



Peningkatan Produktivitas dan Pemasaran Produk *Fermented Arabica Coffee* di Rumah Kopi Banjarsengon Kecamatan Patrang Kabupaten Jember

Increasing Productivity and Marketing of Fermented Arabica Coffee Products at Rumah Kopi Banjarsengon, Patrang District, Jember Regency

Erlambang Budi Darmanto ^{1*}, Suparti ², Dwi Putranto Riau ³, Arisqo Fany Listya Adi ⁴,
Indah Fitria ⁵, Galang Cahya Utama ⁶

¹ Ekonomi Pembangunan, Universitas Terbuka Surabaya, Indonesia

² Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Terbuka Surabaya, Indonesia

³ Ilmu Administrasi Publik, Universitas Terbuka Surabaya, Indonesia

⁴ Ekonomi Pembangunan, Universitas Jember, Indonesia

⁵ Akuntansi, Universitas Terbuka Surabaya, Indonesia

⁶ Ilmu Hukum, Universitas Terbuka Surabaya, Indonesia

Email : erlambang@gmail.com

*Penulis Korespondensi: erlambang@gmail.com

Article History:

Naskah Masuk: 13 Januari 2026;

Revisi: 25 Januari 2026;

Diterima: 23 Februari 2026;

Terbit: 26 Februari 2026;

Keywords: Coffee Quality, Consumer Needs, Digital Marketing, Rumah Kopi Banjarsengon (RKB), Sustainable Business.

Abstract: The Community Partnership Program (PKM) at Rumah Kopi Banjarsengon (RKB) aims to improve product quality and coffee marketing according to consumer needs. Key activities include production observation, assistance with laboratory testing for nutritional value and shelf life, food safety education, digital marketing training, and the delivery of a 5 kg roasting machine. These efforts have successfully increased production capacity and product quality standards through informative labels. Digital marketing has seen significant progress, with increased social media engagement and broader market reach. Consumer satisfaction surveys have risen from 80 to 97 on a scale of 100. Overall, this PKM program not only supports sustainable coffee business development but also contributes to improving partner competency and strengthening product competitiveness in both local and export markets. RKB is expected to consistently implement digital marketing strategies and product innovation for long-term success. Going forward, RKB is expected to continue implementing digital marketing strategies and product innovation to ensure sustainable business success.

Abstrak

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) di Rumah Kopi Banjarsengon (RKB) bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk dan pemasaran kopi sesuai kebutuhan konsumen. Kegiatan utama meliputi observasi produksi, pendampingan pengujian laboratorium untuk nilai gizi dan daya tahan simpan, penyuluhan keamanan pangan, pelatihan pemasaran digital, serta penyerahan mesin roasting berkapasitas 5 kg. Upaya ini berhasil meningkatkan kapasitas produksi dan standar kualitas produk melalui label informatif. Pemasaran digital mengalami kemajuan signifikan, dengan peningkatan interaksi media sosial dan jangkauan pasar yang lebih luas. Survei kepuasan konsumen naik dari 80 menjadi 97 pada skala 100. Secara keseluruhan, program PKM ini tidak hanya mendukung pengembangan bisnis kopi yang berkelanjutan, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kompetensi mitra dan memperkuat daya saing produk di pasar lokal maupun ekspor. RKB diharapkan secara konsisten menerapkan strategi pemasaran digital dan inovasi produk untuk kesuksesan jangka panjang. Ke depannya, RKB diharapkan untuk terus menerapkan strategi pemasaran digital dan inovasi produk guna memastikan kesuksesan bisnis yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Bisnis Berkelanjutan, Kebutuhan Konsumen, Kualitas Kopi, Pemasaran Digital, Rumah Kopi Banjarsengon (RKB).

1. PENDAHULUAN

Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) adalah implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yang bertujuan memberikan kontribusi nyata dunia akademik kepada masyarakat. PKM berfungsi sebagai wadah penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi sekaligus upaya memberdayakan masyarakat untuk mengatasi masalah bersama. Skema PKM fokus pada peningkatan kapasitas dan kemandirian mitra sasaran di bidang ekonomi produktif melalui pendekatan potensi lokal, transfer teknologi, dan pendampingan berkelanjutan.

Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur memiliki potensi besar dalam pengembangan kopi, baik jenis robusta maupun arabika. Namun, potensi tersebut belum tergarap secara maksimal. Muncul kesadaran mitra tentang pentingnya nilai tambah produk untuk meningkatkan perekonomian daerah menjadi latar belakang berdirinya usaha RKB atau Rumah Kopi Banjarsengon pada tahun 2018. RKB merupakan industri rumah tangga yang bergerak dalam pengolahan kopi arabika melalui metode fermentasi *Self Induced Anaerobic Fermentation* (SIAF). Metode ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik konsumen melalui cita rasa dan aroma yang dihasilkan.

