

**PEMBERDAYAAN KTH BETARA BERSATU MELALUI DIVERSIFIKASI PRODUK
OLAHAN KOPI SEBAGAI PENGEMBANGAN HILIRISASI PERTANIAN DI DESA
BENTENGE KECAMATAN MALLAWA KABUPATEN MAROS**

**Arifin¹, Azisah^{2*}, Syamsul Bakhtiar Ass³, Mohammad Anwar Sadat⁴, Abd Asis⁵,
Asriyani⁶**

¹⁻⁶Universitas Muslim Maros

Email Korespondensi: 42154h@umma.ac.id

Disubmit: 19 September 2025

Diterima: 12 Oktober 2025

Diterbitkan: 01 November 2025

Doi: <https://doi.org/10.33024/jkpm.v8i11.22742>

ABSTRAK

KTH Betara Bersatu adalah kelompok tani hutan di Desa Bentenge yang mengoptimalkan potensi kopi. Sampai saat ini, mereka hanya memproduksi kopi bubuk tanpa diversifikasi olahan kopi. Padahal, pengembangan produk turunan dengan nilai tambah tinggi berpotensi membuka alternatif penghasilan dan meningkatkan kesejahteraan anggota kelompok. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini yaitu peningkatan pemanfaatan sumberdaya lokal, meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya Hilirisasi tanaman kopi dengan diversifikasi produk yaitu selai kopi untuk Meningkatkan nilai tambah komoditi kopi, peningkatan kesadaran masyarakat tentang pemanfaatan sumberdaya daya lokal. Tahapan metode kegiatan pengabdian yaitu: 1) Sosialisasi; 2) Pelatihan; 3) Penerapan Teknologi; 4) Pendampingan dan evaluasi; 5) Keberlanjutan program. Terdapat 3 pelatihan yang dilaksanakan dalam kegiatan PKM ini yaitu pelatihan pengolahan produk selai kopi, pelatihan kemasan dan label produk serta pelatihan digital marketing. Hasil Pre dan post test kepada peserta menunjukkan bahwa peserta meningkat pengetahuan serta keterampilannya terkait dengan cara pengolahan selai kopi, mengenai pengemasan dan label produk serta digital marketing setelah mengikuti pelatihan. Anggota KTH Betara Bersatu memahami dan menguasai cara mengolah selai kopi, memahami dan menguasai tentang kemasan dan pelabelan dan tentang digital marketing dan puas terhadap materi yang diberikan.

Kata Kunci: Diversifikasi, Produk, Kopi

ABSTRACT

KTH Betara Bersatu is a forest farmer group in Bentenge Village that optimizes the potential of coffee. Until now, they only produce ground coffee without diversification of coffee processing. In fact, the development of derivative products with high added value has the potential to open up alternative income and improve the welfare of group members. The objectives of this community service activity are to increase the utilization of local resources, increase public awareness of the importance of coffee plant downstreaming with product diversification, namely coffee jam to increase the added value of coffee commodities, increase public awareness about the utilization of local resources.

The stages of the community service activity method are: 1) Socialization; 2) Training; 3) Technology Application; 4) Mentoring and evaluation; 5) Sustainability of the program. There are 3 trainings carried out in this PKM activity, namely coffee jam product processing training, product packaging and labeling training and digital marketing training. The results of the Pre and post tests for participants showed that participants increased their knowledge and skills related to coffee jam processing, product packaging and labeling and digital marketing after participating in the training. Members of KTH Betara Bersatu understand and master how to process coffee jam, understand and master packaging and labeling, and digital marketing, and are satisfied with the material provided.

Keywords: *Diversification, Products, Coffee*

1. PENDAHULUAN

Kopi adalah salah satu komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan memiliki peran yang penting dalam perdagangan dunia. Sebagai minuman yang sangat digemari, kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat global serta memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian, baik di tingkat petani, nasional, maupun internasional (ICO (International Coffee Organization), 2023). Kopi merupakan salah satu komoditas utama dengan nilai ekspor tertinggi bagi negara Indonesia (Sulistiyo Dhika Dhika, 2023)

Selain sebagai komoditas ekspor, kopi memiliki peranan sosial dan budaya. Minum kopi adalah tradisi yang telah mengakar dalam kehidupan masyarakat, tidak hanya sebagai pelepas dahaga, tetapi juga sebagai media interaksi sosial. Di sisi lain, perkembangan industri hilir kopi seperti kedai kopi modern turut mendorong peningkatan konsumsi domestik (Lestari Baso & Anindita, 2018) dan kopi adalah minuman kedua paling banyak dikonsumsi dan diekspor di dunia setelah minyak, serta menjadi penggerak utama dalam rantai nilai global, menciptakan peluang ekonomi yang luas di setiap level rantai pasoknya (Vargas-Hernández & Valle Ruiz, 2021)

Seiring dengan meningkatnya tren konsumsi kopi, pengembangan diversifikasi olahan kopi menjadi strategi yang penting untuk memperluas pasar dan menarik lebih banyak konsumen. Tidak hanya dalam bentuk minuman, kopi juga dapat diolah menjadi berbagai produk seperti makanan, kosmetik, hingga bahan tambahan dalam industri farmasi. Diversifikasi ini tidak hanya memberikan nilai ekonomi lebih bagi petani dan pelaku usaha, tetapi juga meningkatkan daya serap pasar terhadap kopi dalam berbagai bentuk. Diversifikasi ini tidak hanya membuka peluang usaha baru, tetapi juga mendorong pertumbuhan industri kreatif berbasis kopi yang mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah lebih besar dan tentunya untuk pengembangan UMKM (Annisaa' Auliyaa Larasati, 2024). Selain itu, pengembangan hilirisasi kopi juga berperan dalam meningkatkan daya saing produk kopi lokal di pasar domestik maupun internasional. Dengan adanya inovasi dan peningkatan kualitas produk, kopi Indonesia dapat lebih mudah menembus pasar global, meningkatkan ekspor, serta memperkuat citra Indonesia sebagai salah satu produsen kopi berkualitas tinggi di dunia.

Pengembangan hilirisasi kopi merupakan langkah strategis untuk meningkatkan nilai tambah dan mengoptimalkan pemanfaatan potensi kopi.

Dengan melibatkan berbagai tahap pengolahan dan diversifikasi produk, hilirisasi kopi dapat menciptakan peluang ekonomi yang tentunya berkelanjutan.

