

Peningkatan Manajemen Usaha Kopi Pada Kelompok Tani Hutan Wonosalam Kabupaten Jombang

Mochamad Nurhadi^{1*}, Tatik Suryani², Lilla Puji Lestari³, Eko Nurmianto⁴, Kesya Tita Vanbora⁵, Wadtsiquddin⁶, Aliyyu Sakti Soerotirto⁷, Alfiah Indasah⁸

^{1,5,6,7} Fakultas Teknik & Desain, Universitas Hayam Wuruk Perbanas

^{2,8} Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Hayam Wuruk Perbanas

³ Fakultas Teknik, Universitas Maarif Hasyim Latif

⁴ Fak. Teknologi Industri dan Rekayasa Sistem, Institut Teknologi Sepuluh Nopember

*Correspondent Email: nurhadi@perbanas.ac.id

Article History:

Received: 22-08-2025; Received in Revised: 12-10-2025; Accepted: 13-10-2025

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/tomaega.am5wgw24>

Abstrak

Desa Wonosalam terletak di Kabupaten Jombang merupakan bagian dari dataran tinggi Gunung Anjasmoro dan beriklim sejuk. Wilayah ini sesuai untuk perkebunan seperti kopi, cengkeh, durian, dan tanaman hortikultura lainnya. Wilayah ini dikenal sebagai salah satu sentra produksi kopi jenis excelsa dan robusta di Jawa Timur, dengan potensi pengembangan kopi yang signifikan. Untuk meningkatkan kapasitas masyarakat, program kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) dilaksanakan bekerjasama dengan Kelompok Tani Hutan (KTH) Wonosalam Jaya. Hasil focus group discussion (FGD) menyoroti perlunya peningkatan kapasitas dalam manajemen bisnis dan pemasaran. Oleh karena itu, pelatihan diberikan mengenai pengembangan Business Model Canvas (BMC), perumusan Prosedur Operasional Standar (SOP), strategi pemasaran (secara luring dan daring), dan pembuatan konten promosi yang kreatif. Evaluasi program dilakukan dengan menggunakan pre-test dan post-test. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada pengetahuan dan keterampilan peserta, dengan peningkatan yang tercatat pada pelatihan BMC dan SOP (94,99%), pelatihan strategi pemasaran (90,48%), dan pelatihan konten promosi (85,00%).

Kata Kunci: Kelompok Tani Hutan, Business Model Canvas, Standard Operational Procedure, Strategi Pemasaran, Konten Promosi

Abstract

Wonosalam Village, located in Jombang Regency, is part of the Mount Anjasmoro highlands and is characterized by a cool climate suitable for plantations such as coffee, cloves, durian, and other horticultural crops. The village is recognized as one of the production centers of excelsa and robusta coffee in East Java, with significant potential for coffee development. To enhance community capacity, a Community Partnership Empowerment Program was implemented in collaboration with the Wonosalam Jaya Forest Farmers Group (KTH). Findings from the focus group discussion (FGD) highlighted the need for capacity building in business management and marketing. Accordingly, training was provided on the development of a Business Model Canvas

(BMC), formulation of Standard Operating Procedures (SOPs), marketing strategies (offline and online), and the creation of creative promotional content. Program evaluation was conducted using pre- and post-tests. The results demonstrated a notable increase in participants' knowledge and skills, with improvements recorded in the BMC and SOP training (94.99%), marketing strategy training (90.48%), and promotional content training (85.00%).

Key Words: Forest Farmers Group, Business Model Canvas, Standard Operating Procedures, Marketing Strategies, Promotional Content.