Tercatat pada tahun 2024, buah kopi arabika dan robusta yang diproduksi pasca panen berjumlah ± 8 ton selama periode panen bulan April-Juli. Produk kopi arabika fermentasi yang dihasilkan oleh mitra RKB berbentuk *green bean*, *roasted bean*, dan kopi kemasan bubuk. *Green bean* dikemas dalam karung berukuran 25 kg dengan harga produk per kilogram adalah Rp. 180.000. Produk *Roasted Bean* dijual dengan harga 200.000 per kilogram. Sedangkan untuk bubuk kopi kemasan tersedia dalam kemasan ukuran 100 gram dan 200 gram dengan harga mulai dari Rp. 30.000 – Rp. 70.000. Produk-produk tersebut dihasilkan menggunakan mesin sangrai dengan kapasitas 2 kg per proses.

Meskipun telah berjalan selama hampir 8 tahun, RKB menghadapi beberapa kendala serius dalam pengembangan usahanya. Salah satu persoalan utama terletak pada keterbatasan kapasitas produksi, karena alat sangrai yang digunakan hanya mampu memproses 2 kg kopi per proses. Hal ini tidak hanya memperpanjang waktu produksi, namun juga membatasi volume output usaha. Di sisi lain, belum ada sistem pendampingan pada proses fermentasi dan keamanan pangan yang memadai. Produk yang dihasilkan belum disertai informasi gizi dan masa simpan, yang sejatinya merupakan unsur penting dalam membangun kepercayaan konsumen, terutama dalam konteks pemasaran modern.

Selain itu, aspek pemasaran digital juga menjadi tantangan tersendiri. Meskipun telah memiliki akun instagram dan akses ke *e-commerce*, aktivitas promosi yang dilakukan oleh RKB belum optimal. Aktivitas digital marketing belum dilakukan secara konsisten dan belum

menargetkan kelompok pasar yang lebih luas, khususnya generasi milenial yang berpotensi menjadi pasar utama produk kopi. Produk yang terjual melalui *e-commerce* pun tercatat sangat rendah, hanya 2 produk, menandakan bahwa perlu adanya peningkatan strategi promosi dan digital branding.

Berdasarkan permasalahan diatas maka diperlukan pelaksanaan kegiatan pemberdayaan kemitraan masyarakat dengan tujuan meningkatkan produktivitas dan pemasaran usaha yang dapat menghasilkan omzet optimal dengan hadirnya bantuan dari akademisi, serta dapat menjadi inspirasi bagi masyarakat lain untuk turut serta memulai usaha ekonomi yang produktif.

2. METODE

Kabupaten Jember merupakan salah satu yang belum menghasilkan produk kopi yang memiliki nilai tambah signifikan. Hal ini melatarbelakangi berdirinya usaha **RKB atau Rumah Kopi Banjarsengon** dari kelurahan Banjarsengon, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur pada tahun 2018.



Gambar 1. Lokasi Mitra PKM di Kelurahan Banjarsengon, Patrang, Jember.

Sumber: Google Maps

Metode dan tahapan dalam program pemberdayaan kemitraan masyarakat dalam menyelesaikan permasalahan produk adalah sebagai berikut:

1. Observasi lapangan meliputi penetapan waktu pelaksanaan, koordinasi dengan mitra, penentuan sasaran dan target, dan pendataan produk.
2. Sosialisasi program dilakukan dengan topik-topik, diantaranya pengendalian mutu produk dan kemasan produk.

3. Selain itu juga dilakukan **pelatihan** dalam mendukung jalannya kegiatan yaitu pelatihan penerapan alat dan kemasan produk kepada mitra.
4. **Penerapan teknologi** dilakukan melalui tiga kegiatan yaitu penyaluran alat sangrai kopi, Pendampingan uji nilai gizi produk dan pendugaan masa simpan.
5. Evaluasi.