Sulawesi Selatan merupakan salah satu sentra pengembangan jenis kopi arabika dan robusta, pengembangan komoditas kopi di Sulawesi Selatan cukup menyebar pada tiap-tiap kabupaten. Kopi robusta merupakan salah satu hasil tanaman perkebunan yang cukup banyak dibudidayakan di Sulawesi Selatan setelah kopi arabika (Kahpi, 2017)

Berdasarkan pada penelitian yang pernah dilakukan oleh anggota tim PKM (Azisah dkk) menjelaskan bahwa Desa Bentenge merupakan salah satu sentra penanaman kopi di Kecamatan Mallawa Maros. Terdapat sekitar 30 Ha kebun kopi yang mayoritas robusta di Desa Bentenge. Menurut petani di Desa Bentenge, penanaman kopi telah lama dilakukan (lebih dari 20 tahun) dengan menanam lahan di sekitar pemukiman yang pengelolaannya masih sangat tradisional. Pembudidayaan kopi yang lebih luas pada perkebunan warga baru dilakukan pada tahun 1990an namun produktifitasnya belum maksimal (kurang dari 1 ton/ha) (Haerul et al., 2022)

Kecamatan Mallawa merupakan wilayah dengan produksi kopi terbesar di Kabupaten Maros. Kopi yang dihasilkan dari wilayah ini dikenal memiliki kualitas yang baik. Salah satu kelompok yang aktif dalam kegiatan produksi dan pengolahan kopi di Kecamatan Mallawa adalah Kelompok Tani Hutan (KTH) Betara Bersatu. Kelompok ini dibentuk sebagai wadah bagi masyarakat desa untuk mengembangkan potensi kopi serta mengolah hasil panen secara lebih optimal dan berkelanjutan.. Dalam setiap perkembangan usaha, para pelaku industri dituntut untuk terus berinovasi dan bekerja keras, khususnya dalam proses pengolahan kopi. Untuk menghasilkan produk kopi yang berkualitas, dibutuhkan serangkaian tahapan yang cukup panjang, mulai dari penyortiran, pengeringan, penyangraian, penggilingan, hingga pengemasan dan pemasaran. Proses yang dijalankan secara optimal akan memberikan nilai tambah pada produk akhir. Selain meningkatkan kualitas, nilai tambah tersebut juga dapat memperluas jangkauan pasar secara signifikan (Marhawati & Nurjannah, 2024)

2. MASALAH DAN RUMUSAN PERTANYAAN

Permasalahan yang dihadapi KTH Betara Bersatu di Desa Bentenge adalah produk olahan turunan berbasis komoditas kopi yang masih terbatas, belum memiliki diversifikasi, dan hasil pascapanen hanya berupa kopi bubuk. Produk memang telah dikemas menggunakan standing pouch, namun kualitas kemasan belum maksimal, termasuk informasi pada label yang belum lengkap serta belum adanya nomor PIRT untuk setiap item produk yang berbeda. Selain itu, strategi pemasaran juga masih terkendala, di mana penjualan lebih dominan dilakukan secara offline, pemanfaatan media online sudah mulai dilakukan tetapi belum optimal.

Rumusan Pertanyaan dalam Pengabdian Masyarakat di KTH Betara Bersatu adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana cara meningkatkan pengetahuan dan keterampilan KTH Betara Bersatu mengenai mengolah selai kopi sebagai diversifikasi produk dari kopi?

- b. Bagaimana cara meningkatkan pengetahuan dan keterampilan KTH Betara Bersatu mengenai pengemasan dan pelabelan yang baik dan menarik agar konsumen tertarik?
- c. Bagaimana cara meningkatkan pengetahuan dan keterampilan KTH Betara Bersatu mengenai pemasaran digital?

Adapun peta/map lokasi kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilakukan adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Peta/Map Lokasi Kegiatan

3. KAJIAN PUSTAKA

Landasan Teori dan Konsep

Diversifikasi olahan masuk dalam lingkup Kegiatan agroindustri yang merupakan bagian integral dari pembangunan sektor pertanian. Efek agroindustri mampu mentransformasikan produk primer ke produk olahan, sekaligus budaya kerja bernilai tambah rendah menjadi budaya kerja industrial modern yang menciptakan nilai tambah tinggi (Simin, 2014)

Diversifikasi produk adalah upaya yang dilakukan pengusaha/produsen/ perusahaan untuk mengusahakan atau memasarkan beberapa produk yang sejenis dengan produk yang sudah dipasarkan sebelumnya. Salah satu alasan penggunaan strategi diversifikasi bagi produk pisang adalah meningkatkan daya saing dan nilai jual produk olahan dari pisang di pasaran yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat (Paramita & Zulaidah, 2021)

Pelatihan kemasan juga tidak kalah pentingnya karena kemasan yang menarik tentunya akan menarik bagi konsumen, ada[un pengertian kemasan secara umum adalah bagian terluar yang membungkus produk dengan tujuan untuk melindungi produk dari cuaca, guncangan dan benturan-benturan dengan benda lain (Sucipta et al., 2017). Menurut (Syukri, 2011) pengertian pengemasan dapat diberikan tiga batasan yaitu :

- 1) Suatu alat yang dipakai untuk memastikan penyampaian produk ke konsumen akhir dalam kondisi yang dapat diterima dan dengan biaya yang optimal.
- 2) Suatu sistem yang terkoordinasi dalam kegiatan penyiapan produk sehingga produk layak untuk ditransportasikan, didistribusikan, disimpan, dijual eceran, dan disampaikan kepada pengguna akhir.
- 3) Suatu fungsi teknokomersial yang ditujukan untuk mengoptimalkan biaya *delivery* serta memaksimalkan penjualan dan keuntungan.

Menurut (Ummaya Santi, 2015), Kemasan agar menarik harus dirancang dan dibuat sebaik mungkin, dalam merancang atau merencanakan pembuatan suatu kemasan sebaiknya kita memperhatikan hal-hal seperti berikut ini:

- 1) Kesesuaian antara produk dengan bahan pengemasnya. Maksudnya adalah dalam menentukan bahan pengemas kita harus mempertimbangkan produk yang kita miliki. Jika produk kita berbentuk cairan seperti jus atau sirup, kita bisa memilih bahan pengemas seperti botol atau gelas plastik. Jika produk kita berupa makanan kering seperti keripik, kerupuk, atau yang lainnya kita bisa menggunakan plastik transparan dan lain sebagainya. Plastik dapat digunakan sebagai kemasan primer sekaligus dengan labelnya, juga bisa dimasukkan kedalam kemasan lain seperti dus kertas sebagai kemasan sekunder.
- 2) Ukuran Kemasan dan ketebalan bahan kemasan. Ukuran kemasan berkaitan dengan banyak sedikitnya isi yang diinginkan, sedangkan ketebalan berkaitan dengan keawetan dari produk yang ada didalamnya. Jika produknya sangat ringan seperti kerupuk sebaiknya kemasan dibuat dalam ukuran relatif besar.
- 3) Bentuk kemasan. Agar kemasan menarik bentuk pengemas bisa dirancang dalam bentuk yang unik tergantung dari kreativitas perancangannya. Misalnya kemasan dus kertas bisa di buat seperti tabung, kubus, balok, trapesium atau bentuk-bentuk lainnya.

Beberapa ahli berpendapat bahwa sebuah desain produk yang baik akan meningkatkan pendapatan dua sampai tiga kali lipat pada satu waktu, karena dengan desain produk yang baik akan mempengaruhi terhadap higienitas produk sehingga berdampak pada kepuasan konsumen. Dalam menciptakan sebuah desain makanan yang diproduksi akan terjadi proses yang sangat panjang. Oleh karena itu hasil dari desain untuk makanan yang diproduksi merupakan sebuah hal yang paling penting (Syamsuardi et al., 2021)

Tampilan kemasan pada produk memberikan pengaruh dimata orang yang melihatnya, karena hal itu dapat menarik konsumen mendapatkan informasi dari produk dalam memberikan citra tersendiri (Apriyanti, 2018). Maka dari itu kami menggunakan plastik kemasan jenis standing pouch berwarna silver, untuk mempermudah dalam penggunaan warna maupun samplanya. Warna ini diambil karna menarik untuk dipandang dan mempermudah dalam melihat suatu kemasan. Suatu produk juga membutuhkan penggunaan brand sebagai penopang akan pentingnya kemasan agar mempermudah konsumen untuk mengetahui produk yang di pasarkan, begitupun dari segi itu sendiri tak lupa juga memberikan tanda yaitu berupa logo sebagai suatu sarana dimana sebagai daya tarik konsumen begitupun dari segi filosofi maupun pemaknaannya itu sendiri (Ramadhyanti, 2019). Sebagai suatu spirit warga tampilan kemasan suatu produk memberikan pengaruh dimata konsumen, karena melalui melalui pemaknaan sangatlah penting untuk mengetahui suatu proses baik itu melalui tulisan informasi yang tertera maupun dari tampilan suatu kemasan yang memberikan citra atau kesan tersendiri dimata konsumen sehingga dapat memutuskan untuk membeli atau tidaknya suatu produk (Apriyanti, 2018).

