

Pengabdian Kepada Masyarakat terhadap Potensi Coffee dalam mengembangkan Program UMKM

Untung Rahardja*¹, Qurotul Aini², Nesti Anggraini Santoso³
^{1,2,3} Universitas Raharja

Jl. Jenderal Sudirman No.40, RT.002/RW.006, Cikokol, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten
15117

e-mail: [1untung@raharja.info](mailto:untung@raharja.info) , [2aini@raharja.info](mailto:aini@raharja.info) , [3nesti@raharja.info](mailto:nesti@raharja.info)

Abstrak

Pengabdian Kepada Masyarakat sudah diterapkan di dalam lingkup Universitas Raharja untuk menjalankan Undang-Undang No 12 mengenai kegiatan Tridharma pada pasal 1 ayat 9, yaitu Tridharma Perguruan Tinggi yang wajib diselenggarakan selain menjalani kegiatan penelitian, Pembelajaran, serta Pendidikan. Dalam menjalankan kegiatan ini diharapkan dapat menumbuhkan rasa berbagi kepada sesama dengan berdonasi sehingga bisa membantu memfasilitasi serta mensejahterakan organi sasaran. Kegiatan ini didukung langsung oleh salah satu fakultas yang terdapat di Universitas yang berkaitan dengan kewirausahaan dengan mengakal mahasiswa untuk menerapkan hal tersebut dalam menciptakan entrepreneur yang unggul dan Kreatif. Bahan pokok yang digunakan dalam menciptakan produk tersebut dikembangkan, diolah dan dikemas oleh mahasiswa dengan menyalurkan ide, kreasi dan kreatifitas mahasiswa pada produk yang akan dijalankan agar menarik. Hasil penjualan penge mbangan produk UMKM yang sedang dijalankan ini akan seluruhnya disumbangkan kepada organisasi sasaran sehingga universitas bisa mewakili masyarakat untuk ikut berperan menjadi donatur

Keyword :UMKM, Tridharma, Pengabdian Kepada Masyarakat

1. PENDAHULUAN

Hal yang wajib dijalankan serta diselenggarakan oleh setiap Perguruan Tinggi sesuai Undang-undang Nomor 20 tahun 2003 pasal 20 yaitu Pengabdian Kepada Masyarakat, Pendidikan dan Penelitian. Peningkatan mutu pendidikan yang tinggi, menjadi hal yang didukung oleh Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat selain meningkatkan kesejahteraan rakyat, meningkatkan daya saing bangsa. Perguruan Tinggi memiliki kemampuan dalam menjalankan Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu dapat menciptakan sistem agar pemberdayaan masyarakat dapat dilaksanakan [1]. Adapula hal yang wajib diselenggarakan dan di jalankan berupa Pendidikan serta Pengajaran, Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat oleh Perguruan Tinggi juga menjadi salah satu dari kegiatan Tri Dharma atau yang lebih dikenal Tridharma PT tertuang pada UU no 12 tahun 2012 pasal 1 ayat 9 [2]. Dari banyak kegiatan Tridharma yang ada salah satu yang telah dijalankan oleh Universitas Raharja yaitu kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, dimana banyak mahasiswa yang langsung terjun dalam melaksanakan dan mewujudkan kegiatan ini.

Kegiatan yang telah terlaksana ini berupa kegiatan kewirausahaan pengembangan produk UMKM, dimana mahasiswa akan mencurahkan inovasi dan juga kreativitas hasil pemikiran mereka dalam produk yang dikembangkan. Mahasiswa juga aktif dalam memasarkan produk sehingga secara tidak langsung dapat melatih mereka terjun untuk menjadi *entrepreneur* yang unggul [3]. Mahasiswa bisa secara aktif mengembangkan kemampuan dan potensi yang ada didirinya agar nantinya menjadi pribadi yang berakhlak mulia, penuh dengan pengendalian diri, dan mengembangkan

keterampilannya untuk dirinya sendiri, masyarakat, dan bangsa [4]. Tentunya mereka didukung dengan menghadiri seminar yang berkaitan dengan UMKM mulai dari kemasan pangan sampai dengan izin edar makanan. Sehingga mereka memiliki banyak pengalaman apabila di masa depan mereka ingin membuka usaha yang berkaitan dengan kegiatan wirausaha. UMKM (Usaha Menengah Kecil dan Mikro) merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh badan usaha perseorangan atau perorangan yang telah memenuhi persyaratan dan kriteria Usaha Mikro sesuai dengan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM [5].