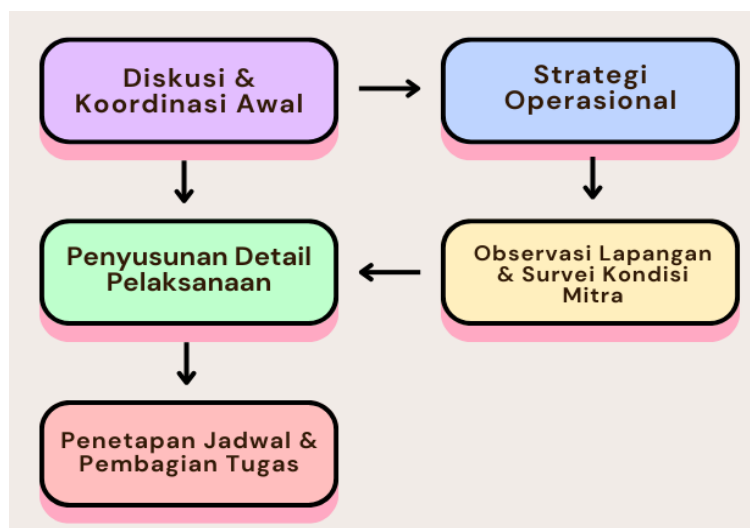
Berikut tahap perencanaan pada proses pemasaran produk antara lain:

1. Observasi platform dan konten media sosial yang memiliki minat tinggi dari konsumen
2. Koordinasi dengan mitra
3. Pelatihan pembuatan konten promosi produk
4. Pendampingan pemenuhan persyaratan platform pemasaran
5. Pendampingan analisis interaksi media sosial
6. Evaluasi

Partisipasi mitra dalam program pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi awal terkait kendala pengembangan usaha yang meliputi detail kondisi produk dan pelaksanaan pemasaran.
2. Aktif sebagai pihak yang didampingi selama proses pendampingan produk.
3. Aktif mengikuti sosialisasi dan pelatihan yang diberikan oleh tim PKM.
4. Aktif mengikuti evaluasi program yang dilaksanakan oleh tim PKM.
5. Berkomunikasi secara kontinu dengan tim PKM terkait keberlanjutan kerja sama untuk mengantisipasi jika terdapat kendala operasional atas hasil penerapan teknologi di masa mendatang.

Pelaksanaan evaluasi program dilaksanakan satu bulan sekali pada akhir bulan dan juga dilaksanakan evaluasi akhir program secara menyeluruh pada awal hingga akhir pelaksanaan program dengan menyertakan kuesioner yang melibatkan kelompok mitra. Keberlanjutan program dilakukan melalui komunikasi dan kesepakatan dengan mitra serta melakukan pemantauan jika terdapat kendala atas penerapan program yang telah dijalankan dan merumuskan solusi. Pemantauan dilakukan dengan durasi maksimal 1 tahun setelah program selesai.



Gambar 2. Flowchart Pelaksanaan PkM.

3. HASIL

Pelaksanaan program pemberdayaan kemitraan masyarakat ini telah mencapai beberapa kemajuan penting sesuai dengan target dan rencana yang telah ditetapkan. Adapun kegiatan pengabdian masyarakat dimulai dengan diskusi dan perencanaan koordinasi awal yang melibatkan mitra, tim pelaksana, dan pihak terkait untuk memastikan pemahaman bersama tentang tujuan dan langkah kerja. Pada tahap ini, disusun detail pelaksanaan meliputi penetapan jadwal, pembagian tugas, dan strategi agar seluruh proses program pemberdayaan kemitraan masyarakat di Rumah Kopi Banjarsengon berjalan efektif dan terkoordinasi dengan baik sebagai fondasi keberhasilan kegiatan.



Gambar 3. Diskusi dan Perencanaan PKM RKB 2025.

Observasi lapangan dilakukan melalui survei menyeluruh terhadap kondisi produk kopi, peralatan produksi, dan teknik pengemasan di Rumah Kopi Banjarsengon. Kegiatan ini juga mencakup pemetaan dan evaluasi strategi pemasaran konvensional dan digital untuk menilai efektivitas serta menentukan area perbaikan. Data akurat yang diperoleh menjadi dasar perencanaan tindak lanjut guna meningkatkan kualitas produk dan pemasaran secara menyeluruh.



Gambar 4. Observasi Lapangan Rumah Kopi Banjarsengon (RKB).

Pendampingan uji laboratorium dilakukan untuk menguji nilai gizi dan masa simpan kopi fermentasi mitra. Sampel produk diambil dan dianalisis untuk kandungan nutrisi seperti protein, lemak, karbohidrat, serta parameter keamanan pangan. Uji masa simpan memastikan daya tahan produk sebelum dipasarkan, menjamin mutu dan kepercayaan konsumen. Kegiatan ini penting untuk meningkatkan kualitas dan standar produk sesuai ketentuan.



Gambar 5. Uji laboratorium produk.

