

Pelatihan pengolahan minuman kopi beraroma lezat di desa Jeruju Besar Kecamatan Sungai Kakap Kabupaten Kubu Raya

Fatmawati¹, Hairil Anwar², Indah Sulisdiani³, Zulkarnain⁴

¹Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tanjungpura, Pontianak

²Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tanjungpura, Pontianak

³Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tanjungpura, Pontianak

⁴Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tanjungpura, Pontianak

Penulis korespondensi : Zulkarnain

E-mail : zulkarnain@fisip.untan.ac.id

Diterima: 14 Januari 2026 | Direvisi: 13 Februari 2026 | Disetujui: 13 Februari 2026 | Online: 12 April 2026

© Penulis 2026

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di Desa Jeruju Besar, Kabupaten Kubu Raya, dengan tujuan meningkatkan kapasitas pelaku usaha kopi lokal dalam pengolahan produk dan strategi pemasaran digital. Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi keterbatasan keterampilan meracik minuman kopi yang sesuai selera pasar, rendahnya literasi digital dalam promosi daring, serta lemahnya kelembagaan kelompok usaha. Metode yang digunakan adalah pelatihan partisipatif, demonstrasi teknik penyeduhan kopi beraroma, dan pendampingan pembuatan konten promosi berbasis media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap teknik pengolahan minuman kopi yang kreatif serta tumbuhnya kesadaran dalam membuat konten promosi digital melalui platform seperti Instagram dan WhatsApp Business. Selain itu, kegiatan ini turut mendorong terbentuknya jaringan kelembagaan usaha kopi yang lebih solid di tingkat desa. Temuan ini memperkuat pentingnya integrasi antara peningkatan kapasitas teknis dan pemanfaatan teknologi digital untuk memperkuat daya saing UMKM berbasis komunitas di wilayah pedesaan.

Kata kunci: pemberdayaan masyarakat; UMKM; pemasaran digital; penguatan kelembagaan; desa jeruju besar.

Abstract

This Community Service Program (PKM) was conducted in Jeruju Besar Village, Kubu Raya Regency, with the aim of enhancing the capacity of local coffee entrepreneurs in product processing and digital marketing strategies. The main challenges faced by the partners included limited skills in blending coffee beverages that meet market preferences, low digital literacy in online promotion, and weak institutional collaboration among business groups. The methods applied consisted of participatory training, demonstrations of aromatic coffee brewing techniques, and mentoring sessions on creating social media-based promotional content. The results of the program indicate an improvement in participants' understanding of creative coffee processing techniques and an increased awareness of producing digital promotional content through platforms such as Instagram and WhatsApp Business. Furthermore, the activity encouraged the establishment of a more solid institutional network among local coffee businesses at the village level. These findings emphasize the importance of integrating technical capacity development with the utilization of digital technology to strengthen the competitiveness of community-based micro, small, and medium enterprises (UMKM) in rural areas.

Keywords: community empowerment; UMKM; digital marketing; institutional strengthening; jeruju besar village.

PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan Indonesia yang memiliki peran strategis dalam sektor ekonomi kreatif nasional. Berdasarkan data ICO (*International Coffee Organization*) 2017–2020 menunjukkan permintaan kopi dunia naik rata-rata 1,4% per tahun (Rahmah dkk., 2022). Di tingkat nasional, *Badan Pusat Statistik* (2022) mencatat produksi kopi Indonesia mencapai 774,6 ribu ton, dengan potensi pengembangan signifikan di wilayah Kalimantan Barat yang memiliki varietas khas dan pasar domestik yang terus berkembang (BPS, 2023).