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini tentunya sangat berperan penting, tidak hanya dalam bidang kewirausahaan yang dapat mencetak generasi *entrepreneur* yang unggul, namun juga dalam bidang sosial. Di mana bisa menumbuhkan rasa kepedulian sesama manusia sehingga tercipta ketentraman masyarakat dan tersebarnya pengaruh positif di lingkungan sekitar dalam membantu masyarakat untuk memperbaiki fasilitas layanan yang dibutuhkan. Terlebih saat ini kita tengah menghadapi situasi yang sulit, Virus Corona (Covid-19) datang secara tiba-tiba di awal tahun 2020 [6]. Membuat banyak orang kehilangan pekerjaan, bahkan persaingan dalam mencari pekerjaan semakin ketat dan sulit [7].

Dalam mengembangkan produk UMKM ini, hasil yang telah didapatkan di salurkan dan didonasikan kepada Yayasan Sayap Ibu Banten yang sudah menjadi target untuk penerimaan donasi. 01 Oktober 2005 merupakan tanggal yayasan ini didirikan, menjadi tempat anak-anak disabilitas dilindungi dan diasuh setelah ditelantarkan oleh orang tuanya, atau dititipkan oleh orang tua kandungnya. Tidak hanya itu hak mereka dalam memperoleh pendidikan dan rehabilitasi juga terpenuhi atas bantuan masyarakat yang peduli terhadap mereka melalui donasi berupa uang maupun barang. Oleh karena itu hasil penjualan produk UMKM tersebut diharapkan dapat membantu anak-anak yang tengah dirawat, untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka.



Gambar 1. Lokasi Yayasan Sayap Ibu Bintaro

Yayasan Sayap Ibu Banten terletak di Jl. Raya Graha Utama No. 33B RT 04 RW 01, Kel. Pondok Kacang Barat, Kec. Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten 15226 atau mudahnya berlokasi di Bintaro, Jakarta Selatan. Yayasan ini membantu pemerintah dalam melindungi hak anak-anak tersebut terutama dalam hak perlindungan dan juga perawatan [8]. Organisasi Yayasan sayap

Ibu mengasuh, merawat dan memberi anak-anak kasih sayang serta cinta yang begitu banyak, mereka mengembangkan organisasi hingga hadir Yayasan Sayap Ibu Banten.

