

**PENGEMBANGAN FORMULASI MINUMAN KOPI DENGAN  
REMPAH NUSANTARA BAGI MAHASISWA MAGANG  
WIRUSAHA MERDEKA DI DESA PANDUMAN SUKMO  
ELANG KECAMATAN JELBUK KABUPATEN JEMBER**

**LAPORAN PRAKTIK  
MAGANG TEMATIK KEWIRUSAHAAN (MAGANG-TKWU)  
PROGRAM WIRUSAHA MERDEKA**



Oleh:

Moh Rizqi Teguh Imansyah

NIM B31200931

**PROGRAM STUDI KETEKNIKAN PERTANIAN  
JURUSAN TEKNOLOGI PERTANIAN  
POLITEKNIK NEGERI JEMBER  
2023**

**PENGEMBANGAN FORMULASI MINUMAN KOPI DENGAN  
REMPAH NUSANTARA BAGI MAHASISWA MAGANG  
WIRUSAHA MERDEKA DI DESA PANDUMAN SUKMO  
ELANG KECAMATAN JELBUK KABUPATEN JEMBER**

**LAPORAN PRAKTIK  
MAGANG TEMATIK KEWIRUSAHAAN (MAGANG-TKWU)  
PROGRAM WIRUSAHA MERDEKA**



Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md.T)  
di Program Studi Keteknikan Pertanian Jurusan Teknologi Pertanian

Oleh:

Moh Rizqi Teguh Imansyah

NIM B31200931

**PROGRAM STUDI KETEKNIKAN PERTANIAN  
JURUSAN TEKNOLOGI PERTANIAN  
POLITEKNIK NEGERI JEMBER  
2023**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN  
TEKNOLOGI POLITEKNIK NEGERI JEMBER**

---

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGEMBANGAN FORMULASI MINUMAN KOPI DENGAN  
REMPAH NUSANTARA BAGI MAHASISWA MAGANG  
WIRUSAHA MERDEKA DI DESA PANDUMAN SUKMO  
ELANG KECAMATAN JELBUK KABUPATEN JEMBER**

Oleh:

Moh Rizqi Teguh Imansyah

NIM B31200931

Telah menyelesaikan kegiatan program MBKM Wirausaha Merdeka di  
Politeknik Negeri Jember selama 1 semester (Agustus – Desember)

Ketua Program WMK  
Politeknik Negeri Jember



Dr. Dhanang Eka Putra S.P., M.Sc.  
NIP 198312102014041001

Koordinator Program Studi  
D3 Keteknikan Pertanian



Rizza Wijaya, S.TP., M.Sc.  
NIP 1989062120180310001

## **PRAKATA**

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa. Atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktik Magang Tematik Kewirausahaan (Magang-TKWU) Program Wirausaha Merdeka yang berjudul “Pengembangan Formulasi Minuman Kopi dengan Rempah Nusantara Bagi Mahasiswa Magang Wirausaha Merdeka Di Desa Panduman Sukmo Elang Kecamatan Jelbuk Kabupaten Jember” dengan tepat waktu.

Laporan Praktik ini disusun untuk memenuhi tugas Laporan Praktik Magang Tematik Kewirausahaan (Magang-TKWU) Program Wirausaha Merdeka. Selain itu, Laporan Praktik ini juga bertujuan menambah wawasan bagi para pembaca dan juga bagi penulis.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Rizza Wijaya, S.TP., M.SC. selaku Dosen Pembimbing Lapangan Magang Tematik Kewirausahaan (Magang-TKWU). Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu diselesaikannya makalah ini.

Penulis menyadari Laporan Praktik ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun diharapkan demi kesempurnaan Laporan Praktik ini.

Jember, November 2022



Penulis

## RINGKASAN

**Pengembangan Formulasi Minuman Kopi Dengan Rempah Nusantara Bagi Mahasiswa Magang Wirausaha Merdeka Di Desa Panduman Sukmo Elang Kecamatan Jelbuk Kabupaten Jember**, Moh Rizqi Teguh Imansyah Nim B31200931 2022, 51 halaman, Keteknikan Pertanian, Teknologi Pertanian, Politeknik Negeri Jember, Rizza Wijaya S.TP.,M.Sc (Dosen Pembimbing Magang).

Magang merupakan salah satu program yang tercantum dalam kurikulum akademik Politeknik Negeri Jember, yang dilaksanakan pada akhir semester ganjil V (lima). Program tersebut adalah salah satu persyaratan kelulusan mahasiswa Politeknik Negeri Jember. Program magang ini juga merupakan bagian dari salahsatu pendidikan yang menyangkut proses belajar berdasarkan pengalaman diluar sistem belajar pada saat kuliah dan praktik di dalam kampus. Mahasiswa dipersiapkan untuk mendapatkan keterampilan khusus dan pengalaman dari keadaan yang nyata dalam bidang masing-masing.

Kopi merupakan salah satu jenis tanaman perkebunan yang sudah lama dibudidayakan dan memiliki nilai ekonomis yang lumayan tinggi. Kopi berasal dari Afrika, yaitu daerah pegunungan di Etopia. Namun, kopi sendiri baru dikenal oleh masyarakat dunia setelah tanaman tersebut dikembangkan di luar daerah asalnya, yaitu Yaman di bagian selatan Arab. Buah kopi pada umumnya memiliki anatomi yang sama yaitu pada kulit ceri, lapisan lendir, lapisan perkamen, lapisan perak (silver skin), biji hijau (green beans). Komposisi kimia dari biji kopi hijau berbeda- beda tergantung kepada tanah tempat tumbuh, jenis kopi, derajat kematangan, cara pengolahan, dan kondisi penyimpanan. Sudah lama dikenal secara luas bahwa kopi telah menjadi salah satu produk unggulan sejak zaman kolonial Belanda. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya tanaman kopi yang dikelola secara turun temurunoleh petani.

Program wirausaha merdeka (WMK) adalah program yang dijalankan oleh pemerintah untuk mewujudkan minat dan semangat mahasiswa dalam berwirausaha, menanamkan pola pikir dan jiwa wirausaha dan membangun

kompetensi dasar wirausaha serta mendorong peningkatan pengalaman wirausaha guna meningkatkan daya saing kerja, kapasitas dan kualitas lulusan Perguruan Tinggi. Manfaat yang dapat dipetik bagi mahasiswa peserta WMK ini akan mendapatkan pengalaman Praktis dalam berwirausaha dan dapat belajar di luar kampus untuk mengembangkan ilmu di bidang kewirausahaan.

Program ini berawal dengan Pembekalan Magang Wirausaha Merdeka agar mengubah mindset perilaku, etika bekerja, profesional dalam bekerja, disiplin waktu, proaktif saat bekerja, bisa diandalkan, memberikan kontribusi dedikasi saat bekerja, akuntabilitas, kerja sama tim, saling menghormati, dan rendah hati. Perilaku yang merusak etika kerja yaitu berpikiran negatif, terlalu banyak alasan, dan memberikan feedback yang merugikan, dan diakhiri dengan Mengikuti kegiatan seperti bazar secara langsung di beberapa tempat agar produk lebih dikenal oleh banyak orang. Tentunya peminatnya pun akan semakin meningkat. Selain mengikuti bazar, usaha magang juga memasarkan produk yang dijual di berbagai tempat, contohnya melalui media sosial seperti Whatsapp, Instagram, dan lainnya. Membuat desain kemasan yang menarik dan unik agar pembeli lebih tertarik untuk membeli.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>PRAKATA</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vi
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
X C	
1.3 Tujuan Umum .....	2
1.4 Manfaat Kegiatan .....	2
1.5 Tempat dan Waktu Pelaksanaan .....	3
<b>BAB 2. EDC (ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT CLASS)</b> .....	4
2.1 Kick Off .....	4
2.2 EDC (Entrepreneurship Development Class) .....	5
2.3 Pembekalan Magang Tematik Wirausaha Merdeka .....	8
2.4 Outbound.....	9
<b>BAB 3. MAGANG TEMATIK WIRAUSAHA MERDEKA</b> .....	11
3.1 Metode Pelaksanaan Kegiatan Magang .....	11
3.2 Keadaan Umum Industri Mitra .....	20
3.3 Analisis Usaha Magang Usaha.....	22
3.4 Implementasi Usaha Magang .....	23
<b>BAB 4. INKUBASI BISNIS</b> .....	25
4.1 Kegiatan Pendampingan yang dilakukan Oleh Pendamping Usaha .....	25
4.2 Kegiatan Coaching Clinic Bersama dengan Para Profesional Coach .....	25
<b>BAB 5. BOOTCAMP</b> .....	27
<b>BAB 6. USAHA RINTISAN (DE LUCKY COFFEE FRANKLIN)</b> .....	49
6.1 Gambaran Umum Rencana Usaha .....	49
6.2 Metode Kegiatan .....	49

6.3 Hasil yang Ingin dicapai.....	50
<b>BAB 7. KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>51</b>
7.1 Kesimpulan .....	51
7.2 Saran.....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>52</b>



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 2.1</b> Kick Off EDC .....	5
<b>Gambar 2.2</b> EDC .....	8
<b>Gambar 2.3</b> Pembekalan Magang Tematik .....	9
<b>Gambar 2.4</b> Outbound .....	10
<b>Gambar 3.1</b> Survei Lapangan .....	12
<b>Gambar 3.2</b> Briefing dari Mitra.....	13
<b>Gambar 3.3</b> Pengetahuan Dasar Kopi.....	14
<b>Gambar 3.4</b> Pembuatan Lobang Tanam .....	15
<b>Gambar 3.5</b> Proses Sortasi Buah Kopi .....	16
<b>Gambar 3.6</b> Proses Cuping Kopi .....	17
<b>Gambar 3.7</b> Proses Roasting Kopi.....	18
<b>Gambar 3.8</b> Pembuatan NIB.....	19
<b>Gambar 3.9</b> Mountain Corner Penutupan Magang.....	20
<b>Gambar 5.1</b> Bootcamp.....	48