Meningkatnya tren minuman kopi modern di Indonesia juga berpengaruh hingga ke daerah-daerah, termasuk Kabupaten Kubu Raya. Pergeseran gaya hidup masyarakat terhadap konsumsi kopi berkonsep kafe dan “kopi kekinian” menciptakan peluang ekonomi baru bagi pelaku usaha kecil. Studi Aulia dan Idris (2024) menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial untuk promosi produk kopi, secara signifikan meningkatkan visibilitas merek dan penjualan UMKM (Aulia, 2024). Sejumlah studi pengabdian dan penelitian terkini menunjukkan bahwa penguasaan keterampilan pemasaran digital menjadi faktor kunci dalam peningkatan daya saing UMKM berbasis komunitas, khususnya di wilayah pedesaan yang memiliki keterbatasan akses pasar konvensional (Ramadhani dkk., 2025; Syafitri, 2025). Namun demikian, pelaku usaha di tingkat desa masih menghadapi kendala dalam mengelola konten promosi digital, keterbatasan akses teknologi, serta belum optimalnya jejaring kelembagaan yang mendukung kolaborasi antar pelaku usaha (Nurdin dkk., 2023). Rendahnya literasi digital masyarakat desa tidak hanya berdampak pada terbatasnya jangkauan pemasaran produk, tetapi juga pada lemahnya kemampuan UMKM dalam membangun identitas merek dan komunikasi dengan konsumen secara berkelanjutan (Mirfaqo dkk., 2024).

Desa Jeruju Besar sebagai salah satu sentra pengembangan ekonomi lokal di Kabupaten Kubu Raya memiliki potensi besar dalam pengolahan kopi, tetapi tantangan utama muncul pada aspek inovasi produk dan promosi. Banyak pelaku usaha belum memiliki keterampilan teknis untuk mengolah kopi beraroma khas yang mampu menarik minat konsumen muda. Selain itu, kesadaran akan pentingnya branding digital dan kolaborasi kelembagaan usaha masih rendah. Berdasarkan kondisi tersebut, tim pelaksana PKM melakukan program pemberdayaan yang menitikberatkan pada dua aspek: (1) peningkatan kapasitas pengolahan minuman kopi berbasis cita rasa lokal, dan (2) penguatan kemampuan promosi digital melalui pelatihan konten kreatif berbasis media sosial.

Desa Jeruju Besar memiliki proporsi penduduk usia produktif yang cukup signifikan, namun kondisi tersebut belum sepenuhnya diimbangi dengan ketersediaan keterampilan praktis dan pemanfaatan peluang ekonomi berbasis potensi lokal. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi digital dan kemampuan kewirausahaan di kalangan pelaku UMKM pedesaan masih terbatas, sehingga menjadi salah satu hambatan dalam mengoptimalkan peluang usaha mandiri berbasis teknologi informasi (Suri & Halim, 2022).

Di sisi lain, potensi ekonomi berbasis komoditas lokal seperti kopi dapat menjadi alternatif strategis dalam pengembangan usaha mikro di desa karena memiliki nilai tambah apabila dikelola dalam bentuk produk olahan. Silaban (2025) menegaskan bahwa pengembangan UMKM berbasis kopi mampu meningkatkan nilai ekonomi masyarakat desa apabila didukung oleh keterampilan teknis dan strategi pemasaran yang tepat (Silaban, 2025). Namun, tanpa dukungan peningkatan kapasitas produksi dan pemahaman pemasaran digital, potensi tersebut sulit berkembang secara berkelanjutan. Studi Sanawiri dan Amrulla (2025) menunjukkan bahwa pelatihan yang mengintegrasikan inovasi bisnis dan teknologi digital efektif dalam memperkuat kapasitas wirausaha komunitas pedesaan (Sanawiri & Amrulla, 2025).

Tantangan utama yang dihadapi antara lain minimnya pengetahuan tentang proses pengolahan kopi modern, keterbatasan akses terhadap teknologi dan peralatan seduh, serta kurangnya

kemampuan dalam manajemen usaha dan pemasaran digital (Jatmiko, 2022). Di sisi lain, tren konsumsi minuman kopi kekinian terus meningkat di berbagai daerah. Kondisi ini membuka peluang besar bagi masyarakat desa untuk berpartisipasi dalam industri kopi dengan dukungan pelatihan dan pendampingan yang tepat.

Selain keterampilan produksi, tantangan lain yang dihadapi calon pelaku usaha di tingkat desa adalah rendahnya pemahaman terhadap strategi pemasaran digital. Haris (2024) mencatat bahwa adopsi media digital seperti Instagram dan WhatsApp Business masih relatif rendah di kalangan UMKM pedesaan akibat keterbatasan literasi digital, padahal platform tersebut memiliki potensi besar sebagai sarana promosi berbiaya rendah dan berjangkauan luas (Haris, 2024). Oleh karena itu, pelatihan yang mengintegrasikan peningkatan keterampilan pengolahan produk dengan penguatan literasi pemasaran digital menjadi relevan sebagai upaya penguatan kapasitas pemuda Desa Jeruju Besar dalam menghadapi dinamika ekonomi berbasis teknologi.