Pada pendampingan dan edukasi 17 Juli 2025 di Rumah Kopi Banjarsengon, kegiatan dibuka oleh Ketua Tim PKM dan dilanjutkan sambutan serta *pre-test* dari tim. Materi disampaikan oleh narasumber, seperti prinsip mutu dan keamanan produk kopi oleh Dr. Luh Putu Suciati dan Dr. Yunita Satya Pratiwi; peran kemasan dan informasi untuk kepercayaan konsumen oleh Dr. Moh. Adenan; serta promosi produk Ajinomoto oleh Agus Puji Setio. Abdul Muhsyi membahas strategi branding, konten kreatif, dan optimisasi pemasaran digital, sementara Dr. Erlambang Budi Darmanto mengupas peluang dan tantangan kopi Indonesia. Acara ditutup dengan sesi tanya jawab, *post-test*, dan penutupan oleh ketua tim PKM.



Gambar 6. Pendampingan dan edukasi kepada mitra Rumah Kopi Banjarsengon dan peserta oleh narasumber.



Gambar 7. Peserta mengerjakan *pre-test*.



Gambar 8. Peserta mengerjakan *post-test*.

Serah terima hibah mesin roasting kopi kapasitas 5 kg Program BIMA 2025 diadakan pada 2 Agustus 2025 di Rumah Kopi Banjarsengon, Jember, Jawa Timur. Acara dimulai dengan pembukaan oleh ketua tim PKM dan sambutan dari perwakilan Rumah Kopi Banjarsengon. Penyerahan simbolis mesin roasting dilakukan oleh ketua panitia PKM dan mitra RKB. Selanjutnya, acara diakhiri dengan penutupan, press release, wawancara media, foto bersama, dan ramah Tamah peserta.



Gambar 9. Serah terima hibah mesin roasting kopi kapasitas 5 kg program BIMA 2025.

Hasil kegiatan PKM BIMA 2025 di Rumah Kopi Banjarsengon (RKB) menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman peserta, di mana rata-rata nilai *pre-test* mencapai 75,53, sedangkan rata-rata nilai *post-test* meningkat menjadi 91,3, yang menggambarkan efektivitas program dalam meningkatkan kompetensi peserta.

Tabel 1. Hasil *Pre-test* dan *Post-test* Peserta.

No.	N	Nilai rata-rata
1. Pre-test	17	75,53
2. Post-test	17	91,3

Workshop peningkatan pemasaran kopi melalui digitalisasi bertujuan membekali peserta dengan keterampilan merancang dan mengelola kalender konten promosi digital yang terstruktur dan efektif. Peserta dibimbing langsung untuk memahami strategi perencanaan dan pembuatan konten yang beragam, meliputi foto produk kopi menarik, story media sosial untuk meningkatkan interaksi audiens, dan video pendek kreatif yang memperkenalkan keunikan

kopi di berbagai platform digital. Dengan kalender konten ini, peserta dapat menentukan jadwal dan tema posting secara konsisten, menyesuaikan dengan tren dan kebutuhan pasar, serta mengoptimalkan promosi agar kopi mampu bersaing di era digital. Kegiatan juga menyediakan ruang diskusi dan praktik penggunaan fitur teknologi media sosial, sehingga promosi berjalan terarah, berdampak, dan memperkuat citra brand kopi di masyarakat.



Tanggal	Tema	Detail Konten	Platform
01 Jan 2025	Pengenalan Produk	Penjelasan tentang manfaat kopi fermentasi untuk kesehatan.	Instagram
05 Jan 2025	Keunggulan Produk	Membandingkan kopi fermentasi dengan kopi biasa.	Facebook
10 Jan 2025	Keunggulan Produk	Menyebutkan bahwa kopi fermentasi memiliki rasa yang lebih kompleks.	Twitter
15 Jan 2025	Keunggulan Produk	Menyebutkan bahwa kopi fermentasi memiliki aroma yang lebih tajam.	LinkedIn
20 Jan 2025	Keunggulan Produk	Menyebutkan bahwa kopi fermentasi memiliki kandungan kafein yang lebih rendah.	YouTube
25 Jan 2025	Keunggulan Produk	Menyebutkan bahwa kopi fermentasi memiliki kandungan serat yang lebih tinggi.	Google+
30 Jan 2025	Keunggulan Produk	Menyebutkan bahwa kopi fermentasi memiliki kandungan lemak yang lebih tinggi.	Nextdoor
05 Feb 2025	Keunggulan Produk	Menyebutkan bahwa kopi fermentasi memiliki kandungan protein yang lebih tinggi.	Reddit
10 Feb 2025	Keunggulan Produk	Menyebutkan bahwa kopi fermentasi memiliki kandungan karbohidrat yang lebih tinggi.	Quora
15 Feb 2025	Keunggulan Produk	Menyebutkan bahwa kopi fermentasi memiliki kandungan vitamin yang lebih tinggi.	Stack Overflow
20 Feb 2025	Keunggulan Produk	Menyebutkan bahwa kopi fermentasi memiliki kandungan mineral yang lebih tinggi.	DeviantArt
25 Feb 2025	Keunggulan Produk	Menyebutkan bahwa kopi fermentasi memiliki kandungan lemak yang lebih tinggi.	500px
30 Feb 2025	Keunggulan Produk	Menyebutkan bahwa kopi fermentasi memiliki kandungan protein yang lebih tinggi.	DeviantArt
05 Mar 2025	Keunggulan Produk	Menyebutkan bahwa kopi fermentasi memiliki kandungan karbohidrat yang lebih tinggi.	DeviantArt
10 Mar 2025	Keunggulan Produk	Menyebutkan bahwa kopi fermentasi memiliki kandungan vitamin yang lebih tinggi.	DeviantArt
15 Mar 2025	Keunggulan Produk	Menyebutkan bahwa kopi fermentasi memiliki kandungan mineral yang lebih tinggi.	DeviantArt
20 Mar 2025	Keunggulan Produk	Menyebutkan bahwa kopi fermentasi memiliki kandungan lemak yang lebih tinggi.	DeviantArt
25 Mar 2025	Keunggulan Produk	Menyebutkan bahwa kopi fermentasi memiliki kandungan protein yang lebih tinggi.	DeviantArt
30 Mar 2025	Keunggulan Produk	Menyebutkan bahwa kopi fermentasi memiliki kandungan karbohidrat yang lebih tinggi.	DeviantArt