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1.1</b> Tempat dan Waktu Pelaksanaan.....	3
<b>Tabel 2.1</b> Kick Off EDC.....	4
<b>Tabel 2.2</b> Hari ke-2 EDC.....	5
<b>Tabel 2.3</b> Hari ke-3 EDC.....	6
<b>Tabel 2.4</b> Hari ke-4 EDC.....	7
<b>Tabel 2.5</b> Outbound .....	9
<b>Tabel 3.1</b> BEP Green Bean Robusta (Biji Kopi yang Belum di Shangrai) .....	22
<b>Tabel 3.2</b> BEP Green Bean Arabika (Biji Kopi yang Belum di Shangrai) .....	22
<b>Tabel 3.3</b> BEP Roast Bean (Biji Kopi yang Telah di Shangrai) .....	23

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Negara Indonesia adalah negara agraris yang mendukung peran sektor pertanian. Jember merupakan kota kecil di Indonesia yang terletak di bagian timur Pulau Jawa. Letak geografis Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur berada di antara Pegunungan Hyang Argopuro dan Raung. Kondisi ini membuat Jember menjadi daerah yang cocok untuk perkebunan kopi. Semakin tinggi daratan yang dipakai untuk perkebunan kopi, semakin apik pula kopi yang dihasilkan dan memiliki cita rasa yang khas. Desa Panduman Sukmo Elang, Kecamatan Jelbuk yang merupakan daerah bagian dari Kabupaten Jember ini adalah sebuah desa yang terletak pada ketinggian  $\pm 1200$  mdpl. Letak desa ini yang berada di ketinggian sangat mendukung untuk dijadikan daerah perkebunan. Hal ini mendorong penduduk di Desa Panduman mayoritas bekerja sebagai petani yang menjadikan pendapatan penduduk di daerah ini rendah, sehingga menyebabkan faktor lain yaitu rendahnya kualitas pendidikan. Akibatnya, kebanyakan para generasi muda di daerah ini hanya melanjutkan pekerjaan orang tua mereka sebagai petani yang bekerja di ladang. Beberapa hasil tani yang dihasilkan di Desa Panduman di antaranya adalah sengon, cabai, petai, tembakau, dan kopi.

Kopi merupakan salah satu jenis tanaman perkebunan yang sudah lama dibudidayakan dan memiliki nilai ekonomis yang lumayan tinggi. Kopi berasal dari Afrika, yaitu daerah pegunungan di Etopia. Namun, kopi sendiri baru dikenal oleh masyarakat dunia setelah tanaman tersebut dikembangkan di luar daerah asalnya, yaitu Yaman di bagian selatan Arab (Hamni, 2013). Buah kopi pada umumnya memiliki anatomi yang sama yaitu pada kulit ceri, lapisan lendir, lapisan perkamen, lapisan perak (silver skin), biji hijau (green beans). Komposisi kimia dari biji kopi hijau berbeda-beda tergantung kepada tanah tempat tumbuh, jenis kopi, derajat kematangan, cara pengolahan, dan kondisi penyimpanan (Clarke dan Macrae, 1985). Sudah lama dikenal secara luas bahwa kopi telah menjadi salah satu produk unggulan sejak zaman kolonial Belanda. Hal ini

dibuktikan dengan banyaknya tanaman kopi yang dikelola secara turun temurun oleh petani.

### **1.2 Tujuan Program Kegiatan**

Mengelola biji kopi menjadi bubuk kopi dengan menambahkan berbagai jenis rempah nusantara seperti jahe dan kapulaga untuk meningkatkan cita rasa serta meningkatkan nilai jual kopi agar memberikan peluang yang menjanjikan kepada para petani dan konsumen terhadap teknologi produksi kopi rempah.

### **1.3 Tujuan Umum**

Menjadikan kopi di Indonesia sebagai peranan penting bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat serta membawa perubahan sosial dan budaya masyarakat petani, serta menciptakan produk dalam berwirausaha kopi lokal yang mampu bersaing dengan kopi di tingkat global. Sedangkan tujuan khususnya adalah menjadikan perusahaan kopi yang menarik dan terus berkembang dengan kualitas dan cita rasa untuk meraih pangsa pasar yang besar.

### **1.4 Manfaat Kegiatan**

Berdasarkan tujuan yang telah dipaparkan, maka manfaat kegiatan yang diharapkan:

1. Menambah wawasan dan pengalaman dalam mengelola kopi.
2. Meningkatkan kreatifitas produk dalam berwirausaha.
3. Dapat dijadikan sumber referensi.
4. Memiliki peluang untuk menciptakan inovasi baru.

### 1.5 Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Tempat
Kick Off	5 September 2022	GOR Polije
EDC	6 – 9 September 2022	GOR Polije
Outbound	10 September 2022	Lapangan GOR Polije
Magang DUDI Tematik	12 Sep – 5 Nov 2022	KUB Arum Sukmo
Inkubasi Bisnis	16 – 20 November 2022	GOR Polije
Bootcamp	21 – 25 November 2022	GOR Polije
Survei Tempat	26 November 2022	GOR Polije
Gelar Produk	27 November 2022	GOR Polije
Bimtek BNSP	28 – 29 November 2022	GOR Polije
Gelar Produk	30 November 2022	GOR Polije
Ujikom BNSP	1 – 5 November 2022	GOR Polije
Bussines Matching dan Gelar Produk	6 Desember 2022	GOR Polije

Tabel 1.1  
Tempat dan Waktu Pelaksanaan

## BAB II EDC (ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT CLASS)

### 2.1 Kick Off

#### Hari ke-1: Pembukaan EDC

<b>Materi</b>	“Wawasan Kewirausahaan Bagi Mahasiswa”
<b>Pemateri</b>	Drs. Lukman Ekana Putra, Psi., M.Si.
<b>Metode Penyelesaian</b>	Entrepreneur, yaitu melihat adanya peluang ekonomi dan menciptakan organisasi dengan memanfaatkan peluang ekonomi tersebut.
<b>Alternatif Solusi</b>	Harus memiliki wawasan entrepreneur dan entrepreneurship untuk membuka dan menjalankan sebuah wirausaha.
<b>Kesimpulan</b>	Harus memiliki wawasan entrepreneur dan entrepreneurship untuk membuka dan menjalankan sebuah wirausaha.
<b>Saran</b>	Lebih mempelajari apa itu kewirausahaan dan sifat-sifat seorang wirausaha.

Tabel 2.1  
Kick Off EDC



Gambar 2.1  
Kick Off EDC

## **2.2 EDC (Entrepreneurship Development Class)**

EDC (Entrepreneurship Development Class) adalah kelas bisnis guna pemahaman dari pola pikir kewirausahaan dari para pelaku dan regulator industri startup (Softskill), mengenai kewirausahaan dan ciri-ciri kewirausahaan, kreativitas dan inovasi wirausaha, ide dan peluang bisnis, konsep pemasaran dan penjualan dalam wirausaha, jenis-jenis bisnis model, proposal kelayakan bisnis, dan etika bisnis. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi, menentukan, dan melakukan dengan baik dan benar yang berkaitan dengan aktivitas kewirausahaan. Targetnya ialah peningkatan pengetahuan dan pola pikir dalam bidang kewirausahaan hingga mencapai 95%.

**Hari ke-2 EDC**

<b>Materi 1</b>	“Wirausaha Pemuda dan Mahasiswa untuk The Garuda of Asia 2035”
<b>Pemateri</b>	Cahyadi Joko Sukmono, SIP. MM.
<b>Materi 2</b>	“Entrepreneur Mindset”
<b>Pemateri</b>	Agus Hadi Prayitno, S.Pt., M.Sc., CPC.
<b>Metode Penyelesaian</b>	Patenpreneur dan pemikiran yang harus dimiliki seorang entrepreneur.
<b>Alternatif Solusi</b>	Harus memiliki visi puncak dan memiliki pemikiran positif pada setiap keadaan.
<b>Kesimpulan</b>	Berwirausaha harus memiliki motivasi dan pemikiran positif pada setiap keadaan.
<b>Saran</b>	Memiliki visi dan misi yang cukup jelas dalam berwirausaha.

Tabel 2.2  
Hari ke-2 EDC

**Hari ke-3 EDC**

<b>Materi 1</b>	“Strategi Bisnis Sukses Produk Laris dan Selalu Eksis”
<b>Pemateri</b>	Hilmi Zamrudiansyah
<b>Materi 2</b>	“Visi Nyata Berwirausaha”
<b>Pemateri</b>	Firdaus Malik S.ST.
<b>Materi 3</b>	“1001 Mimpi”
<b>Pemateri</b>	Ely Mulyadi, SE, M.Kom.
<b>Metode Penyelesaian</b>	Membuat sebuah visi wirausaha yang nyata, menjalankan dan mengerjakan visi yang telah dibuat.
<b>Alternatif Solusi</b>	Berwirausaha membutuhkan visi yang jelas dan rekan



	kerja yang sejalan dengan visi yang telah dibuat.
<b>Kesimpulan</b>	Bermimpilah dan raihlah tujuan yang ingin dicapai.
<b>Saran</b>	Selalu berpikiran positif dalam menggapai visi.