Kegiatan ini diharapkan mampu membangun kemandirian ekonomi pelaku usaha kopi di desa melalui peningkatan kemampuan teknis dan pemanfaatan teknologi informasi. Sejalan dengan pandangan Ife dan Tesoriero (2008) bahwa pembangunan masyarakat yang berkelanjutan harus berbasis pada potensi lokal dan partisipasi aktif warga, kegiatan PKM ini mengintegrasikan pendekatan partisipatif dengan teknologi digital sebagai sarana pemberdayaan. Dengan demikian, program ini tidak hanya bertujuan meningkatkan kualitas produk dan strategi pemasaran, tetapi juga memperkuat jejaring sosial dan kelembagaan ekonomi masyarakat di tingkat desa.

Oleh karena itu, kegiatan PKM ini dirancang sebagai bentuk transfer pengetahuan dan keterampilan dari perguruan tinggi kepada masyarakat melalui pelatihan pengolahan minuman kopi berbasis espresso. Pelatihan pengolahan minuman kopi dirancang berbasis prinsip espresso, tetapi disesuaikan dengan kondisi ekonomi dan keterbatasan alat peserta. Oleh karena itu, praktik pengolahan menggunakan bahan kopi instan dan metode manual sebagai tahap awal pembelajaran, dengan tujuan agar peserta dapat menerapkan keterampilan tersebut secara realistis dan berbiaya rendah. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas wirausaha masyarakat, khususnya pemuda desa, agar mampu menciptakan produk minuman kopi yang bernilai ekonomi tinggi. Program pelatihan berbasis komunitas dinilai efektif dalam mendorong transformasi ekonomi lokal apabila dirancang sesuai kebutuhan masyarakat dan dilaksanakan secara partisipatif, sebagaimana ditunjukkan dalam berbagai program pemberdayaan UMKM berbasis desa (Al-Pansori dkk., 2025; Riski dkk., 2024).

METODE

Kegiatan PKM dilaksanakan pada 26 Juli 2025 di Aula Kantor Desa Jeruju Besar, Kecamatan Sungai Kakap, Kabupaten Kubu Raya. Kegiatan ini melibatkan 30 peserta, terdiri dari pemuda, mahasiswa, pelaku UMKM, dan ibu rumah tangga yang memiliki ketertarikan pada usaha kopi.

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif dan instruksional. Pendekatan partisipatif dilakukan dengan melibatkan masyarakat sejak tahap perencanaan hingga evaluasi kegiatan. Pendekatan partisipatif dalam kegiatan pengabdian memungkinkan masyarakat terlibat aktif sebagai subjek kegiatan, sehingga proses transfer pengetahuan menjadi lebih kontekstual dan berkelanjutan (Sufaidah dkk., 2025). Sementara pendekatan instruksional digunakan untuk mentransfer keterampilan teknis melalui pelatihan langsung dan praktik pengolahan kopi.

Tahapan Kegiatan meliputi:

1. Persiapan: survei lapangan, koordinasi dengan pemerintah desa, penyusunan modul pelatihan, dan penyediaan peralatan pendukung.
2. Pelaksanaan Pelatihan:
 - a. Materi pengenalan jenis kopi dan teknik pengolahan modern berbasis espresso.
 - b. Praktik langsung pembuatan minuman kopi beraroma lezat seperti *kopi susu gula aren*.
 - c. Pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital menggunakan media sosial.

Pelatihan pengolahan minuman kopi beraroma lezat di desa Jeruju Besar Kecamatan Sungai Kakap Kabupaten Kubu Raya

Peserta dibimbing membuat akun Instagram bisnis dan WhatsApp Business, mengambil foto produk menggunakan pencahayaan alami, menyusun caption promosi sederhana, serta mengunggah konten pertama mereka. Materi juga mencakup pengenalan konsep branding sederhana, seperti pemilihan nama usaha, logo, dan tampilan kemasan. Pendekatan ini dirancang agar peserta tidak hanya memahami konsep pemasaran digital secara teoritis, tetapi juga mampu mempraktikkannya secara langsung sesuai dengan keterbatasan sarana yang dimiliki.