Gambar 10. Kalender Konten Promosi.

Penyerahan dan sosialisasi hasil uji laboratorium masa simpan dan komposisi produk kopi dilakukan secara resmi kepada mitra Rumah Kopi Banjarsengon. Dokumen hasil pengujian diserahkan langsung, diikuti sosialisasi untuk menjelaskan rincian hasil tersebut agar mitra memahami karakteristik produk dan dapat menggunakannya sebagai acuan dalam pengelolaan kualitas serta pemasaran kopi secara optimal.



Gambar 11. Serah terima hasil laboratorium masa simpan dan informasi gizi program BIMA 2025.

Penyusunan desain label produk kopi memperhatikan detail gizi, tanggal kadaluarsa, dan informasi penting lainnya yang wajib tercantum. Desain kemasan dibuat menarik secara visual untuk menarik konsumen, namun tetap jelas dan mudah dipahami agar konsumen mengerti karakteristik dan keamanan produk. Pendekatan ini mendukung citra profesional produk sekaligus memenuhi regulasi dan kebutuhan pemasaran.

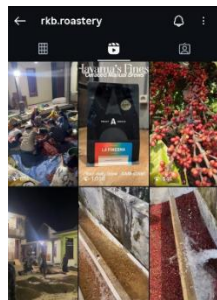
INFORMASI PRODUK	INFORMASI NILAI GIZI										
KOMPOSISI: 100% Biji Kopi Arabika	Takaran saji: 18 gram										
BERAT BERSIH: 250 gram											
	<table> <tr> <th></th><th>Total</th></tr> <tr> <td>Karbohidrat (Kj)</td><td>24.55</td></tr> <tr> <td>Protein (%)</td><td>14.28</td></tr> <tr> <td>Lemak (%)</td><td>9.51</td></tr> <tr> <td>Asam lemak (Hjg)</td><td>21.15</td></tr> </table>		Total	Karbohidrat (Kj)	24.55	Protein (%)	14.28	Lemak (%)	9.51	Asam lemak (Hjg)	21.15
	Total										
Karbohidrat (Kj)	24.55										
Protein (%)	14.28										
Lemak (%)	9.51										
Asam lemak (Hjg)	21.15										
Batas Tegangan Selatam (100-120V)											
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100											

Gambar 12. Desain label kemasan masa simpan dan informasi nilai gizi.



Gambar 13. Label masa simpan dan informasi nilai gizi sudah tercantum pada kemasan produk.

Interaksi konten media sosial meningkat dengan bertambahnya like, komentar, dan viewers, menunjukkan respons positif dan keterlibatan audiens yang lebih aktif. Peningkatan engagement ini memperkuat hubungan akun dengan pengikut serta mendukung perluasan jangkauan dan efektivitas pemasaran digital.



Gambar 15. Jumlah viewers dan like di sosial media instagram **sebelum** adanya program.



Gambar 16. Jumlah viewers dan like di sosial media instagram **sesudah** adanya program.

Hasil survei kepuasan konsumen terhadap produk kopi yang mencapai nilai ≥ 80 dari 100 menunjukkan mayoritas konsumen sangat puas dengan kualitas, rasa, dan pelayanan produk. Survei ini menjadi indikator keberhasilan program PKM, sekaligus dasar evaluasi dan perbaikan berkelanjutan agar produk terus memenuhi standar mutu dan preferensi pasar. Tingkat kepuasan ini juga memperkuat posisi produk di pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen secara keseluruhan.

