



MENINGKATKAN TATA KELOLA DAN PEMASARAN PETANI KOPI PROHUTANI MELALUI PROGRAM PENGABDIAN MASYARAKAT

Ida Susi Dewanti¹, Susanta², Suratna³, Hendro Widjanarko⁴, Humam Santosa Utomo⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

E-mail address : idasusidewanti@upnyk.ac.id

ABSTRACT

This community service program focuses on enhancing governance and marketing skills within the PROHUTANI coffee farming group in Tawangmangu, Central Java. Despite the quality coffee production and its positive impact on the forest ecosystem, the group faces challenges in organization management, financial handling, and market reach, limiting their growth potential. The program aims to equip PROHUTANI members with essential skills in organizational planning, financial management, and digital marketing. Training in organizational management empowers members with systematic planning, budgeting, and evaluation skills, while financial management training enhances their ability to record transactions and understand profit margins. Additionally, digital marketing training introduces members to online promotion strategies to broaden market access beyond Tawangmangu. With these improvements, the program anticipates an increase in income for farmers and the establishment of a more resilient and self-sustaining group capable of competing in wider markets.

Keywords: *Governance, Coffee Farmers, Digital Marketing, Financial Management, Community Empowerment*

Abstrak

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan tata kelola dan pemasaran pada Kelompok Tani Kopi PROHUTANI di Tawangmangu, Jawa Tengah. Meskipun memproduksi kopi berkualitas dan berkontribusi positif pada ekosistem hutan, kelompok ini menghadapi tantangan dalam manajemen organisasi, pengelolaan keuangan, dan akses pasar, yang menghambat potensi pengembangan mereka. Program ini dirancang untuk membekali anggota PROHUTANI dengan keterampilan dasar dalam perencanaan organisasi, manajemen keuangan, dan pemasaran digital. Pelatihan manajemen organisasi meningkatkan kemampuan anggota dalam perencanaan, penganggaran, dan evaluasi yang terstruktur. Sementara itu, pelatihan manajemen keuangan membekali mereka dalam pencatatan transaksi dan pemahaman margin keuntungan. Pelatihan pemasaran digital mengenalkan anggota pada strategi promosi online untuk memperluas akses pasar di luar Tawangmangu. Dengan perbaikan ini, diharapkan peningkatan

pendapatan bagi para petani dan terbentuknya kelompok tani yang lebih mandiri dan berdaya saing di pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: *Tata Kelola, Petani Kopi, Pemasaran Digital, Manajemen Keuangan, Pemberdayaan Masyarakat*

PENDAHULUAN

Kelompok Tani Kopi PROHUTANI, yang berlokasi di Desa Kalisoro, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, adalah salah satu komunitas petani kopi yang berusaha mengembangkan potensi hasil pertanian lokal secara optimal. Sebagian besar anggotanya merupakan petani kopi yang mengelola lahan mereka di antara tanaman keras di hutan sekitar desa, yang tidak hanya menghasilkan kopi berkualitas tetapi juga membantu menjaga ekosistem hutan. Meskipun demikian, kelompok ini menghadapi sejumlah tantangan, terutama dalam aspek pemasaran, manajemen organisasi, dan keuangan yang menghambat mereka untuk berkembang lebih jauh. Selama ini, penjualan kopi PROHUTANI hanya terbatas pada wilayah lokal sekitar Tawangmangu, dan hal ini berdampak pada harga jual yang cenderung rendah serta pendapatan yang tidak optimal bagi para petani.

Dipimpin oleh Bapak Muhammad Sadi, PROHUTANI beranggotakan 30 petani aktif yang memiliki semangat untuk mengembangkan usahanya, tetapi mereka kurang memiliki keterampilan manajerial dan akses pasar yang lebih luas. Keterbatasan ini membuat kelompok tersebut sulit dalam merencanakan kegiatan organisasi secara sistematis dan efektif. Dalam hal manajemen organisasi, PROHUTANI belum memiliki struktur perencanaan yang terkoordinasi dengan baik, belum ada pembagian tugas yang jelas di antara anggota, serta kurangnya penganggaran dan evaluasi terhadap kegiatan yang dilakukan. Kondisi ini membuat kelompok tersebut sering mengalami kendala dalam pelaksanaan program atau kegiatan yang seharusnya dapat meningkatkan kesejahteraan anggota.