3. Evaluasi: Evaluasi dilakukan secara formatif dan sumatif menggunakan dua instrumen, yaitu: Tes praktik pembuatan minuman kopi susu gula aren dan Daftar periksa (checklist) observasi untuk menilai keterampilan teknis dan partisipasi peserta selama pelatihan. Kuesioner diberikan sebelum pelatihan (pre-test) dan setelah pelatihan (post-test). Sementara itu, observasi dilakukan oleh tim pelaksana PKM menggunakan skala penilaian 1–5 pada 12 indikator keterampilan teknis dan partisipasi. Skor observasi dikonversi ke dalam bentuk persentase dan dikategorikan menjadi sangat baik (81–100%), baik (61–80%), cukup (41–60%), kurang ($\leq 40\%$). Pelatihan keterampilan praktis yang dikombinasikan dengan pendampingan terbukti mampu meningkatkan kapasitas produksi dan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha secara mandiri (Riski dkk., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini merupakan bentuk nyata penerapan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam bidang pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal. Pelatihan pengolahan minuman kopi beraroma lezat di Desa Jeruju Besar dirancang sebagai strategi peningkatan kapasitas dan kemandirian ekonomi masyarakat melalui pendekatan edukatif dan partisipatif.

Kegiatan pelatihan dimulai dengan agenda pembukaan oleh perwakilan dari Pemerintahan Desa Jeruju Besar yaitu Jaabir, S.Ag (Kasi Kesejahteraan), dan dilanjutkan dengan kata sambutan dari ketua TIM PKM Fisip Untan yang disampaikan oleh Prof. Dr. Hj. Fatmawati, M.Si. Kemudian agenda dilanjutkan dengan penyampaian materi pelatihan oleh narasumber terkait cara pengolahan kopi secara kekinian atau modern berbasis espresso, dan diikuti dengan kegiatan praktek tentang cara pengolahan kopi menjadi produk minuman kopi beraroma lezat. Meskipun materi pengolahan kopi diperkenalkan berbasis konsep espresso, praktik lapangan menggunakan kopi instan (seperti Nescafe) dan metode manual. Penyesuaian ini dilakukan karena keterbatasan alat dan pertimbangan biaya, sehingga peserta dapat langsung mempraktikkan keterampilan tersebut secara mandiri setelah pelatihan. Pada akhir rangkaian kegiatan ialah dilakukannya sesi tanya jawab dengan mitra masyarakat sebagai peserta pelatihan.



Gambar 1. Pembukaan kegiatan oleh ketua Tim PKM FISIP Untan dan Kasi Kesejahteraan Desa Jeruju Besar

Pelatihan yang dilaksanakan pada tanggal 26 Juli 2025 di Aula Kantor Desa Jeruju Besar diikuti oleh 30 peserta dari berbagai kalangan di antaranya: pemuda desa, mahasiswa, pelaku UMKM, serta ibu rumah tangga. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi selama kegiatan berlangsung. Materi

disampaikan dalam dua sesi utama: penyampaian teori dan praktik langsung (hands-on), yang difasilitasi oleh narasumber berpengalaman dalam dunia barista dan wirausaha kopi.

Pada sesi penyampaian materi, materi disajikan dengan dua metode, yaitu pertama dengan metode ceramah interaktif, narasumber memaparkan secara langsung materi terkait pengetahuan dasar terkait kopi dan tatacara pengolahan kopi menjadi produk minuman kope beraroma lezat. Kedua, dengan metode praktek, narasumber mempraktekkan tatacara dan langkah-langkah bagaimana membuat kopi menjadi sebuah produk minuman.