1. Pendahuluan

Wonosalam dikenal sebagai daerah pegunungan, lanskap perbukitan, merupakan bagian dari Gunung Anjasmoro. Daerah ini bercurah hujan tinggi dan suhu relatif sejuk, menjadikannya ideal untuk perkebunan, terutama kopi, cengkeh, durian, dan hortikultura lainnya. Selain itu, Wonosalam juga memiliki banyak sumber mata air dan hutan lindung yang berfungsi sebagai kawasan resapan air. Desa Wonosalam terkenal sebagai salah satu sentra kopi excelsa dan robusta di Jawa Timur serta sebagai destinasi wisata alam, seperti air terjun, bumi perkemahan, dan agrowisata durian. Dusun Wonosalam di Kabupaten Jombang, Jawa Timur, memiliki potensi besar dalam produksi kopi, khususnya melalui Kelompok Tani Hutan (KTH) Wonosalam Jaya. Berbagai jenis kopi seperti arabika, robusta, dan excelsa dibudidayakan di wilayah ini (Bongkah.id, 2024). Pada tahun 2023, luas lahan kopi mencapai 2.006 hektare, dengan produksi total sekitar 1.330 ton kopi.



Gambar 1. Tanaman Kopi di Desa Wonosalam, Kabupaten Jombang

KTH Wonosalam Jaya berdiri tanggal 19 November 2021. Jumlah anggota KTH Wonosalam Jaya sebanyak 18 orang. Jenis usaha di bidang kehutanan antara lain: pengembangan hutan rakyat, produksi kopi bubuk dari hasil agroforestry, silvopatur ternak kambing, AUK berupa keripik pisang dan jahe instan. KTH Wonosalam Jaya sudah memiliki alat pengupas kulit kopi basah (*mesin pulper*). Alat pengupas kopi merupakan alat pemisah biji dan kulit kopi yang digunakan untuk membantu dalam proses pengolahan kopi (Hasmawati & Wahida, 2023). Peralatan yang dibutuhkan berupa mesin pemanggang kopi, atau *coffee roaster*, adalah alat yang digunakan untuk menyangrai biji kopi agar matang dan siap diolah

lebih lanjut. Proses penyangraian ini mengubah biji kopi mentah menjadi biji kopi matang dengan aroma dan rasa khas yang siap dinikmati (Masema.id, 2024). Penggunaan teknologi sederhana namun tepat guna memberikan peningkatan signifikan terhadap hasil produk. Mesin roasting dapat mendukung proses pasca panen secara mandiri dan konsisten, sekaligus menjadi sarana pelatihan untuk meningkatkan keterampilan teknis petani kopi dalam proses sangrai (*roasting*), yang sangat menentukan cita rasa akhir kopi (Choifin *et al.*, 2024).



Gambar 2. Hasil KTH dalam Bentuk Kopi Robusta (2.a) dan Kopi Excelsa (2.b)

KTH Wonosalam menjual kopi dalam bentuk biji kopi dan bubuk kopi. Penggunaan alat pengering kopi seperti *Solar Dryer Dome* dan mesin penggoreng semi otomatis terbukti efektif dalam meningkatkan efisiensi proses serta memperbaiki tekstur dan rasa kopi yang dihasilkan (Choifin *et al.*, 2024). Hasil kajian pada mesin pembuat bubuk jahe instan tersebut dapat meningkatkan produktivitas menjadi 400% lebih meningkat dan dapat meningkatkan efisiensi waktu dan lebih mempermudah pekerjaan kegiatan PkM mempunyai dampak terhadap perkembangan mitra dalam hal peningkatan kapasitas produksi sehingga dapat meningkatkan penjualan dan profit bagi mitra (Perdana *et al.*, 2024).

Pentingnya manajemen usaha bagi UMKM guna meningkatkan keuntungan. Hasil pendampingan manajemen usaha dan pemasaran digital di Kampung Kue Surabaya menunjukkan adanya peningkatan kemampuan manajemen usaha dan digital pemasaran yang berdampak pada meningkatnya *income generating* anggota paguyuban kampung kue (Nurhadi *et al.*, 2023). Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui digital secara daring dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial (Purwana *et al.*, 2017). Disamping itu, pengembangan *digital marketing* dapat membantu meningkatkan omzet dan kesejahteraan mitra sehingga kapabilitas kampung kue semakin dikenal (Nurhadi *et al.*, 2023). Kajian tentang pemanfaat media sosial sebagai sarana pemasaran menunjukkan bahwa kekuatan *Social Media Marketing Activities* msampu meningkatkan kecintaan konsumen pada seuba produk/ merek (Suryani *et al.*, 2024). Hasil kajian ini juga didukung bahwa perlu adanya strategi yang tepat dalam pengelolaan aktivitas pemasaran di media sosial (Suryani *et al.*, 2022). Pentingnya