2. TINJAUAN LITERATUR

Terdapat beberapa tinjauan literatur, sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Po.Abas Sunarya, Windy Yestina Sari dan Nesti Anggraini Santoso pada tahun 2020 yang berjudul “Penggalian Dana Digital Untuk Yayasan Disabilitas Melalui produk UMKM di era 4.0”. Penelitian ini menjelaskan perihal mengajak masyarakat untuk melakukan donasi dengan membeli suatu produk UMKM untuk diberikan kepada Yayasan Disabilitas [9].
2. Penelitian berjudul “Implementation Of Information Planning and Strategies Industrial Technology 4.0 to Improve Business Intelligence Performance on Official Site APTISI”. yang dilakukan oleh Untung Rahardja, Sudaryono, Eka Purnama Harahap, pada tahun 2018. Penelitian ini menjelaskan penerapan teknologi industri 4.0 pada situs APTISI berbasis business intelligence yang dinyatakan valid serta reliabel [10].
3. Penelitian yang berjudul “INKUBATOR BISNIS MODERN BERBASIS I-LEARNING UNTUK MENCIPTAKAN KREATIVITAS STARTUP DI INDONESIA”, dilakukan oleh Wendy Zulkarnain, Sheila Andini. Pada penelitian ini menjelaskan perihal peran inkubator bisnis dan juga ekonomi digital yang sangat berpengaruh terhadap pengembangan StartUp di Indonesia [11]
4. Penelitian yang berjudul “Evaluasi Program Pelayanan Sosial Pemberian Gizi Untuk Anak Berkebutuhan Khusus Di Yayasan Sayap Ibu Bintaro” dilakukan oleh Elita Noveliyanti. Penelitian ini menjelaskan tentang perbedaan kebutuhan gizi setiap anak, perubahan tumbuh kembang anak disabilitas, serta kedisiplinan para pengasuh dalam mencukupi gizi [12].
5. Penelitian yang dilakukan oleh Ganesha Antarnusa, Siva Ristantiya yang berjudul “KULIAH KERJA MAHASISWA GUNA MENINGKATKAN KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA PADA DESA SUKABARES KECAMATAN CIOMAS”. Pada penelitian ini menjelaskan perihal Kaitan KKN dengan Masyarakat dalam menjalankan kegiatan Tri Dharma [13].

3. METODE

Tata cara yang digunakan dalam memenuhi kebutuhan dari organisasi sasaran supaya terus berjalan ialah dengan melaksanakan pendekatan eksploratif deskriptif dalam melaksanakan pengembangan suatu produk yang terbuat serta dibesarkan oleh mahasiswa dari bermacam aspek ekonomi. Karena pendekatan ekonomi merupakan motivasi yang paling umum sebagai pijakan masalah biaya [14]. Mengenakan pendekatan serta kajian literatur ataupun studi pustaka [15]. Tata cara analisa berbentuk analisa SWOT. Dengan desain dedikasi deskriptif serta mendeskripsikan melalui analisis dari yang didapatkan. SWOT ialah tata cara analisis yang menerangkan keadaan objek SWOT ialah tata cara analisis yang menerangkan keadaan objek, terdapat 4 (empat) jenis SWOT untuk menganalisa [16].

1. Strength (Kekuatan),
2. Weakness (Kelemahan),
3. Opportunity (Aspek pendukung)
4. Threat (Ancaman)

Menciptakan suatu produk UMKM bisa menjadi kegiatan dalam menjalankan Pengabdian Kepada Masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dari target yayasan, tidak hanya itu kegiatan ini juga bisa mengembangkan kreativitas dan inovasi yang telah disesuaikan dengan kebudayaan masyarakat Indonesia [17]. Terdapat 2 program yang telah diciptakan oleh pemerintah untuk terus memantau perkembangan UMKM, yaitu ada program kemitraan dan program kewirausahaan. Jika sumber energi manusia bermutu maka sumber energi alam dapat diatasi dalam melaksanakan pengembangan serta elemen dasar dapat menjadi subjeknya. Kewirausahaan dapat pula menjadi aspek berarti pada saat kurangnya atensi dari pemerintah.

Dalam menciptakan produk UMKM untuk memenuhi kebutuhan dari Organisasi sasaran agar bisa berjalan, dengan menciptakan serta mengembangkan produk UMKM yang sesuai dengan kreativitas dan inovasi masyarakat Indonesia. Model program bisnis yang baik telah ditetapkan, dimana program tersebut akan dikembangkan oleh mahasiswa dengan menggunakan kemampuan kewirausahaan yang mereka miliki, caranya memberikan mereka pelatihan, pembinaan mengenai cara menjalankan bisnisnya agar dapat menghasilkan suatu produk dan juga dapat dipasarkan dalam media sosial maupun media offline agar dapat diterima masyarakat [18].

