

Penguatan Nilai Tambah Kopi Arabika Melalui Penerapan Mesin Pengupas Kopi Kering, Pengembangan Kemasan Produk, dan Pemasaran Berorientasi Ekspor di Desa Boangmanalu

Desmon Gunadi Siagian^{1✉}, Sahat Sitompul², Katrin Jenny Sirait³

^{1,2}Politeknik Negeri Medan

³Universitas Sumatera Utara

✉¹dsiagian@polmed.ac.id, ²sitompulsahat@gmail.com, ³katrin@usu.ac.id

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted: 11 Jul. 2026

Revised: 25 Agu. 2026

Accepted: 19 Sep. 2026

Published: 8 Okt. 2026

Kata Kunci:

Kopi Arabika, Mesin
Pengupas Kopi
Kering, Green Bean,
Kemasan Produk,
Pemasaran Digital

Keywords:

Arabica Coffee, Dry
Coffee Hulling
Machine, Green Bean,
Product Packaging,
Digital Marketing

Doi:

[10.35931/ak.v6i4.7183](https://doi.org/10.35931/ak.v6i4.7183)

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan nilai tambah kopi arabika pada Kelompok Tani Jojong di Desa Boangmanalu melalui penerapan mesin pengupas kopi kering, pengembangan kemasan produk, dan pemasaran digital. Kegiatan dilaksanakan melalui tahapan perencanaan, sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan mesin pengupas kopi kering meningkatkan kapasitas pengupasan dari sekitar 50–60 kg/jam menjadi sekitar 100 kg/jam serta menghasilkan green bean yang lebih bersih dan seragam. Selain itu, mitra mampu mengoperasikan dan merawat mesin, menerapkan kemasan produk yang lebih menarik, serta memanfaatkan website dan marketplace sebagai media pemasaran digital. Kegiatan ini meningkatkan efisiensi produksi, kualitas produk, kemampuan pemasaran, daya saing usaha, dan nilai tambah kopi arabika.

ABSTRACT

This community service activity aims to enhance the added value of Arabica coffee produced by the Jojong Farmer Group in Boangmanalu Village through the implementation of a dry coffee hulling machine, product packaging development, and digital marketing. The activity was carried out through planning, socialization, training, technology implementation, mentoring, and evaluation. The results showed that the dry coffee hulling machine increased the hulling capacity from approximately 50–60 kg/h to about 100 kg/h while producing cleaner and more uniform green beans. In addition, the partner improved its ability to operate and maintain the machine, adopted more attractive product packaging, and utilized a website and marketplace to support digital marketing. Overall, the activity improved production efficiency, product quality, marketing capability, business competitiveness, and the added value of Arabica coffee.



PENDAHULUAN

Kabupaten Pakpak Bharat merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Sumatera Utara yang berada pada kawasan dataran tinggi Pegunungan Bukit Barisan. Kondisi geografis tersebut menciptakan agroklimat yang sangat mendukung pengembangan komoditas perkebunan, khususnya kopi arabika. Didukung oleh suhu udara yang relatif sejuk, ketinggian wilayah, serta tingkat kesuburan tanah yang baik, kopi arabika berkembang menjadi salah satu komoditas unggulan yang berperan penting dalam menopang perekonomian masyarakat. Salah satu wilayah yang memiliki potensi tersebut adalah Desa Boangmanalu, Kecamatan Salak.

Mayoritas masyarakat Desa Boangmanalu bermata pencaharian di sektor pertanian dan perkebunan, dengan kopi arabika sebagai salah satu sumber pendapatan utama. Budidaya kopi telah dilakukan secara turun-temurun dan menjadi bagian dari sistem ekonomi lokal. Namun demikian, pengelolaan kopi masih didominasi oleh pola tradisional, terutama pada tahap pascapanen, sehingga potensi nilai tambah kopi arabika belum dimanfaatkan secara optimal. Padahal, peluang pasar kopi berkualitas di tingkat nasional maupun internasional terus mengalami peningkatan sehingga diperlukan upaya untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk kopi yang dihasilkan.

Mitra sasaran dalam kegiatan ini adalah Kelompok Tani Jojong yang berada di Desa Boangmanalu, Kecamatan Salak, Kabupaten Pakpak Bharat. Kelompok tani ini beranggotakan 17 orang petani dengan total luas lahan sekitar ± 11 hektare. Berdasarkan hasil observasi dan diskusi lapangan, mitra mampu menghasilkan buah kopi (*cherry*) sekitar 700–800 kg/minggu pada musim panen. Setelah melalui proses pengeringan secara tradisional, tingkat konversi menjadi biji kopi siap jual (*green bean*) berkisar antara 35–40% atau sekitar 245–320 kg/minggu. Potensi produksi tersebut menunjukkan bahwa ketersediaan bahan baku di tingkat mitra relatif stabil. Namun demikian, keterbatasan pada proses pascapanen menyebabkan mutu produk dan nilai jual kopi yang dihasilkan belum optimal.