Tabel 2. Hasil Survei Kepuasan Konsumen.

Bulan	Survei Kepuasan Konsumen
Mei 2025	80/100
Desember 2025	97/100

4. DISKUSI

Diskusi Hasil Pengabdian

Program menghasilkan peningkatan kapasitas produksi dari mesin roasting 2 kg menjadi 5 kg per proses, penambahan label kemasan dengan nilai gizi dan masa simpan, serta peningkatan pengetahuan mitra dari skor pre-test 75,53 menjadi post-test 91,3. Engagement media sosial naik signifikan dengan lebih banyak like, komentar, dan viewers, sementara kepuasan konsumen melonjak dari 80/100 menjadi 97/100. Temuan ini menunjukkan keberhasilan transfer teknologi SIAF (Self Induced Anaerobic Fermentation) dan strategi digital marketing.

Diskusi Teoritik Temuan

Temuan sejalan dengan teori pemberdayaan masyarakat Kindervatter (1979) yang menekankan pendekatan need-oriented, endogenous, dan self-reliance, di mana pengabdian memenuhi kebutuhan mitra melalui pelatihan fermentasi dan roasting untuk kemandirian berkelanjutan. Proses SIAF menghasilkan profil rasa kompleks melalui fermentasi anaerobik alami, yang mendukung temuan peningkatan kualitas produk RKB, sebagaimana dibahas dalam studi Pereira et al. tentang diversitas mikrobial dan senyawa aromatik. Pemasaran digital efektif meningkatkan engagement milenial, mirip kasus Kopi Tuku yang sukses via branding emosional dan konten terstruktur di era digital.

Proses Perubahan Sosial

Mulai dari observasi eksisting (kapasitas rendah, pemasaran minim), melalui sosialisasi keamanan pangan, pelatihan konten digital, dan hibah mesin, hingga evaluasi akhir yang capai mandiri berkelanjutan. Perubahan sosial terlihat pada peningkatan ekonomi lokal (penjualan e-commerce naik, inspirasi UMKM lain) dan gotong royong via MBKM mahasiswa, selaras teori transformasi ekonomi lokal oleh Tulus T.H. Tambunan (2001) yang integrasikan partisipasi dan teknologi untuk kesejahteraan berkelanjutan. Literatur pengabdian kopi seperti Irfani et al. perkuat bahwa pendampingan digital tingkatan daya saing UMKM.

Indikator	Sebelum Pengabdian	Sesudah Pengabdian	<i>Literature Review</i>
Kapasitas produksi	2 kg/ proses	5 kg/ proses	Inovasi Hard (Manurung et al, 2020)
Pengetahuan mitra	75,53 (pre-test)	91,3 (post-test)	Pemberdayaan skill (Nursetiawan, 2024)
Kepuasan konsumen	80/100	97/100	Branding digital (Alainashani, 2025)
Engagement sosial media	<50 interaksi	Like dan viewers naik	Strategi konten (Zaini et al, 2024)

5. KESIMPULAN

Program pemberdayaan kemitraan masyarakat Rumah Kopi Banjarsengon telah berhasil meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi kopi fermentasi arabika melalui penerapan mesin sangrai modern dengan kapasitas lebih besar, serta pengawasan ketat terhadap standar keamanan pangan. Produk kopi fermentasi kini dilengkapi dengan informasi nilai gizi dan masa simpan yang disampaikan melalui kemasan yang menarik dan informatif, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen. Pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan dalam proses fermentasi, keamanan pangan, serta strategi pemasaran digital memberikan kontribusi positif dalam peningkatan kapasitas sumber daya manusia mitra. Pemasaran digital yang terencana dengan baik berhasil meningkatkan engagement, penjualan, dan kepuasan konsumen. Publikasi ilmiah dan media edukasi turut menjadi media penting bagi penyebaran pengetahuan dan inspirasi di masyarakat luas.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam mensukseskan Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) BIMA 2025 bertajuk "Peningkatan Produktivitas dan Pemasaran Produk Fermented Arabica Coffee di Rumah Kopi Banjarsengon, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember". Khusus disampaikan kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi atas dana hibahnya; tim pengabdian Universitas Terbuka Surabaya yang dipimpin Dr. Erlambang Budi Darmanto, S.T., M.M. (NIDN

