

Pendampingan Kelembagaan Republik Tani Mandiri Kopi Koetjoer

**Rino Tam Cahyadi^{1*}, Tarsisius
Renald Suganda², Yudhi
Kurniawan³, Amanda Salsa
Dewany⁴, Christopher Mael
Sugiarto⁵, Noriko Chen⁶, Sheril
Natalia Sunaryo⁷, Sheril
Priswanti⁸.**

¹Universitas Ma Chung

Article history

Received : 12 November 2025

Revised : 10 Desember 2025

Accepted : 18 Desember 2025

Published : 19 Desember 2025

*Corresponding author

Email : lrino.tam@machung.ac.id

No. doi:

<https://doi.org/10.24198/sawala.v6i2.68028>

ABSTRAK

Republik Tani Mandiri (RTM) Kopi Koetjoer adalah kelompok tani yang berdiri pada 10 November 2019 di Desa Kucur, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Kopi merupakan salah satu hasil pertanian di Desa Kucur yang terus dibudidayakan oleh masyarakat setempat. RTM hadir tidak hanya untuk sekedar mengangkat perekonomian para petani kopi, tetapi juga mengedukasi para petani mengenai proses produksi kopi. Tim penulis melakukan pendampingan kepada RTM yang berfokus pada sistem pencatatan keuangan yang masih menggunakan cara manual. Sistem pencatatan keuangan RTM semula manual, tidak terstruktur, dan hanya bergantung kepada satu orang pencatat, kini dilakukan proses digitalisasi dengan diberikan sebuah aplikasi. Metode pelaksanaan pengabdian adalah *focus group discussion*, pelatihan dan pendampingan. Dengan adanya pendampingan ini dapat membantu RTM untuk mempermudah proses pencatatan dan meningkatkan efisiensi, serta mengurangi risiko salah pencatatan akibat kurangnya sumber daya manusia. Selain itu, diadakan juga pelatihan manajemen operasional, kepemimpinan kelembagaan koperasi dan pelatihan pemasaran digital untuk penguatan aspek manajemen usahanya. Kegiatan selanjutnya adalah inisiasi pembentukan Koperasi Tani Kopi Desa Kucur.

Kata kunci: Republik Tani Mandiri, digitalisasi sistem keuangan, pelatihan manajemen operasional, kelembagaan koperasi, pemasaran digital

ABSTRACT

Republik Tani Mandiri (RTM) Koetjoer Coffee is a farmer group established on November 10, 2019, in Kucur Village, Dau District, Malang Regency. Coffee is one of the agricultural products in Kucur Village that continues to be cultivated by the local community. RTM exists not only to improve the economy of coffee farmers but also to educate farmers about the coffee production process. The author's team provided assistance to RTM, focusing on the financial recording system that still uses manual methods. RTM's financial recording system, which was originally manual, unstructured, and only depended on one person to record it, has now been digitized by providing an application. The method of implementing the service is focus group discussions, training, and mentoring. With this mentoring, RTM can help simplify the recording process and increase efficiency, as well as reduce the risk of recording errors due to a lack of human resources. In addition, operational management training, cooperative institutional leadership, and digital marketing training were also held to strengthen the management aspects of their business. The next activity was the initiation of the formation of the Kucur Village Coffee Farmers Cooperative.

Key word: Republik Tani Mandiri, digitalization of financial systems, operational management training, cooperative institutions, digital marketing

PENDAHULUAN

Desa Kucur adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Secara geografis, desa ini terletak pada ketinggian ± 700 dpl dan berbatasan langsung dengan hutan pinus milik Perum Perhutani. Sebagian besar masyarakat Desa Kucur berprofesi sebagai petani, baik itu petani sayuran, jeruk, dan kopi. Varietas kopi yang ditanam di Desa Kucur adalah varietas Robusta, Arabika, dan Liberika (Dorothy, 2025). Kopi yang dihasilkan memiliki cita rasa yang khas, baik dari segi aroma dan rasa. Bila bubuk kopi murni dan tanpa campuran diseduh akan muncul rasa pahit yang tipis dan gurih. Rasa gurih dapat tertinggal lama di lidah dan tenggorokan. Potensi kopi dengan cita rasa yang khas ini mendorong para pemuda Karang Taruna Desa Kucur berinisiatif membentuk kelompok Republik Tani Mandiri (RTM) yang memiliki tugas untuk menyerap penjualan biji kopi dari petani lokal Desa Kucur dan membuat produk kopi bubuk secara mandiri dengan label kopi "KOETJOER"(1).