Gambar 1. Lahan Perkebunan Kopi Milik Mitra

Dalam sistem usaha yang berjalan saat ini, hasil pengolahan kopi mitra sebagian besar dipasarkan kepada tengkulak atau pengepul lokal di wilayah Kecamatan Salak. Pola pemasaran tersebut menyebabkan

posisi tawar petani relatif lemah karena harga jual masih ditentukan oleh pembeli, dengan kisaran Rp45.000–Rp60.000 per kilogram, bergantung pada mutu produk dan permintaan pasar.

Pada aspek pascapanen, proses pengolahan kopi yang diterapkan oleh mitra masih diawali dengan pengupasan kopi basah menggunakan alat tradisional, kemudian dilanjutkan dengan penjemuran biji kopi hingga kering. Proses pengupasan secara manual membutuhkan waktu sekitar satu jam untuk mengolah 50–60 kg kopi *cherry* basah. Kondisi tersebut menyebabkan tingginya kebutuhan tenaga kerja dan menjadi kendala utama ketika volume panen meningkat, sehingga proses pascapanen menjadi kurang efisien serta berpotensi menurunkan mutu hasil olahan.¹



Gambar 2. Proses Pengupasan Kopi Kering Secara Manual

Selain menyebabkan rendahnya efisiensi proses pascapanen, metode pengupasan secara manual juga berpotensi menghasilkan biji kopi dengan ukuran dan mutu yang tidak seragam.² Di sisi lain, pengolahan kopi kering yang masih dilakukan secara manual meningkatkan risiko kerusakan biji, seperti biji pecah, tercampur kulit ari, serta rendahnya tingkat kebersihan biji, sehingga berdampak pada penurunan mutu dan harga jual kopi arabika.³ Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tahapan pascapanen, khususnya

¹ Sabda Dian Nurani Siahaan et al., “Penerapan Mesin Pengupas Kulit Kopi Untuk Meningkatkan Kapasitas Produksi Kelompok Wanita Tani Usahanta Di Desa Salak Ii Kabupaten Pakpak Bharat,” *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti* 6, no. 4 (December 2025), <https://doi.org/10.38048/jailcb.v6i4.6042>.

² Hanim Rahayuni Ratnaningsih et al., “Peningkatan Kualitas Kopi Melalui Teknologi Pascapanen Kelompok Tani Mekar Sari, Di Desa Kemawi, Kecamatan Somagede, Kabupaten Banyumas,” *Jurnal Abdi Insani* 12, no. 10 (October 2025), <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i10.3021>.

³ Lya Aklimawati, Yusianto, and Surip Mawardi, “Karakteristik Mutu Dan Agribisnis Kopi Robusta Di Lereng Gunung Tambora , Sumbawa,” *Pelita Perkebunan* 30, no. 2 (2014).

proses pengupasan kopi kering, masih menjadi salah satu titik kritis yang memerlukan penerapan teknologi tepat guna.

Meskipun demikian, mitra memiliki potensi untuk menerapkan metode alternatif berupa pengeringan kopi cherry secara utuh hingga mencapai kondisi kering, kemudian dilanjutkan dengan proses pengupasan. Namun, metode tersebut belum dapat diterapkan secara optimal karena keterbatasan sarana, terutama belum tersedianya mesin pengupas kopi kering. Selain itu, proses penjemuran masih dilakukan secara sederhana sehingga kualitas hasil pengeringan sangat bergantung pada kondisi cuaca.

Keterbatasan teknologi pada proses pascapanen tersebut berdampak pada rendahnya tingkat hilirisasi produk kopi di tingkat petani.⁴ Secara umum, ekspor kopi Indonesia masih didominasi oleh produk green bean, yang menunjukkan bahwa posisi Indonesia dalam rantai nilai global kopi masih berada pada tahap hulu (upstream).^{5,6} sehingga nilai tambah produk belum dapat dimaksimalkan di tingkat petani.⁷

Berbagai kegiatan pengabdian di sektor kopi menunjukkan bahwa peningkatan daya saing kopi rakyat memerlukan intervensi yang dilakukan secara terpadu. Penguatan branding dan penggunaan kemasan modern terbukti mampu meningkatkan daya saing produk kopi, sebagaimana ditunjukkan pada kegiatan pengabdian yang dilaksanakan pada UMKM kopi di Dampit–Malang, Sumedang, dan Sidoarjo.^{8, 9, 10} Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital melalui website mampu meningkatkan visibilitas produk dan membuka peluang transaksi pada pasar yang lebih luas.¹¹

Sejalan dengan hasil-hasil tersebut, mitra masih menghadapi berbagai keterbatasan pada aspek pemasaran, antara lain belum memiliki identitas produk (branding dan kemasan) serta belum optimal dalam memanfaatkan platform digital sebagai media promosi dan pemasaran. Produk kopi masih dipasarkan dalam bentuk curah tanpa label sehingga sulit bersaing pada pasar yang lebih luas. Kondisi tersebut sejalan

⁴ Astried Priscilla Cordanis, Manuntun Parulian Hutagaol, and Harianto Harianto, “Kebijakan Hilirisasi Kopi Di Indonesia : Implementasinya Di Tingkat Lokal,” *JURNAL AGROSAINS: Karya Kreatif Dan Inovatif* 10, no. 1 (June 2025), <https://doi.org/10.31102/agrosains.2025.10.1.46-64>.