Dalam melaksanakan pengembangan aktivitas memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan suatu organisasi agar bisa terus berjalan. Hal yang dilakukan untuk melihat apa yang dibutuhkan dimasa yang akan datang yaitu melakukan pendekatan dan menelaah keadaannya, dilakukan dengan sistem wawancara atau konsultasi. Terdapat 4 tahap untuk melakukan pengembangan produk UMKM ini, yaitu :

1. Tahap Persiapan dan Perencanaan

Saat menjalankan kegiatan ini dibutuhkannya persiapan dan perencanaan yang matang, harapannya kegiatan dapat berjalan sesuai dengan dengan baik, lancar dan sesuai harapan .
Persiapan dan perencanaan dalam menjalankan kegiatan ini :

- a. Merencanakan suatu produk UMKM. Dalam hal ini berdiskusi mengenai produk apa saja yang saat ini sedang digemari semua kalangan.
- b. Mendukung mahasiswa dalam menjalankan kegiatan pengembangan produk UMKM yang sudah disepakati. Dalam tahap ini mahasiswa diberitahukan maksud dan tujuan dari kegiatan yang akan dijalankan.
- c. Membuat pelatihan cara membuat produk.
- d. Mendiskusikan mengenai target pemasaran, strategi pemasaran, media serta waktu yang digunakan untuk memasarkan produk ini sesuai dengan era 4.0 saat ini.

2. Tahap Implementasi Kegiatan

Dalam mencapai target, sasaran serta manajemen waktu, perlu disepakati untuk target yang ditentukan. Target pemasaran ini akan adalah seluruh kalangan masyarakat, sehingga banyak orang yang dapat meminum produk ini sambil berdonasi. Kegiatan penjualan produk berjalan selama

hari kerja Senin sampai Jumat, dengan memanfaatkan teknologi yang sangat disenangi masyarakat yaitu media sosial seperti, WhatsApp, Twitter dan Instagram.

3. Tahap Evaluasi

Dalam melakukan evaluasi sangat penting dilakukan pemantauan perkembangan dari pemasaran produk tersebut. Mulai dari melihat permasalahan yang kecil hingga besar, kemudian dilakukan diskusi untuk mendapatkan solusi agar dapat diatasi bersama, dalam hal ini sangat dibutuhkan pendapat, serta dukungan dari para pembeli agar kedepannya produk ini dapat berjalan dengan baik, sehingga bisa mencapai target yang telah disepakati.

4. Tahap refleksi

Dalam tahap ini perlu diperhatikan bagaimana pencapaian dari pelaksanaan selama berjalan. Hal ini dilakukan untuk menjadikan pembelajaran serta masukan bagi tim pelaksana di kemudian hari dan dapat melihat dampak maupun manfaat yang dirasakan oleh Organisasi sasaran tersebut dari hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilakukan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berkembangnya teknologi 4.0 di Indonesia memiliki harapan yang besar dalam melakukan perubahan menuju era industri digitalisasi dan otomatisasi 4.0 di dalam berbagai aspek kehidupan terutama dalam aspek ekonomi. Prinsip Revolusi 4.0 akan menjadi penunjang dalam perkembangan bisnis usaha yang akan meliputi keputusan mandiri pengusaha, data transparan dan arahan agar pekerjaan yang digeluti memiliki kecocokan dengan kehidupan sehingga hal ini dapat mensejahterakan masyarakat serta tercapainya pertumbuhan dan perkembangan di aspek ekonomi [19]. Dalam industri 4.0 saat ini para pengusaha besar ataupun kecil dapat terus berkembang dengan menggunakan peluang yang ada dan memadukan inovasi terbaru, serta kreatifitas luar biasa di setiap produk usahanya sehingga dapat menghasilkan usahawan yang kreatif atau *creativepreneur* [20]. Pengembangan produk UMKM dengan melakukan penggalangan dana digital dapat terus berjalan sehingga terpenuhinya tujuan kegiatan ini yaitu membantu kebutuhan organisasi atau Yayasan sasaran dari kegiatan ini. Penggalangan dana dilakukan menggunakan sistem *crowdfunding* melalui *online*, hal ini dilakukan dengan harapan masyarakat luas dapat ikut andil dalam kegiatan penggalangan dana sekaligus pengembangan produk UMKM ini.