Gambar 1. Produk Kopi Bubuk "KOETJOER" kelompok Republik Tani Mandiri

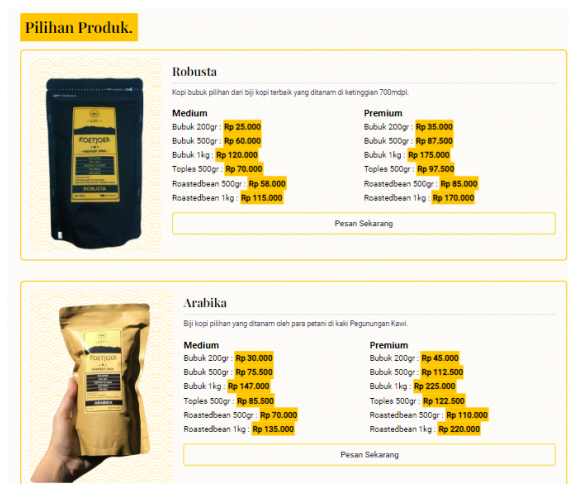
Kelompok Tani Kopi, Republik Tani Mandiri (RTM) di Desa Kucur, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, tumbuh dari inisiatif generasi muda yang berupaya membangkitkan kembali potensi kopi di wilayah lereng Pegunungan Putri Tidur yang subur (850 mdpl). Meskipun desa ini memiliki sejarah sebagai penghasil kopi dan didukung oleh potensi sumber daya alam yang memadai, termasuk akses lahan Perhutani, produktivitas dan nilai ekonomi kopi sempat meredup akibat keterbatasan

akses ilmu pengetahuan, teknologi, dan terutama pemasaran yang didominasi tengkulak (Cahyadi, 2024). Situasi ini mendorong alih komoditas ke jeruk dan migrasi generasi muda ke luar desa. Pada latar situasi seperti ini, beberapa pemuda Karang Taruna di Desa Kucur, membentuk kelompok tani kopi. Mereka menamakan diri, Kelompok Tani Republik Tani Kopi Mandiri (RTM). RTM didirikan dalam bentuk legalitas kelembagaan Kelompok Usaha Bersama (KUB). Saat ini, beranggotakan 45 orang, 30 petani kopi dan 15 non petani. RTM hadir sebagai oase dengan semangat kolaborasi dan inovasi, tercermin dari kemitraan dengan perguruan tinggi untuk penguatan kelembagaan menuju koperasi, peningkatan praktik budidaya dan pengolahan pasca-panen, hingga pengembangan produk kopi kemasan bermerek "Kopi Koetjoer" yang bahkan telah mencapai kualifikasi *specialty* untuk Arabika.



Gambar 2. Logo Republik Tani Mandiri

Usaha KUB yang bernama RTM ini berfokus pada produksi bubuk kopi Robusta dan Arabika dengan merek dagang "Koetjoer", yang menawarkan berbagai varian seperti Robusta Medium, Robusta Premium, Arabika Medium, dan Arabika Premium. Produk kopi tersebut dijual dalam kemasan yang bervariasi, mulai dari bubuk 200 gram, bubuk 500 gram, bubuk 1 kilogram, toples 500 gram, *roastedbean* seberat 500 gram dan *roastedbean* seberat 1 kilogram, dengan rentang harga mulai dari Rp25.000 hingga Rp220.000 rupiah. RTM Koetjoer bergerak di sektor Food and Business (FNB) dengan perkiraan omzet antara Rp1.600.000 hingga Rp5.000.000 per tahun.



Gambar 3. Pilihan Produk beserta harga jualnya



Gambar 4. Proses Produksi Kopi "Koetjoer" RTM

Untuk menjamin legalitas dan pengakuan resmi, RTM Koetjoer telah memperoleh Surat Keputusan Tani yang disahkan oleh Kepala Desa Kukur. Meskipun dimiliki oleh sebuah komunitas, usaha ini memiliki struktur organisasi yang terdiri dari Ketua, Sekretaris, Bendahara, Divisi Budidaya, Divisi Produksi, Divisi Pemasaran, dan Divisi Packing. Selain itu, RTM Koetjoer juga telah memperoleh izin usaha berupa SK Kelompok Tani (Surat Keputusan Kelompok Tani), yang dikeluarkan oleh Bupati/pejabat yang berwenang di tingkat kabupaten atau daerah setempat, sebagai bukti legalitas kelompok tani tersebut.