⁵ Ahmad Wildan Saputra Ramadhana, Avinda Distanier Aulia, and Toifur Ulum, “Keunggulan Komparatif Ekspor Kopi Di Indonesia,” *Journal of Economics, Business, Accounting and Management* 2, no. 1 (2024), <https://doi.org/10.61476/095w2813>.

⁶ Erma Muslichah Widiani et al., “Inovasi Teknologi Mesin Pengrai Roasting Dalam Pengolahan Dan Pemasaran Produk Olahan Kopi,” *Prosiding Seminar Nasional Kusuma III 2* (2024).

⁷ Rezha Destiadi et al., “Alih Teknologi Pengolahan Pasca Panen Kopi Arabika Karo Dalam Peningkatan Produksi Dan Pengemasan Menuju Standarisasi Ekspor,” *Jurnal Tiyasadarma* 2, no. 2 (2025), <https://doi.org/10.62375/jta.v2i2.394>.

⁸ Shofia Syifa Ul Khasna and Yanda Bara Kusuma, “Pengembangan Produk Ekspor Kopi Di UMKM Kecamatan Dampit Kabupaten Malang,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 2 (2023).

⁹ Hilman Abdurrahman et al., “Digitalisasi Pemasaran Dan Re-Branding Dalam Upaya Meningkatkan Minta Beli Di Desa Sukamanah,” *Toewijding: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2024), <https://doi.org/10.51988/0w01bz29>.

¹⁰ Gugus Wijonarko, Dian Arisanti, and Panca Rahardiyanto, *Pemanfaatan Teknologi Digital Marketing Dan Packaging Produk Tujuan Ekspor Umkm Kabupaten Gresik*, in *DedikasiMU: Journal of Community Service*, vol. 7, no. 3 (2025), <https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v7i3.10239>.

¹¹ Raden Jhonny Hadi Raharjo and Zaidan Abdillah Alifianto, “Potensi Ekspor Komoditas Kopi Indonesia Ke Malaysia Dan Singapura,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara* 4, no. 3 (September 2023), <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1680>.

dengan hasil kegiatan PKM Genesia yang menyebutkan bahwa rendahnya literasi digital menjadi salah satu faktor penghambat kelompok usaha dalam memperluas akses pasar.¹²

Berdasarkan kondisi tersebut, permasalahan yang dihadapi mitra dapat dikelompokkan ke dalam dua aspek utama, yaitu aspek produksi dan aspek pemasaran. Pada aspek produksi, permasalahan meliputi rendahnya efisiensi proses pascapanen, keterbatasan penggunaan teknologi, serta belum optimalnya konsistensi mutu biji kopi yang dihasilkan. Sementara itu, pada aspek pemasaran permasalahan meliputi keterbatasan akses pasar, belum tersedianya identitas produk melalui branding dan kemasan, serta rendahnya pemanfaatan platform digital dalam memasarkan produk kopi.

Tujuan utama kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) ini adalah meningkatkan efisiensi proses pascapanen dan mutu kopi arabika Kelompok Tani Jojong melalui penerapan teknologi tepat guna berupa mesin pengupas kopi kering. Sasaran yang ingin dicapai meliputi peningkatan efisiensi proses pengolahan kopi melalui penerapan mesin pengupas kopi kering sehingga menghasilkan green bean yang lebih bersih, seragam, dan bermutu. Selain itu, kegiatan ini juga diarahkan untuk meningkatkan daya saing produk melalui pengembangan branding, kemasan, dan pemasaran digital. Mitra memiliki minat untuk memperluas pasar hingga ke marketplace ekspor, namun belum didukung oleh kesiapan teknis, seperti standardisasi mutu, pengemasan ekspor, dan penyusunan konten pemasaran. Oleh karena itu, program ini diharapkan mampu memperkuat kualitas produk sekaligus memperluas akses pasar kopi arabika Kelompok Tani Jojong sehingga memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar nasional maupun internasional.¹³