Tabel 2.3  
Hari ke-3 EDC

#### Hari ke-4 EDC

<b>Materi 1</b>	“Design Thinking & Business Model Canvas”
<b>Pemateri</b>	Doni Agustinus Waluyo S.E.
<b>Materi 2</b>	“Design Thinking Idea”
<b>Pemateri</b>	Nazarudin Latif S.Pd.
<b>Materi 3</b>	“Yukk Susun Rencana Usahamu”
<b>Pemateri</b>	Ir. H. Slamet Sulistiyono S.P.
<b>Metode Penyelesaian</b>	Menyusun rencana usaha dengan mengedepankan Business Model Canvas.
<b>Alternatif Solusi</b>	Menggunakan proses Design Thinking dan Business Model Canvas.
<b>Kesimpulan</b>	Design Thinking, Business Model Canvas, dan memperbanyak relasi adalah suatu hal yang sangat penting dalam berwirausaha.
<b>Saran</b>	Selalu mencari ide-ide, mencari relasi yang tepat agar mudah dalam menjalankan wirausaha.

Tabel 2.4  
Hari ke-4 EDC



Gambar 2.2  
EDC

### 2.3 Pembekalan Magang Tematik Wirausaha Merdeka

Pembekalan Magang Wirausaha Merdeka agar mengubah mindset perilaku, etika bekerja, profesional dalam bekerja, disiplin waktu, proaktif saat bekerja, bisa diandalkan, memberikan kontribusi dedikasi saat bekerja, akuntabilitas, kerja sama tim, saling menghormati, dan rendah hati. Perilaku yang merusak etika kerja yaitu berpikiran negatif, terlalu banyak alasan, dan memberikan feedback yang merugikan.



Gambar 2.3  
Pembekalan Magang Tematik

## 2.4 Outbound

Tanggal	Kegiatan
10 September 2022	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cara Bersosialisasi</li> <li>2. Kebersamaan</li> <li>3. Cara Berinteraksi dengan Orang Lain</li> <li>4. Kreatif</li> <li>5. Imajinatif</li> </ol>

Tabel 2.5  
Outbound



Gambar 2.4  
Outbound

## **BAB III MAGANG TEMATIK WIRAUSAHA MERDEKA**

### **3.1 Metode Pelaksanaan Kegiatan Magang**

Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan dengan mitra KUB Arum Sukmo Desa Panduman Sukmo Elang, Kecamatan Jelbuk, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur yang dilakukan pada 16 September 2022. Tahapan kegiatan meliputi:

- a. Mengajukan lokasi magang
- b. Peminatan lokasi magang
- c. Pemberangkatan magang
- d. Survei lapangan
- e. Pengenalan tentang mitra KUB Arum Sukmo
- f. Pengenalan dasar tentang kopi
- g. Kegiatan budidaya tanaman
- h. Kegiatan UPH (Unit Pengelolaan Hasil)
- i. Roasting, Grinder, dan Cuping Kopi
- j. Kegiatan UMKM Packing
- k. Penutupan magang DUDI (Dunia Usaha Dunia Industri)

#### **3.1.1 Mengajukan Lokasi Magang**

Peserta Wirausaha Merdeka melakukan proses pengajuan lokasi magang pada tanggal 7-10 September 2022.

#### **3.1.2 Peminatan Lokasi Magang**

Peserta Wirausaha Merdeka melakukan proses pengelompokan oleh Tim WMK pada tanggal 11 September 2022.

#### **3.1.3 Pemberangkatan Magang**

Tim Mitra menerbitkan surat pengantar selama 8 Minggu, peserta Wirausaha Merdeka berangkat ke tempat magang pada tanggal 12 September 2022.



### 3.1.4 Survei Lapangan

Melakukan survei lapangan untuk melihat secara langsung keadaan mitra.



Gambar 3.1  
Survei Lapangan

### 3.1.5 Pengenalan Tentang Mitra KUB Arum Sukmo

KUB Arum Sukmo merupakan kelompok usaha bersama yang lahir pada tahun 2021. Dengan semangat gotong royong telah banyak membina petani kopi di wilayah Dusun Sumber Candik, Desa Panduman, Kecamatan Jelbuk, Kabupaten Jember hingga memiliki beberapa varian produk yang sangat diminati pasar.



Gambar 3.2  
Briefing dari Mitra

### **3.1.6 Pengetahuan Umum Tentang Kopi**

Kopi terbagi menjadi 4 jenis kopi Robusta, Arabika, Liberika, Excelsa. Kopi jenis Robusta sendiri memiliki cita rasa pahit, kopi jenis Arabika memiliki rasa asam, kopi jenis Liberika memiliki rasa yang tidak asam serta memiliki harum nangka dan sayuran, sedangkan kopi jenis Excelsa memiliki cita rasa asam.



Gambar 3.3  
Pengetahuan Dasar Kopi

### 3.1.7 Kegiatan Budidaya Tanaman

Kegiatan persiapan lahan diperlukan agar budidaya kopi dan produktivitas lahan berlangsung lestari, di mana pertanaman mampu memproduksi tinggi sesuai potensi genetik dan potensi lingkungannya serta kerusakan lahan minimal. Kegiatan persiapan lahan meliputi :

1. Pembuatan teras.
2. Penanam penayang.
3. Pembuatan lobang tanam.
4. Pembuatan rorak.





Gambar 3.4  
Pembuatan Lobang Tanam

### 3.1.8 Kegiatan UPH (Unit Pengolahan Hasil)

Unit Pengolahan Hasil (UPH) yang di mana ada proses pasca panen biji kopi dapat dilakukan dengan empat macam proses, yaitu natural proses, olah semi basah, olah basah, dan olah madu. Selain itu, memilah atau sortasi buah kopi antara buah kopi yang merah, kuning atau hijau, dan hitam atau kering, kemudian ditimbang dan dijemur di bawah sinar matahari, pembelajaran perbedaan cita rasa kopi robusta, arabika, liberika serta mengetahui ciri-ciri adanya cacat cita rasa pada biji kopi. Perlakuan biji kopi setelah panen yaitu proses pulper dan huller. Biji kopi dipisahkan dari kulitnya menggunakan mesin huller setelah itu ditimbang dan dihaluskan menggunakan mesin grinder atau alat penghalus kopi manual serta mengetahui perbedaan biji kopi arabica dan robusta secara fisik, kimiawi, rasa, dan aroma.



Gambar 3.5  
Proses Sortasi Buah Kopi

### 3.1.9 Roasting, Grinder, dan Cuping Kopi

Melakukan roasting berbagai kopi seperti robusta, arabika, dan liberika sesuai kehendak masing-masing. Kemudian dilakukan cuping atau pencicipan pada minuman kopi yang sudah diseduh. Ada 12 macam kopi roasting yang dihasilkan dan masing-masing berbeda karena dilakukan proses roasting mengenai pengenalan proses penyeduhan minuman kopi. Alat seduh kopi di antaranya moka pot, franch press, V60, Vietnam Drip, syphon, Aeropress, teko leher angsa, dan Kalita Flat Bottom Ceramic. Kemudian, praktik menyeduh kopi menggunakan Vietnam Drip. Selanjutnya pengenalan proses pembuatan latte art. Latte art adalah lukisan atau seni yang ada di minuman kopi. Latte art ini terbuat dari kopi dan susu. Alat-alat yang digunakan di antaranya moka pot untuk membuat atau menyeduh bubuk kopi menjadi minuman kopi, franch press untuk mengocok atau mencampurkan susu dengan air sehingga membentuk susu tanpa foam. Kemudian cangkir untuk tempat minuman kopi. Proses pembuatan latte art secara manual yaitu siapkan alat

dan bahan seperti yang disebutkan di atas, lelehkan bubuk kopi menggunakan moka pot, tuangkan susu ke dalam french press dan tambahkan air hangat sekitar suhu 60°C. Kocok hingga mengeluarkan foam tercampur rata dan menghilang. Kemudian tuang ke dalam cangkir yang telah berisi kopi lalu membuat gambar latte art sesuai keinginan.



Gambar 3.6  
Proses Cuping Kopi



Gambar 3.7  
Proses Roasting Kopi



### 3.1.10 Kegiatan UMKM Packing

Belajar tentang kemasan dan legalitas di kedai padma untuk mengedarkan produk kemasan. Belajar tentang kegunaan NIB, cara membuat, dan menggunakannya serta mendaftarkan diri di micromentor khusus pengusaha. Selain itu, Melakukan percetakan stiker dan produksi produk. Mulai dari cetak stiker, menempel stiker dengan kemasan, kemasan disiler, melakukan



Gambar 3.8  
Pembuatan NIB

### 3.1.11 Penutupan Magang DUDI (Dunia Usaha Dunia Industri)

Acara penutupan magang tematik DUDI (Dunia Usaha Dunia Industri) KUB Arum Sukmo, Bedhag Kopi, dan Legendaris Koka di Desa Panduman, Kecamatan Jelbuk, Kabupaten Jember. Acara ini dilakukan selama dua hari dari tanggal 12-13 camping dengan tema Mountain Corner (Ngopi di gunung)



Gambar 3.9  
Mountain Corner Penutupan Magang

### **3.2 Keadaan Umum Industri Mitra**

KUB Arum Sukmo merupakan kelompok usaha bersama yang lahir pada tahun 2021. Kopi Sukmo Elang tumbuh pada ketinggian 600 - 1.400 mdpl di lereng utara gunung Hyang Argopuro Jember. SDM (Sumber Daya Manusia) petani dan pengusaha pengelolaan kopi Sukmo Elang telah dilatih di Puslit Kopi dan Kakao Indonesia.