Kemasan dan pelabelan keduanya memiliki peran yang sama penting. Label sendiri menjadi salah satu faktor utama yang menentukan kekuatan

branding produk, terutama di tengah persaingan global saat ini (Lusianingrum et al., 2021) melalui label pada kemasan produsen dapat memberikan informasi mengenai kualitas, brand, kode produksi, legalitas, petunjuk penggunaan atau penyajian. Menurut (Nana Sucihati et al., 2021), label (labeling) merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya. Dengan adanya label, suatu produk memiliki nama sehingga mudah dikenal oleh masyarakat dan dengan adanya kemasan yang lebih modern dan menarik dapat meningkatkan penjualan dalam suatu produk. Hal itu dikarenakan lima detik pandangan pertama sangat menentukan pilihan para konsumen sehingga penampilan sangatlah penting artinya bagi konsumen di pasaran (Sucihati, dkk, 2021). Dengan adanya sosialisasi labeling yang kami lakukan kami berharap hal ini akan membuat produk-produk UMKM lebih mudah dipasarkan baik secara langsung maupun online dan mudah dikenali serta mempermudah jikalau pemilik produk ingin mendaftarkan produk mereka ke bpom nantinya.

Teori dan konsep rencana program

Pemberdayaan masyarakat adalah mempersiapkan sumberdaya, kesempatan, pengetahuan dan keahlian bagi masyarakat untuk meningkatkan kapasitas diri serta berpartisipasi dan mempengaruhi kehidupan dalam komunitas masyarakat itu sendiri (Yasin, 2015). Pemberdayaan melalui pelatihan pembuatan produk olahan dari pisang berupa keripik stik pisang dan keripik gedebog/batang pisang dan pelatihan kemasan dan label produk merupakan pelatihan yang diberikan kepada KWT Cahaya Tani Lappo Ase desa Lappo Ase Kecamatan Awangpone Kabupaten Bone, pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Cahaya Tani Lappo Ase. Rencana tahap berikutnya adalah pendampingan secara berkelanjutan melalui MoU.

Signifikansi dan Kontibusi

Kontribusi yang diberikan dalam kegiatan ini berupa pelatihan pengolahan produk yang dirancang untuk meningkatkan pengetahuan sekaligus keterampilan para anggota kelompok tani, khususnya dalam hal diversifikasi produk agar tidak hanya terfokus pada satu jenis olahan saja. Selain itu, diberikan pula pelatihan mengenai teknik pengemasan dan pelabelan produk, dengan tujuan agar anggota mampu memahami pentingnya kemasan yang menarik dan label yang informatif sebagai strategi dalam menarik minat konsumen. Melalui rangkaian pelatihan tersebut, diharapkan para anggota Kelompok Tani Hutan (KTH) tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga dapat mengaplikasikannya dalam usaha mereka, sehingga secara bertahap mampu memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi para anggota.

4. METODE

a. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini menggunakan kombinasi metode ceramah serta tanya jawab atau diskusi interaktif. Pada tahap awal, seluruh peserta dikumpulkan dalam satu ruangan agar tercipta

suasana pembelajaran yang kondusif dan terarah. Para narasumber kemudian menyampaikan materi terkait diversifikasi produk berbasis kopi, termasuk berbagai peluang inovasi yang dapat dikembangkan. Selain itu, materi juga mencakup aspek teknis mengenai pengemasan dan pelabelan produk yang dinilai penting untuk meningkatkan nilai jual serta daya saing di pasar. Setelah penyampaian materi, peserta diberikan kesempatan seluas-luasnya untuk mengajukan pertanyaan, menyampaikan pengalaman, maupun mendiskusikan permasalahan yang mereka hadapi dalam praktik pengolahan produk. Melalui mekanisme tanya jawab dan diskusi ini, diharapkan terjadi proses transfer pengetahuan dua arah sehingga peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga memperoleh solusi praktis yang relevan dengan kebutuhan usaha mereka.

b. Jumlah peserta PKM

Jumlah Peserta kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan di Desa Bentenge Kecamatan Mallawa Kabupaten Maros adalah anggota Kelompok Tani Hutan(KTH) Betara Bersatu yang berjumlah 25 orang, ditambah dengan pendamping dari TN Babul.

c. Langkah-langkah/ tahapan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Tahapan kegiatan ini terbagi pada 5 (lima) tahap:

1) Sosialisasi

Sosialisasi kegiatan pengabdian masyarakat merupakan langkah penting untuk memastikan partisipasi dan pemahaman yang baik dari semua pihak yang terlibat, dalam hal ini adalah Kelompok Tani Hutan (KTH) Betara Bersatu Desa bentenge Kecamatan Mallawa Kabupaten Maros

Secara lengkap, detail sosialisasi terkait dengan: melakukan koordinasi dan sinkronisasi jadwal dan tempat pelatihan serta pemantapan materi pelatihan dan pendampingan. Koordinasi jadwal dan tempat pelatihan ini mempunyai tujuan agar tim pengabdian dan mitra bisa hadir dan tidak berbenturan dengan kegiatan yang lain. Sedangkan sinkronisasi dan pemantapan materi pelatihan disusun didasarkan atas analisis kebutuhan mitra yang dilaksanakan melalui diskusi dengan mitra. Dengan adanya sinkronisasi, maka kondisi dan kebutuhan mitra yang sebenarnya dapat diketahui. Dengan demikian materi pelatihan akan sesuai dengan kondisi yang ada dan pelatihan bisa berjalan efektif dan juga tentunya lebih efisien.

2) Pelatihan

Mitra produktif secara ekonomi, maka metode tahapan pelaksanaan kegiatan terkait dengan permasalahan produksi dan pemasaran yaitu :

- a) Mengadakan pelatihan dan Pendampingan Pembuatan produk selai kopi dengan teknologi tepat guna;
- b) Mengadakan pelatihan dan pendampingan mengenai penggunaan kemasan yang menarik untuk produk selai kopi
- c) Mengadakan pelatihan dan pendampingan mengenai digital Marketing untuk pasar.

3) Penerapan Teknologi

Penerapan Teknologi pada kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dengan skema pemberdayaan berbasis masyarakat dengan ruang lingkup Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat ini akan memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada mitra mengenai diversifikasi produk olahan yang terbuat dari kopi yaitu selai kopi. Adapun alat dan mesin yang digunakan untuk pengolahan adalah wajan/penggorengan untuk memasak selai, sudet untuk mengaduk selai, kompor sebagai tungku api untuk menggoreng bahan, sementara sealer adalah untuk merekatkan kemasan plastik.

