

Dipa Universitas Andalas  
Tahun 2021

**LAPORAN AKHIR**  
**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**  
**SKIM PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT**  
**MEMBANTU USAHA BERKEMBANG**



**PROGRAM BERKELANJUTAN MEMBANTU MITRA KAWA AMOR**  
**UNTUK TUMBUH DAN BERKEMBANG DENGAN USAHA KAWA DAUN**  
**DI LIMAU MANIS, KECAMATAN PAUH, KOTA PADANG**

**Tahun ke 1 dari rencana 2 tahun**

**Tim Pengabdian**

1. Ketua Tim : Ediset/NIDN 1012098001 (Pternakan)
2. Anggota 1 : Rian Hidayat, SP, MM / NIDN 1011109202 (Pertanian)
3. Anggota 2 : Weriantoni, SE, M.Sc / NIDN 0003038301 (Ekonomi)
4. Anggota 3 : Ir. Amrizal Anas, MP/NIDN 0003016301 (Pternakan)
5. Anggota Mahasiswa 1 : Dea Fadhillah / NIM 1810612107 (Pternakan)
6. Anggota Mahasiswa 2 : Ilham Adnein S / 1810612044 (Pternakan)

Dibiayai dengan Dana Dipa Universitas Andalas Tahun Anggaran 2021,  
sesuai dengan Kontrak Pengabdian  
Nomor : T/14/UN.16.17/PT.PKM-MUB/2021, Tanggal 10 September 2021

**UNIVERSITAS ANDALAS**  
**DESEMBER 2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Pengabdian : Program Berkelanjutan Membantu Mitra Kawa Amor Untuk Tumbuh dan Berkembang dengan Usaha Kawa Daun Di Limau Manis, Kecamatan Pauh, Kota Padang

Pelaksana :

Nama Lengkap : Ediset, S.Pt, M.Si  
NIDN : 1012098001  
Jabatan Fungsional : Lektor  
Program Studi : Peternakan  
Nomor HP : 082173155050  
Alamat surel (e-mail) : ediset@ansci.unand.ac.id

Anggota (1) :

Nama Lengkap : RIAN HIDAYAT S.P, M.M  
NIDN : 1011108202  
Perguruan Tinggi : Fakultas Pertanian Universitas Andalas

Anggota(2) :

Nama Lengkap : WERANTONI S.E, M.Sc  
NIDN : 0003038301  
Perguruan Tinggi : Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

Anggota (3) :

Nama Lengkap : Ir AMRIZAL ANAS M.P  
NIDN : 0003016301  
Perguruan Tinggi : Fakultas Peternakan Universitas Andalas

Anggota Mahasiswa :

Mahasiswa I : Dea Fadhillah/ BP 1810612107/Peternakan  
Mahasiswa II : Ilham Adnein S/BP 1810612044/Peternakan

Nama Institusi Mitra : Kelompok Usaha Kawa Amor  
Alamat : Limau Manis, Kecamatan Pauh, Kota Padang  
Penanggung Jawab : Muhamad Hasan

Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 2 tahun  
Biaya Tahun Berjalan : Rp 30.000.000  
Biaya Keseluruhan : Rp -

Mengetahui  
Ketua Lembaga penelitian dan pengabdian Unand



( Dr.-Ing. Uyung Gatot S. Dinata, MT. )  
NIP. 196607091992031003

Padang, 19-Desember-2021  
Ketua Pelaksana,

( Ediset, S.Pt, M.Si )  
198009122009121001

## RINGKASAN

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan program berkelanjutan untuk membantu usaha mitra tumbuh dan berkembang dilakukan pada Mitra Kawa Amor dengan usaha kawa daun yang berada dilingkungan Kampus Unand, yaitu di daerah Gantiang, Kelurahan Limau Manis, Kecamatan Pauh, Kota Padang. Mitra menemui beberapa permasalahan pada aspek tata kelola, aspek produksi dan aspek pemasaran, hal ini tidak terlepas dari mitra yang baru menjalankan usaha ini sejak tujuh bulan yang lalu. Pada tata kelola misalnya mitra belum memiliki identitas dan legalitas usaha, pada aspek produksi, mitra belum mampu menciptakan produk baru yang berasal dari olahan daun kawa, demikian juga pada aspek pemasaran yang masih di dominasi dengan pemasaran konvensional. Tujuan kegiatan adalah membantu mitra Kawa Amor untuk memperbaiki tata kelola, menghasilkan produk dari olahan daun kawa dan memperbaiki strategi pemasaran yang berbasis *Digital Marketing*. Metode kegiatan pengabdian dilakukan dengan beberapa pendekatan, yaitu dengan pelatihan, workshop, temu lapangan dan kunjungan usaha. Pelatihan dilakukan dalam desain produk, desain identitas usaha dan pelatihan pemasaran berbasis digital. Pendekatan workshop digunakan untuk melengkapi legalitas usaha, sedangkan temu usaha dan kunjungan lapangan diperuntukan bagi perencanaan produk. Kegiatan dilakukan dengan beberapa tahapan aktivitas, yaitu aktivitas perbaikan identitas usaha, aktivitas perbaikan legalitas usaha, aktivitas perencanaan produk dan pengadaan alat serta bahan produksi dan aktivitas perbaikan strategi pemasaran. Hasil kegiatan pengabdian dan pendampingan pada mitra Kawa Amor adalah sebagai berikut ; a) mitra sudah memiliki identitas usaha seperti plank merek dan logo, b) mitra sudah memiliki legalitas usaha dalam bentuk Nomor Induk Berusaha (NIB), c) mitra sudah mendesain jenis produk baru dari olahan daun kawa, serta sudah menyediakan alat dan bahan untuk produksi, dan d) mitra sudah memiliki strategi promosi dan pemasaran digital dalam bentuk media sosial instagram dan google map sebagai penunjuk lokasi usaha mitra.

**Kata Kunci :** Identitas usaha, Kawa Amor, Legalitas Usaha, Produk dan Pemasaran Digital

## DAFTAR ISI

	Hal.
Lembar Pengesahan	
Ringkasan	i
Daftar Isi	ii
Daftar Tabel	iii
Daftar Gambar	iv
Bab 1 Pendahuluan	
1.1. Analisis Situasi	1
1.2. Segi Produksi dan Manajemen Mitra Usaha	3
1.3. Permasalahan Mitra Binaan	4
1.4. Tujuan Kegiatan	4
1.5. Manfaat Kegiatan	5
1.6. Solusi Permasalahan Mitra	5
Bab 2 Target dan Luaran	
2.1. Target Pengembangan yang Disepakati dengan Mitra	6
2.2. Rencana Luaran yang Akan Dicapai	7
Bab 3 Metode Pelaksanaan	
3.1 Metode dan Tahapan Pelaksanaan Kegiatan	7
3.2 Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Kegiatan	8
3.3 Metode Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan dan Keberlanjutan Program	9
Bab 4 Kelayakan Perguruan Tinggi	10
Bab 5 Hasil Dan Pembahasan	
5.1. Perbaikan Identitas Usaha Mitra	11
5.2. Perbaikan Legalitas Usaha	14
5.3. Perancangan Produk Mitra dan Pengadaan alat alat produksi	16
5.4. Strategi Pemasaran Usaha Mitra	18
Bab 6 Kesimpulan dan Saran	
6.1. Kesimpulan	21
6.2 Saran	21
Daftar Pustaka	22
Lampiran	24

## DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 1.	Waktu Produksi Kawa Daun	3
Tabel 2.	Program Berkelanjutan Pengembangan Usaha Mitra	7
Tabel 3.	Tahapan Solusi Untuk Atasi Permasalahan Mitra	8
Tabel 4.	Peranan Tim Pelaksana	10

## DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 1.	Kawa Celup	2
Gambar 2.	Kawa <i>Sachet</i>	2
Gambar 3.	Lokasi Mitra	2
Gambar 4.	Bagan Alir Proses Produksi	3
Gambar 5.	Bagan Struktur Organisasi Kawa Amor	4
Gambar 6.	Logo Usaha Mitra Mitra	11
Gambar 7.	Plank Merek Usaha Mitra	12
Gambar 8.	Mesin Kasir dan Stempel usaha mitra	13
Gambar 9.	Nomor NPWP Pimpinan Mitra	14
Gambar 10.	Pelatihan Akses portal OSS Kementerian BPKM	14
Gambar 11.	NIB mitra Kawa Amor	15
Gambar 12.	<i>Grinder</i> penghalus vartikel biji dan daun Kawa	16
Gambar 13.	<i>Oven</i> untuk pengeringan Biji dan Daun Kawa	16
Gambar 14.	Kantong Kawa Celup	17
Gambar 15.	<i>Packaging</i> Kawa <i>Sachet</i> (Kawa Sarok)	18
Gambar 16.	Media Sosial <i>Instagram (IG)</i> Mitra Kawa Amor	18
Gambar 17.	<i>Google Map</i> usaha Mitra	19

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Analisis Situasi**

#### **Identitas Mitra Usaha:**

- Nama Mitra : Kawa Amor
- Alamat Mitra : Limau Manis, Kec. Pauh Kota Padang
- Ketua Mitra : Muhammad Hasan
- Info lain : Produk berupa minuman Khas Kawa Daun yang di inovasikan menggunakan alat alat seduh modern dan dikombinasikan dengan bahan bahan minuman kekinian.