KUB Arum Sukmo Juga menggandeng beberapa pihak, di antaranya seperti Bedhag Kopi (UKM binaan Bank Indonesia), Apeki (Asosiasi Petani Kopi Indonesia), dan dosen-dosen dari Perguruan Tinggi Jember. KUB Arum Sukmo memiliki visi dan misi sebagai berikut :

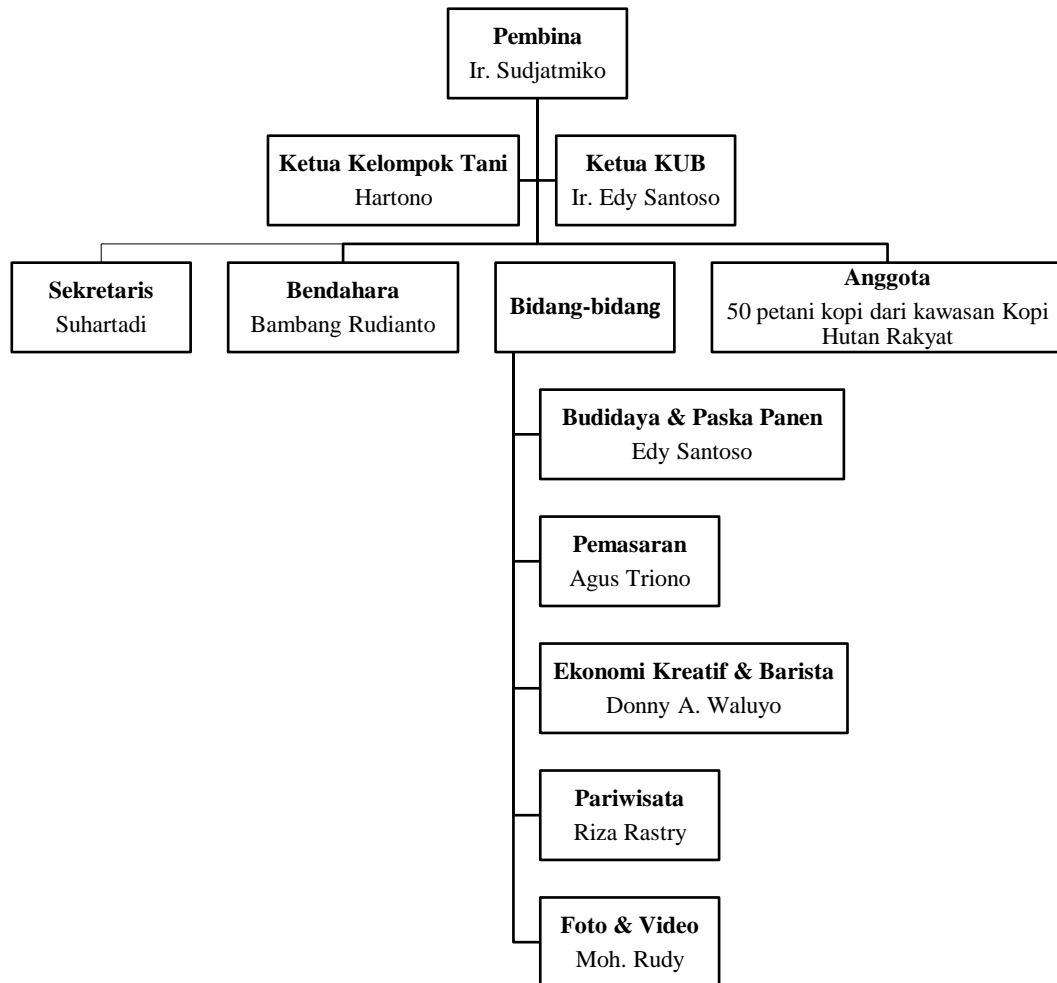
#### **Visi**

Membawa perubahan sosial dan budaya masyarakat petani organik hulu hilir yang berkelanjutan.

#### **Misi**

- Menciptakan produk lokal organik yang mampu bersaing di tingkat global.
- Menjadi penyedia kopi sehat organik.
- Menjadi tempat pariwisata organik berbasis zero waste.

## Struktur Pengurus KUB Arum Sukmo



### 3.3 Analisis Usaha Magang Usaha

Adapun terdapat perhitungan mengenai harga pokok produksi juga harga jual berbagai macam jenis dan proses biji kopi yang ada di KUB Arum Sukmo, yakni:

#### 3.3.1 Green Bean Robusta (Biji Kopi yang Belum di Shangrai)

GREEN BEAN ROBUSTA						
	Kopi Gelondong Merah	Proses Natural		Proses Full Wash		Proses Blue Java
Raw Material (per kg)	Rp 4.000	Rp 23.500	Rp 23.500	Rp 23.500	Rp 23.500	Rp 23.500
Packaging	Rp 500	Rp 500	Rp 500	Rp 500	Rp 500	Rp 500
Production Main Power	Rp 500	Rp 1.000	Rp 1.000	Rp 1.000	Rp 1.000	Rp 1.000
Production Cost (per kg)	Rp 5.000	Rp 25.000	Rp 25.000	Rp 25.000	Rp 25.000	Rp 25.000
Selling Price (per kg)	Rp 7.000	Rp 35.000	Rp 40.000	Rp 40.000	Rp 40.000	Rp 50.000
Profit	40%	40%	60%	60%	60%	100%

Tabel 3.1

BEP Green Bean Robusta (Biji Kopi yang Belum di Shangrai)

Pada perhitungan tabel di atas ini merupakan perhitungan harga pokok produksi dan harga jual Green Bean (biji kopi yang belum di shangrai) Robusta dengan berbagai macam jenis proses dan perbedaan harga jual. Adapun keuntungan yang diperoleh dari menjual biji kopi gelondong merah sebesar 40%, biji kopi proses natural 40%, biji kopi proses full wash 60%, dan biji kopi proses blue java 100%. Perbedaan harga yang terjadi disebabkan oleh lamanya perlakuan proses terhadap biji kopi untuk menghasilkan sebuah proses kopi yang berkualitas. Kemudian berdasarkan dari perhitungan diatas dapat disimpulkan pula bahwa BEP setiap biji kopi dengan berbagai macam proses dikatakan pada titik 0 atau impas.

#### 3.3.2 Grean Bean Arabika (Biji Kopi yang Belum di Shangrai)

GREEN BEAN ARABIKA				
	Kopi Gelondong		Proses Full Wash	
Raw Material (per kg)	Rp 5.000	Rp 57.000	Rp 57.000	Rp 57.000
Packaging	Rp 500	Rp 500	Rp 500	Rp 500
Production Main Power	Rp 500	Rp 500	Rp 500	Rp 500
Production Cost (per kg)	Rp 6.000	Rp 58.000	Rp 58.000	Rp 58.000
Selling Price (per kg)	Rp 10.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000
Profit	67%	72%	72%	72%

Tabel 3.2

BEP Green Bean Arabika (Biji Kopi) yang Belum di Shangrai

Dilihat perhitungan tabel di atas ini merupakan perhitungan harga pokok produksi dan harga jual Green Bean (biji kopi yang belum di shangrai) Arabika dengan berbagai macam jenis proses dan perbedaan harga jual. Adapun keuntungan yang diperoleh dari menjual biji kopi gelondong sebesar 67% dan biji kopi proses full wash 72%. Perbedaan harga yang terjadi disebabkan oleh lamanya perlakuan proses terhadap biji kopi untuk menghasilkan sebuah proses kopi yang berkualitas. Kemudian berdasarkan dari perhitungan diatas dapat disimpulkan pula bahwa BEP setiap biji kopi dengan berbagai macam proses dikatakan pada titik 0 atau impas.

### 3.3.3 Roast Bean (Biji Kopi yang Telah di Shangrai)

ROAST BEAN						
	ARABIKA		ROBUSTA		LIBERIKA	
Raw Material (per kg)	Rp	55.000	Rp	15.000	Rp	50.000
Packaging	Rp	2.000	Rp	2.000	Rp	2.000
Production Main Power	Rp	3.000	Rp	3.000	Rp	3.000
Production Cost (per kg)	Rp	60.000	Rp	20.000	Rp	55.000
Selling Price (per kg)	Rp	170.000	Rp	35.000	Rp	130.000
Profit		183%		75%		136%

Tabel 3.3

BEP Roast Bean (Biji Kopi yang Telah di Shangrai)

Terdapat perhitungan tabel di atas ini merupakan perhitungan harga pokok produksi dan harga jual Roast Bean (biji kopi sudah di shangrai) dengan berbagai macam jenis kopi, yaitu: Arabika, Robusta, dan Liberika. Adapun keuntungan yang diperoleh dari menjual biji kopi Roast Bean (kopi telah di shangrai) Arabika sebesar 183%, biji kopi Robusta sebesar 75%, dan biji kopi liberika sebesar 136%. Terjadinya perbedaan harga jual yang disebabkan oleh perbedaan lamanya panen biji kopi, perbedaan minimum ketinggian penanaman kopi, perbedaan tingkat kematangan shangrai biji kopi, dan permintaan konsumen. Kemudian berdasarkan dari perhitungan diatas dapat disimpulkan pula bahwa BEP 3 jenis biji kopi setelah di roasting, yaitu: Arabika, Robusta, dan Liberika dikatakan pada titik 0 atau impas.



### **3.4 Implementasi Usaha Magang**

Mengikuti kegiatan seperti bazar secara langsung di beberapa tempat agar produk lebih dikenal oleh banyak orang. Tentunya peminatnya pun akan semakin meningkat. Selain mengikuti bazar, usaha magang juga memasarkan produk yang dijual di berbagai tempat, contohnya melalui media sosial seperti Whatsapp, Instagram, dan lainnya. Membuat desain kemasan yang menarik dan unik agar pembeli lebih tertarik untuk membeli.

Produksi dimulai dari biji kopi yang melalui proses roasting lalu dihaluskan menggunakan alat grinder dan diatur sesuai kehalusan yang diinginkan. Setelah itu ditimbang pergram atau perkilo sesuai dengan permintaan pembeli dan kemasan yang digunakan. Kemasan tampak luar diberi stiker dengan desain yang menarik.