METODE PENGABDIAN

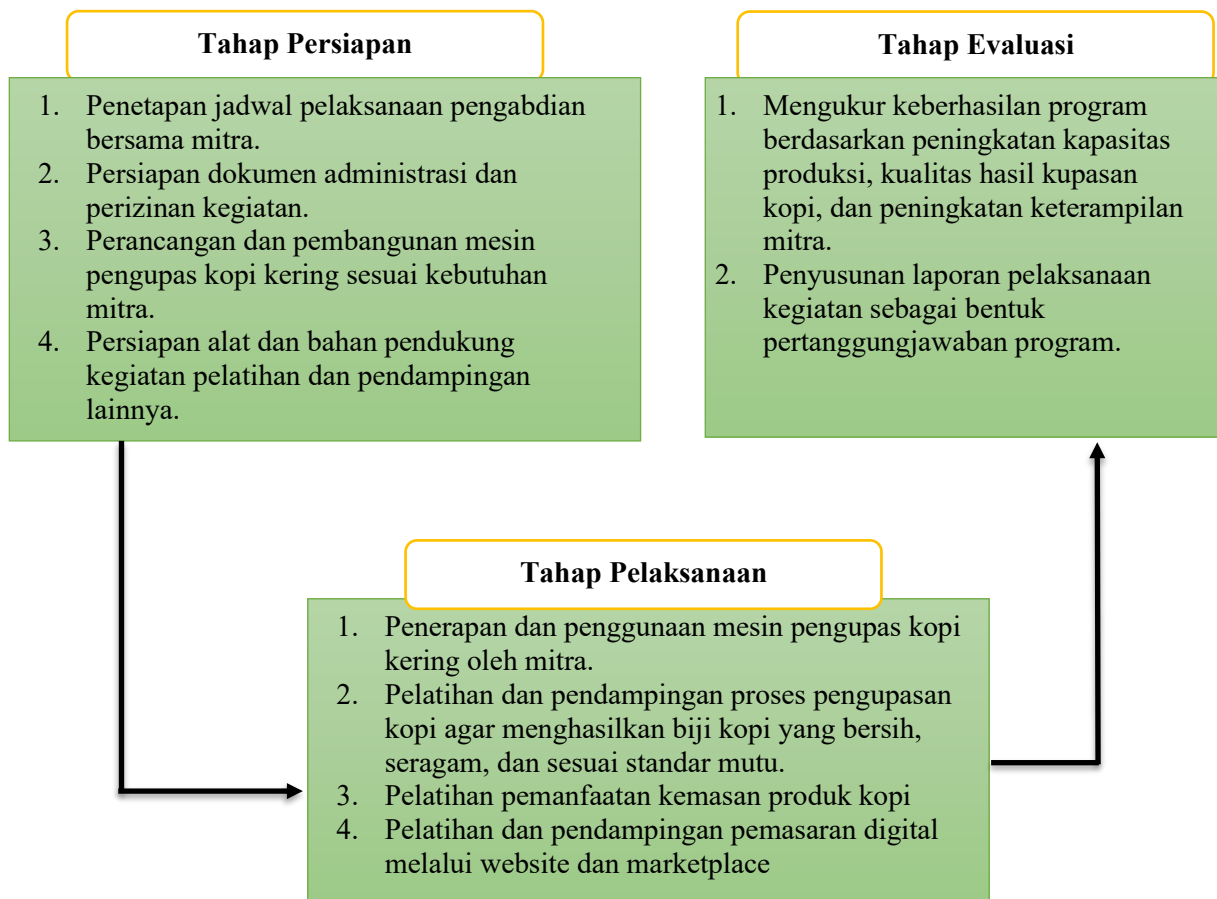
Metode pelaksanaan kegiatan ini mencakup sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, serta pendampingan yang dilanjutkan dengan evaluasi. Rangkaian pelaksanaan dirancang dalam beberapa tahapan sebagai berikut.

1. Perencanaan, yang meliputi penyusunan jadwal kegiatan, koordinasi dengan mitra, perancangan sekaligus pembuatan mesin pengupas kopi kering, serta persiapan peralatan, bahan, kemasan produk, dan media pemasaran digital yang diperlukan.
2. Pelaksanaan, yaitu kegiatan inti yang dilakukan di lokasi mitra dengan melibatkan tim pengabdian, mahasiswa, dan anggota Kelompok Tani Jojong. Rangkaian pelaksanaannya meliputi:
 - a. Sosialisasi, berupa penyampaian informasi mengenai tujuan, manfaat, dan tahapan Program Kemitraan Masyarakat kepada mitra.

¹² Katrin Jenny Sirait, Desmon Siagian, and Normalina Napitupulu, "Perancangan Sistem Informasi Manajemen Lembaga Persiapan Studi Genesia International Academy Berbasis Website," *BUDIMAS: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT* 7, no. 2 (May 2025), <https://doi.org/10.29040/budimas.v7i2.17029>.

¹³ Tri Widiani Wulandari and Daspar Daspar, "Analisis Peluang Dan Tantangan Perdagangan Produk Pertanian Kopi: Studi Kasus Indonesia Dan Jepang," *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 4, no. 1 (July 2025), <https://doi.org/10.57141/kompeten.v4i1.190>.

- b. Pelatihan, berfokus pada peningkatan keterampilan mitra dalam mengoperasikan mesin pengupas kopi kering, pembuatan kemasan green bean, serta pemanfaatan website dan marketplace sebagai media pemasaran.
 - c. Penerapan teknologi, yaitu penggunaan dan pengoperasian mesin pengupas kopi kering (coffee huller) dalam proses pascapanen untuk menghasilkan green bean yang lebih bersih dan seragam.
 - d. Pendampingan, berupa bimbingan langsung kepada mitra dalam mengoperasikan mesin, melakukan pengemasan produk, dan mengelola pemasaran digital agar teknologi yang diberikan dapat diterapkan secara optimal.
3. Evaluasi, yang bertujuan menilai efektivitas kegiatan. Keberhasilan program diukur melalui tiga indikator, yaitu peningkatan kemampuan mitra dalam mengoperasikan mesin pengupas kopi kering, peningkatan kualitas green bean yang dihasilkan, serta peningkatan kemampuan mitra dalam pengemasan dan pemasaran produk melalui website dan marketplace.



