



Pendampingan dalam Peningkatan Kualitas Pengolahan Kopi Bubuk dan Pemasaran Berbasis Digital Marketing pada Agroindustri Kopi Jajang di Kabupaten Tanggamus

**Ratna Kumala Sari^{1✉}, Meilinda Safitri², Muh Thohirin³, Ledy Famulia⁴,
Jihan Amelia⁵, Adinda Nabita Larasati⁶**

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai, Lampung, Indonesia
✉Corresponding Address: ratnakumala92@gmail.com

<i>Received</i> 16-09-2025	<i>Revised</i> 09-10-2025	<i>Accepted</i> 28-10-2025
-------------------------------	------------------------------	-------------------------------

ABSTRAK

Kopi Jajang yang merupakan mitra pengabdian masyarakat berdiri sejak tahun 2019 tepatnya di Dusun Sinarjaya Desa Gunungsari Kecamatan Ulubelu Kabupaten Tanggamus. Kopi Jajang merupakan industri rumah tangga pengolahan biji kopi menjadi kopi bubuk siap saji. Pada awalnya, kopi jajang terinspirasi pada kebiasaan masyarakat sekitar yang masih melakukan sangrai kopi secara tradisional. Permasalahan pada Agroindustri Kopi Jajang dikategorikan menjadi 2 poin utama, yaitu pada bidang produksi dan bidang pemasaran. Permasalahan pertama pada bidang produksi terletak pada kualitas bubuk kopi yang dihasilkan, karena biji kopi diolah masih berasal dari biji kopi yang campuran. Permasalahan kedua yaitu pada bidang pemasaran yang dilakukan masih dengan kemasan seadanya dan masih menggunakan cara tradisional. Berdasarkan permasalahan tersebut, tujuan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan nilai tambah produksi kopi jajang dan memperluas pasar hingga ke tahap nasional. Pelaksanaan Program PKM dilakukan selama 8 bulan, yaitu dari bulan April-November 2025. Untuk menjawab dua permasalahan tersebut, maka dilakukan kegiatan pengabdian yang terdiri dari beberapa langkah, yaitu 1) persiapan, yaitu mengkoordinasikan kegiatan yang dilakukan bersama mitra; 2) pelaksanaan, yaitu melakukan pengadaan mesin sortasi kopi dan pendampingan pendaftaran merk kopi bubuk Jajang (pada bidang produksi) serta melakukan pendampingan dalam pengemasan kopi bubuk yang menarik dan pelatihan *digital marketing* (pada bidang pemasaran); serta 3) evaluasi dan pelaporan, yakni tim melakukan evaluasi terhadap seluruh rangkaian kegiatan yang dilaksanakan di lokasi mitra serta mengkomodir dan menginventarisir beberapa hal yang masih perlu tindak lanjut.

Kata kunci: Agroindustri; Kopi Jajang; Produksi; Digital Marketing

ABSTRACT

Kopi Jajang, the community service partner, was established in 2019 and is located in Sinarjaya Hamlet, Gunungsari Village, Ulubelu District, Tanggamus Regency. Kopi Jajang is a home-based industry that processes coffee beans into ready-to-serve ground coffee. Initially, Kopi Jajang was inspired by the local community's tradition of roasting coffee manually using traditional methods. The problems faced by the Kopi Jajang agroindustry can be categorized into two main aspects: production and marketing. The first issue in the production process lies in the quality of the ground coffee produced, as the beans used are still a mixture of various types of coffee. The second issue concerns marketing, which is still done with simple packaging and traditional sales methods. Based on these problems, this community service program aims to increase the added value of Kopi Jajang's production and expand its market reach to

the national level. The implementation of the Community Partnership Program (PKM) was carried out over eight months, from April to November 2025. To address the two main problems, the program consisted of several stages: (1) preparation, which involved coordinating activities with the partner; (2) implementation, which included procuring a coffee sorting machine and assisting with the registration of the Kopi Jajang trademark (production aspect), as well as providing guidance on attractive packaging design and digital marketing training (marketing aspect); and (3) evaluation and reporting, in which the team conducted assessments of the overall activities at the partner's location and identified issues requiring further follow-up.