#### **Profil Usaha Mitra**

Mitra kegiatan adalah kelompok usaha Kawa Amor yang merupakan sebuah usaha yang digagas oleh Mahasiswa Fakultas Peternakan, Fakultas Pertanian Universitas Andalas dan Mahasiswa Politeknik Negeri Padang. Usaha yang di mulai pada bulan April tahun 2021 ini mengintegrasikan produk bidang pertanian untuk menciptakan suatu minuman yang berkualitas, disukai masyarakat dan memiliki kandungan gizi yang tinggi. Jenis produk utama yang ditawarkan adalah minuman olahan biji kopi dan bubuk teh kawa, yang merupakan minuman Khas Sumatera Barat dengan bahan utama bersumber dari biji kopi yang telah dijemur, disangrai, dan di bledher, kemudian dikemas dengan premium drip atau dengan kantong saringa (celup), demi menjangkau lebih banyak konsumen, Kawa daun akan dikemas dalam bentuk kemasan yang menarik sehingga dapat meningkatkan daya tarik calon konsumen.

Penjual produk Kawa Daun hasil usaha dilakukan di sekitar lokasi tempat produksi, yaitu di Kota Padang dan ekspansi pangsa pasar dilakukan dengan menjalin mitra dengan berbagai outlet di Sumatera Barat khususnya toko oleh oleh agar produk mudah dijangkau oleh konsumen. Promosi produk akan dilakukan dari mulut ke mulut, *Digital Marketing* seperti media sosial (youtube, IG, FB, serta marketplace. Target konsumen yang dipilih adalah masyarakat umum, anak Kost, pecinta kuliner unik, para traveler yang berkunjung ke Kota Padang baik dari dalam negeri ataupun mancanegara dan orang kantoran yang memilih makanan praktis siap saji.

Untuk tumbuh dan berkembang mitra Kawa Amor tentu membutuhkan perbaikan berbagai aspek , baik aspek tata kelola seperti identitas usaha dan legalitas usaha, aspek produksi seperti pengadaan alat dan bahan produksi serta menciptakan produk baru,

maupun aspek pemasaran yang berbasis digital. Perbaikan hampir pada seluruh aspek usaha mitra akan berdampak baik pada kemajuan suatu UMKM, identitas usaha bermanfaat sebagai bagian dari promosi, legalitas bermanfaat untuk mengakses akomodasi dari berbagai pihak, sedangkan strategi pemasaran sangat bermanfaat untuk mendapatkan pangsa pasar yang luas. Tidak kalah penting adalah penambahan jumlah varian produk yang dihayalkan oleh mitra.

### Gambar/Foto Situasi Mitra Usaha



Gambar 1. Kawa Celup



Gambar 2. Kawa Sachet

### Peta Lokasi Mitra Sasaran



Gambar 3. Lokasi mitra berada di Daerah Limau Manis, Kec. Pauh, Kota Padang.

## 1.2 Segi Produksi dan Manajemen Mitra Usaha

### a. Segi Produksi (Waktu dan Proses Produksi)

#### Waktu untuk Produksi

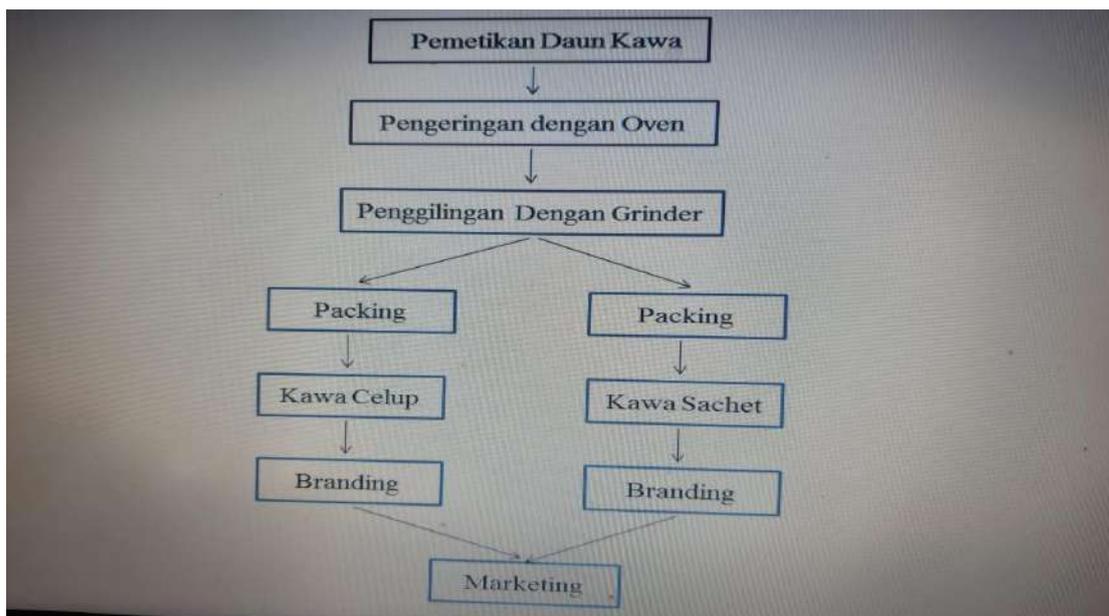
Tabel 1. Waktu Produksi Kawa Daun

Per orang	Unit (kg)	Waktu pemetikan daun kawa	Waktu pengeringan	Waktu pengemasan
Pembuatan produk Kawa Celup	10	30 menit	12 jam	45 menit
Pembuatan Produk Kawa <i>Sachet</i>	10	30 menit	12 jam	60 menit

Dengan melihat data diatas dapat dilihat untuk setiap pengerjaan 10 kg daun kawa segar, Teh kawa membutuhkan waktu sekitar 2 hari pengerjaan. Dengan asumsi setiap minggu mampu menghasilkan 20 kg daun kawa kering.

#### Proses Produksi

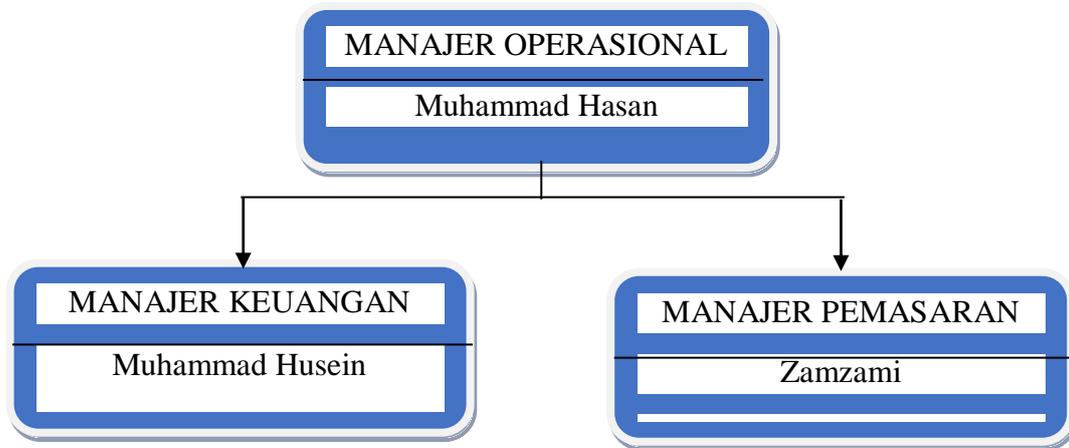
Proses produksi produk Kawa daun, baik itu Kawa Celup maupun Kawa *Sachet* melalui beberapa tahapan, dimulai dari pemetikan daun kawa , pengeringan, pengolahan hingga proses pengemasan. Proses produksi yang akan digunakan oleh mitra “Kawa Amor” , dapat dilihat dari Bagan Alir Berikut.