Kegiatan ini didukung oleh suatu organisasi yang bernama *Alphabet Incubator* menyediakan sarana inkubasi produk ini dibuat serta dikembangkan dengan tujuan lain selain dari Pengabdian Kepada Masyarakat juga menjadi wadah untuk mahasiswa maupun masyarakat dalam melakukan kegiatan amal *online* atau melakukan donasi dengan membeli suatu produk yang dikembangkan. Peran Inkubasi atau Inkubator Bisnis ini merupakan hal yang sangat strategis dan juga menjadi alternatif dalam mengembangkan suatu UMKM, dikarenakan terdapat Program yang membuat pengembangan UMKM ini menjadi terintegrasi dan terstruktur dengan baik [11]. Sebelumnya kegiatan ini sudah berhasil direalisasikan kepada Yayasan Sayap Ibu Bintaro dengan target donasi Rp22.112.020 dan dijalankan selama 133 hari. Target tersebut berhasil dipenuhi oleh mahasiswa sesuai dengan target yang telah disepakati, dan akan b disalurkan ke yayasan sasaran. UMKM yang dikembangkan ini berupa minuman Kopi yang diolah langsung oleh mahasiswa di dalam *Alphabet Incubator*, kemudian dipasarkan oleh mahasiswa itu sendiri.

a. Prpses membuat desain kemasan produk

Desain kemasan dibuat langsung oleh mahasiswa yang ada di *Alphabet Incubator*, SAI (Sohib *Alphabet Incubato*) mereka terlibat langsung dalam pengembangan produk UMKM ini. Hobi, bakat, dan kreativitas mereka disatukan untuk menghasilkan rangkaian kalimat dan desain yang menarik minat pembeli. Cara yang digunakan dalam proses pembuatan desain ini yaitu dengan tulisan tangan langsung menggunakan spidol atau dengan cara manual, dengan ini produk UMKM yang sedang dikembangkan memiliki keunikan dibandingkan dengan produk UMKM kopi lainnya, tidak hanya itu setiap botolnya juga terdapat #*Lovecode* (kode cinta) untuk menandakan sudah berapa banyak produk ini menyebarkan cinta dan kasih sayang untuk sesama dan juga menjadi tanda cinta keberapa yang diterima oleh pembeli. Proses membuat desain produk dapat dilihat pada Gambar 2. saat SAI merangkai kalimat cinta menggunakan sarung tangan demi menjaga kebersihan dan kesterilan dari kemasan produk.



Gambar 2. Proses pembuatan desain kemasan yang dilakukan SAI

Tulisan kemasan botol juga bisa disesuaikan dengan permintaan *Customer*, yang menjadikan kopi ini sangat Istimewa. Sehingga kopi ini dapat hadir di berbagai *moment* penting para customer.



Gambar 3. Dokumentasi kopi hadir dalam berbagai *moment*

b. Pembuatan produk

Dalam melakukan pembuatan produk, dilakukan oleh SAI dalam proses pembuatannya, pembuatan kopi tersebut masih manual dan belum menggunakan mesin. Bahan yang digunakan dalam pembuatan produk sudah dilakukan uji rasa terlebih dahulu dengan mencoba mengolah dengan berbagai macam takaran sampai menemukan rasa yang luar biasa nikmat dan berbeda dengan kopi lainnya. Hal tersebut merupakan sebuah rahasia yang tidak diketahui oleh mahasiswa maupun masyarakat lainnya. Dan tidak lupa dalam pengolahan produk tersebut SAI mengerjakan harus dengan hati yang senang dan semangat.