Sebagai upaya untuk memperluas jangkauan pasar dan mempermudah akses bagi konsumen, Kopi Koetjoer telah memiliki website resmi yang dapat digunakan untuk publikasi, pemasaran, dan pemesanan secara online. Website ini dapat diakses melalui www.kopikoetjoer.vercel.app, dengan layanan kontak pemesanan yang tersedia melalui Google Form, serta melalui akun media sosial seperti Instagram @rtm_kukur dan Facebook @RTM Kukur. Dengan adanya platform online ini, diharapkan dapat meningkatkan visibilitas dan keterjangkauan produk Kopi Koetjoer bagi konsumen potensial.

Potensi ini, meskipun menjanjikan, masih dihadapkan pada tantangan seperti penguatan kelembagaan koperasi, perluasan akses pasar dan distribusi yang efektif, serta keberlanjutan peningkatan kapasitas anggota agar mampu bersaing di pasar kopi yang kompetitif dalam konteks kondisi kewilayahan yang memiliki potensi agrowisata namun memerlukan perhatian pada infrastruktur dan pelibatan aktif generasi muda. (Cahyadi, 2022)

Permasalahan yang dihadapi Kelompok Tani Kopi Republik Tani Mandiri (RTM) berakar pada kondisi historis Desa Kukur yang dulunya berjaya dengan kopi dan cengkeh, namun mengalami kemunduran akibat minimnya akses ilmu pengetahuan, teknologi budidaya, dan terutama jalur pemasaran yang adil (Dorothy, 2025). Ketergantungan pada tengkulak yang menentukan harga sepihak telah menurunkan nilai ekonomi kopi secara signifikan, mendorong petani beralih ke komoditas lain seperti jeruk dan menyebabkan kurangnya minat generasi muda untuk bertani. Meskipun RTM hadir sebagai inisiatif positif untuk merevitalisasi perkopian melalui penguatan kelembagaan dan peningkatan kualitas produk, tantangan berkelanjutan adalah penguatan kapasitas anggota dalam praktik budidaya dan pengolahan standar tata kelola tinggi, perluasan akses pasar yang menguntungkan di luar jalur tengkulak tradisional, serta memastikan keberlanjutan organisasi sebagai kelompok usaha bersama (KUB) yang berpotensi menjadi koperasi yang solid.

Permasalahan utama dalam aspek manajemen Komunitas Petani Kopi (RTM) Desa Kukur adalah memastikan keberlanjutan organisasi sebagai kelompok usaha bersama (KUB). KUB memiliki potensi untuk berkembang menjadi koperasi yang solid dan mampu mendukung kesejahteraan anggota komunitas secara berkelanjutan. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan upaya dalam membangun tata kelola yang transparan dan akuntabel. Selain itu, penting untuk mendorong partisipasi aktif anggota dalam pengambilan keputusan, memperkuat jaringan kemitraan, dan memastikan adanya akses ke sumber daya yang memadai. Dengan mengatasi tantangan ini, RTM Desa Kukur akan berkembang

menjadi koperasi yang tangguh dan berperan signifikan dalam meningkatkan kualitas hidup komunitas petani kopi

Selain itu, kondisi kapasitas anggota RTM merupakan salah satu permasalahan penting lainnya dalam manajemen komunitas petani kopi Desa Kucur. Sebagai kelompok usaha bersama (KUB) yang berpotensi menjadi koperasi yang solid, peningkatan kapasitas anggota diperlukan untuk menciptakan komunitas yang mandiri dan produktif. Tantangan utama meliputi penyediaan pelatihan yang relevan, peningkatan keterampilan teknis, pengembangan kemampuan manajerial, serta pemberian akses kepada informasi dan teknologi. Dengan penguatan kapasitas ini, anggota dapat berperan lebih aktif dalam kegiatan organisasi, memahami pentingnya tata kelola yang baik, dan meningkatkan daya saing usaha. Oleh karena itu, investasi pada pengembangan kapasitas anggota menjadi langkah strategis untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan organisasi.

