PAKDEMAS
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

OPTIMALISASI PRODUKSI DAN PEMASARAN KOPI PETIK MERAH (KOPERAH) PADA KELOMPOK WANITA TANI KOTA PAGAR ALAM

OPTIMIZATION OF PRODUCTION AND MARKETING OF RED CHERRY COFFEE (KOPERAH) IN THE WOMEN'S FARMER GROUP OF PAGAR ALAM CITY

Apriana[1*)], Sasmita[2)], Fameira dhiniati[3)]
[1,2,3)]*Institut Teknologi Pagar Alam, Indonesia*
*Corresponding author: aprianasalim1993@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan produksi dan pemasaran Kopi Petik Merah (KOPERAH) yang dikelola oleh Kelompok Wanita Tani di Kota Pagar Alam. Permasalahan utama yang dihadapi adalah rendahnya efisiensi proses produksi, keterbatasan teknologi produksi dan kurangnya akses pasar yang luas. Metode penelitian yang digunakan meliputi tahap analisis kebutuhan, tahap perancangan, tahap pendampingan dan implementasi, partisipasi mitra dalam pelaksanaan, tahapan evaluasi dan tahapan keberlanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan produksi kopi petik merah melalui penerapan teknologi dan pengemasan produk dengan smart packaging dapat meningkatkan nilai jual hingga 25%. Strategi pemasaran yang direkomendasikan mencakup branding berbasis keunikan rasa kopi Pagar Alam, pemanfaatan media digital, serta penguatan jejaring distribusi dengan mitra bisnis. Optimalisasi ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk, memperluas pangsa pasar, dan mendukung pemberdayaan ekonomi anggota Kelompok Wanita Tani.

Kata Kunci: Optimalisasi, Produksi, KOPERAH, Kelompok Wanita Tani, Pagar Alam

ABSTRACT

This study aims to optimize the production and marketing of Red Picked Coffee (KOPERAH) managed by the Women Farmers Group in Pagar Alam City. The main problems faced are low production process efficiency, limited production technology, and lack of broad market access. The research methods used include needs analysis, design, mentoring and implementation, partner participation in implementation, evaluation, and sustainability. The results show that increasing red picked coffee production through the application of technology and product packaging with smart packaging can increase sales value by up to 25%. Recommended marketing strategies include branding based on the unique taste of Pagar Alam coffee, utilizing digital media, and strengthening distribution networks with business partners. This optimization is expected to increase product competitiveness, expand market share, and support the economic empowerment of Women Farmers Group members.

Keywords: Optimization, Production, KOPERA, Women Farmers Group, Pagar Alam

PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komuditas unggulan di Indonesia yang memiliki potensi besar dalam pasar domestik maupun internasional. Indonesia merupakan perodusen kopi terbesar di dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia dengan produksi sekitar 789.000 ton per tahun, dimana sebagian besar merupakan kopi dengan jenis robusta. Hal ini menunjukkan bahwa indonesia memainkan peran penting dalam pasar kopi global. Permintaan akan kopi terus meningkat seiring dengan trend konsumsi kopi yang semakin berkembang, baik dalam bentuk kopi bubuk, kopi instan, maupun kopi spesial. (Pratama et al. 2025)

Salah satu faktor penting dalam menghasilkan kopi berkualitas tinggi adalah penerapan sistem petik merah, yaitu metode panen yang hanya mengambil buah kopi yang telah matang sempurna. Kopi petik merah memiliki cita rasa yang lebih baik dibandingkan dengan kopi yang dipetik secara campuran, sehingga memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Namun, penerapan sistem ini masih menghadapi berbagai tantangan, terutama di kalangan kelompok wanita tani

yang turut berperan dalam budidaya dan pengolahan kopi. (Fadhilah, Satyanegara, and Pertiwi 2023)

Perkembangan teknologi informasi saat ini berlangsung sangat cepat. Teknologi informasi tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (perangkat keras atau lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirimkan informasi.(Teniro and Zainudin 2022)

