap usaha yang dijalankan. kegiatan ini juga berjalan dengan lancar dan tanpa kendala.

Kegiatan berikutnya adalah memberikan pendampingan petani kopi yang tergabung dalam Bumdes dan kelompok usaha bersama. Pendampingan dilakukan terutama berkaitan dengan implementasi program pengabdian. Diantaranya adalah pendampingan terkait bagaimana prosedur untuk mendapatkan legalitas/ ijin usaha. Hal ini dilatarbelakangi oleh masih banyaknya

kelompok usaha yang tergabung dalam Bumdes belum memiliki legalitas usaha.

E. KESIMPULAN

Pengabdian memberikan dampak positif bagi mitra yaitu Kelompok Usaha dalam naungan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes). Indikator keberhasilan ditunjukkan dengan adanya perubahan pola pikir dan sikap dalam hal :

1. Ada peningkatan Pengetahuan tentang manajemen usaha melalui business model canvas, yang mana kelompok usaha telah mampu menyusun model usahanya melalui model bisnis canvas
2. Ada peningkatan Pengetahuan tentang manajemen kelembagaan, bahwa untuk memperkuat Bumdes, maka harus memahami bagaimana melakukan manajemen kelembagaan yang baik
3. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan nampak adanya peningkatan pemahaman mitra sebagai salah satu indikator

F. PERSEMBAHAN

Ucapan terima kasih disampaikan pada Universitas Jember dalam hal ini LP2M yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian Bina Desa. Terima Kasih juga pada segenap jajaran pimpinan pemerintahan Desa Pakis, Kecamatan Panti, Kabupaten Jember, Bumdes dan Kelompok Usaha Desa Pakis.

G. REFERENSI

- Among Wibowo, SP, MMA. (2013). Menumbuhkembangkan Kelembagaan Ekonomi Petani Melalui Keswadayaan Petani. Dinas Pertanian Dan Tanaman Pangan. Magelang.
[Http://Pertanian.Magelangkota.Go.Id/Informasi/Artikel-Pertanian/122-Menumbuhkembangkan-Kelembagaan-Ekonomi-Petani-Melalui-Keswadayaan-Petani](http://Pertanian.Magelangkota.Go.Id/Informasi/Artikel-Pertanian/122-Menumbuhkembangkan-Kelembagaan-Ekonomi-Petani-Melalui-Keswadayaan-Petani)
- Anonim (2018). Entrepreneurial Marketing. [Https://Library.Binus.Ac.Id/Ecolls/Ethesisdoc/Bab2/2015-1-00157-](https://Library.Binus.Ac.Id/Ecolls/Ethesisdoc/Bab2/2015-1-00157-)

- MN%20Bab2001.Pdf. Diakses Tanggal 1 Desember 2018. <https://Library.Binus.Ac.Id/Ecolls/Ethesisdoc/Bab2/2015-1-00157-MN%20Bab2001.Pdf>
- Kamil, Ridwan. (2016). "Creativepreneur By Ridwan Kamil". <https://Putricarmelita.Wordpress.Com/Creativity-And-Innovation/Creativepreneur-By-Ridwan-Kamil/>. Diakses Tanggal 20 Oktober Jam 20.15 WIB
- Osterwalder, Alexander Dan Pigneur, Yves Terjemahan (2012). Business Model Canvas Genertion. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Sapja Anantanyu. (2011). Kelembagaan Petani: Peran Dan Strategi Pengembangan Kapasitasnya. Sepa : Vol. 7 No.2 Pebruari 2011 : 102 – 109. <https://Agribisnis.Fp.Uns.Ac.Id/Wp-Content/Uploads/2013/10/05-Sapja-Anantanyu-Kelembagaan-Petani-Peran-Dan-Strategi-Pengembangan-Kapasitasnya.Pdf>
- Syafi'i, Imam. (2014). Desa Pakis Kecamatan Panti Kabupaten Jember. <http://Watuleterku.Blogspot.Co.Id/2014/03/Desa-Pakis-Kecamatan-Panti-Kabupaten.Html>. Diakses Tanggal 16 Oktober 2018.
- Todaro, Michael Dan Smith, Stephen. 2004. Pembangunan Ekonomi. Erlangga. Jakarta

H.