0713127201) beserta Dr. Suparti, M.Pd. (NIDN 0015066104), Dr. Ir. Dwi Putranto Riau, M.T. (NIDN 0004066511), Indah Fitria (NIM 043483381), dan Galang Cahya Utama (NIM 044778429) atas dedikasi dalam koordinasi, pelatihan fermentasi SIAF, uji laboratorium nilai gizi-masa simpan, penyaluran mesin roasting 5 kg, serta strategi pemasaran digital yang meningkatkan engagement dan kepuasan konsumen dari skor 80/100 menjadi 97/100; mitra Rumah Kopi Banjarsengon (Jl. Sriti No. 138, dipimpin Shidqi Muchtar) atas partisipasi aktifnya; narasumber eksternal seperti Dr. Luh Putu Suciati, Dr. Yunita Satya Pratiwi, Dr. Moh. Adenan, Abdul Muhsyi, dan Agus Puji Setio pada sosialisasi 17 Juli 2025; Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UT Surabaya termasuk Prof. Dra. Dewi Artati Padmo Putri, M.A., Ph.D.; serta masyarakat Kelurahan Banjarsengon yang mendukung keberlanjutan program hingga menghasilkan luaran publikasi Jurnal Engagement, berita Radar Jember, video YouTube LPPM UT, dan poster promosi untuk daya saing usaha kopi lokal.

DAFTAR REFERENSI

- Afriansyah, D., Zainuri, Z., Nofrida, R., Utama, Q. D., Anggraini, I. M. D., Pertiwi, M. G. P., ... & Kirtiyan, N. K. A. A. (2024). Peningkatan Daya Saing UMKM Kopi di Desa Pakuan Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat Melalui Pelatihan Pengemasan Produk Berkualitas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, 4(6).
- Alainashani, Z., Syifa, T., Ma'arif, S., & Wijayanti, T. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Produksi Kopi sebagai Alternatif Usaha bagi UMKM di Kecamatan Sukorejo Kabupaten Kendal. *Advances In Education Journal*, 2(2), 510-518.
- Andayani, O., & Agustini, S. (2019). Penentuan masa simpan kopi bubuk dalam kemasan aluminium laminated polyetilen (ALP) dan poly etilen ptalat (PET). *Jurnal Dinamika Penelitian Industri*, 30(2), 148-153. <https://doi.org/10.28959/jdpi.v30i2.5645>
- Asfari, U., Muhandhis, I., & Kholik, I. (2021, December). Inovasi kinerja produksi kopi untuk meningkatkan keuntungan melalui kegiatan pengabdian masyarakat ke ukm kopi arabica tradisional. In *Seminar Nasional dan Call For Paper 2023* dengan tema" Penguatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Menuju Indonesia Emas 2045" PSGESI LPPM UWP (Vol. 8, No. 1, pp. 7-12). <https://doi.org/10.38156/gesi.v8i1.21>
- Bator, R. J., Bryan, A. D., & Schultz, P. W. (2011). Who Gives a Hoot?: Intercept Surveys of Litterers and Disposers. *Environment and Behavior*, 43(3), 295-315. <https://doi.org/10.1177/0013916509356884>.
<https://doi.org/10.1177/0013916509356884>
- Darmanto, E. B. (2024). Competitiveness of Indonesian Coffee Commodities in Global Market. *Proceedings of the Multidisciplinary Research Community*, 1(1), 231-237.