Studi menunjukkan bahwa penggunaan platform digital dapat signifikan dalam meningkatkan pemasaran produk lokal. (Saputro et al. 2024)

Memaksimalkan potensi dan kretivitas dalam usaha kelompok tani menjadi fondasi bagi perkembangan berkelanjutan dan kesuksesan dalam sektor pertanian. Dengan memahami dan mengoptimalkan potensi yang dimiliki serta mengadopsi inovasi, kelompok tani dapat mencapai produktivitas yang lebih tinggi, meningkatkan kesejahteraan anggotanya, dan memberikan kontribusi positif pada perekonomian lokal.(Wulandari et al. 2024)

Kelompok Wanita Tani memiliki peran penting dalam sektor pertanian, khususnya dalam proses panen, pascapanen, hingga pemasaran produk. Namun, dalam praktiknya, mereka masih menghadapi berbagai kendala seperti minimnya akses terhadap teknologi pertanian, keterbatasan modal, kurangnya pelatihan terkait teknik budidaya kopi yang optimal, serta rendahnya pemahaman mengenai strategi pemasaran modern. Kondisi ini menyebabkan rendahnya produktivitas dan kurang optimalnya pemasaran kopi petik merah, sehingga hasil panen belum memberikan keuntungan maksimal bagi kelompok Wanita Tani.

Selain itu, dalam aspek pemasaran, banyak petani kopi masih bergantung pada sistem pemasaran konvensional yang terbatas pada pengepul atau tengkulak, sehingga harga jual kopi petik merah sering tidak stabil dan kurang menguntungkan. Sementara itu, tren pemasaran digital dan branding produk berbasis komunitas semakin berkembang dan dapat menjadi peluang besar bagi kelompok wanita tani untuk meningkatkan daya saing produk kopi mereka. Namun, pemanfaatan teknologi digital seperti e-commerce dan media sosial dalam memasarkan kopi petik merah masih belum maksimal.

Profil mitra utama kami adalah Kelompok Tani yang berada di desa karang dalo, kelurahan Karang Dalo, dempo tengah, kota pagar alam yang berdiri pada hari selasa, tanggal 13 Januari 2015, dengan nama KWT (Kelompok Wanita Tani) Pelangi yang awal pembentukannya berjumlah 21 anggota. termasuk ketua, sekretasis dan bendahara. Mereka merupakan kelompok tani yang aktif berkecimpung dalam bidang pertanian di Kota Pagar Alam. Adapun kondisi mitra saat ini untuk produksi dan pemasaran kopi petik merah masih dengan cara konvensional menggunakan kayu bakar untuk produksi dan pemasaran pembeli masih datang langsung ke Kelompok Wanita Tani. Oleh karena itu, diperlukan upaya optimalisasi produksi dan pemasaran kopi petik merah pada Kelompok Wanita Tani melalui peningkatan kapasitas, adopsi teknologi pertanian, serta penguatan strategi pemasaran berbasis digital. Dengan adanya langkah-langkah strategis yang tepat, diharapkan Kelompok Wanita Tani dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi, memperluas jangkauan pasar, serta memperoleh nilai ekonomi yang lebih tinggi dari kopi petik merah yang dihasilkan.

Permasalahan utama yang diangkat dalam kegiatan ini adalah kurangnya optimalisasi produksi dan pemasaran Kopi Petik Merah (KOPERAH). Saat ini, banyak petani masih menerapkan cara-cara konvensional dalam budidaya, pemetikan tidak selektif (tidak hanya petik merah), dan pemasaran masih terbatas pada lingkup lokal tanpa adanya strategi promosi digital dan branding yang kuat. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan kolaboratif antara akademisi dan masyarakat guna meningkatkan efisiensi produksi dan memperluas akses pasar, sehingga kopi petik merah memiliki nilai jual tinggi dan berkelanjutan.