Keywords: Agroidustry; Kopi Jajang; Production; Digital Marketing.

PENDAHULUAN

Kopi memiliki nilai strategis yang menjadi salah satu penghasil devisa negara sekaligus menjadi penggerak roda perekonomian dalam negeri, dimana industri pengolahan kopi memberdayakan 1,86 juta rumah tangga dan 50 ribu pekerja umum. Berdasarkan data *International Coffee Organization* (ICO), konsumsi kopi Indonesia menjadi salah satu yang terbesar di dunia, yakni menempati urutan kelima di bawah Jepang yang konsumsi kopinya mencapai 7,39 juta kantong berukuran 60 kg (Setiastuti & Noerfitri, 2024). Fenomena ini harus diimbangi dengan bertambahnya produksi kopi dengan sebaran yang merata dan berkualitas sehingga dapat bersaing bahkan ke kancah internasional. Dengan demikian maka sebenarnya prospek kopi sangat menjanjikan dengan semakin luasnya pasar (Efdison et al., 2023). Namun, seringkali petani tidak mendapatkan keuntungan dari nilai tambah kopi yang telah diolah. Mitra sasaran pada pengabdian masyarakat yang akan dilakukan adalah Industri Rumah Tangga olahan kopi bubuk Jajang yang ada di Kecamatan Ulubelu Kabupaten Tanggamus.

Kabupaten Tanggamus menempati urutan terbesar kedua penghasil kopi di Provinsi Lampung setelah Lampung Barat (Widiyani & Hartono, 2021). Kecamatan Ulubelu merupakan salah satu Kecamatan yang berada di Kabupaten Tanggamus yang terletak antara 5°18' 46.75291" Lintang Selatan (LS) dan 104°33'3.28662" Bujur Timur (BT). Menurut informasi dari warga setempat, perkebunan kopi mulai dibuka oleh para transmigran yang berasal dari Pulau Jawa dan terus menerus dilanjutkan oleh keturunan mereka yang pada akhirnya pertanian kopi menjadi mata pencaharian utama masyarakat Ulubelu (Basri, 2024). Kopi Jajang yang merupakan mitra pengabdian masyarakat berdiri sejak tahun 2019 tepatnya di Dusun Sinarjaya Desa Gunungsari Kecamatan Ulubelu Kabupaten Tanggamus.

Kopi Jajang merupakan industri rumah tangga pengolahan biji kopi menjadi kopi bubuk siap saji. Pada awalnya, kopi jajang terinspirasi pada kebiasaan masyarakat sekitar yang masih melakukan sangrai kopi secara tradisional, yaitu dengan menyangrai kopi melalui kuali berbahan tanah liat yang disangrai dengan api kayu (Rahmayanie et al., 2022). Proses sangrai kopi dilakukan selama 2-3 jam sampai biji kopi menghitam. Setelah matang, mereka menggilingkan kopinya ke tempat penggilingan kopi bubuk. Kopi jajang hadir untuk memberikan jasa sangrai kopi kepada masyarakat dengan menggunakan mesin penyangrai kopi dengan kapasitas

5kg. Dalam perkembangannya, kopi jajan juga mengeluarkan produk yang dapat langsung dinikmati berupa kopi bubuk siap konsumsi. Pemasaran yang dilakukan kopi jajan dilakukan secara tradisional, bahkan pengepakannya juga masih menggunakan plastik biasa.