Keterbatasan akses pasar di luar jalur tengkulak tradisional merupakan salah satu tantangan utama dalam pemasaran komunitas petani kopi Desa Kucur. Ketergantungan pada jalur tengkulak sering kali membuat petani menerima harga yang tidak optimal, sehingga mengurangi potensi keuntungan mereka dan pemasaran mereka. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan langkah strategis seperti membuka akses langsung ke pasar modern, menjalin kemitraan dengan koperasi atau perusahaan distribusi, dan memanfaatkan platform digital untuk pemasaran. Dengan diversifikasi jalur pemasaran ini, komunitas dapat meningkatkan daya tawar produk kopi mereka, mencapai harga yang lebih kompetitif, serta mendorong keberlanjutan ekonomi jangka panjang bagi petani.

KAJIAN PUSTAKA

Kelompok usaha bersama (KUB) merupakan salah satu bentuk usaha kolektif yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan petani melalui kolaborasi dalam pemasaran, produksi, dan pengelolaan sumber daya. Menurut Supriyanto dan Hendrayani (2020), kelompok usaha bersama mampu memperkuat posisi petani dalam rantai pasok dan meningkatkan daya tawar

mereka di pasar. Penguatan KUB terutama penting di komunitas petani kopi, yang sebagian besar masih berjuang dengan akses pasar dan harga yang belum stabil.

Dalam era digitalisasi, keuangan digital menjadi salah satu inovasi penting dalam memperkuat sektor pertanian, termasuk komunitas petani kopi. Digitalisasi keuangan memudahkan petani untuk mengakses layanan keuangan seperti kredit, tabungan, dan pembayaran secara elektronik, sehingga mengurangi ketergantungan terhadap sistem tradisional yang seringkali tidak efisien (Nurhidayat et al., 2021). Hal ini terbukti meningkatkan inklusi keuangan dan membantu petani dalam mengelola keuangan mereka secara lebih transparan dan akuntabel.

Pengelolaan manajemen operasional juga merupakan aspek krusial dalam peningkatan produktivitas dan keberlanjutan usaha petani kopi. Menurut Rizzo dan Sinaga (2019), manajemen yang baik dalam pengelolaan sumber daya dan proses produksi berkontribusi pada peningkatan kualitas produk dan efisiensi biaya. Pelatihan dan peningkatan kapasitas petani dalam aspek ini sangat diperlukan agar mereka mampu mengelola usaha secara profesional dan berkelanjutan.

Selanjutnya, kepemimpinan dan koperasi memegang peranan penting dalam pengembangan komunitas petani kopi. Kepemimpinan yang efektif dapat meningkatkan motivasi dan koordinasi dalam komunitas, sedangkan koperasi menjadi wadah berhimpunnya petani dalam mencapai tujuan ekonomi bersama (Kurniawati & Wulandari, 2018). Pengembangan koperasi yang kuat mampu memperkuat posisi tawar petani dalam pasar dan memfasilitasi akses terhadap berbagai sumber daya dan program pemberdayaan (Cahyadi, 2024).

Digital marketing menjadi salah satu strategi inovatif dalam memasarkan produk kopi kepada konsumen global. Menurut Dewi (2022), Basory (2023), Rohmana (2023) dan Noviati (2025), penggunaan platform digital dapat memperluas jangkauan pasar petani kopi, meningkatkan citra produk, serta mempercepat proses pemasaran dengan biaya yang lebih efisien. Digital marketing juga memudahkan petani dalam berinteraksi langsung dengan pembeli

maupun mengelola sistem pemesanan dan distribusi produk.

Selain itu, Anjarwati (2023) menyatakan bahwa integrasi antara pengelolaan usaha bersama, digitalisasi keuangan, manajemen operasional, kepemimpinan koperasi, dan digital marketing mampu memberikan dampak positif secara simultan dalam meningkatkan kesejahteraan petani kopi. *Research* dari Yulianingsih (2020) dan Anugrah (2024) menunjukkan bahwa kombinasi strategi ini dapat meningkatkan pendapatan petani, memperkuat kelembagaan koperasi, dan meningkatkan kualitas hidup mereka secara keseluruhan.

METODE

Siklus 1 Perencanaan & Sosialisasi, mencakup serangkaian Focus Group Discussions (FGD) yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kapasitas di berbagai bidang. Pertama, penyuluhan mengenai pentingnya tata kelola yang akuntabel dan transparan melalui digitalisasi keuangan. Kedua, penyuluhan pengembangan kapasitas sumber daya manusia (SDM) di bidang manajerial (Leadership, Keuangan dan Operasional). Ketiga, pengembangan kapasitas SDM di bidang pemasaran digital. Semua ini bertujuan untuk membangun fondasi yang kuat dalam pengelolaan dan pengembangan keuangan serta pemasaran digital. Kegiatan lainnya adalah pengumpulan dan pendokumentasian data sebagai dasar pembuatan aplikasi keuangan. Data yang dikumpulkan berupa semua data keuangan manual sebelum digitalisasi, data anggota RTM dan data produk yang dihasilkan oleh RTM.