4) Pendampingan dan evaluasi

Pendampingan berperan penting dalam membantu peserta untuk mencapai tujuan kegiatan, sementara evaluasi membantu dalam menilai kesuksesan dan kendala yang mungkin timbul selama pelaksanaan kegiatan pengabdian dengan skema pemberdayaan berbasis masyarakat ini. Pendampingan dilakukan untuk membantu dalam mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu dievaluasi dan memberikan masukan yang berharga untuk perbaikan. Kombinasi antara pendampingan yang efektif dan evaluasi yang cermat dapat memperkuat dampak positif kegiatan pengabdian masyarakat dan meningkatkan kualitas hasil yang dihasilkan.

5) Keberlanjutan program

Keberlanjutan program yaitu melalui Memorandum of Understanding (MoU) dengan mitra adalah suatu langkah strategis untuk menjaga kontinuitas dan kesinambungan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil

Hasil pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Kelompok Tani Hutan (KTH) Betara Bersatu Desa Bentenge Kecamatan Mallawa Kabupaten Maros dengan lima tahapan yaitu:

1) Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi kepada Kelompok Tani Hutan (KTH) Betara Bersatu dilaksanakan melalui koordinasi dan sinkronisasi jadwal, serta penentuan lokasi pelatihan yang tepat agar tidak berbenturan dengan aktivitas anggota maupun tim pengabdian. Materi pelatihan dipilih secara relevan, mudah dipahami, dan disesuaikan dengan kebutuhan serta potensi lokal yang ada di Desa Bentenge Kecamatan Mallawa Kabupaten Bone. Setelah sosialisasi, diberikan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan pengetahuan dan keterampilan dapat diterapkan secara efektif. Dengan pendekatan ini, kegiatan pengabdian diharapkan berjalan lancar, efisien, serta mampu meningkatkan kapasitas dan kesejahteraan anggota kelompok tani hutan Betara Bersatu.

2) Pelatihan

Pada tahapan pelatihan produk yaitu memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada mitra terkait seluruh aspek penting dalam proses produksi dan pengolahan, mulai dari cara pembuatan selai kopi, teknik pengemasan dan strategi pemasaran digital. Pelatihan ini

mencakup detail teknis pembuatan produk, pemilihan bahan baku yang berkualitas, teknik pengolahan yang higienis dan efisien, hingga penggunaan alat dan teknologi untuk meningkatkan hasil produksi. Selain itu, mitra juga dibekali dengan keterampilan dalam pengemasan produk yang menarik, serta menggunakan bahan kemasan yang dapat menjaga kualitas dan daya tahan produk. Pelatihan yang diberikan tidak hanya berfokus pada aspek produksi, tetapi juga mencakup pembelajaran mengenai digital marketing. Tujuannya adalah agar para mitra mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing produk, serta memperoleh pendapatan yang lebih berkelanjutan. Pada tahap awal, pelatihan difokuskan pada proses pembuatan produk olahan berupa stik pisang dan keripik gedebog atau batang pisang, yang secara langsung diberikan kepada peserta dari Kelompok Tani Hutan (KTH) Betara Bersatu sebagai bentuk peningkatan keterampilan praktis.



Gambar 2. Pelatihan Produk Olahan Selai Kopi

Pada tahapan pelatihan ini, peserta diberikan pengetahuan dan keterampilan secara mendalam mengenai proses pembuatan produk selai kopi. Pelatihan ini meliputi seluruh tahap produksi, mulai dari pemilihan bahan baku pisang yang berkualitas, cara pengolahan yang higienis, hingga teknik-teknik pencampuran bahan yang tepat agar menghasilkan produk yang berkualitas dan tahan lama.

Pelatihan tahap kedua berfokus pada materi pengemasan produk pangan. Penyampaian dilakukan melalui penjelasan dan pemaparan mengenai fungsi, tujuan, serta teknik pengemasan yang tepat, sehingga peserta memahami pentingnya pengemasan dalam menjaga kualitas sekaligus meningkatkan daya tarik produk. (Andre Yusuf Trisna Putra, 2024). Kemasan adalah bagian terluar yang membungkus suatu produk dengan tujuan untuk melindungi produk dari cuaca, guncangan, dan benturan-benturan terhadap benda lain. Setiap bentuk barang yang membungkus suatu benda di dalamnya dapat disebut dengan kemasan selama dapat melindungi isi dari suatu produk. Dibutuhkan kemasan yang baik dan berkualitas agar dapat menjaga isi produk di dalamnya (Lomayer, et al), kemasan menjadi salah satu faktor penting yang mendorong terjadinya keputusan pembelian, karena merupakan elemen pertama yang langsung

berinteraksi dengan konsumen. Oleh karena itu, kemasan harus mampu menghadirkan kesan positif dan menarik perhatian konsumen (Ramadhina & Ilyas, n.d.)

Materi meliputi penjelasan mengenai pentingnya kemasan, jenis-jenis kemasan, fungsi kemasan, pengemasan yang tepat dan mengenai label produk. Dalam sesi ini, peserta akan memahami bahwa kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif. Berbagai jenis kemasan, seperti kemasan primer, sekunder, dan tersier, akan dibahas, termasuk fungsinya masing-masing dalam melindungi dan mempromosikan produk. Selain itu, peserta belajar tentang elemen-elemen desain kemasan yang menarik, seperti bentuk, warna, dan tipografi, serta bagaimana informasi pada label produk dapat memengaruhi keputusan konsumen. Dalam pelatihan ini, tim memberikan berbagai contoh kemasan yang sesuai untuk produk selai kopi. Dalam kegiatan ini, tim PKM melakukan juga pendampingan dalam kepengurusan PIRT produk selai kopi. Dengan adanya Sertifikat P-IRT yang dimiliki oleh usaha rumahan, maka konsumen tidak perlu khawatir lagi tentang takaran, komposisi produk, serta kemasan karena telah dijamin keamanannya melalui sertifikat P-IRT (Dewi Rahmawati et al., 2024)



Gambar 3. Pelatihan Kemasan



Gambar 4. Pelatihan Pelabelan



Gambar 5. Selai Kopi dalam Kemasan

Pada tahap ketiga, pelatihan diarahkan pada aspek pemasaran digital yang menjadi elemen krusial dalam pengembangan usaha saat ini. Peserta dibekali pemahaman komprehensif mengenai pengertian, pentingnya, peran digital marketing serta jenis dari digital marketing sebagai sarana efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan peluang bisnis. Bermunculannya berbagai jenis aplikasi sosial media saat ini dapat membuka kesempatan bagi masyarakat untuk memulai bisnis (Putu & Wirayanti, 2024). Dalam lini ini, pemasaran digital telah menjadi strategi yang sangat strategis dan penting bagi perusahaan dalam mencapai tujuan bisnis (Haryanto et al., 2024)



Gambar 6. Pelatihan Digital Marketing



Gambar 7. Pelatihan Digital Marketing (Media Sosial)