c. Penjualan melalui media sosial

Proses penjualan produk ini SAI memanfaatkan teknologi di era 4.0 yang terus berkembang hingga saat ini yaitu menggunakan media sosial. Media sosial yang saat ini disepakati Instagram juga melalui Whatsapp untuk melakukan promosi dan komunikasi jual-beli dengan pembeli. Terkadang menggunakan video *tiktok* yang sedang tenar di kalangan masyarakat Indonesia saat ini. Hal ini dipilih dan disepakati karena sosial media merupakan langkah strategis yang tidak memakan banyak biaya dan kertas seperti menyebar brosur di jalan. Dengan menggunakan sosial media diharapkan produk yang dipasarkan dapat dikenal oleh banyak orang terutama pengguna sosial media. Sehingga semakin banyak mahasiswa, dosen maupun masyarakat yang ikut serta berpartisipasi dalam melakukan donasi. Gambar 3. merupakan salah satu dokumentasi pemasaran produk melalui sosial media Instagram.



Gambar 4. Postingan Terakhir for YSI

d. Penjualan secara *offline*

Selain penjualan secara *online* SAI juga melakukan penjualan secara *offline* yaitu dengan menawarkan produk keliling lingkungan terdekat seperti keluarga, kerabat, tetangga, dosen serta di dalam lingkup *Alphabet Incubator*. Hal ini dipilih dikarenakan tidak semua masyarakat menggunakan sosial media seperti Instagram maupun Whatsapp. Penjualan *offline* ini dilakukan dengan harapan dapat mengajak masyarakat didalam lingkungan internal dapat mengenal manfaat dan tujuan dari produk kopi tersebut. Dengan hal tersebut secara tidak langsung mengajak masyarakat di lingkungan sekitar untuk ikut berdonasi dengan membeli kopi.



Gambar 5. Penjualan secara *Offline*

e. Dokumentasi *customer*

Kegiatan penjualan produk UMKM ini mengabadikan setiap mahasiswa maupun masyarakat yang melakukan transaksi dengan cara mengambil foto atau didokumentasikan, yang nantinya akan dibagikan secara transparan pendapatan yang dihasilkan per harinya

dalam bentuk video. Video tersebut di *upload* di Instagram *Story Alphabet Incubator*, agar semua orang mengetahui perkembangan dari penjualan kopi ini. Dan juga dokumentasi customer bertujuan mengenang kegiatan ini dari awal berjalan hingga saat ini.



Gambar 6. Video Pendapatan Harian

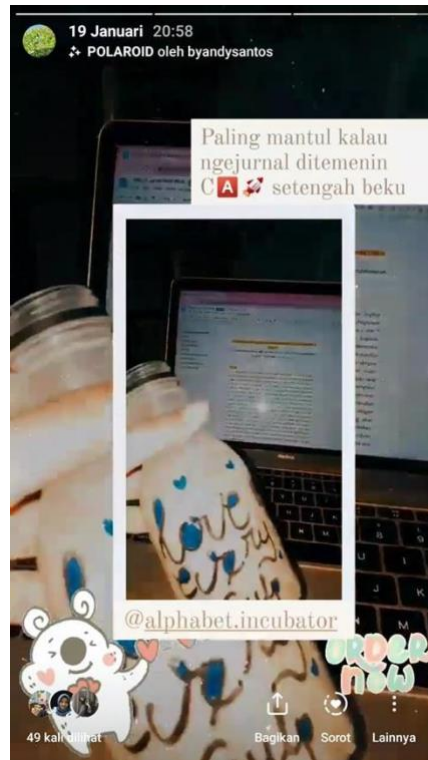
f. Dokumentasi pengenalan produk

Selain pengenalan produk secara *offline*, pengenalan produk ini juga melalui *online* dengan media Instagram



Gambar 7. Dokumentasi pengenalan produk

g. Testimoni *Customer*



Gambar 8. Testimoni *Customer*

h. *Closing for YSI*

Telah mencapai target yang ditetapkan, maka melakukan penutupan donasi dan penjualan produk.