BAHAN DAN METODE

Pelaksanaan kegiatan PMP ini melibatkan tim pengusul yakni 1 orang ketua, 2 orang anggota dan 2 orang mahasiswa/i serta 1 orang ketua kelompok Wanita Tani dan 20 anggotanya. Adapun pelaksanaan kegiatan ini dalam waktu 6 bulan, pelaksanaan kegiatan ini dibagi menjadi beberapa tahap sebagai berikut:

Tahap Analisis Kebutuhan Pada tahapan ini terdiri dari beberapa langkah yaitu: 1. Pada tahapan ini tim pengusul melakukan identifikasi ruang lingkup dengan tujuan untuk menjaga konistensi dari kegiatan PMP ini agar tercapainya tujuan yang diharapkan. Pada tahap ini digunakan metode Critical Sucess Factor (CSF) dan Value Chain dimana tim pengusul membuat suatu analisa terhadap faktor-faktor yang berperan dalam keberhasilan tujuan Kelompok Wanita Tani "Pelangi". Setelah hal tersebut teridentifikasi secara jelas dan terukur maka akan memudahkan tim pengusul menetapkan teknologi yang akan di implementasikan yakni Optimalisasi produksi dan pemasaran KOPERAH dengan kemasan Smart Packaging di kota Pagar Alam. 2. Mempelajari Literatur. Langkah selanjutnya adalah mempelajari Literatur-leteratur yang dapat membantu perancangan teknologi yang akan di implementasikan pada Kelompok Wanita Tani "Pelangi". Sumber literatur didapatkan dari jurnal, artikel yang membahas tentang Optimalisasi produksi dan pemasaran KOPERAH dengan kemasan Smart Packaging, marketing, sampai ke labeling. 3. Pengumpulan Data. Pengumpulan data dilakukan untuk membantu tim pengusul dalam merancang Teknologi untuk Kelompok Wanita Tani "Pelangi", adapun pengumpulan data dilakukan secara langsung dimana data yang dibutuhkan berupa observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Mitra secara aktif memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dan diperlukan selama pengumpulan data

Pada tahapan ini, dilakukan perancangan teknologi yang direkomendasikan sebagai solusi dalam menyelesaikan persoalan-persoalan yang dihadapi oleh mitra, yakni sebagai berikut: 1. Perancangan teknologi peralatan, Dalam hal ini Kelompok Wanita Tani "Pelangi" proses Optimalisasi produksi dan pemasaran KOPERAH dengan kemasan Smart Packaging dengan alat Rosting, penggiling kopi dan *Continous sealer*. 2. Perancangan teknologi pengemasan, Dalam hal ini Kelompok Wanita Tani "Pelangi" akan membuat kemasan smart packaging yang menarik dan sesuai ketentuan. Tentunya setelah diberikan sosialisasi dan pelatihan dalam membuat design yang menarik. 3. Perancangan Teknologi sistem penjualan secara online (ecommerce), Pada tahapan ini perancangan teknologi penjualan yang modern yang memuat semua produk yang dapat dijual. Sosial Media akan memuat informasi tentang harga KOPERAH dengan branding yang tren saat ini. Tentunya user dapat membeli secara online dan dapat dikirim kemanapun. Sehingga Kelompok Wanita Tani bisa mendapatkan value ganda.

Pada tahapan ini, dilakukan pendampingan dan implementasi yakni: 1. Sosialisasi dan Pendampingan pembuatan Produk KOPERAH dilakukan untuk menambah wawasan dan keterampilan Kelompok Wanita Tani "Pelangi", meningkatkan produksi Kopi Petik Merah (KOPERAH) yang sebelumnya nilai jual rendah dan penjualan secara konvensional. Pendampingan ini dilakukan oleh tim pengusul yakni Pendampingan menggunakan alat dalam pembuatan KOPERAH. 2. Perancangan teknologi pengemasan. 3. Pendampingan proses pengemasan yaitu dengan menggunakan aplikasi canva. 4. Pendampingan pembuatan akun media sosial untuk penjualan KOPERAH dilakukan untuk meningkatkan pendapatan Kelompok Wanita Tani "Pelangi", Pendampingan ini dilakukan oleh tim pengusul yakni Pendampingan penerapan teknologi pada Produk KOPERAH.