- Darmanto, E. B., & Riau, D. P. (2023, November). Determinants of Coffee Commodity Exports as An Effort of Post-Pandemic Economic Recovery COVID-19 in Indonesia. In *Proceeding of The International Seminar on Business, Economics, Social Science and Technology (ISBEST)* (Vol. 3, No. 1). <https://doi.org/10.33830/isbest.v3i1.1322>
- Darmanto, E. B., Pratiwi, Y. S., (2023). Mapping Service Performance and Communication Patterns in the Networked Coffee Shop Community in Jember Regency. *Aloha International Journal of Multidisciplinary Advancement Volume 5 Nomor 1 tahun 2022*.
- Darmanto, E. B., Suhartono, S., Pratiwi, Y. S., & Adenan, M. (2024). Determinant of Indonesian commodity coffee export in the era of covid-19 pandemic. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 1051-1060. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i1.5145>
- Dinnullah, R. N. I., Dany'el Irawan, N., Nurdin, S., & Susilo, D. A. (2022). Peningkatan Produktivitas Petani Kopi Melalui Sekolah Lapang Kopi dan Workshop Packing Process Berbasis Pemberdayaan Masyarakat. *JPKMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia)*, 3(1), 38-46. <https://doi.org/10.36596/jpkmi.v3i1.222>
- Ekowati, M. A. S. (2024). Sosialisasi Tentang Pemberdayaan Masyarakat Desa Berbudaya Dalam Meningkatkan Pembelajaran Menuju Desa Unggul (Studi Kasus Desa Gedangsasri, Kab Gunung Kidul). *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 2(6), 162-177. <https://doi.org/10.61722/japm.v2i6.2836>
- Hidayati, S.N. (2016). Pengaruh Pendekatan Keras dan Lunak Pemimpin Organisasi terhadap Kepuasan Kerja dan Potensi Mogok Kerja Karyawan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(2), 57-66. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i2.164>. <https://doi.org/10.30588/jmp.v5i2.164>
- Irfani, M. I. M., & Siswanto, S. (2024). Peningkatan Pemasaran UMKM Kopi melalui Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing. *Kifah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 159-170. <https://doi.org/10.35878/kifah.v3i2.1202>
- Iswahyono. (2025). Pengolahan Kopi. *Scribd*, 1-12.
- Kindervatter, S. (1979). Nonformal education as an empowering process with case studies from Indonesia and Thailand.
- Kusuma, F. I., Mindarta, E. K., Irawan, D., Purwanti, A. K. D., & Loppies, A. A. S. (2022). Penerapan Mesin Roasting Raw Green Coffee Beans untuk Meningkatkan Kematangan Menyeluruh Kopi Ijo Waris, Tulungagung. *Prosiding Hapemas*, 3(1), 295-299.
- Manurung, R., Nugroho, O. I. A., & Apriliyanto, E. (2020). Pelatihan Penggunaan Mesin Roasting Modern dalam Pengelolaan Kopi Arabika pada Kelompok Swadaya Masyarakat Galuh Lestari. *Jurnal Abdidas*, 1(5), 471-477. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v1i5.102>
- Muzayyin, A., Fatiyah, F., Muharromah, F., & Jannah, S. (2024). Strategi Pengembangan Produksi Kopi Robusta di Perumda Perkebunan Kahyangan Jember. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(3), 368-373. <https://doi.org/10.47134/agri.v3i1.2638>

- Nursetiawan, I., Yuliani, D., Prabowo, F. H. E., Maharani, R., Sevianny, D. K., & Nugraha, F. S. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Inovasi Produk Turunan Kopi Berbasis Ekonomi Hijau Di Desa Sukamaju. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 4(3), 1169-1178. <https://doi.org/10.53769/jai.v4i3.944>
- Pamungkas, M. T., & Masrukan, M. (2021). Pengaruh Suhu dan Lama Penyangraian (Roasting) Terhadap Sifat Fisik dan Kimia pada Seduhan Kopi Arabika (Coffea Arabica L.) dari Kabupaten Gayo, Provinsi Aceh. *Agrotech: Jurnal Ilmiah Teknologi Pertanian*, 3(2), 1-10. <https://doi.org/10.37631/agrotech.v3i2.278>
- Ramayasa, I. P., & Purnama, I. G. A. V. (2019). Usaha Peningkatan Ekonomi Pada Industri Rumah Tangga 'Paras Putra Jaya' Melalui Bantuan Program Kemitraan Masyarakat. *KACANEGARA J. Pengabd. pada Masy.*, 3(1), 1-12. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v3i1.534>
- Risdwiyanto, A. & Kurniyati, Y. (2015). Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Sleman Yogyakarta Berbasis Rangsangan Pemasaran. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(1), 1-23. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i1.142>. <https://doi.org/10.30588/jmp.v5i1.142>
- Saolan, S. (2021). Pengaruh Jenis Kemasan dan Lama Waktu Penyimpanan Terhadap Mutu Bubuk Kopi Robusta (Coffea Robusta) (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Sutopo, W., Fahma, F., Zakaria, R., Hisjam, M., Priyandari, Y., Rochani, R., & Yuniaristanto, Y. (2023). Program Kemitraan Masyarakat (PKM) untuk Mendukung Pemenuhan Persyaratan SNI 01-2907-2008 bagi Kelompok Tani Kopi Prohutani Kalisoro Tawangmangu Kabupaten Karanganyar. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)*, 12(1), 33-40. <https://doi.org/10.20961/semar.v12i1.64417>
- Syarif, A. P., & Rinuastuti, B. H. (2025). Pengaruh Kemasan, Kualitas Produk, dan Label Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Telapen di Desa Karang Sideman Kecamatan Batukliang Utara Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal Riset Pemasaran*, 4(2), 51-62.
- Winarno, R. A. (2025). Optimalisasi Produktivitas dan Kualitas Biji Kopi untuk Meningkatkan Pendapatan Petani Kopi. *Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbanan*, 13(01).
- Zaini, M. E., Daulay, M. S., Husna, H., & Kuntari, W. (2024). Tinjauan Literatur Tentang Perubahan Saluran Pemasaran Kopi: Tantangan dan Peluang di Era Digital. *JURNAL ILMIAH NUSANTARA*, 1(4), 277-289.