Gambar 4. Bagan Alir Proses Produksi

## b. Manajemen Mitra Usaha

Berikut adalah struktur Organisasi perusahaan Teh Kawa Amor.



Gambar 5. Bagan Struktur Organisasi Kawa Amor

### 1.3 Permasalahan Mitra Binaan

1. Mitra belum memiliki tata kelola usaha yang baik dilihat dari aspek identitas usaha dan legalitas usaha
2. Mitra hanya memiliki produk yang berasal dari olahan biji kawa, agar usaha berkembang seyogyanya juga harus mampu memiliki produk yang berasal dari olahan daun kawa.
3. Mitra memiliki keterbatasan dalam memasarkan produk, saat ini hanya di pasarkan secara konvensional.

### 1.4 Tujuan Kegiatan

#### Tujuan Umum

Membina mitra mitra Kawa Amor dari berbagai aspek usaha sehingga memiliki kemandirian usaha

#### Tujuan Khusus

- a. Memperbaik tata kelola mitra dengan mencukupi berbagai kelengkapan, seperti identitas dan legalitas usaha.
- b. Merancang produk baru dari olahan daun kawa, berikut dengan kelengkapan alat dan bahan bahan yang dibutuhkan
- c. Mendesain strategi pemasaran yang berbasis digital bagi mitra agar dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas

### **1.5 Manfaat Kegiatan**

- a. Mitra Kawa Amor memiliki tata kelola yang baik, baik itu manajemen usaha, identitas usaha maupun legalitas usaha
- b. Mitra dapat meningkatkan *Income Generating* usaha setelah memiliki produk produk yang berasal dari olahan daun kawa
- c. Mitra dapat memasarkan produk produk yang dihasilkan kepada masyarakat yang lebih luas, terutama menggunakan pemasaran yang berbasis digital.

### **1.6. Solusi Permasalahan**

- a. Solusi-solusi untuk menyelesaikan permasalahan mitra secara sistematis sesuai prioritas
  1. Memberikan pendampingan pada mitra dalam menyiapkan identitas usaha seperti plank merek, logo mitra
  2. Memberikan pendampingan dan pelatihan pada mitra dalam pengurusan legalitas usaha, terutama dalam pengurusan NIB dan SIU-MK
  3. Pendampingan mitra dalam merancang produk olahan daun kawa, pengadaan alat dan bahan produksi dan hingga desain produk, produksi dan packing.
  4. Memberikan pelatihan dalam membuat strategi pemasaran yang berbasis digital marketing
- b. Jenis output yang akan dihasilkan dari masing-masing solusi tersebut baik dalam manajemen usaha
  1. Mitra memiliki identitas usaha
  2. Mitra memiliki legalitas usaha
  3. Memiliki desain produk hasil olahan daun kawa
  4. Memiliki strategi pemasaran digital
- c. Setiap solusi mempunyai output tersendiri dan sedapat mungkin terukur atau dapat dikuantitatifkan.
  1. Mitra memiliki 2 identitas usaha, yaitu plank merek dan logo mitra
  2. Mitra memiliki 1 legalitas usaha, yaitu Nomor Induk Berusaha (NIB)
  3. Mitra memiliki 2 desain produk dari olahan daun kawa, yaitu kawa celup dan kawa sachet (kawa sarok)
  4. Mitra memiliki strategi promosi dan pemasaran digital, yaitu *Google Map* dan Instagram

d. Hasil riset dan survei pendataan tim pengusul yang berkaitan dengan kegiatan yang akan dilaksanakan

Riset yang telah dilakukan oleh tim pengusul yang relevan adalah perilaku kewirausahaan masyarakat dalam menjalankan usaha peternakan sapi di Kabupaten Agam Sumatera Barat. Ediset (2020) mengatakan bahwa riset ini menunjukkan hasil bahwa perilaku, sifat dan motivasi masyarakat tidak terpengaruh oleh kondisi Pandemi Covid 19, asalkan semua kegiatan bisa dilakukan dengan metode daring dan jikapun usaha perlu dilakukan secara luring atau konvensional bisa dijalankan dengan menerapkan protokol kesehatan. Atas dasar hal diatas, maka usaha yang berbasis digital dengan pemanfaatan media sosial sebagai media untuk promosi dan pemasaran sangat komfatibel dengan situasi pandemi Covid 19.

## **BAB 2. TARGET DAN LUARAN**

### **2.1 Target Pengembangan yang Disepakati Dengan Mitra**

1. Membina mitra untuk perbaikan tata kelola (administrasi keuangan, identitas usaha dan legalitas usaha), pada aspek produksi menghasilkan produk baru dari bahan baku daun kawa, pemasaran dengan *digital marketing*.
2. Pengembangan usaha mitra dengan ekspansi volume usaha, baik itu dari jumlah produksi, jumlah karyawan, tempat pemasaran dan model pemasaran.
3. Peningkatan efisiensi usaha, baik pada aspek produksi, manajemen maupun pada aspek pemasaran.
4. Menjadikan usaha mitra menjadi usaha unggulan Sumatera Barat dilihat dari produksi, manajemen dan *Income generating*.
5. Kemandirian mitra dalam berusaha

Tabel 2. Program Berkelanjutan Pengembangan Usaha Mitra Tahun 2021-2025

NO	PROGRAM	PEMBINAAN			PENDAMPINGAN		OUTCOME
		2021	2022	2023	2024	2025	
1.	Pembinaan Tata Kelola (kuantitas, manajemen dan pemasaran)	*					Usaha mitra dengan tata kelola dan target kinerja yang baik
2.	Penguatan Tata Kelola dan Kinerja		*				Usaha mitra dengan tata kelola dan target kinerja yang kuat dan output usaha tercapai
3.	Pengembangan (ekspansi) usaha mitra Tata Kelola dan Kinerja			*			Usaha mitra dengan tata kelola dan target kinerja yang berkembang
4.	Peningkatan Efisiensi Tata Kelola dan Kinerja				*		Usaha mitra dengan tata kelola dan target kinerja tercapai secara efisien
5.	Unggulan Tata Kelola, Kinerja dilihat dari produksi, income dan kesejahteraan					*	Usaha mitra dengan tata kelola dan target kinerja yang unggul

## 2.2 Rencana Luaran yang akan Dicapai

1. Publikasi di media massa, publikasi di seminar dan publikasi di jurnal.
2. Mitra memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Nomor Induk Usaha (NIB)
3. Mitra menghasilkan produk dari kawa daun, seperti Kawa Daun Celup dan Kawa Daun Sachet.
4. Menghasilkan paten merek dagang
5. Mitra punya chanel youtube dan aplikasi digital marketing sebagai sarana promosi dan pemasaran
6. Buku tentang Kawa Daun

## BAB 3. METODE DAN TAHAPAN PELAKSANAAN

### 3.1 Metode dan Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

#### Metode Kegiatan

##### ● Pelatihan dan Workshop

Pelatihan dan workshop diperuntukan bagi desain plank merek, logo mitra, rancangan produk dari pengadaan bahan, proses produksi dan strategi pemasaran.

##### ● Temu Lapang

Temu lapang merupakan pertemuan antara pelaku usaha dengan peneliti untuk tukar menukar informasi berupa teknologi baru atau pemecahan masalah yang terjadi ditingkat pelaku usaha. Purnomo (2015) mengatakan bahwa metode penyuluhan temu lapang mempunyai kesesuaian dengan preferensi responden untuk mempercepat komunikasi melalui “pertemuan tatap muka”. Metode ini ditujukan untuk membantu mitra dalam

memecahkan masalah dan menganalisis kelemahan dan permasalahan usaha mitra, instrumen yang digunakan salah satunya adalah analisa SWOT.