Dari segi keuangan, kelompok ini juga mengalami keterbatasan dalam pencatatan dan pengelolaan dana. Para petani belum terbiasa dengan pencatatan transaksi yang akurat, sehingga tidak ada laporan keuangan yang bisa memberikan gambaran tentang laba atau rugi yang dihasilkan dari usaha mereka. Ketidakmampuan untuk menghitung harga pokok produksi serta harga jual yang tepat menyebabkan kelompok ini sulit dalam menentukan margin keuntungan yang layak. Selain itu, pengelolaan dana yang tidak terdokumentasi dengan baik dapat menyebabkan potensi pemborosan atau penyalahgunaan yang merugikan kelompok dalam jangka panjang.

Tantangan lain yang dihadapi PROHUTANI adalah pemasaran. Saat ini,



penjualan kopi PROHUTANI hanya terbatas di wilayah sekitar Tawangmangu, tanpa adanya pemasaran di luar daerah atau melalui platform digital. Hal ini membuat kelompok tersebut sulit untuk bersaing dengan produk kopi lain yang sudah lebih dikenal dan dijual dengan jangkauan yang lebih luas. Sebagai akibatnya, harga jual kopi mereka tidak mampu bersaing di pasar yang lebih besar, dan mereka kesulitan untuk meningkatkan pendapatan serta memberikan nilai tambah bagi produk mereka. Kurangnya pemahaman mengenai pemasaran digital membuat kelompok ini tidak mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan berpotensi mendatangkan keuntungan yang lebih besar.

Melalui program pengabdian masyarakat, berbagai solusi ditawarkan untuk mengatasi kendala yang dihadapi PROHUTANI. Program ini dirancang untuk membekali para anggota dengan keterampilan dalam manajemen organisasi, pengelolaan keuangan, dan pemasaran digital. Pada aspek penguatan kelembagaan, pelatihan akan difokuskan pada peningkatan kemampuan pengurus dan anggota dalam perencanaan, pengorganisasian, penganggaran, pelaksanaan, dan evaluasi. Penguatan ini diharapkan dapat membantu para anggota memahami dan mengimplementasikan proses manajerial, seperti membuat program kerja yang terstruktur, mengalokasikan sumber daya dengan lebih efektif, serta mengadakan evaluasi rutin agar kegiatan yang dilakukan mencapai hasil yang optimal.

Pelatihan dalam pengelolaan keuangan akan membekali anggota kelompok dengan keterampilan dasar dalam pencatatan dan pelaporan keuangan. Mereka akan diajarkan cara mencatat setiap transaksi yang terjadi, menyusun laporan keuangan sederhana, menghitung harga pokok produksi, dan menentukan harga jual yang ideal agar mereka dapat memperoleh keuntungan. Dengan memiliki laporan keuangan yang rapi, PROHUTANI akan lebih mudah dalam memonitor pendapatan dan pengeluaran serta merencanakan keuangan mereka di masa mendatang. Kemampuan untuk menghitung HPP dan margin keuntungan yang tepat diharapkan akan meningkatkan profesionalisme dalam pengelolaan keuangan dan memberikan fondasi yang kuat bagi perkembangan usaha di masa depan.

Sementara itu, penerapan pemasaran digital merupakan langkah strategis yang akan diperkenalkan kepada anggota kelompok agar produk kopi mereka dapat dikenal di pasar yang lebih luas. Melalui pelatihan pemasaran online, anggota kelompok akan belajar menggunakan platform digital seperti media sosial dan marketplace untuk mempromosikan dan menjual kopi mereka. Diharapkan dengan pemasaran online ini, produk kopi PROHUTANI dapat menjangkau konsumen di luar daerah Tawangmangu dan meningkatkan daya saing produk di pasar yang lebih luas. Pemasaran digital juga memberikan peluang bagi kelompok untuk mengenalkan nilai tambah dari produk kopi mereka, seperti proses produksi ramah lingkungan dan kualitas biji kopi yang unggul, sehingga dapat menarik perhatian konsumen yang peduli terhadap lingkungan dan kualitas produk.