Produktivitas saat di tempat magang kami mencoba memproduksi sendiri kopi bubuk dengan menggunakan biji kopi dengan proses yang sama. Namun, ada beberapa cara berbeda untuk menghasilkan produk atau varian baru agar tidak seperti yang dikelola di tempat magang kami. Mendesain stiker sendiri untuk kemasan produk yang akan kami buat sebagai hasil magang.

## **BAB IV INKUBASI BISNIS**

### **4.1 Kegiatan Pendampingan yang dilakukan Oleh Pendamping Usaha**

Pendampingan usaha adalah salah satu kegiatan yang dilaksanakan dengan tujuan untuk penyempurnaan prototipe produk. Pada tanggal 16 November 2022, adanya pengumuman pendamping usaha yang mendampingi kelompok sesuai dengan tempat magang yang dipilih. Pendamping usaha kelompok kami adalah Ibu Linda Ekadewi yang berasal dari Politeknik Negeri Jember.

Pertemuan pertama kelompok kami dengan Ibu Linda pada hari Jumat tanggal 18 November 2022 diawali dengan perkenalan dan juga mentoring terkait apa saja yang harus dipersiapkan oleh kelompok sebelum pelaksanaan gelar produk yang pertama pada tanggal 27 November 2022. Pendampingan yang dilakukan oleh Ibu Linda dilakukan sebanyak delapan kali pertemuan baik itu secara tatap muka yang bertempat di kampus Politeknik Negeri Jember maupun secara online melalui Zoom Meeting.

### **4.2 Kegiatan Coaching Clinic Bersama dengan Para Profesional Coach**

Coaching Clinic merupakan kegiatan pendampingan kepada peserta Wirausaha Merdeka, namun lebih fokus kepada pemahaman dan motivasi intrinsik pada mahasiswa dalam mengoptimalkan potensi dan kompetensi berdasarkan hasil asesmen serta menyusun rencana pengembangan individu. Kegiatan Coaching Clinic menyerupai bimbingan karier, namun difokuskan kepada pengembangan bisnis atau membentuk menjadi seorang pengusaha (bukan karyawan).

Coaching clinic dilaksanakan pada tanggal 24 November 2022 tepatnya di GOR 45 Perjuangan Politeknik Negeri Jember. Coach kami yaitu Bapak Asep Samsudin. Pada pertemuan pertama ini diberi arahan dalam memahami fungsi dari Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), pendamping, dan coaching. DPL di sini memiliki fungsi atau peran penting yaitu membimbing sesi kegiatan akademik dalam pembuatan laporan. Jadi, jika memiliki masalah dalam akademik atau

dalam pengerjaan laporan diwajibkan untuk menghubungi DPL agar masalah yang ada dapat diselesaikan.

Pendamping juga memiliki fungsi penting yaitu membimbing dalam pengembangan bisnis. Yang dimaksud dengan pengembangan bisnis yaitu pembuatan produk dan pitch deck. Sedangkan untuk Coaching Clinic memiliki fungsi tidak kalah penting dengan DPL maupun pendamping, yaitu sebagai wadah jika ada masalah dalam dunia bisnis. Bukan hanya itu, tugas coach selain sebagai wadah juga harus mencari atau memberikan solusi agar masalah terpecahkan dan terselesaikan. Contohnya memiliki masalah dalam modal bisnis, itu dapat dikonsultasikan kepada coach.

## BAB V BOOTCAMP

Kegiatan Bootcamp merupakan salah satu kegiatan wirausaha merdeka Politeknik Negeri Jember dimulai pada hari Senin tanggal 21 November 2022. Bootcamp ini diadakan pada empat kabupaten yaitu di Jember, Lumajang, Pasuruan, dan Situbondo. Mahasiswa yang mengikuti bootcamp di Jember bertempat di GOR Perjuangan 45 Politeknik Negeri Jember. Acara ini dimulai pada pukul 08.00 WIB. Peserta harus datang 30 menit sebelum acara dimulai dan melakukan registrasi terlebih dahulu. Semua mahasiswa wajib memakai almamater dari kampus asalnya.

### 5.1 Hari ke-1 Bootcamp (21 November 2022)

Waktu	Acara
07.00 – 07.45 WIB	Registrasi Peserta
07.45 – 08.00 WIB	Pre Test
08.00 – 10.00 WIB	Materi 1 Simple Branding (Bapak Eko Nuryahya)
10.00 – 12.00 WIB	Materi 2 Design Thinking (Bapak Victor Wahanggara)
12.00 – 13.00 WIB	Ishoma
13.00 – 14.30 WIB	Pendampingan atau Inkubasi Bisnis (Mekanisme pelaksanaan menyesuaikan masing-masing pendamping)
14.30 – 16.00 WIB	Coaching Bisnis (Mekanisme pelaksanaan menyesuaikan masing-masing coach)

Tabel 5.1  
Rundown Bootcamp Hari ke-1

Pemateri pertama yaitu Bapak Eko Nuryahya yang dilakukan pada pukul 08.00 - 10.00 WIB. Ringkasan materi yang disampaikan sebagai berikut :

a. Pengertian Brand

Definisi Brand menurut Asosiasi Pemasaran Amerika adalah suatu nama tanda, istilah, desain, atau kombinasi dari semuanya, dengan tujuan untuk mengidentifikasi sebuah produk atau jasa dari seorang penjual ataupun sekelompok penjual untuk membedakannya dari produk atau jasa dari kompetitor lainnya.

b. Simply Branding

- 1) Membuat : merek, slogan, sub kategori, identitas.
- 2) Mengenalkan : promosi, medsos, komunitas, event.
- 3) Menguatkan : cerita, customer support, komunitas, event.
- 4) Manajemen : brand extension, family brand.

c. Syarat Merek yang Nge-Top

- 1) Sesuai dengan target pasar
  - a) Geografis: negara, wilayah, kepadatan, dan iklim.
  - b) Demografis : jenis kelamin, usia, penghasilan, status, dan agama.
  - c) Psikografis : kelas sosial, gaya hidup, kepribadian, dan minat.
  - d) Perilaku : alasan membeli, waktu pembelian, frekuensi pembelian, dan loyalitas.
- 2) Unik
- 3) Mudah diingat dan diucapkan
- 4) Hindari singkatan konsonan, selain sukar diingat, juga sukar terasosiasi dengan produk.
- 5) Hindari angka, karena angka juga susah diingat dan gampang ditiru dan tidak terasosiasi terhadap produk.
- 6) Terasosiasi oleh diferensiasi
- 7) Kata kunci produk unggulan

d. Makna atau Value

Cara Membuat Tagline atau Slogan

- 1) Siapa spesifik target pasar Anda?

- 2) Apa diferensiasi produk Anda?
  - 3) Apa alasan mereka untuk mau membeli?
  - 4) Apa komentar spontan pelanggan saat nyicip produk Anda?
  - 5) Menurut Anda apa tiga kata kunci yang mewakili atau menggambarkan produk Anda?
  - 6) Di mana target pasar Anda berkumpul?
  - 7) Kapan saatnya mereka menggunakan produk Anda?
- e. Identitas Brand
- 1) Tipografi  
Pilih jenis huruf sesuai dengan karakter brand dan sesuai dengan target marketnya. Jangan terlalu banyak jenis tipografi maksimal tiga.
  - 2) Logo atau Simbol  
Menggunakan tipografi sebagai logo agar terbaca jelas oleh target marketnya. Untuk brand startup nama brand jangan lebih kecil dari bentuk logo.
  - 3) Warna  
Maksimal 3 warna, kontras dengan kompetitor, sesuaikan dengan karakter brandnya.
  - 4) Bentuk atau Desain Dasar yang Khas  
Meski banyak varian tapi mempunyai desain yang khas.

Pemateri yang kedua yaitu Bapak Victor Wahanggara yang dilakukan pada pukul 10.00 - 12.00 WIB. Ringkasan materi yang disampaikan sebagai berikut :

- a. Pengertian Design Thinking  
Adalah proses berulang di mana kita berusaha memahami pengguna, menantang asumsi, dan mendefinisikan ulang masalah dalam usaha untuk mengidentifikasi strategi alternatif dan solusi yang sebelumnya bisa tidak tampak dalam pemahaman awal kita.
- b. Important Elements
  - 1) People-centered
  - 2) Highly creative

- 3) Hands-on
- 4) Iterative
- c. Stanford Model
  - 1) Empati
  - 2) Membentuk pengertian
  - 3) Mendefinisikan
  - 4) Prototipe

### 5.2 Hari ke-2 Bootcamp (Selasa, 22 November 2022)

Waktu	Acara
07.00 – 08.00 WIB	Registrasi Peserta
08.00 – 10.00 WIB	Materi 3 Bussines Model Canvas ( Bapak Agus Hadi Prayitno )
10.00 – 12.00 WIB	Materi 4 Pemahaman Karakter (Bapak Agus Hadi Prayitno)
12.00 – 13.00 WIB	Ishoma
13.00 – 14.30 WIB	Pendampingan atau Inkubasi Bisnis (Mekanisme pelaksanaan menyesuaikan masing-masing pendamping)
14.30 – 16.00 WIB	Coaching Bisnis (Mekanisme pelaksanaan menyesuaikan masing-masing coach )

Tabel 5.2  
Rundown Bootcamp Hari ke-2

Pemateri hari ke-2 yaitu Bapak Agus Hadi Prayitno. Materi yang pertama tentang Bussines Model Canvas. Ringkasan materi yang disampaikan sebagai berikut :

- a. Pengertian Bussines Model Canvas

Bussines model canvas adalah suatu metode yang dapat digunakan untuk diskusi, melakukan perbaikan dan inovasi dari usaha yang akan atau sedang dilakukan.

- b. Sembilan bagian konsep visual yang merangkum empat bagian besar dalam perusahaan pada umumnya pelanggan, penawaran, sarana dan prasarana, dan keuangan.