● **Temu Usaha**

Temu usaha merupakan pertemuan antara pelaku usaha dengan pengusaha dan akademisi untuk tukar menukar informasi, baik mengenai teknologi produksi, maupun pemasaran agar dapat menumbuhkan, meningkatkan dan memperluas terjadinya transaksi usaha yang menguntungkan kedua belah pihak (Anwar, 2009). Metode ini diterapkan untuk alih pengetahuan dan informasi tentang manajemen usaha, legalitas usaha dan pemasaran

**Tahapan Pelaksanaan Pelaksanaan**

Tabel 3. Tahapan Solusi Untuk Atasi Permasalahan Mitra

No	Aktifitas	Bulan							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Analisis kelemahan dan permasalahan usaha mitra	*							
2.	Pertemuan tim penyusunan rencana kegiatan 3-5 tahun		*	*					
3.	Pertemuan I pembahasan rencana pengembangan 3-5 tahun dengan mitra			*	*				
4.	Pertemuan II penyepakatan pengembangan 3-5 tahun dengan mitra					*	*		
5.	Seminar hasil							*	
6.	Laporan akhir								*

**3.2 Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Kegiatan**

Mitra berpartisipasi pada setiap pertemuan yang diselenggarakan oleh tim pengabdian, kontribusi mitra adalah ketersediaan waktu, berperan aktif dalam setiap tahapan pelatihan serta mengikuti semua tahapan kegiatan. Zulfita (2018) berpendapat jika tingkat partisipasi mitra tinggi dalam program pengabdian kepada masyarakat akan memberikan dampak positif bagi pelaksanaan program.

### **3.3 Metode Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan dan Keberlanjutan Program**

#### **Metode Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan 2021**

Evaluasi pada kegiatan pengembangan usaha mitra ini dilakukan sebanyak 3 tahap, yaitu evaluasi tahap I, evaluasi Tahap II dan Evaluasi Tahap III

*Evaluasi Tahap I:* dilakukan diawal pelaksanaan kegiatan, untuk mengidentifikasi permasalahan utama mitra, solusi dan exit strategi. Evaluasi bisa menggunakan analisa SWOT, sehingga tergambar kekuatan, kelemahan, tantangan dan peluang usaha mitra

*Evaluasi Tahap II :*Evaluasi tahap dua dilakukan setelah kegiatan workshop, pelatihan, temu usaha dan temu lapangan selesai dilaksanakan. Evaluasi ini bertujuan untuk melihat progress usaha mitra, seperti tata kelola , produksi dan pemasaran.

*Evaluasi Tahap III:* Evaluasi tahap III dilakukan untuk merumuskan langkah dan strategi pengembangan usaha mitra untuk 3-5 tahun kedepan, sesuai dengan hasil analisa potensi usaha dan hasil evaluasi tahap II

#### **Keberlanjutan Program Pengembangan pada 3-5 Tahun ke Depan**

Program pengembangan usaha Kawa Amor dengan produk Kawa Daun akan diupayakan tim pengusul menjadi minuman khas Minangkabau yang mendunia dengan pangsa pasar tidak hanya di dalam negeri tetapi juga sampai ekspor ke mancanegara, untuk itu mitra sebagai pengelola usaha perlu mendapatkan pelatihan, pendampingan dan pembinaan yang berkelanjutan, hingga mitra menjadi UMKM yang mandiri.

## BAB 4. KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

Tabel 4. Peranan Tim Pelaksana

No	Nama Pelaksana	Fakultas	Tugas/Peran dalam Kegiatan
1.	Ediset	Peternakan	1.Mengkoodinasikan tim penyusun dalam mengidentifikasi kelemahan dan permasalahan mitra 2.Menginisiasi pertemuan tim penyusunan rencana pengembangan mitra 3-5 tahun kedepan 3.Mengkoordinasikan pertemuan I dan II antara tim penyusun dengan mitra 4.Mempresentasikan hasil kegiatan 5.Menyiapkan laporan kegiatan
2.	Rian hidayat	Pertanian	1.Suporting identifikasi kelemahan dan permasalahan mitra 2.Uji kelayakan bahan baku dan produk, sertifikat halal dan proses produksi, merek logo dan label 3. suporting publikasi
3.	Weriantoni	Ekonomi	1. Suporting identifikasi kelemahan dan permasalahan mitra 2.Mendisaign workshop dan pelatihan 3.Menyusun strategi pemasaran digital
4.	Amrizal anas	Peternakan	Perbaikan tata kelola mitra, SIUP, AD/ART dan kelengkapan identitas mitra
5.	Dea Fadhillah	Mahasiswa Peternakan	Suporting persiapan, pelaksanaan dan evaluasi dan pelaporan
6.	Ilham Adnein	Mahasiswa Peternakan	Suporting persiapan, pelaksanaan dan evaluasi dan pelaporan
7.	Zamzami	Mahasiswa Politeknik	Suporting pelaporan dan publikasi

## BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1 Perbaikan Identitas Usaha Mitra

#### 5.1.1 Logo Usaha Mitra Kawa Amor sebagai Elemen Identitas Visual



Gambar 6. Logo usaha mitra

Logo merupakan bagian dari identitas visual dari sebuah usaha, kehadiran logo secara tidak langsung akan menunjukkan ke khasan dari sebuah kelompok usaha dan tentu saja juga berguna dalam menstimulan kehadiran konsumen. Logo yang menarik dan unik akan menimbulkan rasa penasaran terhadap semua orang, sehingga akan menimbulkan keingintahuan terhadap produk yang dihasilkan oleh kelompok usaha dengan logo unik dan menarik tersebut. Oscario (2013) mengatakan bahwa dalam membangun sebuah brand ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu 1) mendesain identitas visual, yang meliputi logo, kemasan, *signage*, eksterior dan interior gedung, seragam, *company profile*, *graphic standard manual*, dan masih banyak lagi;. 2) merancang komunikasi, seperti: iklan, laporan tahunan, *public relation*, dan sebagainya; dan 3) menetapkan perilaku, yang meliputi: nilai perusahaan, etos kerja, budaya perusahaan, dan lain-lain.

Demikian halnya dengan logo yang dibuat oleh mitra Kawa Amor yang mengedepankan juga keunikan tertentu, dimana arti dibalik kata “Akamsi” sesuai logo adalah “Anak kampung sini”, jika dimaknai secara keseluruhan dari logo adalah minuman kopi/kawa yang dihasilkan oleh anak kampung. Keberadaan logo pada sebuah usaha sedapat mungkin tetap dipertahankan dari waktu ke waktu, bahkan pada perusahaan besar sekalipun kecenderungannya adalah lebih baik mempertahankan logo yang ada dibandingkan dengan menciptakan logo baru, sebab jika logo baru tentu mulai dari nol lagi dan butuh waktu untuk mengsosialisasikannya, bahkan Febriansyah (2013) mengatakan bahwa perubahan logo saja berperan dalam mempengaruhi setiap citra Merek sebesar 23,5 %.

Kegiatan mendesain logo pada mitra pengabdian dilakukan dengan metode konsultasi dan pelatihan. Konsultasi bertujuan untuk mengsinkronkan antara jenis usaha dan produk yang dihasilkan dengan dengan logo yang akan dibuat, sedangkan implementasi pembuatan

logo dilakukan melalui pelatihan, hal ini bertujuan agar mitra pengabdian secara mandiri memiliki keterampilan dalam menterjemahkan sebuah desain kedalam bentuk nyata yaitu sebuah logo. Permasalahan dan kesulitannya terletak pada konsistensi mitra dalam menyepakati desain logo, sehingga beberapa kali terjadi perubahan desain, hal ini sesuai dengan pendapat Rustan (2009) yang secara ringkas mendefinisikan brand sebagai rangkuman pengalaman, dan asosiasi terhadap sebuah entitas. Akibat beranjak dari pengalaman dan asosiasi pada suatu entitas tersebut menjadi wajar bila dalam menetapkan logo usaha pada Kawa Amor mengalami beberapa kali pergantian bentuk.

#### 5.1.2 Plank Merek Usaha Mitra Kawa Amor sebagai Elemen Identitas Fisik



Gambar 7. Plank merek usaha mitra

Kotler dan Armstrong (2008) mengatakan bahwa merek merupakan salah satu identitas yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menggunakan suatu produk. Demikian pentingnya sebuah merek bagi konsumen, maka sudah sewajarnya pula suatu kelompok usaha (produsen) memilih sebuah merek yang tidak hanya bertujuan sebagai identitas fisik usaha, namun juga mampu mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan produk yang dihasilkan. Merek yang menarik yang dihasilkan dari desain yang menarik akan membekas di ingatan konsumen dan pada akhirnya akan bertransformasi menjadi pelanggan.