para pengelola UKM untuk memahami *e-marketing* sebagai salah satu strategi dalam mengelola iklan, mengelola website dan media sosial (Suryani *et al.*, 2020).

Permasalahan utama yang dihadapi anggota KTH Wonosalam Jaya adalah (1) kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola usaha yang efektif, seperti: pengelolaan model bisnis, belum memiliki SOP, masalah komunikasi, dan kurangnya motivasi kerja; (2) kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam memasarkan produk kopi baik secara luring maupun daring dan kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam membuat materi/konten promosi yang kreatif dan menarik. Tujuan utama dari program kegiatan PKM adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen usaha yang efektif dan mengembangkan strategi pemasaran digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui media sosial dan platform daring.

2. Metode

Metode yang dilakukan dalam pengabdian kepada masyarakat menggunakan tiga tahapan, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan & pendampingan, tahap evaluasi.

Tahap Persiapan

Tim pelaksana Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) melakukan koordinasi awal dengan mitra melalui *focus group discussion* (FGD). Kegiatan FGD ini mengundang semua pengurus KTH Wonosalam Jaya, Tim PKM, Pembantu Lapangan, dan Mahasiswa yang terlibat dalam membantu teknis pelaksanaan PKM. Hasil FGD digunakan untuk menyiapkan setiap tahapan kegiatan PKM yang akan dilakukan. Beberapa aspek yang didiskusikan antara lain: persiapan tim, jadwal kegiatan, pelaksanaan kegiatan, dan partisipasi anggota KTH Wonosalam Jaya dalam setiap kegiatan.

Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan dalam bentuk pelatihan, pendampingan, dan pengembangan jejaring sebagai berikut:

- a. Pelatihan, kegiatan pelatihan yang disampaikan kepada mitra ada 3 topik, yaitu: manajemen usaha, strategi pemasaran, dan membuat konten produk yang inovatif.
- b. Pendampingan, tim pelaksana PKM dengan dibantu oleh pembantu lapangan dan mahasiswa akan melakukan pendampingan kepada pengurus dan anggota KTH Wonosalam Jaya dalam mengaplikasikan materi yang disampaikan dalam pelatihan.
- c. Pengembangan jejaring dilakukan dalam rangka mempromosikan produk hasil olahan KTH Wonosalam Jaya dan mengembangkan potensi pemasaran yang lebih luas, mengembangkan usaha dan meningkatkan volume penjualan kopi hasil produksi yang akan berdampak pada peningkatan *income generating*. Tim pelaksana PKM melakukan mediasi pengurus KTH Wonosalam Jaya dengan instansi pemerintah melalui Kelurahan Wonosalam Jombang.

Tahap Evaluasi

Proses evaluasi dilakukan di setiap tahap kegiatan guna menilai sejauh mana efektivitas pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan oleh Tim PKM. Teknik evaluasi mencakup distribusi kuesioner, pengujian kemampuan peserta pelatihan, dan wawancara langsung dengan mitra PKM, serta membandingkan produktivitas anggota KTH Wonosalam Jaya sebelum dan sesudah program PKM berjalan. Hasil pre-test dan post-test dapat memberikan gambaran peningkatan kemampuan dan keterampilan mitra sebelum dan sesudah mendapatkan pelatihan.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan PKM dengan mitra KTH Wonosalam Jaya dilakukan sejak akhir Maret 2025 sampai dengan awal Agustus 2025 dengan kegiatan sebagai berikut:

Survei awal

Pada awal kegiatan dilakukan survei dengan datang ke tempat pengurus KTH Wonosalam Jaya pada Maret 2025 dan bertemu dengan Ibu Murdiana Sukaryawati, yang menjabat sebagai Ketua Kelompok Tani Hutan.