Gambar 3. Metode Pelaksanaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan melalui serangkaian tahapan yang meliputi identifikasi permasalahan mitra, penerapan teknologi tepat guna, penguatan identitas produk, serta pendampingan pemasaran digital. Seluruh kegiatan dirancang untuk menjawab permasalahan utama Kelompok Tani Jojong pada aspek produksi dan pemasaran kopi arabika. Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa program tidak hanya menghasilkan luaran berupa mesin pengupas kopi, desain kemasan, website, dan marketplace, tetapi juga meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola usaha kopi secara lebih efektif.

1. Penerapan Mesin Pengupas Kopi Arabika Kering

Tahap awal kegiatan diawali dengan pelaksanaan *Focus Group Discussion* (FGD) bersama Kelompok Tani Jojong untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi dalam proses pascapanen kopi arabika. Hasil diskusi menunjukkan bahwa proses pengupasan kulit tanduk (*hulling*) masih dilakukan menggunakan peralatan sederhana sehingga kapasitas produksi relatif rendah, membutuhkan waktu pengolahan yang lebih lama, dan menghasilkan *green bean* yang belum seragam. Selain itu, keterbatasan teknologi pengolahan menyebabkan produktivitas kelompok tani belum optimal dalam memenuhi permintaan pasar.



Gambar 4. Rapat Tim

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim pengabdian merancang dan membuat mesin pengupas kopi arabika kering yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra. Sebelum diserahkan kepada kelompok tani, mesin terlebih dahulu melalui proses perakitan, pengecatan, serta uji coba untuk memastikan seluruh komponen berfungsi dengan baik. Hasil pengujian menunjukkan bahwa mesin dapat dioperasikan sesuai spesifikasi yang telah dirancang sehingga siap diterapkan pada kegiatan pascapanen kopi.



Gambar 5. Proses Perakitan Mesin

Mesin selanjutnya diinstal dan diserahkan kepada Kelompok Tani Jojong, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan pengoperasian serta praktik langsung menggunakan kopi arabika kering sebagai bahan uji. Pendampingan dilakukan mulai dari pengaturan mesin, proses pemasukan bahan baku, hingga teknik perawatan agar mesin dapat digunakan secara optimal. Melalui praktik tersebut, anggota kelompok tani mampu memahami prosedur pengoperasian mesin dengan baik serta memperoleh pengalaman langsung dalam menggunakan teknologi pengolahan kopi.



Gambar 6. Proses Pengupasan Kopi Kering Oleh Tim dan Mitra

Penerapan mesin pengupas kopi memberikan perubahan pada proses pengolahan pascapanen. Dibandingkan dengan kondisi sebelum program, proses pengupasan menjadi lebih efisien, kapasitas kerja meningkat, dan *green bean* yang dihasilkan memiliki tingkat kebersihan dan keseragaman yang lebih baik. Penerapan teknologi tepat guna mampu meningkatkan efektivitas proses produksi sekaligus mendukung peningkatan kualitas hasil pengolahan kopi arabika.¹⁴

¹⁴ Aan Burhanuddin et al., “Teknologi mesin pengupas kulit kopi merah kering berbasis teknologi tepat guna dalam peningkatan ekonomi petani kopi di Desa Morobongo Kecamatan Jumo Kabupaten Temanggung,” *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara* 5, no. 4 (December 2024), <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i4.5004>.

2. Pengembangan Kemasan Produk

Pengembangan kemasan produk diawali dengan identifikasi kebutuhan mitra terhadap kemasan yang mampu memberikan perlindungan terhadap produk sekaligus meningkatkan daya tarik pemasaran. Berdasarkan hasil identifikasi, diketahui bahwa kopi arabika yang dihasilkan Kelompok Tani Jojong sebelumnya masih dipasarkan dalam bentuk curah tanpa identitas produk, sehingga belum memiliki nilai tambah dan sulit dikenali oleh konsumen. Kondisi tersebut menjadi dasar bagi tim pengabdian untuk melakukan pengembangan kemasan sebagai bagian dari upaya meningkatkan daya saing produk kopi.

Tim pengabdian menjelaskan fungsi kemasan dalam menjaga mutu produk, meningkatkan nilai jual, serta membangun identitas produk agar lebih mudah dikenali oleh konsumen.¹⁵ Pendampingan juga dilakukan mengenai teknik pengemasan yang baik sehingga produk memiliki tampilan yang lebih menarik dan siap dipasarkan.



Gambar 7. Penjelasan kemasan produk

Penggunaan identitas produk pada kemasan memberikan nilai tambah terhadap kopi arabika yang dihasilkan serta mendukung upaya pengembangan merek (*branding*).¹⁶ Dengan adanya kemasan baru, produk tidak lagi dipasarkan dalam bentuk curah tanpa identitas, tetapi telah memiliki tampilan yang lebih profesional sehingga berpotensi meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat daya saing produk di pasar.¹⁷

¹⁵ Ni Made Ayu Gemuh Rasa Astiti et al., *Pentingnya Kemasan dalam Pemasaran Produk*, 1st ed. (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2023), <http://repository.warmadewa.ac.id/id/eprint/2321/>.