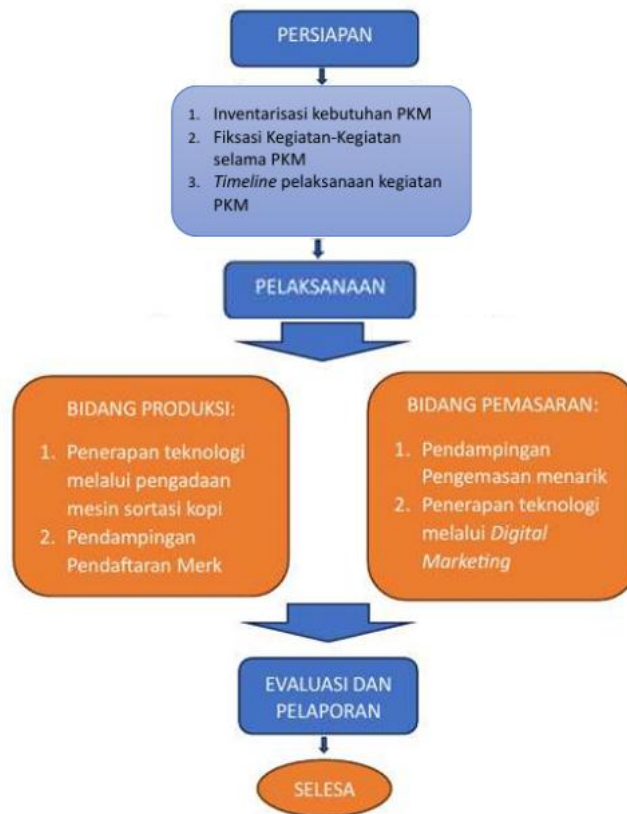
Permasalahan mitra dikategorikan menjadi 2 poin utama, yaitu pada bidang produksi dan bidang pemasaran. Pertama, permasalahan pada bidang produksi terletak pada kualitas bubuk kopi yang dihasilkan, karena biji kopi diolah masih berasal dari biji kopi yang bercampur baik dari segi kadar air biji kopinya, keutuhan biji kopi, asal biji kopi tua/muda, serta tercampurnya biji kopi dengan kulitnya. Beberapa hal tersebut mempengaruhi kualitas kopi bubuk yang dihasilkan. Kedua, Pemasaran yang dilakukan masih dengan kemasan seadanya dan masih menggunakan cara tradisional, padahal potensi pasar sangat luas bahkan tidak terbatas.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat adalah untuk meningkatkan produktivitas pengolahan kopi bubuk sehingga kualitas kopi bubuk dapat bersaing secara global, melakukan pendampingan peningkatan kualitas olahan kopi bubuk, memberikan desain dan pendampingan terkait pengemasan produk bubuk kopi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, memberikan pendampingan untuk mendaftarkan merek dagang bubuk kopi Jajan, memberikan pendampingan terkait digital marketing sehingga dapat memasarkan produk kopi secara online (Afriani et al., 2023).

Teknologi dan Inovasi pada kegiatan pengabdian ini adalah pengadaan mesin sortasi kopi yang berfungsi untuk memisahkan jenis kopi sesuai *grade*-nya (Rohman et al., 2023). Selain itu, inovasi juga dilakukan dengan memperkenalkan Teknik digital marketing kepada mitra sekaligus melakukan pendampingan terhadap media digital marketing, di antaranya *website*, *tiktokshop* dan *shopee*.

METODE PELAKSANAAN

Metode dan tahap Pelaksanaan PKM pada Agroindustri Kopi Jajan dapat dilihat pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Flowchart Pelaksanaan PKM

Persiapan

Persiapan dilakukan dengan komunikasi dengan mitra. Agenda persiapan dilakukan dengan menyampaikan pokok kegiatan, *timeline* turun lapangan ke lokasi mitra, serta mengakomodir seluruh kebutuhan yang mungkin diperlukan dan bisa dilakukan oleh tim. Jadwal pengabdian yang akan dilaksanakan pada tanggal 4-7 September 2025.

Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui empat tahap utama. Tahap pertama adalah pendampingan dan penerapan teknologi inovasi melalui pengadaan mesin sortasi kopi serta pelatihan dalam pengoperasian mesin tersebut, sehingga mitra mampu meningkatkan efisiensi dan kualitas hasil produksi kopi. Tahap kedua yaitu pendampingan dalam proses pendaftaran merek dagang “Kopi Jajang” secara elektronik ke Kementerian Hukum, guna memberikan perlindungan hukum terhadap produk yang dihasilkan. Tahap ketiga berfokus pada pendampingan dalam proses pengemasan produk agar lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Selanjutnya, tahap keempat adalah pendampingan penggunaan digital marketing melalui berbagai platform penjualan daring (Yusuf et al., 2024), seperti seperti shopee, instagram, tiktok, dll (Sari, 2025), untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya saing produk Kopi Jajang di pasar digital.

Evaluasi dan Pelaporan

Pada tahap ini, tim melakukan evaluasi terhadap seluruh rangkaian kegiatan yang dilaksanakan di Lokasi mitra, mengakomodir dan menginventarisir beberapa hal yang masih perlu tindak lanjut yang dapat dilakukan pada program PKM di tahun berikutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan tahap pertama yaitu tahap persiapan mensosialisasikan kepada mitra terkait jadwal pengabdian yang akan dilaksanakan pada tanggal 4-7 September 2025. Sosialisasi dengan pemilik Kopi Jajang dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Tim Pengabdian Mensosialisasikan Jadwal kegiatan Pengabdian

Tahap kedua yakni tahap pelaksanaan, tim pengabdian memulai tahap pelaksanaan dengan kegiatan sosialisasi guna menjadi langkah awal dalam meningkatkan kualitas produk kopi bubuk agroindustri Kopi Jajang. Sosialisasi ini dilaksanakan secara bertahap sebanyak 4 (empat) kali pertemuan dengan materi yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan mitra.

Kegiatan sosialisasi pertama dilaksanakan pada hari Kamis, 4 September 2025 dengan tema sosialisasi Peningkatan Kualitas Kopi Bubuk pada Agroindustri Kopi Jajang. Pada sosialisasi ini memberikan pemahaman kepada pemilik dan pekerja tentang tujuan, pentingnya kualitas kopi bubuk (standar mutu kopi bubuk), dan manfaat pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan sosialisasi dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Sosialisasi Peningkatan Kualitas Kopi Bubuk pada Agroindustri Kopi Jajang

Kegiatan Kedua berupa pendampingan dalam Peningkatan Kualitas Kopi Jajang dilaksanakan pada hari Jumat, 5 September 2025. Kegiatan pendampingan diberikan guna memberikan pemahaman bagaimana cara menggunakan alat mesin sortasi biji kopi kepada mitra. Pendampingan dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Pendampingan dalam Peningkatan Kualitas Kopi Jajang

Ketiga, kegiatan sosialisasi dengan tema Pemanfaatan Media Online sebagai Media Distribusi Kopi Jajang dilaksanakan pada hari Sabtu, 6 September 2025. Kegiatan sosialisasi ini memberikan pelatihan kepada mitra tentang cara penggunaan platform digital (seperti marketplace, media sosial, dan aplikasi pesan instan) untuk memperluas jangkauan pemasaran. Kegiatan dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Sosialisasi Pemanfaatan Media Online sebagai Media Distribusi Kopi Jajang

Kegiatan keempat dilaksanakan pada hari Minggu, 7 September 2025 dengan tema sosialisasi Peningkatan Nilai Tambah Produk. Memberikan wawasan tentang strategi diversifikasi produk, misalnya varian rasa, kemasan premium/menarik, dan produk turunan kopi agar memiliki daya saing lebih tinggi di pasar. Kegiatan dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Sosialisasi Pemanfaatan Media *Online* sebagai Media Distribusi Kopi Jajang