1. Key Partner

Siapa mitra utama untuk mendapatkan keunggulan kompetitif? Sebutkan siapa mitra utama dan penting di luar usaha yang dibutuhkan agar usaha dapat berjalan dengan baik?

- a. Pemasok bahan
- b. Jaringan pemasar
- c. Pemerintah
- d. Komunitas
- e. Mitra

2. Key Activities

Apa langkah-langkah penting untuk dapat mengakuisisi konsumen? Sebutkan aktivitas atau kegiatan-kegiatan utama apa saja agar usaha dapat berjalan dengan baik dan menguntungkan?

- a. Operasional produksi
- b. Penjualan
- c. Pemasaran
- d. Research dan development
- e. Pelayanan

3. Key Resources

Apa sumber daya yang dimiliki dan dibutuhkan agar usaha berhasil? Seandainya usaha ini nanti dijalankan, sebutkan sumber daya apa yang dibutuhkan (miliki) agar usaha dapat berjalan dengan lancar dan baik?

- a. Fisik
- b. Non fisik
- c. Orang



d. Keuangan

4. Value Propositions

Bagaimana kamu akan membuat hidup pelanggan lebih bahagia dengan produk yang ditawarkan?

5. Customer Relationship

Seberapa sering berinteraksi dengan pelanggan dan bagaimana mengikat perasaannya?

6. Channels

Bagaimana kamu akan mendistribusikan produk ke konsumen?

7. Customer Segment

Jelaskan target pelanggan kamu dalam beberapa kata.

- a. Geografis : daerah, negara, wilayah, ukuran wilayah, kepadatan, iklim.
- b. Demografis : data kependudukan, jenis kelamin, usia, penghasilan, status, agama.
- c. Psikografis : cara hidup, kelas sosial, gaya hidup, kepribadian, minat.
- d. Perilaku : sikap, alasan membeli, waktu membeli, frekuensi membeli, loyalitas.

8. Cost Structure

Biaya-biaya apa saja yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk dan memberikan layanan kepada konsumen dalam periode waktu tertentu? Sebutkan biaya apa saja yang digunakan dan berapa besarnya dalam satuan waktu (satu bulan atau satu tahun atau satu kegiatan) yang dibutuhkan?

- a) Fixed cost (biaya tetap)
- b) Variable cost (biaya variabel)

9. Revenue Stream

Dari mana saja sumber penghasilan dan berapa banyak nilai yang dihasilkan dalam periode waktu tertentu?

Materi yang kedua yaitu tentang pemahaman karakter. Ringkasan materi kedua sebagai berikut :

a) Pengertian Karakter

Tabiat, sifat-sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang membedakan seseorang dengan yang lain watak.

b) Bagaimana cara kita mengenal karakter orang lain, tetapi kita sendiri mengenal diri sendiri?

Untuk selalu berpikir positif kita harus mengenal diri kita mulai dari masa lalu, masa kini, dan masa depan yang lebih baik dari apa yang ingin kita capai. Jika kita telah mengenal diri kita maka akan lebih mudah untuk kita mengolah informasi, mengenal perilaku, berkomunikasi dengan orang lain, dan membangun tim.

c) Vak Model

1) Visual

- a) Posisi kepala dan dahi agak menunduk.
- b) Jarang mengadakan kontak mata.
- c) Gerakan mata melihat atau menunduk ke arah kanan.
- d) Nada suara rendah dan tempo lambat.
- e) Sering jeda ketika berbicara.
- f) Kata-kata yang sering digunakan yaitu: merasa, pegang, sentuh, sedih, dsb.
- g) Berdiri dalam jarak dekat dengan orang lain.
- h) Suka sentuhan merasakan informasi.
- i) Cenderung menghubungkan dengan pengalaman mereka sendiri.
- j) Mudah terganggu emosi.
- k) Penampilan dengan pakaian yang nyaman di tubuh

2) Auditori

- a) Posisi kepala menoleh ke arah yang berbicara.
- b) Memandang jauh dan menghindari kontak mata.

- c) Gerakan mata melihat atau melirik ke arah atau sejajar dengan telinga.
- d) Nada suara berirama.
- e) Kata-kata yang sering digunakan yaitu: dengar, bunyi, suara, nada, dsb.
- f) Selalu mengulang apa yang baru di dengar.
- g) Sikap tubuh lemah dan mengalir.
- h) Berdiri dekat dengan orang lain supaya dapat mendengar jelas.
- i) Cara berpikir kronologi.
- j) Gampang terganggu oleh keberisikan.

### 3) Kinestik

- a) Posisi kepala dan dahi agak menunduk.
- b) Jarang mengadakan kontak mata.
- c) Gerakan mata melihat atau menunduk ke arah kanan.
- d) Nada suara rendah dan tempo lambat.
- e) Sering jeda ketika berbicara.
- f) Kata-kata yang sering digunakan yaitu: merasa, pegang, sentuh, sedih, dsb.
- g) Berdiri dalam jarak dekat dengan orang lain.
- h) Suka sentuhan merasakan informasi.
- i) Cenderung menghubungkan dengan pengalaman mereka sendiri
- j) Penampilan dengan pakaian yang nyaman di tubuh.

### d) Disc Model

#### 1) Dominan

- a) Suka memimpin atau sok ngatur.
- b) Fast and furious.
- c) Tak tergoyahkan.
- d) Tegak atau berani atau nekad.
- e) Tidak sabaran/galak.

- f) To the point
- g) “Do My Way”.

2) Intim

- a) Optimis atau anti negatif.
- b) Populer atau teman dimana-mana.
- c) Ekspresif atau hobi ngomong.
- d) Pelupa atau benci detil.
- e) Suka berkata tidak.
- f) lebay.com
- g) “Do The Fun Way”.

3) Stabil

- a) Penjaga perdamaian.
- b) Single tasking/gampang stres.
- c) Sabar, slow, suka rutinitas.
- d) Kalo stres pergi tidur.
- e) Kalo marah dipendam.
- f) Demen musyawarah atau plin-plan.
- g) “Do The Easy Way”.

4) Cermat

- a) Kalo beli barang lama.
- b) Pecinta detil atau suka data.
- c) Teliti, rapi, jaim.
- d) Apa saja dihitung.
- e) Disiplin tinggi.
- f) Pesimis atau banyak khawatir.
- g) “Do The Right Way”.

### 5.3 Hari ke-3 Bootcamp (Rabu, 23 November 2022)

Waktu	Acara
07.00 – 08.00 WIB	Registrasi Peserta
08.00 – 10.00 WIB	Materi 5 Think Like CEO ( Bapak Selamat Sucahyo )
10.00 – 12.00 WIB	Materi 6 Communication Skill (Bapak Eko Nuryahya )
12.00 – 13. 00 WIB	ISHOMA
13.00 – 14.30 WIB	Pendampingan/ Inkubasi Bisnis (Mekanisme pelaksanaan menyesuaikan masing-masing pendamping)
14.30 – 16.00 WIB	Coaching Bisnis (Mekanisme pelaksanaan menyesuaikan masing – masing coach )

Tabel 5.3  
Rundown Bootcamp Hari ke-3

Kegiatan Bootcamp Wirausaha Merdeka Politeknik Negeri Jember hari ketiga dilakukan pada Rabu tanggal 23 November 2022. Kegiatan Bootcamp ini masih dilakukan di empat kabupaten yaitu di Jember, Lumajang , Pasuruan, dan Situbondo. Kegiatan bootcamp ini dilaksanakan secara luring dan daring. Bagi yang mengikuti Bootcamp di GOR Perjuangan 45 Politeknik Negeri Jember hadir 30 menit sebelum acara dimulai dan melakukan registrasi serta memakai jas almamater kampus asalnya. Kemudian peserta masuk dan duduk bersama tim satu kelompok ketika magang tematik. Pukul 08.00 acara dimulai sampai pukul 12.00 WIB. Pemateri yang pertama yaitu dengan Bapak Selamat Sucahyo Sucahyo mulai pukul 08.00 - 10.00 WIB. Ringkasan materi yang disampaikan sebagai berikut :

Think Like CEO (Leadership)

a. Fundamental Skill

1) Manajemen bisnis

Mengenal tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance).

2) Manajemen keuangan

Financial Metric sebagai ukuran kinerja bisnis.

3) Leadership

Pemimpin wajib memiliki kepiawian dalam manajemen.

b. Effective Leader

1) Quality : leadership is about intention and attention.

2) Capacity : capacity to react and create.

3) Competency : how to influence people in your area.

c. Fondasi Bisnis

Perlu ditanamkan dan ditetapkan dalam setiap konsep bisnis, fokus pada niat yang benar dan manfaat yang besar.

d. Startup Journey

1) Ide bisnis.

2) Konsep.

3) Komitmen.

4) Validasi.

5) Scalling.

6) Establishing.

e. Idea x Innovation x Validation

Inovasi adalah hal baru atau yang diperbaharui, sebuah proses, model bisnis, produk dan lainnya yang terbukti valid untuk menciptakan value (nilai-nilai atau manfaat) baru yang dibandingkan dengan solusi yang sudah atau pernah ada.

Pemateri yang kedua yaitu Bapak Eko Nuryahya yang dilakukan pada pukul 10.00 - 12.00 WIB. Ringkasan materi yang disampaikan sebagai berikut :

Communication Skill

a. Komunikasi alam bawa sadar

Komunikator yang baik kabar baiknya tidak harus cantik, tapi wajib menarik , mampu masuk dan mempengaruhi pikiran bawah sadar lawan

bicaranya. Cara menyampaikan pesanlah yang membedakan kesuksesan sang komunikator. Cara komunikasi bawah sadar :

1) Repetisi atau pengulangan

Dalam periklan televisi ini dipakai, biasanya setelah iklan berdurasi panjang untuk brand awareness biasanya iklan dipotong beberapa detik pada pengulangan berkali-kali pada tagline dan merk. Yang akhirnya masuk dalam alam bawah sadar.