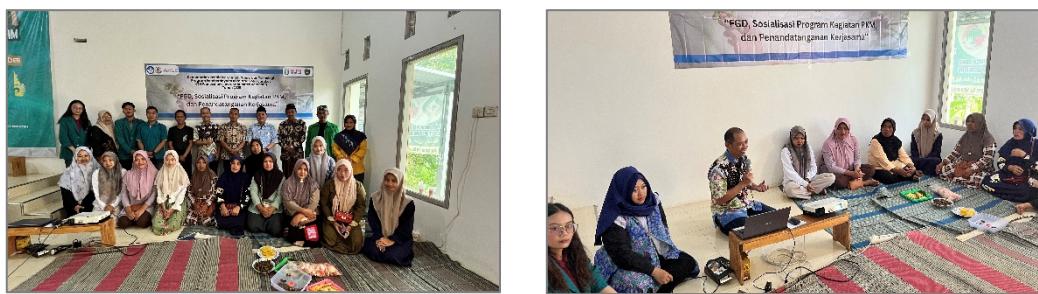


Gambar 3. Pertemuan Tim PKM dengan Ketua KTH Wonosalam Jaya

Hasil diskusi awal dengan Ketua KTH Wonosalam Jaya dapat disimpulkan bahwa mitra PKM memiliki kriteria mitra ekonomi produktif yang memiliki permasalahan yang bisa diselesaikan dengan program PKM, yaitu: (a) Aspek Manajemen Usaha: Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen usaha yang efektif; (b) Aspek Pemasaran: Jangkauan pemasaran kopi masih lingkup desa karena dilakukan secara langsung melalui toko Neng Diana atau produk langsung dikirim kepada pelanggan.

Focus Group Discussion (FGD)

Menindaklanjuti koordinasi awal dengan mitra, pada Juni 2025 dilakukan kegiatan FGD dengan Pengurus dan Anggota KTH Wonosalam Jaya untuk menggali lebih dalam permasalahan dan solusi dapat yang diselesaikan melalui program PKM.



Gambar 4. Kegiatan FGD dengan Mitra KTH Wonosalam Jaya

Hasil FGD didapatkan program PKM yang harus dilaksanakan terfokus pada kegiatan pelatihan dan pendampingan, yaitu (a) Aspek Manajemen: perlu dilakukan pelatihan manajemen usaha dengan membuat *Business Model Canvas* (BMC), dan pelatihan menyusun *Standard Operational Procedure* (SOP); (b) Aspek Pemasaran: perlu dilakukan pelatihan strategi pemasaran baik secara luring maupun daring, dan pelatihan pembuatan konten promosi yang kreatif dan menarik.

Pelatihan

Menindaklanjuti hasil FGD, maka dilakukan kegiatan pelatihan sesuai kebutuhan anggota KTH Wonosalam Jaya yang dilaksanakan selama bulan Juli 2025.

a. Pelatihan *Business Model Canvas*, Pembuatan SOP, dan Layanan Prima

Dalam mengelola manajemen usaha, anggota membutuhkan sebuah model yang dapat dijadikan model dalam mengembangkan. Dengan adanya pelatihan *Business Model Canvas*, anggota KTH Wonosalam Jaya memiliki pengetahuan tentang pengembangan model bisnis yang bisa diterapkan pada pengelolaan usaha kopi. Materi berikutnya adalah Layanan Prima yang disampaikan oleh Tim PKM. Metode pelaksanaan pelatihan ini dilakukan dalam bentuk praktik langsung bagaimana cara anggota KTH Wonosalam Jaya dalam melayani pelanggan dengan Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun (5S).