Produk teknologi dan inovasi yang dihasilkan dalam kegiatan pengabdian dikategorikan menjadi 2 poin utama, yaitu pada bidang produksi dan bidang pemasaran. Produk yang dihasilkan pada bidang produksi adalah mesin sortasi kopi. Teknologi yang diterapkan dalam mesin sortasi kopi dengan alat vibrating screen penyortir kopi ini berbasis getaran yang dirancang untuk menyortir biji kopi dengan memanfaatkan motor vibrator. Dengan kapasitas 10 kg dalam 10 menit, alat ini membantu mempercepat proses sortasi dan menghasilkan hasil yang seragam. Sedangkan produk yang dihasilkan pada bidang pemasaran adalah *digital marketing*.

Permasalahan utama pada Mitra PKM Agroindustri Kopi Jajang dipetakam dalam Bidang Produksi, dimana mitra hanya menyediakan kopi bubuk seadanya, tanpa mempertimbangkan kualitas kopi bubuk yang dihasilkan. Hal ini dilakukan karena orientasi mitra baru terbatas pada pemenuhan kebutuhan masyarakat sekitar saja. Berdasarkan hal tersebut, maka dilakukan pengabdian kepada masyarakat dengan

hasil analisis peningkatan level keberdayaan pada mitra bidang produksi dapat dilihat dari tabel dan penghitungan kuantitatif berikut:

Tabel 1. Perbandingan Sebelum dan Sesudah Dilaksanakannya PKM

No.	Permasalahan	Sebelum	Sesudah
1	Proses produksi melalui pengadaan mesin sortasi kopi		
2	Pendaftaran Merk	 (Belum Punya Merek)	 

Untuk mengukur peningkatan level keberdayaan mitra dalam kegiatan ini, analisis dilakukan dengan menggunakan rumus Indeks Kuantitatif Peningkatan Kualitas Produk dengan skala Likert.

Tabel 2. Indeks Kuantitatif

No.	Indeks	Keterangan
1	0	Tidak Ada Peningkatan
2	1	Peningkatan Rendah
3	2	Peningkatan Sedang
4	3	Peningkatan Tinggi

Dengan aspek yang dinilai sebagai berikut:

Tabel 3. Aspek Peningkatan Level Keberdayaan

No.	Aspek Penilaian	Kondisi Sebelum	Kondisi Sesudah	Skor	
				Sebelum	Sesudah
1	Keseragaman Biji Kopi	Biji kopi segar bercampur dengan biji pecah/kurang baik	Hanya biji berkualitas yang diproses → hasil lebih seragam	0	3
2	Efisiensi Produksi	Penyortiran manual, lambat, dan berpotensi error	Proses cepat, efisien, minim kesalahan	1	3
3	Konsistensi Cita Rasa	Rasa tidak stabil karena campuran biji bermutu rendah	Rasa lebih konsisten, kualitas seduhan lebih terjaga	1	3
4	Citra Produk	Dipandang sebagai produk rumahan dengan mutu seadanya	Lebih dipercaya, berpotensi masuk segmen pasar premium	1	2

Dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Peningkatan Kualitas} = \frac{(\text{Keseragaman} + \text{Efisiensi} + \text{Cita Rasa} + \text{Citra Produk})}{4}$$

Maka,

$$\text{Peningkatan Kualitas} = \frac{(3 + 2 + 2 + 1)}{4} = \frac{8}{4} = 2$$

Berdasarkan hasil diatas maka disimpulkan bahwa peningkatan kualitas produk ada pada katagori sedang menuju tinggi. Hasil analisis peningkatan level keberdayaan secara kuantitatif ditemukan bahwa dengan adanya mesin sortir kopi, agroindustri kopi Jajang berhasil meningkatkan kualitas produknya. Produk yang dihasilkan lebih seragam, cita rasanya lebih konsisten, dan dapat menjangkau konsumen yang lebih luas (Irfani & Siswanto, 2024).