Siklus 2 Pelatihan, berfokus pada pengembangan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengimplementasikan teknologi digital dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran serta kemampuan manajerial. Pada tahap ini, peserta menerima beberapa pelatihan. Pertama, pelatihan leadership. Kelembagaan yang kuat tentunya harus didukung dengan kemampuan *leadership* yang tepat. Kedua, pelatihan keuangan. Pelatihan keuangan

memberikan pengetahuan kepada RTM bagaimana seharusnya mengelola keuangan KUB dengan akuntabel dan transparan. Selain itu, pada pelatihan keuangan ini juga dilakukan pelatihan aplikasi digital keuangan. Ketiga, pelatihan manajemen operasional. RTM

membutuhkan peningkatan pemahaman terkait pengelolaan operasional di semua lini fungsi bisnis sebuah KUB. Keempat, Workshop Pemasaran Digital. Workshop pemasaran digital ini berbentuk praktik pembuatan konten media sosial. Peserta diharapkan mampu membuat desain konten pemasaran secara mandiri.

Siklus 3 Penerapan Teknologi, berfokus pada pembuatan dan pengembangan aplikasi keuangan digital yang dibuat dan bagaimana implementasi teknologi digital keuangan ini sesuai dengan kebutuhan RTM. Uji coba *prototype* dilaksanakan dan dilengkapi dengan penyusunan modul aplikasi.

Siklus 4 Pendampingan dan Evaluasi, berfokus pada upaya pendampingan implementasi aplikasi digital keuangan dan implementasi pemasaran digital. Selain itu, pada tahap ini, dilakukan evaluasi semua kegiatan yaitu evaluasi pelatihan implementasi aplikasi digital keuangan, evaluasi pelatihan manajerial, evaluasi *workshop* dan implementasi pemasaran digital serta evaluasi modul aplikasi.

Siklus 5 Keberlanjutan Program, tahap ini berfokus pada upaya kelanjutan program dan tindak lanjut dari evaluasi yang diterima. Pertama, Kelanjutan program yang dapat diinformasikan kepada RTM adalah penataan tata kelola yang baik sebagai upaya menjadi Koperasi Produksi di masa yang akan datang. Kedua, perbaikan aplikasi keuangan digital dan modul aplikasi sesuai dengan masukan user.

HASIL

1. Pelatihan Manajemen Operasional

Sebelum pelatihan, RTM merasa perlu memahami bagaimana cara mengelola usaha produksi kopi secara menyeluruh. Mereka belum memiliki pengetahuan yang cukup tentang proses pengelolaan kopi, mulai dari perawatan

tanaman, pemetikan ceri kopi, hingga pengolahan pascapanen. Setelah mengikuti pelatihan yang disampaikan oleh perwakilan penggerak komunitas Petuwen Kopi di lereng Gunung Putri Kidul, anggota RTM mulai memahami tahapan perawatan tanaman yang baik, waktu panen yang tepat, serta cara mengolah ceri kopi agar menghasilkan mutu yang lebih tinggi. Pelatihan dilakukan sebanyak satu kali dengan jumlah peserta 35 orang. Banyak peserta yang antusias dan mengikuti semua rangkaian pelatihan.



Gambar 5. Kegiatan Pelatihan Manajemen operasional

Dalam hal pengemasan produk, sebelumnya kopi RTM dikemas secara sederhana dan belum memiliki daya tarik bagi pasar. Setelah pelatihan, mereka mulai menerapkan teknik pengemasan yang lebih menarik dan higienis, menambahkan label serta identitas produk untuk memperkuat citra kopi lokal mereka.

Dari sisi pengelolaan usaha, sebelumnya anggota RTM belum memahami cara mengatur kegiatan produksi, pembagian tugas, serta pencatatan hasil dan biaya usaha. Setelah pelatihan, mereka memperoleh wawasan tentang pentingnya perencanaan produksi, pengelolaan keuangan yang transparan, dan pembagian hasil yang adil. Pelatihan ini membantu RTM menjadi lebih siap dan terarah dalam mengembangkan usaha produksi kopi secara mandiri dan berkelanjutan.