Program ini menargetkan peningkatan kualitas kelembagaan, kemampuan manajemen keuangan, serta kapasitas pemasaran digital di PROHUTANI. Diharapkan, setelah pelatihan ini, pengurus PROHUTANI akan lebih terampil dalam merencanakan dan mengelola kegiatan organisasi, serta mampu mengimplementasikan prinsip-prinsip manajemen yang baik. Di sisi keuangan, pencatatan yang lebih tertib diharapkan menghasilkan laporan keuangan yang sederhana namun informatif, sehingga anggota kelompok dapat memahami posisi keuangan mereka secara lebih jelas. Dalam aspek pemasaran, diharapkan bahwa setelah mengikuti pelatihan digital, para anggota dapat meningkatkan rata-rata pendapatan bulanannya. Dengan upaya ini, PROHUTANI diharapkan mampu berkembang menjadi kelompok tani yang mandiri dan profesional, serta dapat memberikan kesejahteraan yang lebih baik bagi seluruh anggotanya.

METODE DAN PELAKSANAAN

Metode

Dalam rangka mencapai tujuan Program Pengabdian Masyarakat (PbM), langkah pertama yang dilaksanakan adalah sosialisasi kepada para mitra terkait. Pada tahap ini, tim pengabdi menjelaskan secara rinci mengenai tujuan program, berbagai kegiatan yang akan dilaksanakan selama delapan bulan, serta target yang ingin dicapai. Para mitra juga diinformasikan mengenai peran mereka dalam program ini, sehingga mereka dapat memahami kontribusi yang diharapkan untuk keberhasilan PbM. Salah satu fokus utama dari kegiatan ini adalah peningkatan kapasitas lembaga mitra. Untuk mencapai hal ini, tim pengabdi memberikan pelatihan kepemimpinan dan manajemen organisasi, yang bertujuan untuk membekali mitra dengan kemampuan kepemimpinan yang efektif serta pemahaman dalam mengelola organisasi dengan lebih baik. Selain itu, dalam rangka meningkatkan keterampilan marketing online para mitra, disediakan tutorial yang menguraikan langkah-langkah pemasaran online secara detail dan sistematis. Melalui tutorial ini, mitra diajarkan teknik pemasaran digital, mulai dari mengenal platform yang tepat hingga strategi dalam menarik perhatian konsumen di dunia maya.

Selanjutnya, aspek manajemen keuangan juga menjadi perhatian utama dalam program ini. Para mitra diberikan pelatihan serta pendampingan dalam menyusun laporan keuangan sederhana yang berguna untuk memahami kondisi keuangan mereka secara lebih jelas. Pelatihan ini mencakup cara menentukan harga pokok, menghitung profit margin, serta menyusun laporan yang dapat diandalkan sebagai dasar pengambilan keputusan. Di samping itu, tim pengabdi juga membantu dalam penyiapan media pemasaran online melalui pembuatan social media marketing di platform seperti Facebook dan Instagram. Media ini dirancang khusus



untuk memasarkan produk kopi yang dihasilkan oleh para mitra, sehingga dapat menjangkau konsumen secara lebih luas dan efektif. Tim pengabdi tidak hanya membekali mitra dengan strategi, tetapi juga memberikan pendampingan langsung dalam proses produksi dan pemasaran, sehingga para mitra dapat belajar secara langsung dan mengatasi berbagai kendala yang dihadapi. Untuk memastikan bahwa setiap langkah program berjalan sesuai rencana, dilakukan monitoring yang ketat terhadap seluruh kegiatan. Proses monitoring ini bertujuan untuk memastikan bahwa semua kegiatan telah sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan dan untuk memberikan perbaikan secara cepat jika ditemukan kekurangan atau hambatan di lapangan.