Pendampingan ini akan melibatkan mahasiswa sebagai pembantu kegiatan dilapangan dan pelaksanaan teknis lainnya. Melibatkan mitra dalam perancangan detail program, termasuk penentuan lokasi, skala, dan jadwal kegiatan. Mitra berpartisipasi dalam sosialisasi dan pendampingan tentang teknik pembuatan KOPERA, Mitra berperan aktif dalam menyediakan bahan baku untuk pembuatan KOPERA, Mitra terlibat langsung dalam proses pembuatan KOPERA. Mitra berperan dalam mengawasi dan memantau perkembangan proses pembuatan KOPERA.

Pelaksanaan evaluasi dilakukan menggunakan pretest dan post test melalui penyebaran kuesioner evaluasi yang dilaksanakan. Evaluasi dilakukan untuk memperoleh informasi terhadap proses kegiatan yang telah dilakukan dan hasil yang diperoleh sesuai target yang direncanakan. Evaluasi dilakukan oleh tim pengabdi pada setiap akhir kegiatan, dan juga dilakukan oleh PPPM melalui monev internal. Hasil evaluasi menjadi bahan keberlanjutan program PMP. Keberlanjutan program ini adalah pendampingan serta melanjutkan kegiatan melalui PPPM sebagai wahana KKN dan desa binaan. Secara spesifik evaluasi keberhasilan

pengetahuan akan dilakukan tes dan wawancara, sehingga bisa mengetahui anggota Kelompok Wanita Tani “Pelangi” memahami. Keberhasilan kegiatan PMP ini diukur dari hasil post test

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan optimalisasi produksi dan pemasaran Kopi Petik Merah (KOPERAH) pada Kelompok Wanita Tani Kota Pagar Alam memberikan sejumlah capaian yang sangat positif. Salah satu hasil utama dari kegiatan ini adalah peningkatan kapasitas produksi yang mencapai 20%. Hal ini dapat dicapai berkat penerapan teknologi baru dalam pengolahan kopi, khususnya dalam penggunaan alat roasting dan penggilingan yang lebih efisien. Dengan alat yang lebih modern dan efisien, waktu yang dibutuhkan untuk menghasilkan kopi menjadi lebih cepat, sehingga memungkinkan kelompok tani untuk memproduksi lebih banyak dalam waktu yang lebih singkat.



Gambar 1. Kegiatan Pengabdian di Kelompok Wanita Tani Kota Pagar Alam

Selain peningkatan kapasitas produksi, kegiatan ini juga membawa peningkatan kualitas produk yang signifikan. Dalam rangka memenuhi beragam segmen pasar, Kelompok Wanita Tani melakukan diversifikasi produk dengan mengemas Kopi Petik Merah (KOPERAH) dalam berbagai ukuran kemasan, seperti 100 gram, 250 gram, dan 500 gram. Diversifikasi produk ini bertujuan untuk memenuhi preferensi konsumen yang berbeda, dari mereka yang ingin membeli dalam jumlah kecil hingga yang lebih besar untuk keperluan konsumsi rumah tangga atau usaha.



Gambar 2. A. Serah terima alat produksi dan b. Produk Kopi Petik Merah (KOPERAH)

Tidak hanya fokus pada produksi, kegiatan ini juga berhasil memperkuat aspek pemasaran produk KOPERAH. Dengan branding yang lebih kuat, produk ini diperkenalkan dengan label dan desain kemasan baru yang menonjolkan keunikan kopi khas Pagar Alam.