Dalam kesempatan kegiatan praktik pengolahan minuman kopi, Tim PKM Fisip Untan memilih jenis praktek pengolahan minuman kopi beraroma lezat yaitu jenis minuman kopi susu gula aren yang saat ini banyak digemari oleh anak-anak muda dan juga orang dewasa, mengingat pengolahan kopi susu gula aren lebih mudah dalam pengolahannya menjadi minuman kopi yang beraroma lezat, tidak membutuhkan alat pengolah kopi (mesin pengolah kopi modern) yang harganya mahal (seperti mesin pengolah kopi espresso), disamping itu modal yang digunakan untuk pengolahan minuman kopi gula aren lebih murah dan terjangkau dari sisi biaya oleh para peserta pelatihan, karena bahan baku yang digunakan untuk mengolah minuman kopi susu gula aren sudah banyak tersedia di pasar seperti di Supermarket atau di toko-toko bahan kue.

Dalam kegiatan praktik yang dijelaskan oleh narasumber, bahan baku yang digunakan untuk mengolah minuman kopi susu gula aren adalah: 1) kopi sachet, atau bisa juga menggunakan bubuk kopi yang siap saji seperti kopi Nescafe sebanyak 100 gram; 2) Gula Aren (Palem Sugar) sebanyak 250 gram; 3) Susu Kental Manis sebanyak 1000 gram (1 liter); 4) Susu Cair UHT sebanyak 5 (lima) liter; 5) Air putih sebanyak 1 (satu liter).

Setelah narasumber menjelaskan bahan baku yang diperlukan dalam mengolah minuman kopi beraroma lezat/minuman kopi susu gula aren, peserta pelatihan diajak bersama-sama secara interaktif dengan narasumber dan dibantu oleh Tim PKM Fisip Untan untuk melakukan praktik pengolahan minuman kopi.



Gambar 2. Bahan baku pembuatan produk minuman kopi beraroma lezat (kopi susu gula aren)

Setelah proses pelaksanaan praktek pengolahan minuman kopi susu gula aren selesai dipraktekkan, berikutnya adalah sesi tanya jawab. Tim PKM Fisip Untan memberikan kesempatan kepada peserta pelatihan untuk bertanya terkait proses praktek pengolahan minuman kopi susu. Beberapa narasumber sangat antusias dalam bertanya kepada Tim PKM Fisip Untan, beberapa pertanyaan yang disampaikan oleh peserta pelatihan antara lain: 1) jenis minuman kopi susu apa saja selain rasa gula aren?; 2) bahan-bahan apa saja yang bisa ditambahkan untuk membuat cita rasa minuman kopi selain cita rasa gula aren? 3) berapa mili liter ukuran takar untuk harga jual kopi susu,

Pelatihan pengolahan minuman kopi beraroma lezat di desa Jeruju Besar Kecamatan Sungai Kakap Kabupaten Kubu Raya

jika dijual per cup dengan harga Rp. 8.000,- (delapan ribu rupiah); 4) bagaimana teknik menjual secara online melalui media sosial? dan beberapa pertanyaan lainnya.

Setelah sesi tanya jawab selesai, kemudian dilakukan evaluasi program kepada para peserta pelatihan baik mengenai pengetahuan peserta pelatihan terkait pengolahan minuman kopi kekinian atau modern yang berbasis espresso maupun evaluasi program terkait kemampuan praktis peserta pelatihan dalam mengaplikasikan pengolahan minuman kopi susu yang beraroma lezat selama proses awal pelaksanaan pelatihan hingga akhir pelatihan. Evaluasi program dilakukan dengan menyebarkan beberapa pertanyaan kepada peserta pelatihan untuk dijawab terkait pengetahuan pengolahan minuman kopi kekinian atau modern berbasis espresso serta praktek pengolahan minuman kopi susu gula aren yang telah dipraktekkan sebelumnya, misalnya mengenai bahan baku yang dipakai serta proses pengolahan minuman kopi susu. Hasil evaluasi menunjukkan sebagian besar peserta pelatihan memahami cara pengolahan minuman kopi kekinian dan cara mengolah minuman kopi susu gula aren. Padamana sebelum dilakukan pelatihan sebagian besar peserta pelatihan masih awan atau belum pernah mengetahui proses pengolahan minuman kopi kekinian maupun mempraktekkan cara mengolah minuman kopi susu gula aren. Setelah mengikuti kegiatan ini sebagian besar peserta pelatihan merasa senang dan puas karena mendapatkan ilmu baru dalam proses pengolahan minuman kopi yang jarang mereka dapatkan. Ilmu yang didapat terkait bagaimana cara mengolah minuman kopi khususnya minuman kopi susu gula aren akan mereka terapkan dirumah sebagai bekal mereka untuk mengembangkan bisnis.