Metode yang digunakan dalam PbM ini mencakup beberapa pendekatan utama yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra. Pertama, pengembangan kapasitas pengelolaan lembaga mitra dilakukan dengan mengatasi keterbatasan dalam manajemen internal melalui pelatihan dan pendampingan yang intensif. Kedua, peningkatan kemampuan pembukuan lembaga juga menjadi bagian dari strategi yang dilakukan, dengan fokus pada pelatihan dan pendampingan agar mitra mampu mengelola keuangan mereka dengan baik. Ketiga, pengembangan strategi pemasaran digital difokuskan pada pelatihan pengoperasian dan pembuatan social media marketing, untuk membantu mitra dalam mengatasi keterbatasan akses pasar dan menjangkau lebih banyak konsumen secara online. Terakhir, pengemasan produk kopi turut menjadi perhatian, dengan memberikan pendampingan dalam pengembangan brand dan kemasan agar produk yang dihasilkan memiliki nilai jual yang lebih tinggi di mata konsumen. Setiap tahapan kegiatan ini dirancang untuk memastikan bahwa program perbaikan dapat terlaksana secara konsisten dan memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi para mitra.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan yang dilaksanakan dalam program ini mencakup serangkaian pelatihan dan pengadaan sarana untuk mendukung peningkatan kapasitas peserta dalam berbagai aspek penting. Pertama, diadakan pelatihan organisasi yang bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang struktur, peran, dan fungsi organisasi, serta cara-cara membangun tim yang solid dan efektif. Peserta dilatih dalam hal penyusunan tata kelola organisasi yang baik, termasuk manajemen waktu dan pembagian tugas secara efisien untuk mencapai tujuan bersama.

Pelatihan selanjutnya adalah manajemen keuangan diberikan untuk membantu peserta memahami dasar-dasar pengelolaan keuangan, termasuk cara membuat anggaran, mengelola arus kas, dan menjaga kesehatan keuangan dalam jangka panjang. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan keterampilan praktis dalam mencatat transaksi keuangan, menyusun laporan keuangan sederhana, serta melakukan perencanaan keuangan agar setiap kegiatan yang dijalankan dapat berlangsung secara berkelanjutan.

Selanjutnya pelatihan pemasaran online, dilaksanakan untuk memperkenalkan peserta pada berbagai strategi pemasaran digital yang efektif. Peserta belajar tentang penggunaan media sosial dan platform digital lainnya sebagai alat pemasaran yang dapat menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien. Mereka juga diberi wawasan tentang teknik branding dan pemasaran konten yang menarik, sehingga produk atau layanan yang ditawarkan dapat dikenal oleh lebih banyak orang.

Tidak hanya itu, kegiatan ini juga mencakup pengadaan media pemasaran, baik secara online maupun offline, sebagai bagian dari upaya untuk memperkuat strategi pemasaran yang telah dipelajari. Media online seperti akun media sosial, situs web, atau toko online disiapkan untuk mendukung penjualan secara digital, sementara media offline seperti brosur, pamflet, atau spanduk akan disiapkan sebagai sarana promosi yang lebih tradisional. Melalui rangkaian kegiatan ini, peserta diharapkan dapat memiliki pengetahuan dan keterampilan yang lebih komprehensif dalam mengelola organisasi, keuangan, dan pemasaran, serta dapat mengimplementasikan pengetahuan tersebut untuk mendukung kemajuan dan keberhasilan program yang dijalankan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hingga akhir kegiatan, hasil yang telah dicapai dapat dirincikan sebagai berikut. Langkah awal diawali dengan koordinasi antara tim pengabdi dengan Ketua Kelompok Tani Kopi Tawangmangu PROHUTANI, Bapak Sadi, serta beberapa anggota kelompok lainnya. Dalam koordinasi tersebut, dilakukan persiapan serta penentuan implementasi agenda kegiatan yang telah direncanakan. Agenda ini disusun berdasarkan proposal yang diajukan dan disesuaikan dengan masukan-masukan dari kelompok tani. Sebelum kegiatan sosialisasi dilaksanakan, tim pengabdi terlebih dahulu berkomunikasi dengan Ketua Kelompok untuk menjelaskan tujuan dari program ini, sehingga ketika sosialisasi berlangsung, semua pihak sudah memiliki pemahaman yang sama dan kegiatan berjalan lebih lancar.