Gambar 9. Penutupan produk kopi untuk Yayasan Sayap Ibu dengan Postingan di Instagram

i. Penyerahan Donasi

Penyerahan donasi kepada Yayasan Sayap Ibu pada tanggal 22 November 2021 oleh Universitas Raharja bersama dengan Sohib *Alphabet Incubator*.



Gambar 10. Dokumentasi penyerahan uang yang telah dikumpulkan ke Yayasan Sayap Ibu Banten

5. KESIMPULAN

Kegiatan ini berjalan untuk memenuhi tujuan yang akan dicapai yaitu mensejahterakan, menopang dan membantu memenuhi kebutuhan dari yayasan sasaran agar bisa dapat terus berjalan dengan baik. Pengembangan produk UMKM ini juga dilakukan untuk meningkatkan kualitas pembelajaran mahasiswa, meningkatkan daya saing bangsa yang telah berjalan secara terprogram dan dalam waktu yang berkepanjangan, menunjang dan meningkatkan kesejahteraan rakyat. UMKM menjadi bagian industri kreatif yang memfokuskan pada aktivitas menciptakan suatu produk yang berinovasi serta kreatif. Dengan didukungnya perkembangan industri 4.0 pengusaha besar atau kecil dapat berkembang dengan baik tentunya dengan memanfaatkan peluang dan kesempatan yang ada dalam menghasilkan suatu wirausahawan atau *entrepreneur* yang memiliki daya saing baik di industri besar maupun industri kecil. Dimana wirausahawan tersebut mampu menciptakan suatu produk atau bahkan merintis peluang kerja dan juga menjadi tempat penyaluran masyarakat untuk terus berbuat baik dan peduli terhadap sesama, dengan saling bantu menolong warga yang terkena dampak *Covid-9*. Pada pengembangan produk UMKM ini, mahasiswa yang terlibat dapat berkontribusi untuk menolong Yayasan disabilitas yang terdampak *Covid-9* dengan mengajak masyarakat untuk berdonasi dengan membeli produk UMKM yang sedang dikembangkan dan yang dibuat oleh mahasiswa.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dijadikan sebagai wadah untuk masyarakat untuk melakukan kegiatan amal yaitu berdonasi yang nantinya akan disalurkan kepada Yayasan Sayap Ibu. Nantinya hasil donasi yang telah diberikan ini dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan di yayasan tersebut. Cara yang digunakan dalam melakukan donasi juga sangat menarik untuk kalangan masyarakat, karena masyarakat yang berdonasi tidak hanya membeli produk UMKM berupa kopi, namun mereka juga dapat membantu orang-orang disekitar mereka. Penggalangan dana digital dengan memasarkan produk kopi yang tengah digemari banyak masyarakat ini, membangun rasa kemanusiaan dan solidaritas sesama manusia, yang didukung oleh digitalisasi dan teknologi yang terus berkembang pada masa ini.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Inkubasi Bisnis Universitas Raharja yaitu *Alphabet Incubator* yang telah menjadi wadah inkubasi tempat berkembangnya produk UMKM berupa kopi dan menjadi pembimbing dalam penyelesaian jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] K. Adimihardja and I. H. Hikmat, *Participatory Research Appraisal: Dalam Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat*. Humaniora, 2003.
- [2] B. Effendi, “Pengabdian Kepada Masyarakat: Sinergitas Universitas dan Tentara Manunggal Membangun Desa (TMMD),” *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 2, pp. 215–223, 2020.
- [3] U. Rahardja, N. Lutfiani, and S. Amelia, “Creative Content Marketing In Scientific Publication Management In Industrial Era 4.0,” *Aptisi Transactions On Management*, vol. 3, no. 2, pp. 168–178, 2019.
- [4] G. Antarnusa and S. Ristantiya, “Kuliah Kerja Mahasiswa Guna Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia Pada Desa Sukabares Kecamatan Ciomas,” *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 1, pp. 37–50, 2020.
- [5] E. H. Putri, “Efektivitas Pelaksanaan Program Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Samarinda (Studi Pada Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Samarinda),” *Volume*, vol. 5, pp. 5431–5445, 2017.
- [6] I. Noburu, A. Himki, A. Dithi, K. Kano, and M. Anggraeni, “Covid-19: Portrait of Preservation of the Batik Industry as a Regional Autonomy,” *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, vol. 2, no. 2, pp. 143–152, 2020.
- [7] A. Ajimat, D. Sunarsi, and F. Sidiq, “Berwirausaha Memanfaatkan Media Sosial Pada Daerah Sepatan,” *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 1, pp. 69–76, 2020.
- [8] “YSI Cabang Banten – Yayasan Sayap Ibu.” <https://www.yayasansayapibu.or.id/cabang/banten/> (accessed Nov. 02, 2020).
- [9] R. Hardjosubroto, U. Raharja, N. Anggraini, and W. Yestina, “PENGALANGAN DANA DIGITAL UNTUK YAYASAN DISABILITAS MELALUI PRODUK UMKM DI ERA 4.0,” *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 1, 2020.
- [10] U. Rahardja and E. P. Harahap, “Implementation Of Information Planning and Strategies Industrial Technology 4.0 to Improve Business Intelligence Performance on Official Site APTISI,” in *Journal of Physics: Conference Series*, 2019, vol. 1179, no. 1, p. 12111.