Gambar 4. Pelatihan BMC, SOP, dan Layanan Prima

Pada pelatihan ini juga disampaikan materi tentang teknik dan tahapan dalam menyusun *Standard Operational Procedure* (SOP) dalam proses pengolahan

kopi menjadi bubuk kopi, dan SOP dalam proses penyimpanan bahan baku dan hasil produksi kopi. Peserta dibagi dalam empat kelompok dan diberi tugas untuk menyusun SOP dengan didampingi oleh Tim PKM dan Mahasiswa. Hasil pelatihan adalah terciptanya SOP Proses Pembuatan Kopi, SOP Penyimpanan Bahan Baku, SOP Penyimpanan Hasil Produksi, dan SOP Pengelolaan Hasil Usaha KTH Wonosalam Jaya.

b. Pelatihan Strategi Pemasaran yang Efektif dengan Media Online dan Offline

Pemasaran dengan menggunakan media daring sudah sangat lazim digunakan, namun anggota KTH Wonosalam Jaya yang rata-rata berumur diatas 40 tahun banyak yang belum menerapkan pemasaran secara daring. Strategi pemasaran yang efektif dan manfaat pemasaran secara daring memiliki banyak keuntungan karena dapat menjangkau promosi yang lebih luas. Meski demikian, strategi pemasaran yang efektif secara luring juga sangat penting untuk menjaga komunikasi dengan pelanggan secara langsung.



Gambar 5. Pelatihan Strategi Pemasaran yang Efektif

Hasil dari pelatihan strategi pemasaran adalah anggota KTH Wonosalam Jaya memiliki pengetahuan bagaimana cara memasarkan produk kopi yang dihasilkan baik secara *offline* (dijual langsung ke konsumen) maupun pemasaran yang dibantu dengan media daring.

c. Pelatihan Membuat Konten Promosi yang Baik, Kreatif dan Menarik

Promosi yang menarik sangat dipengaruhi oleh isi konten yang kreatif dan menarik. Pengetahuan ini dibutuhkan oleh anggota KTH Wonosalam Jaya dalam membuat desain kemasan produk, desain konten promosi daring, dan desain brosur/ flayer/ spanduk yang kekinian dan kreatif sehingga mampu menarik perhatian orang yang melihatnya.

Pelaksanaan pelatihan dilakukan pada akhir Juli 2025 dengan metode penyampaian materi, contoh model konten promosi, dan memberikan praktik langsung cara membuat flayer/ brosur/ desain label produk dengan menggunakan aplikasi Canva di HP setiap peserta. Dengan dibantu dan didampingi oleh mahasiswa, para anggota KTH Wonosalam Jaya sudah mampu

mempraktekkan pembuatan desain konten promosi yang kreatif dan menarik, meskipun belum sempurna.



Gambar 6. Pelatihan Pembuatan Konten Promosi

Pendampingan

Proses pendampingan oleh Tim Pelaksana PKM dengan dibantu mahasiswa dilakukan secara luring setelah kegiatan pelatihan dan daring melalui zoom/ chatting/ video call dilakukan apabila peserta mengalami kendala dalam proses pembuatan atau penyusunan dokumen manajemen usaha dan promosi. Beberapa label promosi berhasil dibuat oleh mitra hasilnya dicetak pada kertas stiker untuk ditempel pada kemasan produk kopi yang dihasilkan. Desain label promosi dibuat dengan menggunakan aplikasi Canva seperti pada Gambar 7.



Gambar 7. Hasil Desain Label Produk Kopi KTH Wonosalam Jaya

Membangun Relasi

Pada akhir bulan Juli 2025 ada kegiatan di Wonosalam Jombang, yaitu Bhayangkara Rindu Run Adventure yang diselenggarakan Polres Jombang. Kelompok Tani Hutan Wonosalam Jaya mengikuti kegiatan tersebut untuk membangun relasi dan memperkenalkan produk kopi yang dihasilkan oleh KTH dan mempraktekkan hasil pelatihan seperti layanan prima, membuat konten

©To Maega / Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

promosi yang kreatif & menarik, serta menerapkan strategi pemasaran yang efektif secara luring.