Fungsi lain dari sebuah merek juga mempercepat seorang konsumen untuk melakukan transaksi pembelian tanpa ada keraguan, dibandingkan jika suatu produk belum bermerek. Alasan konsumen jelas, jika suatu kelompok usaha dengan merek yang jelas dan terkenal sudah barang pasti menghasilkan produk dengan kualitas terbaik pula dan begitu juga sebaliknya, sehingga usaha dengan merek terkenal lebih cenderung memiliki pasar yang luas, hal ini sesuai dengan pendapat Amalia (2019) jika citra merek dapat dijadikan sebagai salah satu alat pemasaran untuk menarik konsumen agar tertarik dalam melakukan pembelian.

### 5.1.3 Pendampingan Mitra dalam Melengkapi Administrasi Usaha



Gambar 8. Mesin Kasir dan Stempel usaha mitra

Stempel usaha meskipun tidak di atur dalam Undang Undang republik indonesia, namun memiliki fungsi yang sangat penting. Fungsi stempel dalam sebuah usaha paling tidak yaitu : mencegah tindak penipuan atau pemalsuan, maupun keberadaan stempel dapat berfungsi sebagai pengganti tanda tangan pemilik usaha. Fungsi lain dari stempel adalah sebagi kelengkapan usaha dalam mengajukan izin kepada dinas terkait, karena pada formulir pengajuan izin tersebut perlu disertakan cap atau stempel usaha. Hal itu tertera dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia NOMOR : 37/M-DAG/PER/9/2007. Jika tidak ada stempel usaha, maka surat izin t dianggap tidak sah.

Hasil kegiatan pembinaan pada mitra Kawa Amor berujung pada bertambahnya kelengkapan administrasi usaha, yaitu mitra sudah memiliki stempel usaha, yang sekaligus akan berguna untuk identitas usaha dan memberikan legalitas usaha secara hukum. Ada atau tidaknya stempel juga akan berpengaruh pembukuan mitra, bila pembukuan dan laporan keuangan mitra disertai dengan stempel, maka laporan tersebut sudah mempunyai kekuatan hukum dan dapat menghindari prasangka.

Kelengkapan administrasi mitra Kawa Amor berikutnya adalah dalam bentuk sebuah mesin kasir. Mesin kasir ini akan menambah keyakinan konsumen pada saat pembayaran, bila dibandingkan dengan sistem pembayaran yang dilakukan secara manual. Hasil diskusi dan masukan tim pengabdian pada mitra memberikan perubahan pada sistem pembayaran yang dilakukan pada mitra, yang mana sekarang sistem pembayaran sudah tidak dilakukan secara manual, namun sudah memakai mesin kasir yang ada tersebut.

## 5.2 Perbaikan Legalitas Usaha

### 5.2.1 Persiapan Persyaratan Pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB)



Gambar 9. Nomor NPWP Pimpinan Mitra

NPWP wajib dimiliki oleh warga Indonesia yang menerima penghasilan kena pajak baik dari perusahaan maupun dari usaha sendiri, disamping menjadi identitas wajib pajak itu sendiri, juga untuk mengajukan kredit ke bank, mendirikan badan usaha, dan melamar pekerjaan. NPWP bukan hanya soal kewajiban membayar pajak saja, tetapi juga sangat bermanfaat bagi wajib pajak itu sendiri, untuk itu jika seorang individu tidak memiliki NPWP maka akan sulit mendapatkan manfaat dari fungsinya tersebut.

Masruroh (2013) mengatakan kemanfaatan NPWP dapat diperoleh atau dirasakan bagi wajib pajak yang membutuhkan atau memiliki kepentingan seperti untuk memperoleh kemudahan pengajuan kredit bank dan untuk keperluan modal usaha. Pendapat ini sesuai dengan kepentingan dari mitra Kawa Amor, yaitu mengurus NPWP untuk kepentingan mendirikan usaha. Usaha Kawa daun mitra sudah dijalankan 6 bulan, untuk itu diperlukan legalitas usaha seperti NPWP agar memiliki usaha yang sah secara hukum dan tentu juga bertujuan untuk permodalan usaha.

### 5.2.2 Pelatihan Penyusunan NIB pada Mitra Kawa Amor



Gambar 10. Pelatihan Akses portal OSS BPKM

Kegiatan pendampingan yang dilakukan pada tahap berikutnya adalah pelatihan pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB), pertama tentu kepada mitra disampaikan apa maksud NIB, mengapa itu penting dan bagaimana proses pembuatannya. Tahapan berikutnya adalah adalah mempersiapkan setiap persyaratan yang diwajibkan dalam pembuatan, seperti pengurusan NPWP, Kartu Tanda Penduduk (KTP), Kartu BPJS Kesehatan, email aktif perwakilan mitra dan persyaratan lainnya.

Tahapan berikutnya adalah silmulasi pengisian borang atau link pendaftaran lembaga OSS dari Kemetrian investasi/BKPM, setelah mitra memahami semua isian yang ada dan disesuaikan dengan data data yang diperlukan selanjutnya dijadwalkan waktu pengisian link dengan memastikan peralatan, dan jaringan internet yang memadai. Pelatihan menurut Dessler (2010) adalah “proses mengajarkan karyawan baru atau yang ada sekarang, ketrampilan dasar yang mereka butuhkan untuk menjalankan pekerjaan mereka”. Pelatihan merupakan salah satu usaha dalam meningkatkan mutu sumber daya manusia dalam dunia kerja

### 5.2.3 Pendampingan Pengurusan NIB Mitra oleh Tim Pengabdian



Gambar 11. NIB mitra Kawa Amor

Pasca mitra dilatih dalam pengisian borang pengurusan NIB, berikutnya berdasarkan kesepakatan dengan Mitra Kawa Amor dilakukan pengurusan NIB yang juga di fasilitasi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Andalas Padang, dimana setelah mitra berhasil meng entrykan semua data dan persyaratan yang dibutuhkan sesuai yang dibutuhkan, selanjutnya di laporkan kepada admin fasilitator LPPM Unand, setelah itu mitra di minta untuk menunggu.

Setelah melalui beberapa tahapan di atas maka di dapatkan sertifikat Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk perwakilan mitra Kawa Amor atas nama Zamzami dengan nomor

registrasi 0812210040305. Kusmanto (2019) mengatakan bahwa Izin usaha atau legalitas usaha memiliki banyak manfaat pada UMKM, baik itu perlindungan hukum, memudahkan pengembangan usaha, memudahkan pemasaran, akses pembiayaan dan memperoleh pendampingan dari pemerintah.

### 5.3 Perancangan Produk Mitra dan Pengadaan alat alat produksi

#### 5.3.1 Pengadaan Alat untuk Penggilingan Biji dan Daun Kawa



Gambar 12. *Grinder* penghalus vartikel biji dan daun Kawa

Alat penggiling atau penghalus vartikel daun kawa ini memiliki kualitas yang berbeda antara satu dengan yang lain, setiap type memiliki kemampuan yang berbeda dalam memperkecil ukuran vartikel. Fakta ini terbukti dari beberapa jenis grinder yang sudah dicoba oleh mitra, sehingga pada akhirnya mitra belum berhasil mendapatkan alat penggiling yang reliabel dalam menghasilkan ukuran vartikel. Langkah berikutnya adalah mendapatkan grinder dengan kualitas baik untuk menghasilkan vartikel yang sesuai untuk di olah menjadi kawa celup.

#### 5.3.2 Pengadaan Alat Pengeringan Biji dan Daun Kawa



Gambar 13. *Oven* untuk pengeringan Biji dan Daun Kawa

Pengeringan daun kawa harus dilakukan dengan alat yang benar benar dapat menjaga aroma dari kawa itu sendiri, jika alat yang digunakan tidak dapat mempertahankan aroma ke khasan kawa, maka kualitas produk kawa celup atau kawa sachet yang dihasilkan akan berkurang. Artinya jika sebuah produk kawa tanpa aroma yang khas tentu tidak mampu menarik calon pelanggan, karena produk yang ditawarkan oleh mitra Kawa Amor berkaitan dengan minuman, untuk itu perlu di olah dengan alat yang benar benar mampu menimbulkan citra rasa yang baik.