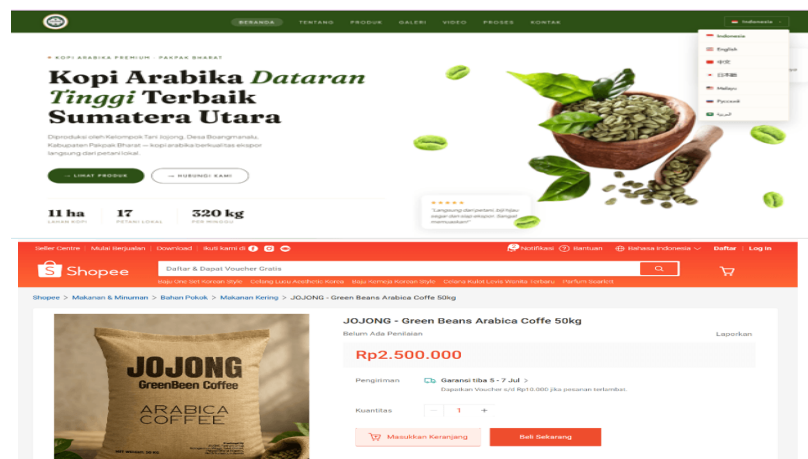
¹⁶ Putri Dwtasari et al., "A Communal Branding Strategy to Strengthen the Identity and Competitiveness of Coffee MSMEs in Kemiri Tourism Village, Jember," *GESTALT* 8, no. 1 (June 2026), <https://doi.org/10.33005/gestalt.v8i1.530>.

¹⁷ I. Wayan Adi Putra Yasa et al., *Desain & Kemasan Produk: Konsep, Strategi, dan Inovasi Kemasan Modern* (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2026), <https://buku.sonpedia.com/>.

3. Pengembangan Website dan Marketplace

Pengembangan website dan marketplace dilakukan sebagai upaya memperluas pemasaran produk kopi arabika Kelompok Tani Jojong.¹⁸ Berdasarkan hasil identifikasi, mitra masih mengandalkan pemasaran secara konvensional sehingga jangkauan pasar terbatas. Kondisi tersebut mendorong tim pengabdian mengembangkan media pemasaran digital yang dapat meningkatkan akses informasi produk sekaligus memperluas peluang penjualan.¹⁹

Sebagai tahap implementasi, tim pengabdian mengembangkan website yang memuat profil kelompok tani, informasi produk, serta kontak yang dapat dihubungi oleh calon konsumen. Selain itu, dibuat pula toko pada marketplace Shopee sebagai alternatif media penjualan daring sehingga produk kopi arabika dapat dipasarkan secara lebih luas.



Gambar 8. Tampilan website dan marketplace

Setelah *website* dan *marketplace* selesai dikembangkan, tim pengabdian memberikan pendampingan mengenai pengelolaan konten, pengunggahan produk, serta pemanfaatan kedua platform sebagai media promosi. Pendampingan ini bertujuan agar mitra mampu mengelola pemasaran digital secara mandiri dan berkelanjutan.

¹⁸ Any Urwatul Wusko, "Optimalisasi Online Marketing Melalui Marketplace Shopee Produk UMKM Kopi Kutjur Sumberrejo Purwosari Pasuruan," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa* 1, no. 8 (2023).

¹⁹ Bengi Asrah et al., "Optimalisasi Strategi Digital Marketing Untuk Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Aras, Kecamatan Air Putih, Kabupaten Batubara," *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 7, no. 2 (November 2024), <https://doi.org/10.30596/maneggio.v7i2.21299>.



Gambar 9. Penjelasan pemanfaatan website dan marketplace

Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa Kelompok Tani Jojong telah memiliki media pemasaran digital yang sebelumnya belum tersedia. Keberadaan website dan marketplace memberikan alternatif pemasaran yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk, serta membuka peluang promosi kepada calon konsumen di luar wilayah Desa Boangmanalu.²⁰

Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini merupakan implementasi program penerapan teknologi tepat guna melalui mesin pengupas kopi arabika kering yang diintegrasikan dengan pengembangan identitas produk dan pemasaran digital. Pendekatan tersebut dirancang untuk menjawab permasalahan utama Kelompok Tani Jojong, yaitu rendahnya efisiensi proses pascapanen serta terbatasnya jangkauan pemasaran produk. Hasil pelaksanaan menunjukkan adanya perubahan pada aspek produksi maupun pemasaran yang ditandai dengan meningkatnya efisiensi pengolahan kopi, tersedianya identitas produk, serta mulai dimanfaatkannya media digital sebagai sarana promosi.

Sebelum program dilaksanakan, proses pengupasan kopi masih dilakukan menggunakan peralatan sederhana sehingga kapasitas pengolahan relatif rendah dan membutuhkan waktu yang lebih lama. Selain itu, hasil pengupasan belum seragam sehingga memengaruhi kualitas *green bean*. Setelah diterapkannya mesin pengupas kopi arabika kering, proses pengolahan menjadi lebih efisien dengan kapasitas pengupasan yang meningkat dan kualitas hasil yang lebih seragam. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penerapan teknologi tepat guna mampu meningkatkan efisiensi kerja sekaligus mendukung peningkatan mutu hasil pengolahan kopi.