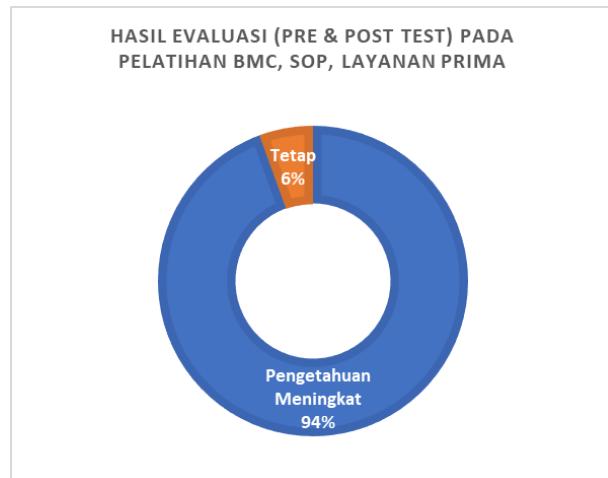


Gambar 8. (8.a) Bupati Jombang, dan (8.b) Kapolres Jombang Mengunjungi Stand Pameran Produk Kopi KTH Wonosalam Jaya

Pada kegiatan ini dihadiri Bupati Jombang Bapak Warsubi (Gambar 8.a), dan Kapolres Jombang Bapak AKBP Ardi Kurniawan (Gambar 8.b). Kedua pejabat Jombang ini sangat menikmati hasil olahan produk kopi yang dihasilkan oleh KTH Wonosalam Jaya dan memberikan apresiasi yang tinggi atas peran serta dalam memasarkan produk hasil pertanian Wonosalam Jombang.

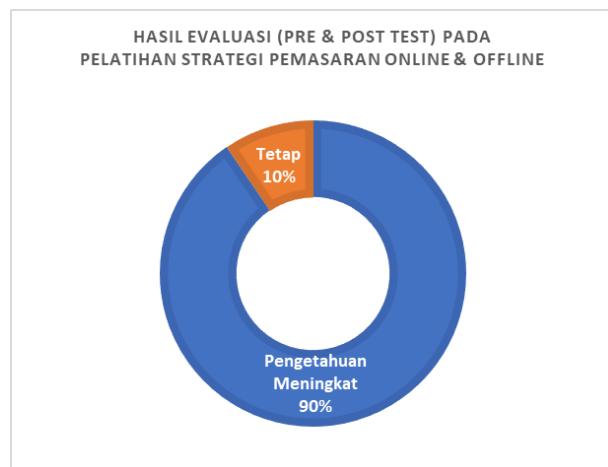
Evaluasi

Capaian dari program kegiatan PKM dilakukan pengukuran kemampuan dan ketrampilan peserta pelatihan dengan menggunakan alat ukur pre-test dan post-test.



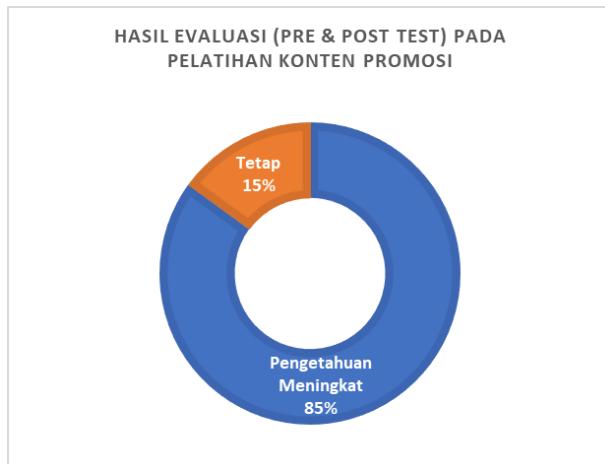
Gambar 9. Hasil Evaluasi Pelatihan BMC, SOP, dan Layanan Prima

Pada Gambar 9 menunjukkan hasil evaluasi dari 18 peserta yang mengikuti pelatihan manajemen usaha. Proses evaluasi dilakukan dengan mengukur pemahaman peserta terhadap materi pelatihan BMC, SOP dan Layanan Prima dengan memberikan soal pre-test dan post-test. Hasil pengukuran menunjukkan 94,44% peserta pelatihan mengalami peningkatan pengetahuan dalam mengelola manajemen usaha, penyusunan SOP, bagaimana memberikan layanan kepada pelanggan/ konsumen secara maksimal.