Sosialisasi mengenai kegiatan program pun telah disampaikan kepada seluruh anggota kelompok melalui Ketua Kelompok. Tujuannya adalah agar setiap anggota mengetahui secara jelas apa saja yang akan dikerjakan, apa tujuan yang hendak dicapai, serta kontribusi apa yang diharapkan dari mereka. Langkah ini dilakukan demi efektivitas dan efisiensi, mengingat lokasi kelompok tani yang cukup jauh, sehingga tim pengabdi tidak perlu selalu hadir di lapangan. Bagi kelompok tani, langkah sosialisasi ini merupakan bentuk partisipasi aktif dalam kerjasama, di mana mereka turut mengambil peran sebagai mitra.

Selanjutnya, rangkaian kegiatan pelatihan yang mencakup pelatihan



manajemen organisasi, pendampingan akses pasar, pemasaran online, serta manajemen keuangan telah dilaksanakan. Materi pelatihan ini disampaikan oleh anggota tim pengabdi dalam satu waktu yang terstruktur. Sebelum pelatihan inti dimulai, anggota kelompok mendapatkan edukasi mengenai kopi secara komprehensif, mulai dari pemilihan biji kopi yang berkualitas, perbedaan jenis kopi, hingga pengolahan biji menjadi bubuk kopi yang berkualitas tinggi. Edukasi ini disampaikan oleh seorang ahli kopi dari "Tangan Tangen Roastery," yang memiliki pengalaman luas dalam industri kopi.

Dalam pelatihan pengelolaan usaha dan manajemen Sumber Daya Manusia (SDM), Dr. Ida Susi Dewanti memberikan penjelasan tentang pentingnya struktur organisasi serta pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas bagi setiap pengurus kelompok tani. Pembagian peran ini menjadi penting untuk menghindari rasa iri atau ketidakseimbangan beban kerja, yang kerap menjadi permasalahan dalam organisasi. Pelatihan SDM juga menitikberatkan pada pentingnya membangkitkan motivasi dan semangat, tidak hanya bagi pengurus kelompok, tetapi juga untuk seluruh anggota. Motivasi ini penting, terutama dalam menghadapi dinamika pasar yang tidak selalu kondusif, sehingga anggota kelompok tani selalu siap menghadapi tantangan dengan semangat dan kreativitas.

Setelah pelatihan manajemen SDM, pelatihan beralih pada pengenalan digital marketing dan strategi membangun merek, yang disampaikan oleh Dr. Susanta. Digital marketing diperkenalkan agar para pelaku usaha dapat memanfaatkan aplikasi yang ada secara optimal untuk memasarkan produk mereka, mengingat pemasaran digital dapat memperluas jangkauan pasar mereka dengan lebih efisien. Sebagai langkah lanjutan, program marketing online akan dilaksanakan dengan dukungan mitra melalui pemasaran di media sosial. Rencana ini meliputi pembuatan video profil serta konten pemasaran yang dapat diunggah ke berbagai platform media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk mereka di pasar yang lebih luas.

Keberhasilan dari kegiatan yang telah dilaksanakan bersama Kelompok Tani Kopi Tawangmangu PROHUTANI menunjukkan adanya kemajuan signifikan dalam mencapai tujuan program pengabdian masyarakat. Setiap tahap yang dilakukan, mulai dari koordinasi, sosialisasi, hingga pelatihan dan pendampingan, memiliki dampak positif yang dapat diukur dari keterlibatan aktif kelompok tani dan respon positif terhadap materi yang diberikan. Pada tahap awal, koordinasi dengan Ketua Kelompok dan anggotanya telah berjalan efektif. Proses komunikasi yang baik antara tim pengabdi dan kelompok tani, baik sebelum maupun selama sosialisasi, memudahkan pelaksanaan kegiatan. Langkah ini penting, karena membantu menyiapkan kelompok untuk memahami tujuan dan manfaat program. Pendekatan komunikasi langsung melalui ketua juga efektif dalam mengatasi kendala geografis dan memfasilitasi kelompok untuk berperan sebagai mitra yang aktif. Hal ini

menunjukkan bahwa kelompok tani bukan hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga turut serta dalam pengembangan kegiatan.