Perubahan juga terjadi pada aspek pemasaran. Sebelum program, produk kopi dipasarkan dalam bentuk curah tanpa identitas produk dan belum memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi sehingga jangkauan pemasaran masih terbatas. Setelah dilakukan pendampingan penyusunan desain kemasan, pembuatan website, dan marketplace, produk mulai memiliki identitas yang lebih jelas serta

²⁰ Maya Manurung and Juliana Putri Juliana putri, "Peran Marketplace Dalam Meningkatkan Akses Pemasaran Umkm Di Indonesia," *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics* 2, no. 02 (2025), <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v2i02.249>.

media promosi yang mampu memperluas akses pasar. Pengembangan branding dan pemasaran digital memberikan nilai tambah terhadap produk sehingga meningkatkan daya saing kopi yang dihasilkan kelompok tani.

Keberhasilan kegiatan pengabdian tidak terlepas dari partisipasi aktif anggota Kelompok Tani Jojong pada setiap tahapan kegiatan. Mitra terlibat mulai dari identifikasi kebutuhan, proses uji coba mesin, pelatihan pengoperasian, hingga pendampingan pemasaran digital. Keterlibatan tersebut menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif mampu meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan rasa memiliki terhadap inovasi yang diterapkan sehingga peluang keberlanjutan program menjadi lebih besar.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas kelompok tani. Dampak tersebut tidak hanya terlihat dari meningkatnya efisiensi proses produksi, tetapi juga dari bertambahnya kemampuan anggota dalam mengoperasikan mesin, memperkenalkan produk melalui kemasan yang lebih menarik, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran. Dengan demikian, program pengabdian tidak hanya menghasilkan luaran berupa mesin dan media promosi digital, tetapi juga memperkuat kapasitas mitra dalam mengembangkan usaha kopi secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Boangmanalu, Kecamatan Salak, Kabupaten Pakpak Bharat telah terlaksana dengan baik melalui tahapan sosialisasi, penyerahan mesin pengupas kopi kering, pelatihan dan pendampingan pengoperasian mesin, pelatihan pengendalian kadar air, pengembangan kemasan produk, serta pendampingan pemasaran digital. Penerapan mesin pengupas kopi kering sebagai teknologi tepat guna mampu meningkatkan efisiensi proses pascapanen, menghasilkan green bean yang lebih bersih dan seragam, serta mengurangi ketergantungan mitra terhadap metode pengolahan secara manual.

Selain peningkatan pada aspek produksi, kegiatan ini juga memberikan peningkatan kapasitas mitra dalam pengembangan usaha. Mitra memperoleh pengetahuan dan keterampilan mengenai teknik pengeringan kopi sesuai standar, penggunaan kemasan yang lebih menarik dan informatif, serta pemanfaatan website sebagai media promosi dan pemasaran produk. Pendampingan yang diberikan diharapkan dapat meningkatkan daya saing kopi arabika Kelompok Tani Jojong, memperluas jangkauan pasar, serta memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Hilman, Ayunda Nurul Fikri, Fikri Yusa Makharizki, Indira Widyastuty Sukmana, Melinda Fitri Insani, and Susi Ameiliany. "Digitalisasi Pemasaran Dan Re-Branding Dalam Upaya Meningkatkan Minta Beli Di Desa Sukamanah." *Toewijding: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2024). <https://doi.org/10.51988/0w01bz29>.
- Aklimawati, Lya, Yusianto, and Surip Mawardi. "Karakteristik Mutu Dan Agribisnis Kopi Robusta Di Lereng Gunung Tambora , Sumbawa." *Pelita Perkebunan* 30, no. 2 (2014).

Desmon Gunadi Siagian, Sahat Sitompul, Katrin Jenny Sirait: Penguatan Nilai Tambah Kopi Arabika Melalui Penerapan Mesin Pengupas Kopi Kering, Pengembangan Kemasan Produk, dan Pemasaran Berorientasi Ekspor di Desa Boangmanalu