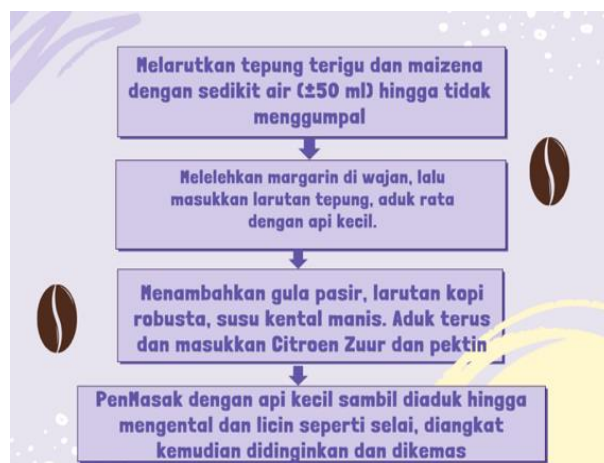


Gambar 8. Peserta Pelatihan KTH Betara Bersatu

3) Penerapan Teknologi

Penerapan Teknologi pada kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dengan skema pemberdayaan berbasis masyarakat dengan ruang lingkup Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat ini memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada mitra mengenai diversifikasi produk olahan yang terbuat dari kopi yaitu selai kopi. Adapun alat dan mesin yang digunakan untuk pengolahan adalah wajan untuk membuat selai, sudet untuk mengaduk, kompor sebagai tungku api untuk memasak bahan, sementara **sealer** adalah untuk merekatkan kemasan standing pouch.

Bahan yang digunakan dalam membuat produk selai kopi yaitu: Margarin, gula Pasir, kopi bubuk robusta, susu kental manis, tepung Terigu, tepung Maizena, asam Sitrum dan pektin.



Gambar 9. Diagram Alir Pembuatan Selai Kopi

4) Pendampingan dan evaluasi

Pada kegiatan pelaksanaan pemberdayaan kemitraan masyarakat dengan mitra KTH Betara Bersatu, para peserta didampingi dan dievaluasi dengan cara:

- a) Pelibatan menyeluruh dan aktif bagi seluruh anggota KTH Betara Bersatu pada bagian pengolahan sebanyak 25 orang.
- b) Pendampingan berkelanjutan: Memberikan pendampingan intensif dan berkelanjutan dalam bentuk bimbingan teknis dan manajerial agar KTH Betara Bersatu dapat terus berkembang dan mandiri dalam menjalankan usahanya.
- c) Evaluasi Tindak Lanjut: Melakukan evaluasi berkala untuk menilai efektivitas program, mengidentifikasi tantangan, serta menentukan langkah tindak lanjut yang diperlukan oleh KTH Betara Bersatu.

5) Keberlanjutan program

Keberlanjutan program melalui Memorandum of Understanding (MoU) dengan mitra merupakan langkah strategis yang dirancang untuk menjaga kontinuitas sekaligus kesinambungan kegiatan pengabdian masyarakat ini dalam jangka panjang.



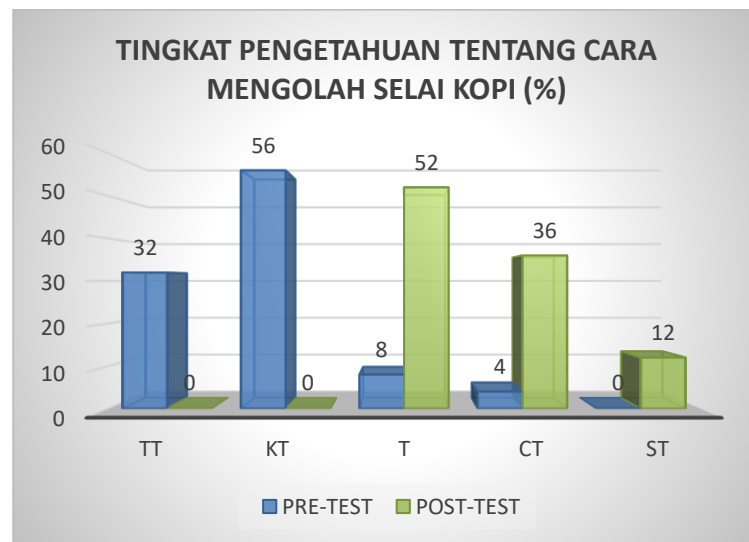
Gambar 10. Penandatanganan MoU dengan Mitra

b. Pembahasan

Pre-test merupakan suatu bentuk pertanyaan yang dilontarkan kepada peserta sebelum memulai pelatihan dan post test merupakan bentuk pertanyaan yang diberikan setelah materi disampaikan (Kuswana, 2016). Pre-test diberikan dengan maksud untuk mengetahui apakah ada diantara peserta didik yang sudah mengetahui mengenai materi yang akan diajarkan.

Untuk mengukur keberhasilan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat sekaligus untuk mengevaluasi kegiatan maka biasanya dilakukan pre-test dan post test, seperti yang dilakukan oleh (Budiantara et al., 2023) juga memberikan pre-test sebelum dilakukan pelatihan dan post-test setelah dilakukan pelatihan.

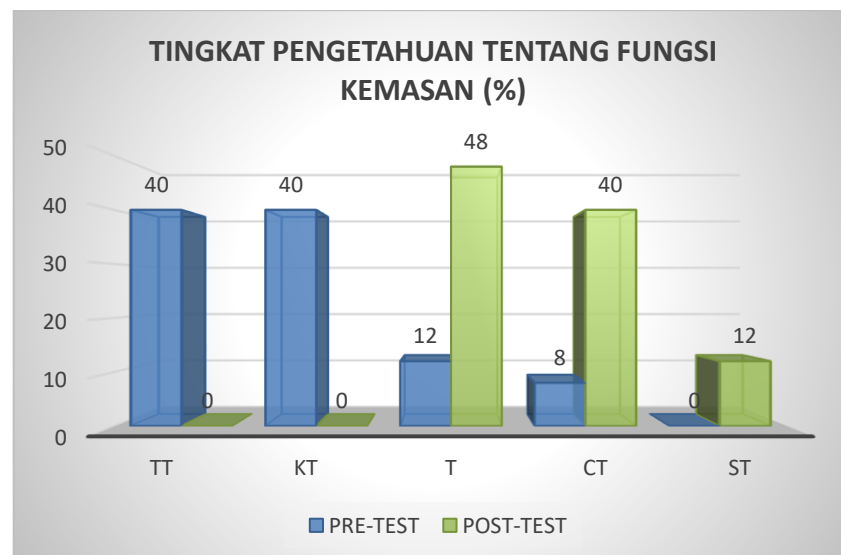
Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan pengolahan produk selai kopi dengan pertanyaan mengenai tingkat pengetahuan terhadap cara pengolahan adalah sebagai berikut:



Gambar 11. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pengetahuan Tentang Cara Mengolah Selai Kopi

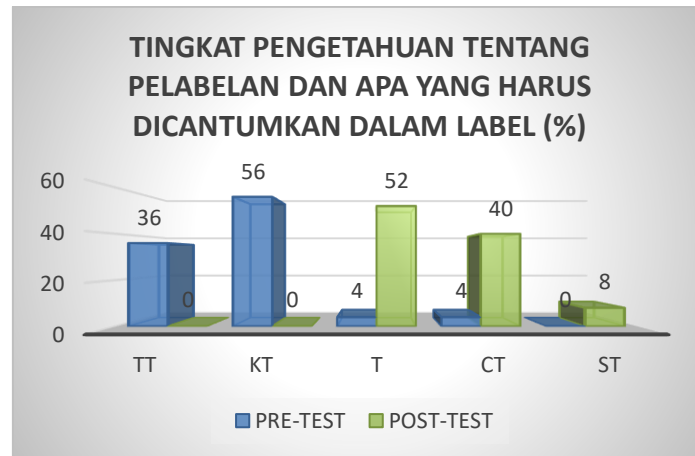
Hasil pre-test dan post-test peningkatan pengetahuan peserta sesuai juga dengan pelatihan yang dilakukan oleh (Budiantara et al., 2023) bahwa berdasarkan hasil pre test dan post test menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman peserta dalam pembuatan selai kopi.

Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan kemasan dengan pertanyaan mengenai tingkat pengetahuan mengenai fungsi kemasan adalah sebagai berikut:



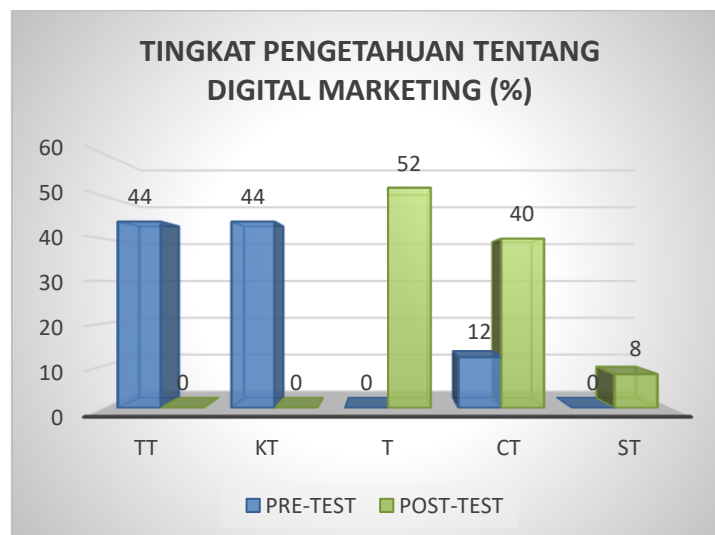
Gambar 12. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pengetahuan Tentang Fungsi Kemasan

Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan kemasan dengan pertanyaan tingkat pengetahuan mengenai pelabelan dan apa yang harus dicantumkan dalam label adalah sebagai berikut:



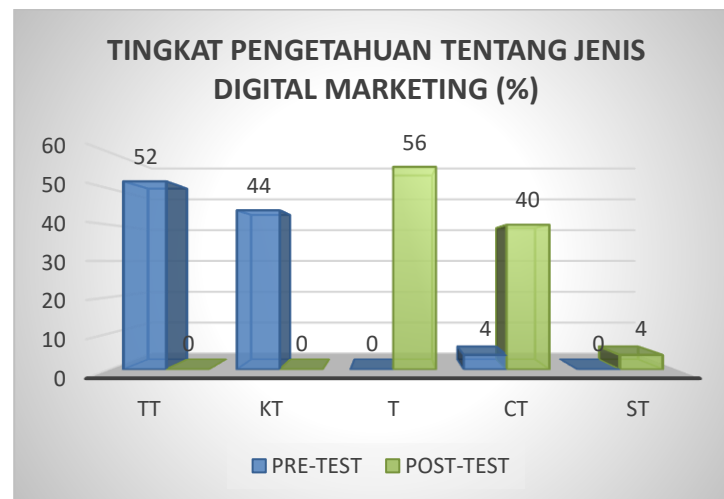
Gambar 13. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pengetahuan Tentang Pelabelan dan yang Dicantumkan dalam Label

Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan digital Marketing dengan pertanyaan tingkat pengetahuan mengenai digital marketing adalah sebagai berikut:



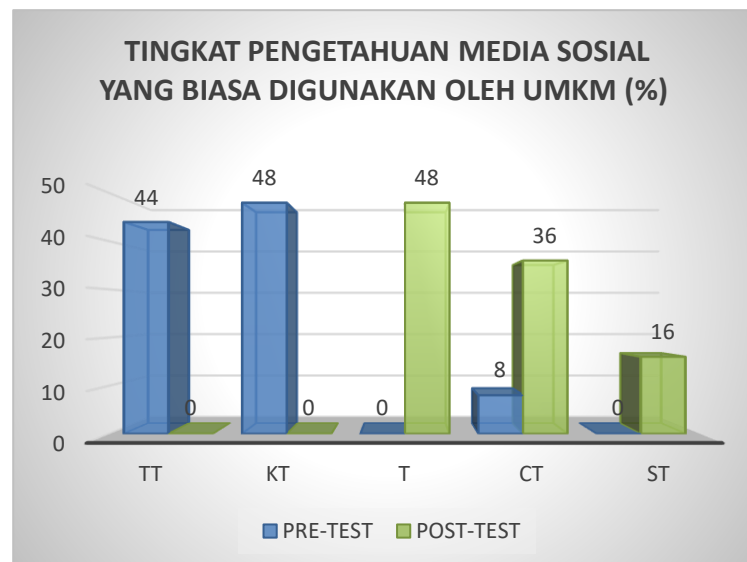
Gambar 14. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pengetahuan Tentang Digital Marketing

Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan digital Marketing dengan pertanyaan tingkat pengetahuan mengenai jenis digital marketing adalah sebagai berikut:



Gambar 15. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pengetahuan Tentang Jenis Digital Marketing

Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan digital Marketing dengan pertanyaan tingkat pengetahuan mengenai media social yang biasa digunakan oleh UMKM adalah sebagai berikut:



Gambar 16. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pengetahuan Tentang Media sosial yang Biasa digunakan Oleh UMKM

Hasil pre dan post test menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan terhadap anggota KTH Betara Bersatu setelah mereka mengikuti pelatihan pembuatan produk selai kopi, pelatihan kemasan dan pelabelan produk serta pelatihan digital marketing.

Pelatihan produk ini sejalan dengan hasil pelatihan PKM yang dilakukan oleh (Aprizal & Nurdiansyah, 2023) bahwa pelatihan yang dilakukan dapat memberdayakan masyarakat setempat, terutama perempuan, untuk menghasilkan produk bernilai tambah.