2) Anchoring

Saat kondisi sedang intens atau fokus, sebuah pesan atau sugesti menjadi sangat mudah masuk ke dalam pikiran bawah sadar. Anchor bisa berbentuk audio, visual maupun kinestetik. Iklan yang memakai artis menerapkan ini.

3) Menyajikan sesuatu yang unik

Belum pernah dilihat, didengar, dirasakan atau dialami orang sebelumnya

b. Tiga Elemen Komunikasi

1) Kata-kata : konten isi dari pembicaraan

2) Intonasi

- a) Naik turunnya nada Suara.
- b) Cepat pelannya tempo Bicara.
- c) Power suara.
- d) Warna suara.

3) Fisiologi (Ekspresi wajah)

- a) Gestur atau bahasa tubuh.
- b) Ekspresi wajah.

c. Pacing – Leading

Pacing : semua usaha untuk membangun kesamaan . Tujuan pacing adalah membangun kepercayaan lawan bicara.

d. Psikologi penjualan

- 1) Pembeli akan memilih penjual yang disukai.

- 2) Pembeli condong beli ke Toko atau penjualnya banyak kesamaannya.
- 3) Sama daerahnya.
- 4) Sama bahasanya.
- 5) Sama almamater.
- 6) Sama minat dan kegemaran

e. Tipe orang berdasarkan representasi panca indera :

- 1) Visual / Pengelihatan
- 2) Auditory / Pendengaran
- 3) Kenestatik / Perabaan
- 4) Auldfactory / Penciuman
- 5) Gustatory / Pengecapan

Bagaimana cara membedakannya?

1) Tipe Visual

Kata kerja : menatap. Melihat, menyaksikan, mengamati.

Kata sifat : cerah, berkilau, merah, gelap.

Biasanya berbicara dengan tempo yang cepat.

Cara berbicara dengan tipe ini : perlihatkan sesuatu, jangan di ceritakan saja buatlah gambar kertas, papan tulis atau diudara dengan tangan. Gunakan peraga seperti brosur, grafik, gambar, video atau slide.

2) Tipe Auditory

Kata kerja : kedengaran. Membicarakan, berbunyi, teriak, menyatakan.

Kata sifat : nyaring, keras, bising.

Berbicara dengan tempo yang ritmis/berirama.



Cara berbicara dengan tipe ini : ciptakan irama badan sesuai dengan ritme kata-kata. Gunakan alat bantu seperti musik, dan bunyi-bunyian untuk mendukung cerita.

### 3) Tipe Kinestatik

Kata kerja : merasa, menangkan, memegang, memijit, menangan.

Kata sifat : kasar, lembut, sakit, bahagia.

Berbicara dengan suara yang berat pelan dan dalam.

Cara berbicara dengan tipe ini : Berikan barang-barang yang bisa disentuh. Beri kesempatan untuk membuat catatan-catatan sendiri. Gunakan praktek atau role play untuk menjelaskan sesuatu.

#### f. Penampilan

Penampilan mencakup :

- 1) Usia
- 2) Pekerjaan
- 3) Penghasilan
- 4) Pendidikan

#### g. Empati

Empati adalah peka menangkap pesan. Ikut merasakan apa yang lawan bicara rasakan agar bisa masuk ke dunia mereka (Pacing). Bahwa setiap kondisi emosional tertentu menimbulkan ekspresi wajah tertentu juga.

#### h. Petunjuk bola mata

- 1) Visual constructi (vc) : membangun gambar-gambar.
- 2) Audio constructi (ac) : membangun suara-suara.
- 3) Kinestatik : membangun suara-suara.
- 4) Visual remembered(vr) : mengingat gambar-gambar.
- 5) Audio remembered(ar) : mengingat suara-suara.
- 6) Audio internal dialog(aid) : berbicara dengan diri sendiri

#### 5.4 Hari ke-4 Bootcamp (Kamis, 24 November 2022)

Waktu	Acara
07.00 – 08.00 WIB	Registrasi Peserta
08.00 – 10.00 WIB	Materi 7 Finance Management ( Bapak Selamat Suchahyo )
10.00 – 12.00 WIB	Materi 8 Marketing & Distribusi ( Bapak Eko Nuryahya )
12.00 – 13.00 WIB	ISHOMA
13.00 – 14.30 WIB	Pendampingan/ Inkubasi Bisnis (Mekanisme pelaksanaan menyesuaikan masing-masing pendamping)
14.30 – 16.00 WIB	Coaching Bisnis (Mekanisme pelaksanaan menyesuaikan masing – masing coach )

Tabel 5.4  
Rundown Bootcamp Hari ke-4

Kegiatan Bootcamp Wirausaha Merdeka Politeknik Negeri Jember hari ke empat dilakukan pada Kamis, 24 November 2022. Kegiatan Bootcamp ini masih dilakukan di empat kabupaten yaitu di Jember, Lumajang , Pasuruan, dan Situbondo. Kegiatan bootcamp ini dilaksanakan secara luring dan daring. Bagi yang mengikuti bootcamp di GOR Perjuangan 45 Politeknik Negeri Jember hadir 30 menit sebelum acara dimulai dan melakukan registrasi serta memakai jas almamater kampus asalnya. Kemudian peserta masuk dan duduk bersama tim satu kelompok ketika magang tematik. Pukul 08.00 acara dimulai sampai pukul 12.00 WIB. Pemateri yang pertama yaitu dengan Bapak Selamat Suchahyo mulai pukul 08.00 - 10.00 WIB. Ringkasan materi yang disampaikan sebagai berikut :

Finance Management

1) Resiko Bisnis

a) Resiko reputasi

Yaitu resiko yang berdampak pada buruknya nama baik sebuah bisnis

b) Resiko operasi

Yaitu resiko yang terjadi dampak dari aktivitas operasional bisnis sehari – hari.

c) Resiko Finansial

Yaitu resiko yang menyebabkan kerugian secara finansial.

d) Resiko kepatuhan

Yaitu resiko yang terkait pelanggaran terhadap aturan.

e) Resiko Strategik

Yaitu resiko yang erat kaitannya dengan kesalahan dalam menetapkan strategi bisnis.

2) Identifikasi resiko

a) Buat daftar resiko yang ada dalam bisnis.

b) Kelompokkan sesuai kategori.

c) Urutkan sesuai dengan dampak yang ditimbulkan terhadap bisnis.

d) Tetapkan skala prioritas penanganan.

Pemateri yang kedua yaitu Bapak Eko Nuryahya yang dilakukan pada pukul 10.00 - 12.00 WIB. Ringkasan materi yang disampaikan sebagai berikut :

Marketing & Distribusi

a. Marketing

1) Selling

Tujuan selling (Push) : mendorong calon pelanggan/konsumen mau mencoba produk anda.

2) Promotion

Tujuan promotion : menarik calon konsumen mencari produk anda.

3) Positioning

Tujuan positioning: merumuskan strategi agar menang dalam persaingan, strategi blue ocean, kesesuaian produk dengan slogan.

#### 4) Branding

Tujuan branding : konsumen loyal dengan merek anda

#### b. Specific Targetting

- 1) Geografis : negara, wilayah, kepadatan, iklim.
- 2) Demografis: jenis kelamin, usia, penghasilan, status, agama.
- 3) Psikografis: kelas sosial, gaya hidup, kepribadian, minat
- 4) Perilaku: alasan membeli, waktu pembelian, frekuensi pembelian, loyalitas.

#### c. Hukum Semut

- 1) Jenis semut :
  - a) Semut sekolah
  - b) Semut kampus
  - c) Semut rumahan
  - d) Semut kantor
- 2) Sarang semut : dimana semut menghabiskan waktunya atau stay minimal selama 4 jam.
- 3) Pengundang semut : dimana semut menghabiskan waktunya
- 4) Jalur semut : dimana semut lewat, yang terbaik diantara saranbg semut dan pengundang semut.
- 5) Terlihat semut: pastikan toko atau warung anda terlihat langsung oleh semut, perhatikan jarak dan sudut pandang semut anda.

#### d. Double Scoring

- 1) Hilangkan: faktor apa saja yang dapat dihilangkan untuk menang bersaing dalam jangka panjang.
- 2) Tingkatkan: faktor apa yang perlu ditingkatkan diatas standart kompetitor yang ada.
- 3) Kurangi: faktor apa saja yang harus dikurangi, terutama yang membebani biaya, namun tak penting bagi pelanggan.
- 4) Ciptakan: faktor apa yang belum pernah ada di industry ini sebelumnya, yang akan menjadi pembeda dalam jangka panjang.

- e. Saluran distribusi : perusahaan atau individu yang mempunyai fungsi menyalurkan produk / jasa dari produsen ke konsumen. Tugasnya adalah menjangkau pelanggan semerata mungkin dan jangan ada celah competitor untuk merebut pelanggan, saat konsumen tidak menemukan produk anda.
- f. Sepuluh Saluran Distribusi Dasar
- 1) Konvensional
    - a) Pabrik
    - b) Distributor
    - c) Pengecer
    - d) Konsumen
  - 2) Franchise
    - a) Franchisor
    - b) Master franchisor
    - c) Franchisee
    - d) Konsumen
  - 3) Direct Selling
    - a) Pabrik
    - b) Gudang
    - c) MGR - SPV Seller
    - d) Konsumen
  - 4) MLM
    - a) Pabrik
    - b) Stokis
    - c) Upline downline
    - d) Konsumen
  - 5) Online
    - a) Web
    - b) Kurir
    - c) Konsumen
  - 6) Reseller
    - a) Pabrik

- b) Distributor
  - c) Reseller
  - d) Konsumen
- 7) Dropship
- a) Web
  - b) Kurir
  - c) Konsumen
- 8) Tele sales
- a) Produsen
  - b) Kurir
  - c) Konsumen
- 9) Affiliate
- a) Web
  - b) Kurir
  - c) Konsumen
  - d) Pergudangan

Yang perlu diperhatikan:

- a) Merampingkan pola distribusi.
- b) Mendidik online dropshiper.
- c) Hemat pengiriman.
- d) Tidak ribet packing pengiriman.
- e) Gudang disediakan pihak ekspedisi atau logistik.
- f) Tidak membutuhkan admin packing.
- g) System paymen dan logistic teroptimasi di web.