Gambar 3. Peserta melakukan tanya jawab dengan narasumber

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Desa Jeruju Besar, Kecamatan Sungai Kakap, Kabupaten Kubu Raya, telah memberikan hasil nyata dalam peningkatan keterampilan teknis dan semangat kewirausahaan masyarakat lokal. Sebanyak 30 peserta yang terdiri dari pemuda desa, pelaku UMKM, dan ibu rumah tangga menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengikuti setiap tahapan kegiatan pelatihan pengolahan minuman kopi. Selain pelatihan pengolahan minuman kopi, kegiatan ini juga mencakup praktik pemasaran digital secara langsung. Peserta diperkenalkan dengan penggunaan Instagram dan WhatsApp Business sebagai media promosi produk. Dalam sesi ini, peserta dibimbing membuat akun usaha sederhana, mengambil foto produk menggunakan kamera ponsel, menulis deskripsi produk, serta mengunggah konten promosi pertama mereka.

Hasil observasi menunjukkan bahwa sebanyak 18 dari 30 peserta (60%) berhasil mengunggah foto produk kopi susu gula aren ke akun Instagram atau WhatsApp Business selama pelatihan berlangsung. Peserta lainnya mengikuti simulasi pembuatan konten karena keterbatasan perangkat atau koneksi internet. Temuan ini menunjukkan adanya peningkatan literasi digital praktis peserta, khususnya dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk UMKM berbasis desa.

Pelatihan pengolahan minuman kopi beraroma lezat di desa Jeruju Besar Kecamatan Sungai Kakap Kabupaten Kubu Raya



Gambar 4. Contoh simulasi pembuatan akun Instagram dan pengunggahan produk

Pendekatan partisipatif yang digunakan dalam kegiatan ini terbukti efektif. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Chambers (1997) yang menekankan bahwa partisipasi aktif masyarakat dalam proses pembangunan menciptakan rasa memiliki (*sense of ownership*) terhadap hasil kegiatan. Dalam konteks pelatihan kopi ini, keterlibatan masyarakat berkontribusi terhadap keberlanjutan pengetahuan dan praktik pasca kegiatan.

Tabel 1. Tabel evaluasi peserta sebelum dan setelah pelatihan

No	Aspek Evaluasi	Rata-rata Pre-test	Rata-rata Post-test	Kategori Perubahan
1	Pengetahuan teknis pengolahan kopi	45,2	82,7	Signifikan
2	Keterampilan praktik pembuatan kopi	40,5	85,3	Signifikan
3	Motivasi berwirausaha	48,1	80,2	Signifikan

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan. Rata-rata skor pre-test peserta sebesar 45,2 (skala 0–100), sedangkan skor post-test meningkat menjadi 82,7, dengan rata-rata kenaikan sebesar 37,5 poin. Sebanyak 29 dari 30 peserta (96,6%) mengalami peningkatan skor ≥ 25 poin. Pada tes praktik pembuatan kopi susu gula aren, diperoleh rata-rata skor sebesar 85,3. Sebanyak 28 peserta (93,3%) dinyatakan tuntas dengan kategori baik dan sangat baik. Hasil observasi terhadap keterampilan teknis dan partisipasi peserta menunjukkan skor rata-rata total sebesar 55,8 dari 60 (kategori tinggi). Temuan ini mengindikasikan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta secara kognitif, tetapi juga berdampak positif pada keterampilan praktik dan partisipasi aktif selama kegiatan berlangsung. Evaluasi yang dilakukan menunjukkan peningkatan signifikan dalam tiga aspek utama: pengetahuan teknis pengolahan kopi, keterampilan praktik, serta motivasi berwirausaha. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum pernah mengolah minuman kopi. Setelah pelatihan, hampir sebagian besar peserta mampu membuat produk kopi susu gula aren secara mandiri, memahami takaran bahan, serta menyusun strategi penjualan dasar. Selain aspek teknis, kegiatan ini juga berperan dalam membangun modal sosial dan solidaritas komunitas. Peserta tidak hanya belajar keterampilan baru, tetapi juga membentuk jejaring sosial baru yang memperkuat kolaborasi ekonomi di tingkat desa. Hal ini sejalan dengan pendapat Putnam (2000) dalam *Bowling Alone*, bahwa jaringan sosial dan kepercayaan antarpelaku menjadi fondasi penting dalam pengembangan masyarakat yang berdaya.