Kemasan yang menarik ini juga berfungsi untuk memperkuat identitas produk, sehingga memudahkan konsumen dalam mengenali dan memilih produk ini di pasaran. Selain itu, pemasaran secara daring melalui media sosial dan marketplace juga dilakukan, yang memungkinkan produk ini menjangkau pasar yang lebih luas tanpa perlu biaya promosi yang besar.

Selain penguatan kualitas dan pemasaran, kegiatan ini juga memberikan dampak yang positif terhadap pemberdayaan ekonomi anggota. Rata-rata pendapatan anggota kelompok meningkat sebesar 25% dibandingkan dengan sebelum kegiatan dilakukan. Dengan peningkatan pendapatan ini, anggota kelompok tidak hanya merasakan manfaat langsung dalam bentuk keuntungan finansial, tetapi juga mendapatkan rasa percaya diri yang lebih tinggi dalam menjalankan usaha mereka.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi yang tepat dan inovasi dalam proses produksi sangat berpengaruh terhadap peningkatan kualitas dan kapasitas produksi. Teknologi yang diterapkan, seperti alat roasting dan penggilingan yang lebih efisien, memudahkan kelompok wanita tani untuk memproses kopi dengan lebih cepat dan dalam jumlah yang lebih banyak. Hal ini sesuai dengan kebutuhan pasar yang semakin besar dan permintaan kopi yang terus berkembang, terutama dari konsumen yang mencari produk berkualitas.

Pelatihan intensif yang diberikan kepada anggota kelompok juga memberikan dampak signifikan terhadap kemampuan teknis mereka. Dengan pelatihan ini, anggota kelompok tidak hanya belajar bagaimana cara mengoperasikan alat-alat baru, tetapi juga bagaimana cara mengolah kopi dengan kualitas yang lebih tinggi dan lebih konsisten. Keahlian yang diperoleh ini menjadikan kelompok wanita tani lebih mandiri dan memiliki kemampuan untuk bersaing di pasar kopi yang semakin kompetitif.

Diversifikasi produk menjadi langkah yang sangat tepat, mengingat perbedaan preferensi konsumen dalam memilih produk kopi. Dengan kemasan yang lebih variatif, KOPERAH kini dapat menjangkau lebih banyak konsumen, baik itu untuk konsumsi pribadi dengan kemasan kecil maupun untuk dijual dalam jumlah lebih besar dengan kemasan yang lebih besar. Selain itu, kemasan yang menarik dan desain yang mencolok juga memberikan nilai tambah bagi produk tersebut, karena konsumen kini lebih memperhatikan aspek visual dari produk yang mereka beli.

Strategi branding yang dilakukan dengan memperkenalkan identitas yang kuat melalui label dan kemasan yang khas semakin memperkuat daya tarik produk. Branding yang baik bukan hanya tentang nama produk, tetapi juga bagaimana konsumen bisa mengenali dan mengingat produk tersebut. Dalam hal ini, desain kemasan yang mencerminkan kualitas dan karakteristik kopi Pagar Alam menjadi nilai jual tersendiri.

Salah satu elemen penting dalam kesuksesan pemasaran produk KOPERAH adalah penerapan strategi pemasaran digital yang efektif. Dengan memanfaatkan media sosial dan marketplace, kelompok tani dapat memperkenalkan produk mereka kepada pasar yang lebih luas, bahkan hingga luar daerah. Pemasaran secara daring ini memungkinkan mereka untuk berinteraksi langsung dengan konsumen dan mendapatkan feedback yang berharga untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.

Dampak positif dari kegiatan ini tidak hanya terlihat pada sisi ekonomi, tetapi juga pada aspek pemberdayaan sosial-ekonomi anggota kelompok wanita tani. Pembentukan koperasi sebagai bagian dari kegiatan ini memberikan struktur yang lebih formal bagi kelompok tani, yang memungkinkan mereka untuk mengelola usaha secara lebih profesional. Koperasi juga memberi mereka kekuatan tawar yang lebih besar dalam hal pembelian bahan baku, pengelolaan produk, dan pemasaran.