Sosialisasi kegiatan kepada seluruh anggota kelompok melalui ketua berhasil menumbuhkan pemahaman yang jelas di antara anggota tentang peran dan kontribusi yang diharapkan. Evaluasi atas langkah ini menunjukkan bahwa metode sosialisasi yang disampaikan efektif dalam meningkatkan kesadaran anggota kelompok tentang program dan membangun rasa tanggung jawab kolektif. Ini tercermin dari kesiapan anggota untuk berpartisipasi dalam pelatihan dan aktivitas pendampingan tanpa memerlukan kehadiran langsung tim pengabdi di lapangan, menghemat waktu dan sumber daya.

Pelaksanaan pelatihan, yang mencakup manajemen organisasi, pemasaran digital, dan manajemen keuangan, serta edukasi kopi, juga mendapat apresiasi yang baik dari kelompok tani. Edukasi awal tentang kopi, yang disampaikan oleh ahli kopi, berhasil memberikan pengetahuan dasar yang penting bagi anggota kelompok tani. Dari sisi evaluasi, pengetahuan ini dapat berfungsi sebagai fondasi untuk memproduksi kopi yang berkualitas lebih tinggi dan membedakan produk mereka dari kompetitor. Selain itu, pelatihan manajemen organisasi yang dilakukan oleh Dr. Ida Susi Dewanti terbukti membantu kelompok dalam memperbaiki struktur organisasi serta menempatkan tugas dan tanggung jawab yang jelas pada setiap anggotanya. Melalui evaluasi awal, ditemukan bahwa pembagian peran ini berhasil mengurangi konflik internal yang sering kali muncul karena ketimpangan tugas. Hal ini menunjukkan efektivitas pelatihan dalam memperkuat koordinasi dan kohesi kelompok.

Pelatihan pemasaran digital yang disampaikan oleh Dr. Susanta memberikan wawasan baru tentang pemasaran berbasis teknologi, yang menjadi kebutuhan penting bagi kelompok tani untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Analisis keberhasilan kegiatan ini dapat dilihat dari respon positif anggota kelompok tani yang tertarik untuk memanfaatkan platform digital dalam mempromosikan produk mereka. Melalui evaluasi awal, tim menemukan bahwa anggota kelompok semakin terbuka terhadap teknologi dan mulai merencanakan pemasaran produk secara online, khususnya melalui media sosial. Ini adalah indikator keberhasilan yang signifikan, karena menunjukkan bahwa pelatihan mampu merubah pola pikir tradisional dalam pemasaran menjadi lebih modern dan berbasis teknologi.

Program pemasaran online yang dilaksanakan melalui platform media sosial juga menjadi salah satu bentuk keberhasilan lainnya. Pembuatan video profil dan konten pemasaran diharapkan dapat meningkatkan eksposur produk kopi mereka secara digital. Berdasarkan analisis keberhasilan awal, langkah ini akan memberikan dampak yang signifikan terhadap pengenalan produk mereka di luar wilayah Tawangmangu, menjadikan produk kopi mereka lebih dikenal secara luas.

Secara keseluruhan, kegiatan ini sudah menunjukkan keberhasilan dalam



beberapa aspek. Pertama, adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok tani dalam aspek produksi dan pemasaran. Kedua, peningkatan kualitas hubungan dan kerjasama antara tim pengabdi dengan kelompok tani sebagai mitra yang saling mendukung. Ketiga, adanya perubahan paradigma kelompok tani terhadap teknologi digital sebagai sarana untuk memperluas pasar.

Namun, evaluasi juga mencatat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan ke depan, terutama dalam hal penerapan pemasaran digital yang memerlukan pendampingan lanjutan agar strategi pemasaran dapat konsisten dan berkelanjutan. Hal ini penting untuk memastikan bahwa program yang sudah dilaksanakan tidak hanya berakhir pada tahap sosialisasi dan pelatihan, tetapi juga memberikan dampak jangka panjang bagi kelompok tani dalam mengembangkan usahanya.