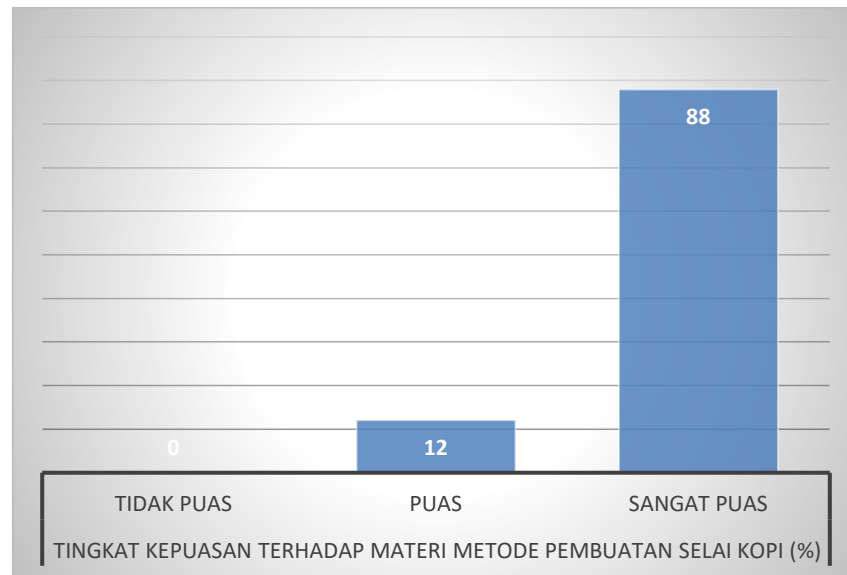
Kegiatan PKM Pemberdayaan KTH Betara Bersatu menunjukkan bahwa diversifikasi produk olahan kopi mampu meningkatkan kapasitas kelompok tani hutan dalam mengembangkan hilirisasi pertanian. Anggota kelompok mulai memahami pentingnya inovasi produk turunan dari kopi yaitu selai kopi yang dapat memberi nilai tambah dan memperkuat ekonomi lokal. Pengetahuan tentang kemasan dan pelabelan juga meningkat, sehingga produk lebih menarik dan berdaya saing. Meski masih ada kendala pada peralatan dan pemasaran, kegiatan ini telah menjadi langkah awal bagi KTH Betara Bersatu untuk berkembang dari kelompok tani hutan menjadi kelompok yang berkembang dan berdaya saing yang berpotensi menjadikan Desa Bentenge sebagai sentra olahan kopi bernilai tambah di Kabupaten Maros.

Adapun manfaat dari segi peningkatan pengetahuan juga terdapat pada tabel berikut:

Tabel 1. Manfaat yang diperoleh (*Outcome*)

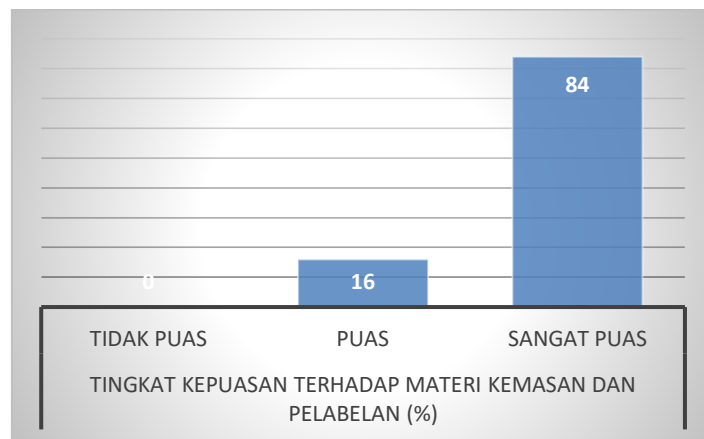
No	Manfaat yang diperoleh	Sebelum pelatihan	Setelah pelatihan
1	Keterampilan	Mengolah kopi hanya 1 jenis produk yaitu kopi bubuk, dikemas dengan kemasan standing pouch tapi belum lengkap dan belum detail informasi produknya serta belum terlalu menarik, teknik pemasaran juga masih dominan menggunakan pemasaran metode lama.	Dapat berkreasi dalam mengolah kopi menjadi kopi kelor dan selai kopi, cara mengemas produk dan label yang menarik serta dengan menggunakan teknik pemasaran online.
2	Pengetahuan	Sangat minim pengetahuandalam Pengolahan produk turunan kopi, mengemas produk olahan dan memasarkan produk dengan digital marketing.	Lebih mengetahui tentang pengolahan kopi, mengetahui pengemasan dan label menarik serta digital marketing.

Pada pengabdian masyarakat ini dampak manfaat bagi peserta juga dapat ditunjukkan secara kuantitatif pada penilaian peserta atas materi dan penyelenggaraan kegiatan pengabdian masyarakat.



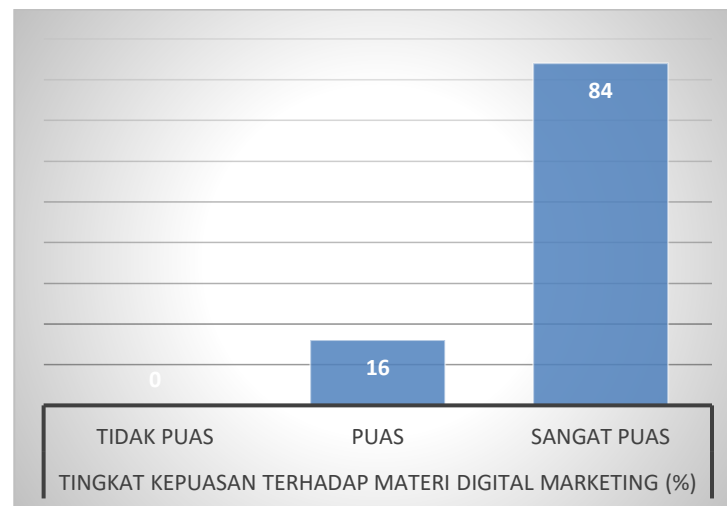
Gambar 17. Tingkat kepuasan peserta mengenai materi pengolahan produk Selai Kopi

Sementara untuk tingkat kepuasan peserta terhadap materi yang disampaikan pada pelatihan kemasan dan pelabelan bahwa peserta juga puas dan sangat puas terhadap materi tersebut.



Gambar 18. Tingkat Kepuasan Peserta Mengenai Materi Kemasan dan Pelabelan

Untuk tingkat kepuasan peserta terhadap materi yang disampaikan pada pelatihan digital marketing bahwa peserta juga puas dan sangat puas terhadap materi tersebut.



Gambar 19. Tingkat Kepuasan Peserta Mengenai Materi Digital Marketing

6. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

- 1) Anggota KTH Betara Bersatu diberikan pelatihan pengolahan produk selai kopi dan telah memahami serta menguasai cara mengolah selai kopi yaitu sebanyak 52% peserta mengaku tahu, 36% cukup tahu dan 12% sangat tahu. Untuk kepuasan peserta terhadap materi pelatihan olahan selai kopi yaitu sebanyak 84% merasa sangat puas dan 16% merasa puas.
- 2) Anggota KTH Betara Bersatu diberikan pelatihan mengenai kemasan dan mulai memahami serta mulai menguasai tentang kemasan dan label yang menarik bagi konsumen, sebanyak 48% tahu, 40% cukup tahu dan 12% sangat tahu mengenai fungsi kemasan. Sementara untuk tingkat pengetahuan tentang label dan yang tercantum pada label yaitu sebanyak 52% tahu, 40% cukup tahu dan 8% sangat tahu. Untuk tingkat kepuasan terhadap materi kemasan dan label yaitu sebanyak 84% peserta puas dan 16% sangat puas.
- 3) Anggota KTH Betara Bersatu diberikan pelatihan tentang digital marketing dan telah memahami serta mulai menguasai cara pemasaran online atau digital marketing, ini ditunjukkan dengan hasil pre-test dan post-test yang dilakukan yaitu terdapat peningkatan pengetahuan terkait digital marketing bagi peserta. Untuk hasil post-test menunjukkan bahwa sebanyak 52% peserta tahu mengenai digital marketing, 40% cukup tahu dan 8% sangat tahu. Sementara untuk hasil post-test mengenai pengetahuan tentang jenis digital marketing yaitu sebanyak 56% tahu, 40% cukup tahu dan 4% sangat tahu. Untuk kepuasan terhadap materi digital marketing yaitu sebanyak 16% puas dan 84% sangat puas.