### 5.5 Hari ke-5 Bootcamp (Jumat, 25 November 2022)

Waktu	Acara
07.00 – 08.00 WIB	Registrasi Peserta
08.00 – 10.00 WIB	Materi 9 Sosial Media Optimasi ( Bapak Victor Wahanggara )
10.00 – 12.00 WIB	Materi 10 Menaklukan Marketplace ( Bapak Fathul Huda)
12.00 – 13.00 WIB	ISHOMA
13.00 – 14.30 WIB	Pendampingan/ Inkubasi Bisnis (Mekanisme pelaksanaan menyesuaikan masing-masing pendamping)
14.30 – 16.00 WIB	Coaching Bisnis (Mekanisme pelaksanaan menyesuaikan masing – masing coach )

Tabel 5.5  
Rundown Bootcamp Hari ke-5

Kegiatan bootcamp wirausaha merdeka Politeknik Negeri Jember hari ke kelima dilakukan pada Jumat, 25 November 2022. Kegiatan bootcamp ini masih dilakukan di 4 kabupaten yaitu di Jember, Lumajang , Pasuruan, dan Situbondo. Kegiatan bootcamp ini dilaksanakan secara luring dan daring. Bagi yang mengikuti bootcamp di GOR Perjuangan 45 Politeknik Negeri Jember hadir 30 menit sebelum acara dimulai dan melakukan registrasi serta memakai jas almamater kampus asalnya. Kemudian peserta masuk dan duduk bersama tim satu kelompok ketika magang tematik. Pukul 08.00 acara dimulai sampai pukul 12.00 WIB. Pemateri yang pertama yaitu dengan Bapak Victor Wahanggara mulai pukul 08.00 - 10.00 WIB. Ringkasan materi yang disampaikan sebagai berikut :

#### Sosial Media Optimasi

- a. Algoritma Instagram
  - 1) Kronologi feed
  - 2) Rangking feed

b. Ranked Feed

- 1) Valuasi
- 2) Cash flow pengiklanan
- 3) Konten yang bermanfaat mengenai entertain dan edukasi.

c. Relevansi

Explore adalah pengguna lain yang bukan follower, dinilai suka dengan konten kita.

Post : images, carousel, IG TV, story, dan video.

d. Tool Kit

- 1) Social blade
- 2) IG blade
- 3) Social buzz

Pemateri yang kedua yaitu Bapak Fathul Huda yang dilakukan pada pukul 10.00 - 12.00 WIB. Ringkasan materi yang disampaikan sebagai berikut :

Menaklukkan Marketplace :

Sosial media adalah platform yang sering digunakan masyarakat di era sekarang (sebagai media komunikasi, informasi, promosi, dll).

Jurus sukses berjualan di marketplace :

- a. Pilih marketplace ternama dan yang memiliki trafik pengunjung tinggi.
- b. Buat akun toko online di beberapa marketplace.
- c. Jual dengan harga diskon/promo/bundling.
- d. Jual produk berkualitas.
- e. Kenali kebutuhan konsumen/ yang paling banyak dicari konsumen.
- f. Beri pelayanan yang baik dan ramah kepada konsumen.
- g. Berikan fasilitas yang memadai.
- h. Perbanyak produk yang dijual.
- i. Lakukan pembukuan dengan baik.





Gambar 5.1  
Bootcamp

## **BAB VI USAHA RINTISAN (DE LUCKY COFFEE FRANKLIN)**

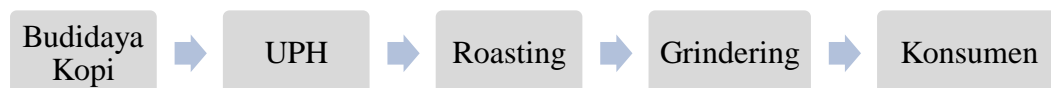
### **6.1 Gambaran Umum Rencana Usaha**

De Lucky Coffee Franklin merupakan usaha yang menjadi rintisan kelompok kami yang mengikuti program wirausaha merdeka di politeknik negeri jember, hal ini yang menjadi dasar kami memilih magang DUDI di KUB Arum Sukmo di bidang pengolahan kopi. Hal yang menjadi landasan kami memilih pengolahan kopi karena meningkatnya setiap tahunnya, yang disebabkan oleh perkembangan coffee shop yang ada di Indonesia khususnya di wilayah kabupaten jember itu sendiri dan juga jember kabupaten yang memiliki perkebunan kopi yang cukup luas meliputi hampir seluruh lereng gunung argupuro menjadikan jember kabupaten penghasil kopi yang tidak sedikit setiap tahunnya maka dari itu kelompok kami ingin memaksimalkan hasil bumi dari kabupaten jember ke seluruh wilayah Indonesia.

Melihat pangsa pasar De Lucky Coffee Franklin tidak kesulitan untuk menentukannya sebab hampir dari seluruh hasil panen kopi di kabupaten jember merupakan biji kopi robusta yang sangat diminati masyarakat Indonesia pada umumnya, dan rasa yang ditawarkan oleh biji kopi robusta khususnya di wilayah silo kabupaten jember adalah salah satu robusta terbaik saat ini. Adapun pembeda De Lucky Coffee Franklin dengan kompotiter lain adalah produk kopi kami mencampurkan kopi dengan rempah-rempah nusantara seperti jahe kapulaga sehingga menciptakan rasa berbeda dari kopi lainnya.

### **6.2 Metode Kegiatan**

De Lucky Coffee Franklin memiliki alur proses produksi mulai hulu dan hilirnya.



Dalam proses yang dilalui De Lucky Coffee Franklin tidak serta merta kelompok kami hanya menjalankan Repacking saja namun kami langsung terjun kepada petani dan memproses biji kopi sedemikian rupa hingga dapat dinikmati oleh konsumen kami, pendistribusian barang juga menjadi acuan utama kami guna untuk menjangkau konsumen yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia kami melakukan sistem pemasaran menggunakan kemitraan, hingga saat ini kemitraan kami sudah tersebar di beberapa titik kota dan wilayah antara lain : Jember , Probolinggo, Bondowoso, Gresik, dan Kediri. Tersebarnya mitra kami menjadikan jalan distribusi kami semakin mudah dan produk kami menjadikan jalan bagi distribusi kami semakin mudah dan produk dari De Lucky Coffee Franklin dapat dijangkau dengan konsumen kami, untuk online shop tersedia di berbagai media online seperti instagram whatsapp dan shopee

### **6.3 Hasil yang Ingin dicapai**

Setelah semua rangkaian kegiatan WMK dan magang kepada mitra serta pembuatan produk dan pemasarannya, kini potensi ke depan yang ingin dicapai adalah De Lucky Coffee Franklin akan terus untuk memproduksi kopi bubuk dalam kemasan yang akan selalu up to date terhadap perkembangan di dunia kopi. Serta kedepannya akan direalisasikan untuk membuat sebuah kedai kopi agar penyerapan tenaga kerja dapat dilakukan. Sebagai langkah kecil De Lucky Coffee Franklin, maka di Jember akan ada penjualan seduhan berupa minuman yang dapat dinikmati langsung oleh konsumen. Namun, uniknya minuman ini tidak dapat dinikmati di tempat, tetapi sistem take away melalui Shoope Food, Go Food, dan Grab Food. Setelah ini tercapai, De Lucky Coffee Franklin akan melanjutkan mimpinya untuk memiliki kedai sendiri.

## **BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN**

### **7.1 Kesimpulan**

Kesimpulan dari kegiatan program wirausaha merdeka dilaksanakan dengan sukses dan apa yang direncanakan tercapai sesuai target, serta bertambahnya pengetahuan dan keterampilan dalam hal berwirausaha dan memanfaatkan sosial media sebagai pemasaran online serta dapat mengetahui proses produksi kopi dari hulu ke hilir sehingga dapat memahami tentang kopi sehingga menjadikan kopi sebagai peluang dalam berwirausaha.

### **7.2 Saran**

Saran untuk peserta kegiatan Wirausaha Merdeka ini perlu adanya keseriusan dan kemauan untuk dapat mengimplementasikan materi yang sudah disampaikan. Kemudian, diperlukan untuk meningkatkan sikap disiplin agar kegiatan berjalan sesuai dengan semestinya. Selain itu, penyelenggara perlu meningkatkan fasilitas yang mendukung agar tercipta kegiatan yang nyaman dan terkendali.

## DAFTAR PUSTAKA

Savitri, Ayu, dkk. 2020. *Peningkatan Nilai Ekonomi Kopi Menjadi Kopi Rempah Instan (KORE) Berbasis Pemberdayaan Perempuan Desa Tanah Wulan*. Warta Pengabdian: Universitas Jember. Diakses 20 November 2022.

Mardhatilah, Dina. 2015. *Pengaruh Penambahan Konsentrasi Jahe dan Rempah Pada Pembuatan Sirup Kopi*. Agroteknose (Jurnal Teknologi dan Enjiniring Pertanian). Diakses 20 November 2022.