Gambar 10. Hasil Evaluasi Pelatihan Strategi Pemasaran

Hasil evaluasi pelatihan berikutnya adalah strategi pemasaran yang efektif dengan media daring dan luring yang diikuti oleh 21 orang anggota KTH Wonosalam Jaya. Hasilnya pada Gambar 10 menunjukkan 90,48% peserta pelatihan mengalami peningkatan pengetahuannya dalam mengelola pemasaran dengan media daring dan luring dan 10% peserta nilai pre-test dan post-test tidak ada peningkatan.



Gambar 11. Hasil Evaluasi Pelatihan Pembuatan Konten Promosi

Pelatihan ketiga adalah pembuatan konten promosi yang kreatif dan menarik diikuti oleh 20 orang peserta. Hasil evaluasi pre-test dan post-test pada Gambar 11. menunjukkan 85,00% peserta pelatihan mengalami peningkatan pengetahuannya dalam membuat konten promosi. Hasil evaluasi secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa anggota KTH Wonosalam Jaya yang mengikuti pelatihan mampu menyerap ilmu pengetahuan yang disampaikan oleh Tim Pelaksana Pengabdian Masyarakat sehingga rata-rata peningkatan pengetahuannya sebesar 89,97%.

Keberlanjutan dari program kegiatan pelatihan hasil PKM yang telah dilaksanakan diharapkan bermanfaat bagi mitra KTH Wonosalam Jaya memberikan bekal keterampilan bagi mitra dalam melaksanakan manajemen usaha dengan baik dan melaksanakan pemasaran hasil produk kopi dengan baik. Pendampingan yang dilakukan akan mendorong mitra untuk lebih giat mempromosikan hasil produksi kopi baik secara daring atau dengan mengikuti berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh Pemkab Jombang ataupun instansi pemerintahan dan instansi swasta lainnya.

4. Kesimpulan

Program kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) telah dilaksanakan mulai akhir Maret sampai dengan Agustus 2025 diawali dengan survei lokasi kepada mitra, dilanjutkan focus group discussion (FGD) dengan mitra, dan melaksanakan pelatihan sesuai dengan kebutuhan pengembangan keilmuan dan pengetahuan mitra sebagai tindak lanjut dari hasil FGD. Kegiatan PKM yang telah dilaksanakan, adalah:

1. Pelatihan untuk meningkatkan kemampuan anggota KTH Wonosalam Jaya dalam mengelola usahanya dalam bentuk pelatihan BMC, penyusunan SOP, dan layanan prima.

2. Pelatihan mengoptimalkan pemasaran produk agar dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas dalam bentuk pelatihan strategi pemasaran yang efektif baik secara daring maupun luring, serta pembuatan konten promosi yang baik, kreatif dan menarik.
3. Pendampingan dilakukan setelah pelaksanaan pelatihan atau pendampingan secara daring apabila anggota KTH Wonosalam Jaya mengalami kesulitan dalam penyusunan/ pembuatan dokumen manajemen usaha atau pembuatan konten promosi.
4. Membangun relasi dengan mendaftarkan keikutsertaan mitra KTH Wonosalam Jaya pada ajang pemeran hasil produk pertanian Wonosalam Jombang yang digelar pada akhir Juli 2025.
5. Evaluasi yang dilakukan dengan mengukur pengetahuan dan kemampuan sebelum mengikuti pelatihan (pre-test) dan setelah diberikan materi pelatihan dan pendampingan melalui post-test. Hasil evaluasi pada pelatihan BMC, SOP, dan Layanan Prima sebanyak 94,44% peserta meningkat pengetahuannya. Demikian juga dengan pelatihan strategi pemasaran sebanyak 90,48% kemampuan peserta meningkat, dan pelatihan pembuatan konten kreatif sebanyak 85,00% peserta meningkat ketrampilannya.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa anggota KTH Wonosalam Jaya yang mengikuti pelatihan mampu menyerap ilmu pengetahuan dan keterampilan yang disampaikan oleh Tim Pelaksana PKM dengan rata-rata peningkatan sebesar 89,97%.