Adapun saran pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk membantu agar KTH Betara Bersatu terus berproduksi secara berkesinambungan maka program pengabdian ini dapat dilanjutkan dengan memberikan pelatihan dan pendampingan untuk strategi pemasaran dengan

materi secara menyeluruh dan juga yang tidak kalah pentingnya adalah pendampingan untuk mendapatkan perizinan seperti sertifikasi halal.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Andre Yusuf Trisna Putra, N. K. E. (2024). Pelatihan Pengemasan Produk Keripik Pisang Dan Stik Kulit Pisang Kepada Kelompok Tani Desa Lomaer, Sampang. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 2(1).
- Annisaa' Auliyaa Larasati, M. H. D. C. K. K. F. L. (2024). Sosialisasi Pengolahan Tanaman Kopi Dan Pendampingan Pembuatan Produk Selai Kopi : Mendorong Hilirisasi Sumber Daya Desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi (Literasi)*.
- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-Kons*, 10(1), 20. <https://doi.org/10.30998/Sosioekons.V10i1.2223>
- Aprizal, & Nurdiansyah. (2023). Pelatihan Pembuatan Kripik Pisang Berbagai Rasa Dan Pengemasan Di Desa Morowa, Kabupate Bantaeng. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(4), 3063-3071.
- Budiantara, M., Paramitalaksmi, R., Rochmad Bayu Utomo, Putri Nurmallasari, & Stefanus, Carlos Deo. (2023). Pelatihan Pembuatan Dan Perhitungan Harga Pokok Produksi Kripik Pisang Kalurahan Tridadi, Yogyakarta. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(10), 6667-6674. <https://doi.org/10.53625/Jabdi.V2i10.5191>
- Dewi Rahmawati, Marthy Meliana, Windi Tri Wahyuni, Ismatun Maulidiyah, Elsa Saqila, Sirojul Eilma, Ni'matul Fauziah, Brelianty Nevy, Miftahul Maulidiyah, Silvia Nur Diana, Annisya San Shabira, Marselinus Seran, & Findy Lovirna. (2024). Pentingnya Izin Pirt Bagi Umkm : Literature Review Articel. *Obat: Jurnal Riset Ilmu Farmasi Dan Kesehatan*, 2(1), 164-170. <https://doi.org/10.61132/Obat.V2i1.193>
- Haerul, Nurjaya, M., Hadija, & Azisah. (2022). Kajian Kondisi Eksisting Budidaya Kopi Robusta Di Desa Bentenge Kabupaten Maros. *Tarjih Agriculture System Journal*, 2(2), 129-134. <https://jurnal-umsi.ac.id/index.php/Agriculture>
- Haryanto, R., Setiawan, A., Nurhayati, R., Gede, I., Mertayasa, A., & Nugraha, A. R. (2024). *Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Di Era Society 5.0: Sebuah Literature Review* (Vol. 08, Issue 02).
- Kuswana, N. (2016). Membangun Aplikasi Pre Dan Post Test Berbasis Desktop Pada Lp3 Stt-Nf Menggunakan Action Script 2.0. *Jurnal Informatika Terpadu*, 2(1), 0-6. <https://doi.org/10.54914/Jit.V2i1.59>
- Lestari Baso, R., & Anindita, R. (2018). Analisis Daya Saing Kopi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 2(1), 1-9. <https://doi.org/10.21776/Uj.Jepa.2018.002.01.1>
- Lomayer, L., Dektisa Hagijanto, A., & Malkisedek, M. H. (N.D.). *Perancangan Kemasan Selai Kaya Mf. Jams Khas Makassar*. www.Perfectpackinginc.Com
- Lusianingrum, F. P. W., Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2021). Pelatihan Labeling Kemasan Produk Umkm Mitra Binaan Posyantek Al-Ikhlas. *Jmm (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(2), 624-632.
- Marhawati, M., & Nurjannah, N. (2024). Pendapatan Dan Nilai Tambah Usaha Kopi Bentenge Di Kecamatan Mallawa Kabupaten Maros. *Jurnal*

- Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 8(1), 203.
<https://doi.org/10.21776/Ub.Jepa.2024.008.01.16>
- Nana Sucihati, R., Sutanty, M., & Haryadi, W. (2021). Penyuluhan Dan Pelatihan Labeling, Packaging Dan Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Di Kabupaten Sumbawa. *Jpml Jurnal Pengembangan Masyarakat Lokal*, 4(2), 277-282.
- Paramita, P. D., & Zulaidah, A. (2021). Program Pelatihan Diversifikasi Produk Olahan Pisang Di Kelurahan Rowosari Kecamatan Tembalang Kota Semarang Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan *Majalah Ilmiah Inspiratif*, 205-217.
- Putu, L., & Wirayanti, L. K. (2024). *Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kasyaraa.Co* (Vol. 6, Issue 2).
- Ramadhayanti, A. (2019). Pengaruh Logo Kemasan Produk Kosmetik Sebagai Penjelasan Kriteria Produk Pemakaian Dan Tingkat Pengetahun Kemasan Produk Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus Ibu-Ibu / Remaja Cakrawala li Tj Priok, Kec. Koja Jakarta Utara). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 8-16.
<https://doi.org/10.9744/Pemasaran.13.1.8-16>
- Ramadhina, R., & Ilyas, D. M. (N.D.). *Analisis Desain Kemasan Mi U.F.O Nissin Food* (Vol. 2, Issue 01).
- Simin, I. (2014). Analisis Nilai Tambah Buah Pisang Menjadi Keripik Pisang Pada Industri Rumah Tangga Sofie Di Kota Palu Added Value Analysis Of Banana Fruit To Be Banana Chips At Sofie Home Industry In Palu City. *E-J. Agrotekbis*, 2(5), 510-516.
- Sucipta, I. N., Suriasih, K., & Kenacana, P. K. D. (2017). Pengemasan Pangan Kajian Pengemasan Yang Aman, Nyaman, Efektif Dan Efisien. *Udayana University Press*, 1-178.
- Sulistiyo Dhika Dhika, K. D. , I. K. W. E. (2023). Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia Di Pasar Dunia (The Competitiveness Analysis Of Indonesian Cofee Export In The World Market). *Januari, 2023*(1), 1177-1185.
- Syamsuardi, S., Hiola, S. F., & Ahmad, M. I. S. (2021). Pkm Pengembangan Desain Kemasan Produk Bagi Pelaku Jasaboga Kota Makassar. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian 2021*, 844-849.
- Syukri, A. (2011). Fungsi Dan Peranan Pengemasan Pangan. *Pengemasan Pangan*, 1-36.
- Ummaya Santi, F. (2015). Teknik Pengemasan Dan Labelling Produk Makanan. *Makalah Pengabdian Masyarakat Universitas Negeri Yogyakarta*, 1-10.
- Vargas-Hernández, J. G., & Valle Ruiz, I. E. (2021). Global Trade Of Coffee And Its Economic Effects In The Value Chain. *Pune Annual Research Journal Of Symbiosis Centre For Management Studies, Pune*, 9.
- Yasin, H. (2015). Upaya Strategis Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Kelompok Usaha Bersama (Kube). *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 5(1), 38. <https://doi.org/10.26858/Jiap.V5i1.1064>