### 5.3.3 Pengadaan *Packaging* Kawa Celup



Gambar 14. Kantong Kawa Celup

Kawa celup harus dapat disajikan dengan kemasan atau *packaging* yang praktis, dan itupun juga akan menjadi daya tarik sendiri bagi calon konsumen, agar kebutuhan konsumen dapat terakomodasi tentu produk kawa celup yang dihasilkan dapat disesuaikan dengan kapraktisan yang diinginkan konsumen tersebut. Pada aspek ini Mitra Kawa Amor merancang desain kawa celup yang penggunaannya simpel dan praktis, yaitu dengan sajian menggunakan kantong celup. Tidak hanya praktis kantong celup yang desain mitra juga dapat menjaga citra rasa minuman kawa yang disajikan.

Kantong celup yang di desain disamping sebagai pembungkus juga sekaligus dapat berfungsi sebagai saringan, sehingga pada saat ingin menyajikan minuman kawa celup tersebut cukup dengan direndam saja pada gelas yang berisikan air panas. Gambaran kepraktisan inilah yang diusung oleh oleh mitra dalam menciptakan sebuah produk yang berbahan kawa daun tersebut.

### 5.3.4 Pengadaan *Packaging Kawa Sachet*

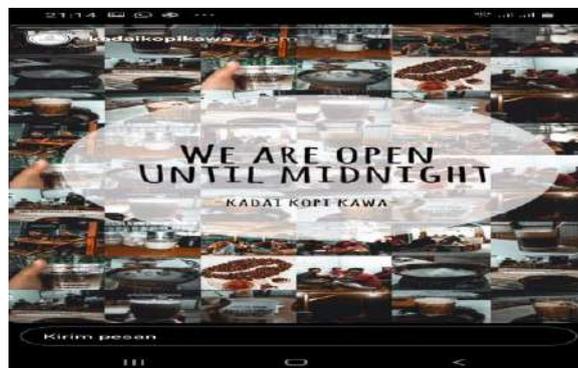


Gambar 15. *Packaging Kawa Sachet (Kawa Sarok)*

Kantong *sachet* untuk *packaging* kawa sachet atau kawa sarok di upayakan juga dalam bentuk yang praktis dan menarik, untuk menghasilkan apa yang di inginkan tersebut, mitra mendesain kantong *sachet* seperti yang di tampilkan pada gambar di atas. Tujuan penggunaan kantong tersebut adalah agar produk menarik dan packing dapat di buka tutup secara praktis.

## 5.4 Startegi Pemasaran Usaha Mitra

### 5.4.1 Promosi Usaha Mitra Kawa Amor dengan Media Sosial *Instagram (IG)*



Gambar 16. Media Sosial *Instagram (IG)* Mitra Kawa Amor

Media sosial berdampak baik bagi mitra Kawa Amor karena bila hanya mengandalkan *Personal Selling* tentu pangsa pasar yang didapatkan hanya terbatas pada masyarakat sekitar, kolega dan keluarga saja, namun setelah menggunakan media sosial sebagai media promosi mapu menjangkau pasar yang lebih luas, hal ini terlihat dari banyaknya interaksi calon konsumen di media sosial yang dimiliki mitra. Kondisi ini sejalan dengan pendapat Ahmed (2014) bahwa selain dapat mengurangi biaya promosi, media sosial juga memiliki jangkauan yang lebih luas dan mudah diakses dalam mempromosikan produknya

dibandingkan dengan memasarkan secara konvensional. Kemudian di tambahkan oleh Ramdonny (2018) yang mengatakan bahwa peran media sosial berpengaruh signifikan terhadap pemasaran hasil produk organisasi bisnis.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan sebagai media promosi oleh mitra, karena menurut Salamoon (2013) dengan diciptakannya media sosial Instagram maka para pemilik smartphone akan merasa bahwa kamera yang terpasang di gadgetnya tidak sia-sia, setelah di foto, edit dan bisa di unggah. Hasil unggahan dokumentasi dari usaha Kawa amor tentu akan mendapat respon dari konsumen dan bila respon ini diolah secara baik, maka akan mampu meningkatkan jumlah pelanggan.

Tetap saja semua jenis media sosial memiliki kelemahan masing masing, tidak terkecuali dengan instagram itu sendiri, seperti bila pelayanan interaksi oleh admin terhadap umpan balik yang muncul tidak memuaskan, maka calon konsumen akan lari sambil meninggalkan komentar negatif yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen yang lain. Kelemahan lain belum tentu semua orang memiliki smartphone, terutama pencinta produk kawa daun yang sudah lanjut usia, untuk itu seyogyanya pemilihan strategi promosi dan pemasaran tetap memperhatikan segmen pasar yang dituju. Sembiring (2021) Kehadiran perusahaan *market place online* di Indonesia harusnya membawa angin segar terhadap sektor ekonomi rakyat seperti UMKM di tingkat lokal.

#### 5.4.2 Strategi Pemasaran Digital dengan *Map* Lokasi Usaha Mitra



Gambar 17. *Google Map* usaha Mitra

Strategi *Digital Marketing* untuk promosi dan pemasaran produk yang dihasilkan oleh sebuah unit usaha diantaranya adalah menyediakan peta lokasi tempat usaha yang bisa dilacak secara *online* menggunakan android. Keberadaan Map sangat membantu calon pembeli untuk membeli atau tidak, karena dengan peta informasi online tersebut akan dapat di ukur waktu dan akses transportasi yang dapat digunakan, jika bisa diakses dalam waktu singkat tentu akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Costa (2019)

Perancangan aplikasi Google Maps ini dapat membantu memberikan petunjuk arah ataupun menghitung jarak lokasi dari keberadaan sehingga memberikan solusi yang memudahkan dalam mencapai lokasi yang dituju.

*Map* lokasi usaha tidak hanya bermanfaat untuk menentukan jarak lokasi usaha dengan calon pembeli, namun juga memiliki manfaat lain untuk kemajuan dari sebuah usaha. Manfaat google map untuk bisnis diantaranya adalah mengelola informasi, memperluas keberadaan bisnis, berinteraksi dengan para pelanggan, dapat menganalisa klien, mendapat promosi gratis dan meningkatkan visibilitas di mesin pencari (Terralogiq, 2021)

Aplikasi *Google Map* bukan tanpa kekurangan juga sebenarnya, karena belum tentu juga semua calon konsumen dapat mengandalkan perangkat tersebut untuk menemukan sebuah lokasi usaha dan akses ke lokasi yang ditunjukkan oleh *Google Map* ada kemungkinan tidak semudah yang tertera pada tangkapan layar android dan bahkan tidak jarang konsumen dibawa ke rute yang sulit diakses.

## **BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Mitra sudah memiliki beberapa kelengkapan identitas usaha, baik itu identitas fisik (plank merek) maupun identitas visual (logo) dan mitra juga sudah memiliki kelengkapan administrasi seperti mesin kasir dan stempel usaha.
2. Mitra Kawa Amor sudah memiliki legalitas usaha dalam bentuk Nomor Induk Berusaha (NIB) : 0812210040305 yang di keluarkan oleh lembaga OSS Kemertian Investasi dan Badan Koordinasi Penanaman Modal.
3. Mitra sudah memiliki rancangan produk olahan daun kawa, seperti Kawa Celup dan Kawa Sachet (Kawa Sarok), serta alat alat produksinya seperti seperti grinder, oven, kantong celup dan kantong sachet.
4. Mitra Kawa Amor memiliki strategi promosi dan pemasaran digital berupa *Google Map* sebagai petunjuk lokasi dan media sosial *Instagram* sebagai media pemasaran