Pelatihan pengolahan minuman kopi beraroma lezat di desa Jeruju Besar Kecamatan Sungai Kakap Kabupaten Kubu Raya

Tabel 2. Hasil Observasi Keterampilan Teknis dan Partisipasi Peserta Pelatihan

No	Aspek yang dinilai	Skor Maksimum	Rata-rata Skor	Persentase Capaian	Kategori
1	Keterampilan teknis pengolahan kopi	30	28,7	95,7%	Sangat Baik
2	Partisipasi dan keterlibatan peserta	30	27,1	90,3%	Sangat Baik

Hasil observasi terhadap keterampilan teknis dan partisipasi peserta menunjukkan skor rata-rata total sebesar 55,8 dari skor maksimum 60 atau setara dengan 93,0% (kategori sangat baik). Pada aspek keterampilan teknis, peserta memperoleh rata-rata skor 28,7 (95,7%), yang menunjukkan kemampuan peserta dalam mengikuti tahapan pengolahan kopi susu gula aren secara tepat. Sementara itu, aspek partisipasi peserta memperoleh rata-rata skor 27,1 (90,3%), yang mengindikasikan tingkat keterlibatan dan antusiasme peserta yang tinggi selama pelatihan berlangsung.

Kegiatan ini juga mendukung terbentuknya pola pikir wirausaha baru di kalangan peserta, khususnya pemuda. Peserta mulai memahami bahwa kopi bukan sekadar minuman, melainkan komoditas ekonomi kreatif dengan nilai tambah tinggi (Sihombing dkk., 2023). Howkins (2013) menyebut sektor ekonomi kreatif sebagai bidang yang mengandalkan ide, keterampilan, dan inovasi sebagai modal utama, bukan sekadar kapital finansial. Melalui pelatihan ini, peserta diajak untuk mengembangkan kreativitas produk, inovasi rasa, hingga branding lokal seperti rencana pembentukan label “Kopi Jeruju”.

Dalam konteks ini, Florida (2019) dalam bukunya *The Rise of the Creative Class* menegaskan pentingnya mendorong masyarakat untuk berinovasi berbasis budaya dan potensi lokal agar dapat berdaya saing di era ekonomi baru (Florida, 2014). Pelatihan pengolahan minuman kopi di Desa Jeruju Besar telah mempraktikkan hal tersebut dengan mengadaptasi cita rasa lokal gula aren dan menggabungkannya dengan tren kopi modern. Selain aspek produksi, peserta juga mendapatkan pelatihan pemasaran digital sederhana. Melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business, peserta diajarkan strategi promosi, desain logo, dan foto produk yang menarik (Sugiyanti dkk., 2022). Strategi ini terbukti mampu memperluas jangkauan pemasaran tanpa memerlukan biaya besar, sebagaimana ditegaskan oleh Jatmiko (2022) bahwa pemanfaatan media digital menjadi faktor kunci keberhasilan UMKM minuman kopi di Indonesia (Jatmiko, 2022).

Dari perspektif pemberdayaan, kegiatan ini mencerminkan konsep *community empowerment* sebagaimana dikemukakan oleh Ife dan Tesoriero (2008) yang menekankan bahwa masyarakat akan berdaya apabila diberi kesempatan untuk mengembangkan kapasitasnya sendiri melalui pelatihan dan pendampingan. Pelatihan kopi ini berhasil memicu munculnya inisiatif wirausaha kolektif dan semangat kemandirian di tingkat lokal. Sementara itu, Eversole (2015) menjelaskan bahwa pemberdayaan masyarakat tidak hanya bertujuan meningkatkan kemampuan ekonomi, tetapi juga memperkuat kapasitas sosial dan psikologis warga (Eversole, 2015). Hal ini terlihat dari meningkatnya kepercayaan diri peserta untuk mencoba membuka usaha baru dan mengembangkan produk inovatif hasil pelatihan.