2. Pelatihan Kepemimpinan Kelembagaan Koperasi

Pelatihan Kepemimpinan Kelembagaan Koperasi yang dibawa oleh perwakilan Dinas Koperasi Kabupaten Malang (Ibu Ayus) berfokus pada peningkatan pemahaman anggota RTM tentang pentingnya kelembagaan koperasi dalam memperkuat usaha bersama. Pelatihan dilaksanakan sebanyak

1 kali dengan jumlah peserta pelatihan sebanyak 30 orang.

Dalam pelatihan ini dijelaskan bahwa koperasi memiliki peran strategis sebagai wadah bagi anggota untuk mengelola usaha secara kolektif, meningkatkan posisi tawar di pasar, dan menciptakan kesejahteraan bersama. Melalui koperasi, setiap anggota dapat berpartisipasi aktif dalam pengambilan keputusan, sehingga kegiatan ekonomi dapat berjalan dengan prinsip transparansi, kebersamaan, dan keadilan.



Gambar 6. Pelatihan Kelembagaan Koperasi

Selain itu, pelatihan juga memberikan pengetahuan tentang cara membentuk koperasi produksi, mulai dari tahap perencanaan, pembentukan struktur organisasi, penyusunan anggaran dasar dan rumah tangga (AD/ART), hingga pengurusan legalitas koperasi. Peserta diberi pemahaman tentang langkah-langkah administratif dan teknis yang harus dipenuhi agar koperasi dapat berdiri secara resmi dan beroperasi sesuai peraturan yang berlaku.

Kemudian, peserta dilatih mengenai cara mengelola koperasi secara profesional. Materi mencakup pengelolaan keuangan koperasi, pencatatan transaksi, penyusunan laporan keuangan, serta mekanisme pembagian sisa hasil usaha (SHU) yang adil. Peserta juga diperkenalkan pada prinsip-prinsip kepemimpinan koperasi yang demokratis dan partisipatif agar dapat menciptakan kelembagaan yang kuat, solid, dan berkelanjutan.

3. Pelatihan Aplikasi dan Keuangan Digital

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan keuangan bagi komunitas usaha bersama RTM bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan anggota dalam mengelola keuangan secara transparan, efisien, dan modern. Kegiatan ini dilakukan sebanyak 2 kali dan 4 kali pendampingan. Peserta yang berpartisipasi sebanyak 8 peserta (bagian keuangan dan

bendahara). Peserta sangat antusias dan menerapkan proses digitalisasi keuangan.



Gambar 7. Pelatihan Aplikasi dan Keuangan Digital

Pada sesi sosialisasi pentingnya pengelolaan keuangan, disampaikan bahwa pengelolaan keuangan yang baik merupakan dasar utama bagi keberlanjutan usaha bersama. Tanpa pencatatan dan perencanaan keuangan yang jelas, organisasi akan sulit mengetahui kondisi keuangannya, menentukan strategi usaha, maupun melakukan evaluasi kinerja. Melalui sosialisasi ini, anggota RTM diajak memahami pentingnya membuat laporan pemasukan dan pengeluaran, menyusun anggaran kerja, serta mencatat transaksi secara rutin agar dana kelompok dapat dikelola secara akuntabel.

Selanjutnya, dalam sosialisasi pentingnya digitalisasi keuangan, dijelaskan bahwa penggunaan sistem keuangan digital dapat membantu komunitas meningkatkan transparansi dan efisiensi. Digitalisasi memungkinkan setiap transaksi tercatat otomatis, meminimalkan kesalahan pencatatan manual, dan mempermudah pengawasan keuangan. Selain itu, sistem digital juga mempercepat proses administrasi seperti pembayaran iuran anggota, pencatatan simpan pinjam, hingga pelaporan keuangan kepada pengurus dan anggota secara real-time.

Kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan penggunaan aplikasi keuangan. Pada tahap ini, anggota RTM dilatih cara menggunakan aplikasi keuangan sederhana untuk mencatat transaksi harian, membuat laporan keuangan otomatis, dan memantau arus kas usaha. Melalui pelatihan ini, anggota tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mempraktikkan langsung penggunaan teknologi dalam pengelolaan keuangan koperasi.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif bagi RTM karena meningkatkan kemampuan manajerial dan literasi digital anggota,

sekaligus memperkuat sistem tata kelola keuangan yang transparan, akuntabel.

4. Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan promosi menjadi langkah penting bagi komunitas RTM dalam memperkuat kemampuan bersaing di era digital dan memperluas pasar hingga ke luar negeri. Fokus pelatihan mencakup strategi promosi online serta pentingnya desain visual dan pemilihan warna kemasan untuk memperkuat citra produk kopi RTM. Pelatihan diadakan sebanyak 1 kali dengan jumlah peserta 30 orang.



Gambar 8. Pelatihan Digital Marketing

Sebelum pelatihan, anggota RTM masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dengan kemasan sederhana. Melalui pelatihan ini, mereka belajar memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk memasarkan produk, serta memahami bagaimana kemasan menarik dapat meningkatkan daya saing. Pemateri menekankan bahwa warna memiliki makna psikologis yang memengaruhi persepsi konsumen: warna coklat dan hitam memberi kesan kuat dan elegan, hijau melambangkan kesegaran dan keberlanjutan, sedangkan krem atau emas memberi kesan hangat dan eksklusif.

Peserta dilatih menggunakan aplikasi desain seperti Canva untuk membuat label dan kemasan digital yang harmonis dengan logo dan warna merek. Kemasan yang serasi dengan identitas visual membantu membangun kepercayaan konsumen dan memperkuat citra kopi RTM di pasar lokal maupun global.

Setelah pelatihan, anggota RTM mampu menggabungkan strategi digital marketing dengan desain kemasan profesional untuk memperluas jangkauan pasar. Kombinasi promosi digital, kualitas produk, dan tampilan kemasan yang menarik membuka peluang bagi kopi RTM

untuk dikenal secara luas dan bersaing di tingkat nasional maupun internasional.

PENUTUP

Pada awal pendampingan, komunitas Petani Kopi Desa Kucur, khususnya RTM Kopi Koetjoer, masih menghadapi berbagai tantangan dalam manajemen organisasi dan pengelolaan usaha. Struktur organisasi memang sudah terbentuk, namun banyak proses manajemen belum berjalan optimal, termasuk pencatatan keuangan yang belum terstandar, belum adanya sistem pengelolaan data yang rapi, serta kurangnya dokumentasi yang memadai untuk mendukung pengambilan keputusan. Selain itu, pemahaman mengenai kelembagaan koperasi, legalitas produk, serta peran kepemimpinan dalam membangun usaha bersama masih terbatas. Kondisi ini menyebabkan kemampuan anggota dalam mengambil keputusan, membagi peran, berkolaborasi, dan mengelola usaha secara kolektif belum berkembang secara maksimal, sehingga proses penguatan komunitas belum dapat berjalan secara efektif.

Melalui Pelatihan Manajemen dan Kepemimpinan: Membangun Usaha Bersama (Koperasi), peserta dibekali pemahaman mendalam mengenai sejarah dan prinsip koperasi, struktur kelembagaan, tahapan pembentukan koperasi, serta pentingnya legalitas produk dalam pengembangan usaha yang berkelanjutan. Sesi ini membuka wawasan peserta bahwa usaha tani kopi dapat dikelola bersama secara lebih profesional dan memiliki daya saing lebih tinggi melalui model koperasi. Tidak hanya menyentuh aspek kelembagaan, pelatihan juga memberikan penguatan skill leadership dengan menekankan pentingnya kolaborasi, komunikasi yang efektif, pembagian peran yang jelas, serta keterampilan dalam pengambilan keputusan strategis. Melalui pendekatan partisipatif, peserta diajak untuk berdiskusi, berbagi pengalaman, mengidentifikasi masalah yang mereka hadapi sehari-hari, serta menemukan solusi bersama secara kolektif.

Evaluasi pelatihan memperlihatkan respon yang sangat positif dari peserta. Mereka menilai materi mudah dipahami, relevan dengan kebutuhan, dan

disampaikan secara jelas dengan contoh nyata yang sesuai kondisi lapangan. Suasana kegiatan yang kondusif, tertib, dan didukung sarana prasarana yang memadai membuat peserta semakin antusias dan aktif berpartisipasi dalam diskusi serta tanya jawab. Menurut salah satu peserta, dalam acara ini interaksi antar peserta dan narasumber berlangsung efektif. Pelatihan ini juga menambah wawasan baru bagi peserta, terutama terkait pengelolaan usaha tani, peran kepemimpinan dalam kelompok, serta pentingnya sistem pencatatan yang terstruktur. Peserta merasakan peningkatan pemahaman dalam mengelola organisasi, melihat peluang usaha bersama, serta memiliki rasa percaya diri yang lebih kuat dalam memimpin dan menjalankan fungsi manajerial di komunitasnya.