### **Saran**

1. Dinas Koperasi dan UMKM hendaknya ikut berkontribusi terhadap pengembangan usaha mitra, baik itu dalam meningkatkan *soft skill* maupun untuk permodalan usaha, setelah mitra memiliki identitas usaha dan legalitas usaha
2. Mitra Kawa Amor berupaya optimal untuk menghasilkan produk produk yang berasal dari olahan daun kawa dalam rangka meningkatkan *Income Generating* bagi kelompok usaha mereka.
3. Perlu sinergi Dinas terkait dan akademisi dalam melakukan pembinaan berkelanjutan, hingga mitra menjadi UMKM yang memiliki Kemadirian dalam menjalankan usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, M., & Zahid, Z. 2014. Role of Social Media Marketing to Enhance CRM and Brand Equity in Terms of Purchase Intention. *Asian Journal of Management Research*, 4(3), 533-549.
- Amalia. N. 2019. Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis (JSMB)*. Vol. 6 (2), hal : 96-104.
- Anwar, S Fuad, M dan Amrizal, A. 2009. Ilmu Penyuluhan Pertanian. Universitas Andalas. Padang.
- Costa , L.A.D,. E. Fatkhiyah dan E. Susanti. 2019. Sistem Informasi Geografis Pencarian Lokasi Lembaga Pendidikan Formal dan Informal Di Kota Dili Timor-Leste Berbasis Mobile Menggunakan Android. *Jurnal SCRIPT* Vol. 7 No. 2 Hal : 185-193
- Dessler, Gary. 2010 . Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Kesepuluh, Jilid Pertama. Jakarta.
- Ediset dan A.A. Alianta. 2020. Karakteristik Dan Sifat Peternak Sapi Potong Dalam Adopsi Inovasi pada Masa Pandemi Covid 19 Di Kabupaten Agam, Sumatera Barat. *Prosiding Seminar Nasional Sapi dan Kerbau IV*.<http://repo.unand.ac.id/36634/>.
- Febriansyah dan N.I. Nabila 2014. Pengaruh Logo Baru Pt. Telkom, Tbk Terhadap Citra Perusahaan. *Jurnal Ekonomika-Bisnis* Vol. 5 No.2. Hal : 101-116.
- Kotler, dan Armstrong. 2008. Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi 12, Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kusmanto, K dan Warjio. 2019. Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial*, 11(2) (2019): 320-327
- Masruroh, S dan Zulaikha. 2013. Pengaruh Kemanfaaaatan NPWP, Pemahaman Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Pada Wp Op Di Kabupaten Tegal). *Diponegoro Journal Of Accounting* Vol. 2, No. 4, Hal : 1-15
- Oscario. A. 2013. Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Jurnal Humaniora* Vol.4 No.1, Hal : 191-202.
- Purnomo E., N. Pangarsa, K. B. Andri, dan M. Saeri. 2015. Efektivitas Metode Penyuluhan dalam Percepatan Transfer Teknologi Padi di Jawa Timur. *Jurnal Inovasi dan Teknologi Pembelajaran*, Vol. 1, No. 2, hlm :192-204.
- Romdonny, J & M. L. N. Rosmadi. 2018. Peran Media Sosial dalam Mendukung Pemasaran Produk Organisasi Bisnis. *Jurnal Ikraith Ekonomika*. Vol 1, No.2, Hal : 25-30
- Rustan, S. (2009). Mendesain logo. Penerbit Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

- Salamoon, DK. (2013). Instagram, Ketika Foto Menjadi Mediator Komunikasi Lintas Budaya di Dunia Maya. Skripsi. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Sembiring, R.A dan T. Subekti. 2021. Analisis Aktor dalam Tata Kelola Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kota Batu untuk Kualitas Internasional. Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Vol 7, No 1, Hal. 31-44.
- Terralogiq. 2021. Enam Manfaat Menggunakan Google Maps Platform untuk Bisnis (<https://terralogiq.com/manfaat-google-maps-platform-untuk-bisnis/> di akses 11 november 2021).
- Zulfita D. dan S. Rahayu. 2018. Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani di Desa Sompak Melalui Diversifikasi Olahan Berbasis Labu Kuning. Jurnal Pengabdian Masyarakat. ADIMAS. Vol. 2 No. 2 , Hal : 1-7

## LAMPIRAN

### 1. Biodata Ketua Tim Pengusul

#### A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	:	Ediset, SPt, M.Si
2	Pangkat / Golongan	:	Penata / IIIc
3	Jabatan Fungsional	:	Lektor
4	Jabatan Struktural	:	-
5	NIP/NIK/Identitas lainnya	:	198009122009121001
6	NIDN	:	1012098001
7	Tempat dan Tanggal Lahir	:	Dharmasraya, 12 September 1980
8	Alamat Rumah	:	Komp. Un Komplek Griya Rahaka blok b no 11, Kel. Binuang Kampung Dalam, Kec. Pauh Kota Padang
9	Nomor Telepon/Faks/ HP	:	082173155050
10	Alamat Kantor	:	Kampus Univ Andalas Limau Manis Padang
11	Nomor Telepon/Faks	:	0751 71464/ 0751 71464
12	Alamat e-mail	:	Edisetjami80@gmail.com
13	yg Diampu	:	1. Pengantar Ilmu Penyuluhan Peternakan
			2. Komunikasi Pembangunan
			3. Dasar-Dasar Manajemen

#### b. Riwayat Pendidikan

	S1	S2	S3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Andalas	Universitas Andalas	-
Bidang Ilmu	Nutrisi & Mak. Ternak	Pemb. Wil. dan Pedesaan	-
Tahun Masuk-Lulus	1999 - 2003	2005 -2007	-
JudulSkripsi/Thesis/ Disertasi	Pengaruh Pemakaian Ampas Kelapa dalam Urea Saka Multinutrien Blok (UMSB) pada Ransum Yang Mengandung Jerami Padi Terhadap Kecernaan Bahan Kering dan Bahan Organik secara <i>In-Vitro</i>	Analisa Potensi Wilayah Dharmasraya untuk Pengembangan Sapi Potong dan Kaitannya dengan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat	-
Nama Pembimbing/Promotor	Ir. Yurnida Rahman, MP Ir. Evi Rossy, M.Sc	Prof. Dr. Ir. Asdi Agustar, M.Sc Ir. Fuad Madariza, M.Sc	-

**c. Pengalaman Pengabdian**

No.	Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat	Jabatan/ Status Pengabdian	Instansi	Tahun
1.	IbM Peternak Kerbau Di Kabupaten Dharmasraya	Ketua	Dikti	2016
2.	Peningkatan Produktifitas Usaha Peternakan Sapidengan Optimalisasi Performance Reproduksi dan Adopsi Inovasi Urea Molases Block (UMB) Pada Kelompok Peternakan Sapi "Makmur", Kelurahan Limau Manis Selatan, Pauh Padang	Ketua	BOPTN UNAND	2017
3.	Perbaikan Usaha Peternakan Sapi Melalui Penguatan Kelembagaan dan Perubahan Sistem Pemeliharaan di Kelurahan Piai Atas, Kecamatan Pauh Padang	Ketua	Dipa Fakultas	2018
4.	Perbaikan Usaha Peternakan Sapi dengan Introduksi Inovasi Pakan dan Bioteknologi Reproduksi di Kelompok Parna Saiyo, Kelurahan Piai Atas, Kecamatan Pauh Padang	Ketua	Dipa Fakultas	2019
5.	Program Berkelanjutan Membantu Mitra Panas Minder untuk Tumbuh Kembang Dengan Usaha Palai Bada di Pasar Baru, Kecamatan Pauh, Kota Padang	Ketua	Dipa Unand	2020

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima risikonya.

Padang, 10 Desember 2021



Ediset, S.Pt, M.Si

## 2. Biodata Anggota 1

### A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Rian Hidayat, SP, MM
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Jabatan Fungsional	-
4	NIP	198004202009101002
5	NIDN	1011108202
6	Tempat Dan Tanggal Lahir	Solok, 20 April 1980
7	Alamat Rumah	Komplek Griya Cahaya 2 Blok E No. 7 Gunung Sarik, Kuranji Kota Padang
8	No. HP	08163250648
9	Email	<a href="mailto:rianhidayat@agr.unand.ac.id">rianhidayat@agr.unand.ac.id</a> ; <a href="mailto:rianpiliang@yahoo.com">rianpiliang@yahoo.com</a>
10	Alamat Kantor	Program Studi Agribisnis Jurusan Sosek Fakultas Pertanian Unand
11	Mata Kuliah Yang Diampu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemasaran Agribisnis</li> <li>2. Manajemen Teknologi dan Agroindustri</li> <li>3. Agribisnis dan Kewirausahaan</li> <li>4. Manajemen Agribisnis</li> <li>5. Pengantar Ilmu Ekonomi</li> <li>6. Dasar-Dasar Manajemen</li> <li>7. Statistik Sosial Ekonomi</li> <li>8. Manajemen Operasional Agribisnis</li> <li>9. Manajemen Strategi Agribisnis</li> <li>10. Penyusunan rencana bisnis</li> </ol>