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, serta evaluasi dan tindak lanjut. Kegiatan ini meliputi empat kali sosialisasi dan praktik langsung. Dari rangkaian kegiatan tersebut, diperoleh hasil bahwa tim pengabdian telah melakukan pengadaan dan pendampingan penggunaan mesin sortasi kopi, pendampingan pendaftaran merek dagang kopi bubuk Jajang, serta pelatihan dalam pengemasan produk yang menarik dan penerapan “. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas produk berada pada kategori sedang menuju tinggi.

Adanya pengadaan mesin sortasi kopi diharapkan dapat menjadi salah satu upaya untuk menyortir biji kopi sehingga terkumpul biji kopi berkualitas yang mampu mempertahankan mutu produk Kopi Jajang. Selain itu, pelatihan digital marketing

melalui pendampingan dalam pembuatan website dan akun toko daring diharapkan dapat memperluas jangkauan pemasaran Kopi Jajang hingga ke tingkat nasional. Penggunaan media *online* dalam pemasaran tersebut terbukti memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan pada agroindustri Kopi Jajang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains Teknologi yang telah mendanai program Pengabdian kepada Masyarakat melalui Hibah BIMA Tahun 2025 dengan Nomor Kontrak Pelaksanaan Pengabdian 494.C/021003/32/PM/VI/2025. Kami ucapkan terimakasih juga kepada mitra kami Bapak Jajang Sukardi yang telah bersedia menjadi mitra pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, S., Irwanto, T., & Sari, D. R. (2023). Peranan Kemasan Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Kopi Bubuk Pada SMKN 1 Agribisnis Dangau Datuk Kota Bengkulu. *Jurnal Dehasen Mengabdi*, 2(1), 71–76.
- Basri, M. (2024). *Pengaruh Kemitraan Terhadap Risiko Produksi dan Pendapatan Usahatani Kopi Robusta di Provinsi Lampung*. IPB University.
- Efdison, Z., Lova, A. N., & Hamdani, D. (2023). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kopi Nur. *JEMBA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(4), 671–682.
- 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.
- Rahmayanie, A. M., Afiffah, A. V., Anggraini, I. D., Hermawan, H. D., Mukhlisin, L., & Kurniawan, D. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Alternatif Pengembangan Strategi Promosi Konveksi BUMDes. *Buletin KKN Pendidikan*, 4(2), 123–133.
- Rohman, M., Tjiptady, B. C., Choirina, P., Asshidiqi, F. K., im Humam, M. N., & Chanda, M. R. (2023). Pemberdayaan Kelompok Tani Kopi Melalui Penerapan Mesin Sortir Otomatis Untuk Meningkatkan Produksi Pasca Panen. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 4(02), 82–90.
- Sari, T. O. (2025). *Implementasi Pemanfaatan Digital Marketing Melalui Live Shopping Platform Social Commerce Tiktok pada UMKM Aromaterapi Natureline*. Universitas Islam Indonesia.
- Setiastuti, D., & Noerfitri, N. (2024). Frekuensi Konsumsi Kopi Instan Sebagai Determinan Indeks Massa Tubuh Mahasiswa Kesehatan. *Jurnal Penelitian Kesehatan" SUARA FORIKES"*, 15(1), 167–170.
- Widiyani, D. P., & Hartono, J. S. S. (2021). Studi eksplorasi agroklimat tanaman kopi robusta (*Coffea canephora*) Kabupaten Tanggamus, Lampung. *Jurnal Agrinika: Jurnal Agroteknologi Dan Agribisnis*, 5(1), 20–29.
- Yusuf, M. F. M., Garusu, I. A., Hamid, A., Rauf, D. M., & Sari, I. M. (2024). Dampak

Penutupan TikTok Shop Terhadap Pengguna dan Pelaku Bisnis Dalam E-Commerce: Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 2(1), 1–7.