- [11] W. Zulkarnain and S. Andini, “Inkubator Bisnis Modern Berbasis I-Learning Untuk Menciptakan Kreativitas Startup di Indonesia,” *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 1, pp. 77–86, 2020.
- [12] E. M. Yanti, “Evaluasi Program Pelayanan Sosial Pemberian Gizi Untuk Anak Berkebutuhan Khusus Di Yayasan Sayap Ibu Bintaro.” Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ..., 2018.
- [13] A. S. Rafika, I. Faridah, and A. A. Sangaji, “KKN Management Center and Region Development Research Institutions and Community Devotion State University of Yogyakarta,” *Aptisi Transactions On Management*, vol. 1, no. 1, pp. 61–69, 2017.
- [14] E. Astriyani, D. Paramitha, Y. Destiany, A. Baihaqi, and R. Setiawan, “Perancangan Sistem Informasi Pengelolaan Biaya Perawatan Truck Hebel Pada PT Maju Sukses Mandiri Blok,” *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, vol. 1, no. 2, pp. 90–104, 2020.
- [15] P. A. Sunarya, E. Budiarto, and F. H. N. Lestari, “Improved Management Understanding of Research Through Concepts and Preliminary Studies for Empirical Problem Solving,” *Aptisi Transactions on Management (ATM)*, vol. 2, no. 2, pp. 89–96, 2018.
- [16] U. Rahardja, N. Lutfiani, and A. Yolandari, “Penerapan Viewboard Informatif Pada Asosiasi Perguruan Tinggi Swasta Indonesia Dalam Era Industri 4.0,” *Technomedia Journal*, vol. 3, no. 2, pp. 224–234, 2019.
- [17] E. Hadiyati, “Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil,” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 13, no. 1, pp. 8–16, 2011.
- [18] N. Lutfiani, U. Rahardja, and I. S. P. Manik, “Peran Inkubator Bisnis dalam Membangun Startup pada Perguruan Tinggi,” *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, vol. 5, no. 1, pp. 77–89, 2020.
- [19] S. Kosasi, “Karakteristik Blockchain Teknologi Dalam Pengembangan Edukasi,” *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, vol. 1, no. 1, pp. 87–94, 2020.
- [20] A. Alwiyah and S. Sayyida, “Penerapan E-Learning untuk Meningkatkan Inovasi Creativepreneur Mahasiswa,” *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, vol. 1, no. 1, pp. 35–40, 2020.