Di samping itu, peserta memberikan berbagai saran konstruktif untuk penyelenggaraan berikutnya, seperti kebutuhan pelatihan lanjutan, penambahan narasumber, durasi yang lebih panjang, hingga perlunya praktik lapangan agar materi lebih aplikatif. Mereka juga mengusulkan pembahasan topik lanjutan seperti pemasaran, pengemasan, branding, perencanaan produksi, dan manajemen stok agar usaha kopi lokal semakin berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjarwati S, Rosaria Zaena R, Fitrianiingsih D, Sulistiana I. (2023). Pengaruh Digitalisasi Akuntansi terhadap Efisiensi dan Pengurangan Biaya pada Perusahaan Wirausaha UMKM di Kota Bandung. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan*. 5(1):57–72.
- Anugrah AA, Aliyanti NMD, Cahyadi RT, Stephanus DS. (2024). Evaluasi Dampak Investasi Sosial : Analisis SROI pada Intervensi Dana Hibah Penelitian dan Pengabdian Akademisi Perguruan Tinggi Ke Bisnis Sosial (Studi Kasus Akademisi Universitas Ma Chung ke Kelompok Tani Kopi Republik Tani Mandiri). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*'45. 5(2):711–40.
- Basory HA, Hellyani CA, Cahyadi RT, Wahyono SA, Manalu S. (2023). Optimalisasi Digital Marketing pada

- Komunitas Klinik Usaha Desa Kucur untuk Kemajuan Ekonomi Desa Kucur. El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat.4(2):1449–59.
- Cahyadi RT, Nirmalasari Y, Putrianto NK. (2022). Initiation of business clinics and financial records assistance for SMEs/SMLs in Kucur Village, Malang Regency. Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang 7(2):384–96.
- Cahyadi, R.T, Wijayanti, D., Pratama, B.B, Rohim N. (2024) Enhancing Financial Literacy and Financial Guidance for the Self- Sufficient Republik Tani Kopi Mandiri Group in Kucur Village. 04(01):32–44.
- Dewi, R. P., & Sari, N. P. (2022). Digital marketing strategies for coffee farmers in Indonesia. Journal of Agricultural Marketing, 12(3), 150-165.Widyaningrum S, Cahyadi RT. Pemetaan Potensi UMKM Desa Kucur dan Pendampingan Strategi Pemasaran Produk di Komunitas Klinik Usaha Desa Kucur. JAPI (Jurnal Akses Pengabdian Indonesia). 2023;7(3):171–80.
- Dorothy, S.H, Susanto I, Djie JF, Ayu, R.D,R, Cesatyanegara, N.R.H., Anugrah, A.A, et al. (2025) Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan berbasis SAK EMKM dan Perhitungan Harga Pokok Penjualan Kelompok Tani Kopi Republik Tani Mandiri di. Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat.6(1):100–19.
- Kurniawati, N., & Wulandari, A. (2018). Peran koperasi dalam peningkatan kesejahteraan petani kopi. Jurnal Studi Koperasi, 9(2), 115-130.
- Novianti, S., Zaharman, Z., Arini, A., Putri, A.M., Jaya, R.T. (2025). Implementasi digitalisasi laporan keuangan dan implikasinya terhadap kinerja keuangan umkm di riau. Jurnal Akuntansi Kompetif.8(1):1–6.
- Nurhidayat, A., et al. (2021). Digital finance adoption among coffee farmers: Opportunities and challenges. International Journal of Agricultural Economics, 15(4), 230-245.Ribeiro G, Belo S, Tilman L, Akuntansi PS, Ekonomi F, Indonesia UP. Dampak Teknologi Akuntansi Terhadap Efisiensi Pengelolaan Keuangan Pada Performa Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Jakarta. 2025;6(2):660–9.
- Rizzo, R., & Sinaga, P. (2019). Manajemen operasional untuk petani kopi: Studi kasus di Sumatera. Jurnal Manajemen Pertanian, 11(1), 78-92.
- Rohmana A, Hwihanus. (2023). Peran Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pemanfaatan Teknologi Terhadap Pembukuan Digital Pada UMKM. Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen. 1(1):54–63.
- Supriyanto, A., & Hendrayani, N. (2020). Penguatan kelompok usaha bersama petani kopi di Indonesia. Jurnal Pengembangan Masyarakat, 8(3), 165-180.
- Yulianingsih, T. (2020). Strategi pengembangan