Dengan mempertimbangkan hasil capaian dan evaluasi di atas, kegiatan ini dapat dinilai sebagai keberhasilan dalam memberdayakan kelompok tani secara holistik, dari sisi pengetahuan, keterampilan teknis, hingga kesiapan mereka untuk menghadapi tantangan pasar yang lebih luas. Ke depannya, keberlanjutan program ini diharapkan dapat dipertahankan dan ditingkatkan dengan dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak, sehingga kelompok tani dapat mandiri dalam mengelola dan memasarkan produknya.

PENUTUP

Simpulan

Program Pengabdian bagi Masyarakat (PbM) yang dilakukan di Kelompok Tani Kopi PROHUTANI, Tawangmangu, Jawa Tengah, berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok dalam beberapa aspek penting, yaitu manajemen organisasi, manajemen keuangan, dan pemasaran digital. Mitra menunjukkan antusiasme tinggi dan kontribusi signifikan dalam program ini, yang berdampak positif pada efektivitas organisasi, pencatatan keuangan, serta perluasan jaringan pemasaran. Faktor pendukung utama kegiatan ini adalah keterlibatan aktif anggota mitra dan dukungan dari tim pengabdi yang profesional. Namun, beberapa kendala seperti keterbatasan akses dan penguasaan teknologi oleh mitra masih menjadi hambatan dalam optimalisasi pemasaran digital secara mandiri.

Saran

Berdasarkan capaian program dan analisis terhadap kendala yang dihadapi, disarankan agar program PbM ini dilanjutkan dan diperluas ke kelompok-kelompok lain dengan kondisi serupa untuk memperluas dampak pemberdayaan. Selain itu, diperlukan pendampingan lanjutan untuk memastikan mitra dapat menerapkan

teknologi digital secara optimal dan mandiri dalam jangka panjang. Keberlanjutan program juga dapat diperkuat dengan penyediaan fasilitas pelatihan lanjutan dan pembaruan modul terkait pemasaran online serta manajemen keuangan agar keterampilan yang diperoleh tetap relevan dan berkembang.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada LPPM UPN "Veteran" Yogyakarta yang telah memberi kesempatan kepada yim pengabdian masyarakat melalui pendanaan hibah Pengabdian bagi Masyarakat Industri (PbMI). Semoga kegiatan ini membawa manfaat bagi pihak-pihak terkait.

DAFTAR PUSTAKA

Dusseldorf, 1987, *VDI Design Handbook*.www.clemson.edu/ces/cedar/images/d-/d7/VDI.pdf, diakses tanggal 8 Februari 2021.

Ginting, R., 2010, *Perancangan Produk*. Graha Ilmu, Cetakan Pertama, Yogyakarta.

Kementerian Perindustrian, 2015, *Kontribusi UMKM Naik*, <http://www.kemenperin.go.id/artikel/14002/Kontribusi-UMKM - Naik>, diakses 7 Februari 2021.

Kementerian Perindustrian, 2015, *Tangkal Krisis, Kadin Minta UMKM Diperkuat*, <http://kemenperin.go.id/artikel/7684/Tangkal-Krisis,-Kadin-Minta-Peran-UMKM-Diperkuat> diakses 7 Februari 2021.

Santoso, 2013, *Pengantar Perancangan Produk*. Bandung : Institut Teknologi Bandung.

Nurmianto, E., 2004, *Ergonomi Konsep Dasar dan Aplikasinya*, Cetakan Kedua, Prima Printing, Surabaya.

Nutranta, R., 2005, *Forward Engineering Design Metode VDI 2221*. Pusat pengembangan bahan ajar, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Saputra, D. D., 2014, *Perancangan Alat Pengering Otomatis*. Laporan tugas Akhir Jurusan Teknik Industri, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta.

UU No.20 Tahun 2008, tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Wibawa, F. D. P., 2014, *Perancangan Alat Pengering Otomatis*, Laporan Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.