### B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Andalas	Universitas Negeri Padang	-
Bidang Ilmu	Sosial Ekonomi Pertanian	Manajemen Publik	
Tahun Masuk-Lulus	1998-2003	2006 – 2008	
Judul Skripsi/Tesis/Diseriasi	Pola Hubungan Kerjasama antar Perkumpulan Petani Pemakai Air (P3A) dalam Pengelolaan Irigasi Pemerintah.	Analisis Faktor Penentu Kepuasan Masyarakat Berpenghasilan Rendah dan Wilayah Rendah Akses Atas Pelayanan Perusahaan Air Minum (PDAM) Kota Padang	
Nama Pembimbing/Promotor	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Prof. Dr. Muchlis Muchtar, M.Si</li> <li>2. Dr. Ir. Yonariza, M.Sc</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Prof. Dr. Syamsul Amar, M.Si</li> <li>2. Prof. Dr. Yasri, M.Si</li> </ol>	

### C. Pengalaman Pengabdian Masyarakat Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1	2020	Program Berkelanjutan Membantu Mitra Panas Minder untuk Tumbuh Kembang Dengan Usaha Palai Bada di Pasar Baru, Kecamatan Pauh, Kota Padang	Dipa Unand	10
2	2019	Peningkatan Kapasitas Tenaga Penyuluh Perkebunan di Dinas Perkebunan Kabupaten Pasaman Barat	Dinas Perkebunan Pasaman Barat	5
3	2018	Pengembangan Kompetensi Penyuluh Pertanian pada kegiatan pengabdian masyarakat berbasis dosen dan masyarakat di Dinas Pertanian Kabupaten pesisir selatan	LPPM Unand	10
4	2017	Dosen Pembimbing Alumni dan Pemuda Tani Pada Program UPSUS Pangan, Hortikultura, Perkebunan dan SIWAB Anggaran APBN-P Tahun 2017 di Kabupaten Agam	Kementerian Pertanian RI	
5	2017	Kegiatan Penerapan Teknologi Sistem Jajar Legowo (JARWO) pada Budidaya Padi dan Jagung Untuk Peningkatan Produksi Padi dan Jagung di Kabupaten 50 Kota dan Kabupaten Agam	Kementerian Pertanian RI	24
6	2017	Dosen Pembimbing Mahasiswa/Alumni Tenaga Pendamping Program Upaya Khusus (UPSUS) Swasembada Pangan dan SIWAB Tahun 2017. Wilayah kerja Kabupaten Agam dan Kabupaten 50 Kota	Kementerian Pertanian RI	

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima risikonya.

Padang, 12 Desember 2021



Rian Hidayat, SP, MM  
NIP. 198004202009101002

### 3. Biodata Anggota 2

#### IDENTITAS DIRI

Nama : WERIANTONI, S.E., M.Sc  
NIP : 198303032010121005  
Tempat/ Tanggal Lahir : Ampalu/ 03 Maret 1983  
Jenis Kelamin : Laki – Laki  
Status Perkawinan : Menikah  
Agama : Islam  
Golongan/ Pangkat : IIIb/ Asisten Ahli  
Jabatan Fungsional : Penata Muda Tk I  
Jurusan : Ilmu Ekonomi  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat Kantor : Jl. Rasuna Said Kubu Gadang Kota Payakumbuh  
Telepon : (0752) 7970616  
Alamat Rumah : Koto Baru Simalanggang, Kec. Payakumbuh, Kab. Lima Puluh Kota  
E-mail : weriantoni.unand@gmail.com  
No. HP : 082174335503

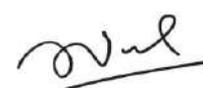
<b>A. RIWAYAT PENDIDIKAN PERGURUAN TINGGI</b>			
<b>Tahun Lulus</b>	<b>Program Pendidikan</b>	<b>Perguruan Tinggi</b>	<b>Prestasi</b>
2003-2007	S1	Universitas Bung Hatta	Lulusan Terbaik
2008-2010	S2	Universitas Gadjah Mada	

<b>B. KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT</b>			
<b>Tahun</b>	<b>Nama Kegiatan</b>	<b>Tempat</b>	<b>Sumber Dana</b>
2016	Pelatihan Pemasaran melalui Media Online	UKM pisang salai di Piobang	LPPM Unand
2017	Pelatihan Pembuatan RPJM Nagari Sungai Kamuyang (Ketua)	Nagari Sungai Kamuyang	LPPM Unand
2018	Pelatihan pembuatan rentra Badan Milik Nagari (Bumnag) di Nagari Sungai Kamuyang (Ketua)	Nagari Sungai Kamuyang	LPPM Unand
2018	Pelatihan Pemasaran Rendang Telur (Anggota)	Nagari Koto Baru Simalnggang	LPPM Unand
2018	Pelatihan Penyuluhan Koperasi pada Petani Jeruk	Kec. Gunung Omeh	Difa Fekon
2020	Program Berkelanjutan Membantu Mitra Panas Minder untuk Tumbuh Kembang Dengan Usaha Palai Bada di Pasar Baru, Kecamatan Pauh, Kota Padang	Mitra Panas Minder, Padang	Dipa Unand

Saya menyatakan bahwa keterangan saya dalam *Curriculum Vitae* ini adalah benar dan apabila terdapat kesalahan, saya bersedia mempertanggung jawabkannya.

Payakumbuh, 12 Desember 2021

Yang Menyatakan



Weriantoni, SE, MSc  
Nip. 19830303 201012 1 005

#### 4. Biodata Anggota 3

##### A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	:	Ir.Amrizal Anas,M.P
2	Jabatan Fungsional	:	Lektor
3	Jabatan Struktural	:	Ketua Bagian Pembangunan Dan Bisnis Peternakan
4	NIP/NIK/Identitas lainnya	:	196301031992031002
5	NIDN	:	0003016301
6	Tempat dan Tanggal Lahir	:	Padang, 3 Januari 1963
7	Alamat Rumah	:	Jl Dr. M.Hatta no 10 Kapalo Koto Pauh Padang
8	Nomor Telepon/Faks/ HP	:	082385457080
9	Alamat Kantor	:	Kampus Univ Andalas Limau Manis Padang
10	Nomor Telepon/Faks	:	0751.71464
11	Alamat e-mail	:	Amrizal.anas.123@yahoo.com
12	Lulusan yang dihasilkan	:	S1 : 66 orang
13	Mata Kuliah yg Diampu	:	4. Ilmu Penyuluhan
			5. Kewirausahaan
			6. Dasar-dasar manajemen
			7. Pembangunan Masyarakat

##### B. Riwayat Pendidikan

	S1	S2	S3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Andalas	Universitas Andalas	-
Bidang Ilmu	Produksi Ternak	Ilmu Ternak	
Tahun Masuk-Lulus	1982-1989	1996-2011	
JudulSkripsi/Thesis/Disertasi	Proses Adopsi Inovasi Pada Peternak PIR Perunggasan Di Kota Payakumbuh	Studi Dana Bantuan Keresasian Pada Usaha Peternakan Di Kabupaten Pesisir Selatan	
Nama Pembimbing/Promotor	Prof. Surya Anwar Ir. Rihaida Dahlan	Prof.Surya Anwar Prof. Rusjdi saladin Prof. Asdi agustar	

### C. Pengalaman Pengabdian (5 tahun terakhir)

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (juta Rp)
1.	2015	Penyuluhan Introduksi Inovasi pada Kelompok Usaha Peternakan " Ternak Makmur" Kelurahan Limau Manis Selatan, Pauh, Padang.	DIPA Fakultas	4,5
2	2017	Peningkatan Produktifitas Usaha Peternakan Sapidengan Optimalisasi Performance Reproduksi dan Adopsi Inovasi Urea Molases Block (UMB) Pada Kelompok Peternakan Sapi "Makmur", Kelurahan Limau Manis Selatan, Pauh Padang	BOPTN Unand	9
3.	2018	PerbaikanUsaha Peternakan Sapi dengan Introduksi Inovasi Pakan dan Bioteknologi Reproduksi di Kelompok Parna Saiyo, Kelurahan Piai Atas, Kecamatan Pauh Padang	Dipa Fakultas	5
4	2019	PerbaikanUsaha Peternakan Sapi dengan Introduksi Inovasi Pakan dan Bioteknologi Reproduksi di Kelompok Parna Saiyo, Kelurahan Piai Atas, Kecamatan Pauh Padang	Dipa Fakultas	5
5	2020	Program Berkelanjutan Membantu Mitra Panas Minder untuk Tumbuh Kembang Dengan Usaha Palai Bada di Pasar Baru, Kecamatan Pauh, Kota Padang	Dipa Unand	10

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima resikonya.

Padang, 15 Desember 2021



(Ir. Amrizal Anas, MP)