- Any Urwatul Wusko. "Optimalisasi Online Marketing Melalui Marketplace Shopee Produk UMKM Kopi Kutjur Sumberrejo Purwosari Pasuruan ." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa* 1, no. 8 (2023).
- Asrah, Bengi, Herlin Syahdina Lubis, Cut Tarisa, and Nurwani Nurwani. "Optimalisasi Strategi Digital Marketing Untuk Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Aras, Kecamatan Air Putih, Kabupaten Batubara." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 7, no. 2 (November 2024). <https://doi.org/10.30596/maneggio.v7i2.21299>.
- Astiti, Ni Made Ayu Gemuh Rasa, I. Gusti Agung Putu Eryani, Ni Made Yudiastari, and Anak Agung Made Semaryani. *Pentingnya Kemasan dalam Pemasaran Produk*. 1st ed. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2023. <http://repository.warmadewa.ac.id/id/eprint/2321/>.
- Burhanuddin, Aan, Agus Mukhtar, Siti Fitriana, and Muchamad Malik. "Teknologi mesin pengupas kulit kopi merah kering berbasis teknologi tepat guna dalam peningkatan ekonomi petani kopi di Desa Morobongo Kecamatan Jumo Kabupaten Temanggung." *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara* 5, no. 4 (December 2024). <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i4.5004>.
- Cordanis, Astried Priscilla, Manuntun Parulian Hutagaol, and Harianto Harianto. "Kebijakan Hilirisasi Kopi Di Indonesia : Implementasinya Di Tingkat Lokal." *JURNAL AGROSAINS : Karya Kreatif Dan Inovatif* 10, no. 1 (June 2025). <https://doi.org/10.31102/agrosains.2025.10.1.46-64>.
- Destiadi, Rezha, Annalisa Sonaria Hasibuan, Muhammad Anhar Pulungan, Nofriadi, and Andi Supriadi Chan. "Alih Teknologi Pengolahan Pasca Panen Kopi Arabica Karo Dalam Peningkatan Produksi Dan Pengemasan Menuju Standarisasi Ekspor." *Jurnal Tiyasadarma* 2, no. 2 (2025). <https://doi.org/10.62375/jta.v2i2.394>.
- Dwitasari, Putri, Birgitta Maharani Sena Putri, Sabar, and Rabendra Yudistira Alamin. "A Communal Branding Strategy to Strengthen the Identity and Competitiveness of Coffee MSMEs in Kemiri Tourism Village, Jember." *GESTALT* 8, no. 1 (June 2026). <https://doi.org/10.33005/gestalt.v8i1.530>.
- Gugus Wijonarko, Dian Arisanti, and Panca Rahardiyanto. *Pemanfaatan Teknologi Digital Marketing Dan Packaging Produk Tujuan Ekspor Umkm Kabupaten Gresik*. In *DedikasiMU: Journal of Community Service*, vol. 7. no. 3. 2025. <https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v7i3.10239>.
- Khasna, Shofia Syifa Ul, and Yanda Bara Kusuma. "Pengembangan Produk Ekspor Kopi Di UMKM Kecamatan Dampit Kabupaten Malang." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 2 (2023).
- Manurung, Maya, and Juliana Putri Juliana putri. "Peran Marketplace Dalam Meningkatkan Akses Pemasaran Umkm Di Indonesia." *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics* 2, no. 02 (2025). <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v2i02.249>.
- Raharjo, Raden Jhonny Hadi, and Zaidan Abdillah Alifianto. "Potensi Ekspor Komoditas Kopi Indonesia Ke Malaysia Dan Singapura." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara* 4, no. 3 (September 2023). <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1680>.
- Ramadhana, Ahmad Wildan Saputra, Avinda Distaniar Aulia, and Toifur Ulum. "Keunggulan Komparatif Ekspor Kopi Di Indonesia." *Journal of Economics, Business, Accounting and Management* 2, no. 1 (2024). <https://doi.org/10.61476/095w2813>.
- Ratnaningsih, Hanim Rahayuani, Hatika Rahmawan, Hana Hanifa, Purwanto Purwanto, Lafi Na'imatul Bayyinah, Riska Naila Khusna Syrifah, Nindy Sevirasari, and Wilujeng Hidayati. "Peningkatan Kualitas Kopi Melalui Teknologi Pascapanen Kelompok Tani Mekar Sari, Di Desa Kemawi, Kecamatan Somagede, Kabupaten Banyumas." *Jurnal Abdi Insani* 12, no. 10 (October 2025). <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i10.3021>.
- Siahaan, Sabda Dian Nurani, Dede Ruslan, Siti Ulgari, Saronom Silaban, Eka Putra Dairi Boangmanalu, Mena Fadilia Lukman, and Choms Gary Ganda Tua Sibarani. "Penerapan Mesin Pengupas Kulit Kopi Untuk Meningkatkan Kapasitas Produksi Kelompok Wanita Tani Usahanta Di Desa Salak Ii Kabupaten Pakpak Bharat." *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti* 6, no. 4 (December 2025). <https://doi.org/10.38048/jailcb.v6i4.6042>.

Desmon Gunadi Siagian, Sahat Sitompul, Katrin Jenny Sirait: Penguatan Nilai Tambah Kopi Arabika Melalui Penerapan Mesin Pengupas Kopi Kering, Pengembangan Kemasan Produk, dan Pemasaran Berorientasi Ekspor di Desa Boangmanalu

Sirait, Katrin Jenny, Desmon Siagian, and Normalina Napitupulu. "Perancangan Sistem Informasi Manajemen Lembaga Persiapan Studi Genesis International Academy Berbasis Website." *BUDIMAS: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT* 7, no. 2 (May 2025). <https://doi.org/10.29040/budimas.v7i2.17029>.

Widiana, Erma Muslichah, Suyanto, Arif Arizal, Ananda Bagus Kurniawan, and Fah Rizal Ma'ruf. "Inovasi Teknologi Mesin Pengrai Roasting Dalam Pengolahan Dan Pemasaran Produk Olahan Kopi." *Prosiding Seminar Nasional Kusuma III 2* (2024).

Wulandari, Tri Widiani, and Daspar Daspar. "Analisis Peluang Dan Tantangan Perdagangan Produk Pertanian Kopi: Studi Kasus Indonesia Dan Jepang." *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 4, no. 1 (July 2025). <https://doi.org/10.57141/kompeten.v4i1.190>.

Yasa, I. Wayan Adi Putra, Loso Judijanto, Kartika Kusuma Wardani, and Rifky Maulana. *Desain & Kemasan Produk: Konsep, Strategi, dan Inovasi Kemasan Modern*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2026. <https://buku.sonpedia.com/>.