Keberhasilan dalam meningkatkan kapasitas produksi, kualitas produk, dan pemasaran ini tidak terlepas dari peran kerjasama tim dan koordinasi yang baik di antara anggota kelompok. Setiap anggota memiliki peran yang jelas dalam proses produksi dan pemasaran, yang memungkinkan mereka untuk saling mendukung dan berkontribusi terhadap keberhasilan bersama. Dengan adanya semangat gotong royong ini, kelompok wanita tani semakin solid dan memiliki rasa kepemilikan terhadap produk yang mereka hasilkan.

Dengan hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini telah berhasil meningkatkan keberlanjutan usaha kelompok wanita tani, baik dari sisi ekonomi maupun sosial. Keberlanjutan ini penting untuk memastikan bahwa usaha yang telah dijalankan dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi anggota kelompok. Kegiatan ini juga menjadi contoh yang baik tentang bagaimana pemberdayaan wanita dalam sektor pertanian dapat membawa perubahan yang signifikan dalam kehidupan mereka.

Di masa depan, diharapkan Kelompok Wanita Tani Kota Pagar Alam dapat terus mengembangkan produk dan memperluas pasar KOPERAH, tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga di pasar yang lebih luas. Penguatan branding dan pemasaran yang lebih agresif, serta pengembangan varian produk baru, dapat membuka peluang pasar yang lebih besar. Peningkatan kapasitas produksi dan kualitas yang terus menerus juga akan memberikan daya saing yang lebih kuat bagi produk KOPERAH.

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berfokus pada optimalisasi produksi dan pemasaran, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap pemberdayaan sosial yang lebih luas. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang tepat, kelompok wanita tani dapat menjadi agen perubahan yang efektif dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga dan masyarakat di sekitar mereka.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan PMP ini adalah optimalisasi pada proses produksi dan strategi pemasaran Kopi Petik Merah (KOPERAH) melalui penerapan smart packaging. Inovasi kemasan ini tidak hanya meningkatkan kualitas perlindungan produk dan memperpanjang umur simpan, tetapi juga menambah nilai jual serta daya tarik di pasar. Dengan demikian, diharapkan KOPERAH mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, serta memperkuat daya saing sebagai produk kopi premium yang berorientasi pada inovasi dan kualitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian berterima kasih kepada Kementerian Pendidikan Tinggi Sains dan Teknologi melalui Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat , Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M) Institut Teknologi Pagar Alam dan Kelompok Wanita Tani Kota Pagar Alam yang telah memberikan dukungan terhadap terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Fadhilah, Fadhilah, Diqbal Satyanegara, and Widya Nur Bhakti Pertiwi. 2023. “Optimalisasi Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Bagi UMKM Kopi Dadaman Desa Citaman Banten.” *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia* 6(1): 13.

Pratama, Moh Mirza, Ifroh Naila Riska, Diana Lulita, and Rika Amelia. 2025. “Optimalisasi Strategi Pemasaran Produk Kopi Di Perumda Perkebunan Kahyangan Jember Menulis : Jurnal Penelitian Nusantara.” 1: 217–22.

Saputro, Heru et al. 2024. “Optimalisasi Pemasaran Produk Kopi Kelompok Tani Desa Gunungsari Melalui Penerapan Platform Digital.” 15(3): 485–91.

Teniro, Alwin, and Zainudin Zainudin. 2022. “Optimalisasi Pengolahan Biji Kopi Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Petani.” *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia* 1(3): 24–28.

Wulandari, Sri Wulandari et al. 2024. “Pelatihan Pengolahan Kopi Herbal Upaya Optimalisasi Potensi Dan Inovasi Usaha Kelompok Tani Desa Iv Suku Menanti Kabupaten Rejang Lebong.” *SIPISSANGNGI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4(1): 31.