6. Ucapan Terimakasih

Program kegiatan PKM dapat terlaksana sesuai dengan yang direncanakan. Terima kasih kepada Kemdiktisaintek yang telah memberikan kesempatan dan dukungan melalui program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat dengan kontrak nomor 070/LL7/DT.05.00/PL/2025. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bagian Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (PPPM) Universitas Hayam Wuruk Perbanas dan Universitas Maarif Hasyim Latif yang telah memberikan sarana dan prasarana sehingga program dapat dilaksanakan tanpa ada kendala. Terakhir, tim PKM juga mengucapkan banyak terima kasih kepada Ketua dan anggota KTH Wonosalam Jaya yang telah berpartisipasi dan berperan aktif dalam semua program kegiatan yang dilakukan.

7. Daftar Pustaka

- Bongkah.id. (2024). *Potensi Kopi di Wonosalam Jombang, Melimpah, Petani Panen Ribuan Ton.* https://bongkah.id/31/07/2024/potensi-kopi-di-wonosalam-jombang-melimpah-petani-panen-ribuan-ton/?utm_source=chatgpt.com.
- Choifin, M., Lestari, L. P., Ekasari, R., & Triyoga, M. D. (2024). Pemberdayaan

- Petani Kopi Ngembat Lestari melalui Teknologi Pasca Panen dan Strategi Pemasaran Digital. *Jurnal Abmas Negeri (JAGRI)*, 5(2), 247–261.
- Hasmawati, H., & Wahida, W. (2023). Modifikasi Alat Pengupas Kulit Kopi Basah. *Musamus AE Featuring Journal*, 5(2), 33–39.
- Masema.id. (2024). *Mesin Roasting Kopi: Inovasi dan Prospek di Industri Kopi*. <https://masema.id/cara-kerja-mesin-roasting-kopi/#:~:text=Definisi> Mesin Roasting Kopi, rasa khas yang siap dinikmati
- Nurhadi, M., Supriyati, & Pratama, Y. H. C. (2023). Kebermanfaatan E-Comprehensive Reporting bagi Pengembangan Kapabilitas Paguyuban Produsen Kampung Kue Surabaya. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 6–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.30996/jpm17.v8i1.7335>
- Nurhadi, M., Supriyati, S., Pratama, Y. H. C., Akbar, H. Y., Lazuardy, N., & Safinah, L. (2023). Peningkatan Income Generating Paguyuban Kampung Kue Melalui Pendampingan Manajemen Usaha dan Pemasaran Digital. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(3), 418–431. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v6i3.1741>
- Perdana, D., Lestari, L. P., Farkhan, M., & Ngibad, K. (2024). Peningkatan Kapasitas Produksi UMKM Serbuk Mimuman Herbal Menggunakan Mesin Oven dan Kristalisasi. *AMONG: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 06(02), 67–74.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM) E-ISSN*, 2580, 4332.
- Suryani, T., Nurhadi, M., & Fauzi, A. A. (2020). *E-Marketing bagi UKM: Strategi Periklanan, Website & Media Sosial* (1st ed.). Jakad Media Publishing.
- Suryani, T., Nurhadi, M., & Fauzi, A. A. (2024). The Power of Social Media for Marketing Activities to Boost Brand Love of Local Products. *KnE Social Sciences*, 2024, 116–128. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i10.15715>
- Suryani, T., Nurhadi, M., Fauzi, A. A., & Cordova, F. F. (2022). *Strategi Pengelolaan Aktivitas Pemasaran di Media Sosial*. Jakad Media Publishing.