Kegiatan ini juga menguatkan kolaborasi antara universitas, pemerintah desa, dan komunitas lokal. Kolaborasi lintas sektor seperti ini merupakan bentuk nyata penerapan konsep *quadruple helix* yang diuraikan oleh Carayannis dan Campbell (2009), di mana akademisi, pemerintah, industri, dan masyarakat sipil berperan bersama dalam menciptakan inovasi sosial (Carayannis & Campbell, 2009). Secara keseluruhan, pelatihan pengolahan minuman kopi di Desa Jeruju Besar tidak hanya menghasilkan peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat jejaring sosial, kreativitas ekonomi, dan semangat kewirausahaan masyarakat. Program ini memberikan contoh bahwa pendekatan edukatif dan partisipatif dapat menjadi strategi efektif untuk mendorong transformasi sosial dan ekonomi di tingkat desa.

Selain itu, kegiatan juga melibatkan Karang Taruna Desa Jeruju Besar sebagai mitra strategis dalam perekrutan peserta dan distribusi informasi. Kolaborasi ini sejalan dengan temuan Aliim dan Darwis (2024) bahwa keberhasilan pemberdayaan masyarakat sangat bergantung pada tingkat

partisipasi sosial dan jejaring kelembagaan lokal (Aliim & Darwis, 2024). Untuk menilai dampak kegiatan terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan, dilakukan evaluasi formatif dan sumatif berbasis wawancara dan observasi. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam tiga dimensi utama.

Peserta mengaku pelatihan ini memberikan pengalaman baru dalam memahami pengolahan minuman kopi. Mereka kini mampu melakukan proses produksi secara mandiri dan memahami pentingnya standarisasi rasa dan tampilan produk. Hal ini memperkuat argumentasi Alim et al. (2022) bahwa transfer pengetahuan berbasis praktik mampu meningkatkan kapasitas produktif masyarakat secara nyata (Alim dkk., 2022).

Dampak sosial kegiatan terlihat dari meningkatnya solidaritas dan kolaborasi antarpeserta, terutama kelompok pemuda. Beberapa peserta bahkan berinisiatif membentuk kelompok usaha kopi desa yang akan mengembangkan produk kopi lokal dengan label "Kopi Jeruju". Inisiatif ini menunjukkan adanya efek domino dari kegiatan pelatihan terhadap pembentukan ekosistem wirausaha lokal. Penguatan jejaring sosial dan kolaborasi antar pelaku usaha desa merupakan salah satu dampak penting dari kegiatan pemberdayaan berbasis komunitas, yang berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha dan inovasi lokal (Krismajayanti dkk., 2025).

Secara ekonomi, kegiatan ini membuka wawasan baru tentang peluang usaha minuman kopi kekinian yang potensial di Kalimantan Barat. Peserta memahami bahwa modal awal usaha dapat diminimalkan dengan penggunaan alat sederhana seperti *hand grinder* dan *dripper manual*, tanpa harus menunggu fasilitas besar. Dengan demikian, pelatihan ini bukan hanya mentransfer keterampilan, tetapi juga menumbuhkan *entrepreneurial mindset* yang adaptif. Bagian lain dari pelatihan ini juga memberikan edukasi kepada peserta terkait literasi digital untuk mendukung strategi pemasaran. Peserta diajarkan cara menggunakan media sosial seperti Instagram, WhatsApp Business, dan TikTok untuk promosi produk secara efisien. Mereka juga diperkenalkan dengan konsep branding sederhana: desain logo, kemasan, dan foto produk menarik.

Kegiatan pelatihan ini menghasilkan dampak berlapis. Pada tingkat individual, peserta memperoleh keterampilan teknis dan kepercayaan diri untuk berwirausaha. Pada tingkat komunitas, muncul sinergi antaranggota masyarakat untuk membentuk jaringan usaha bersama. Sedangkan pada tingkat kelembagaan, kegiatan ini memperkuat hubungan antara universitas dan pemerintah desa dalam menciptakan model pemberdayaan berkelanjutan.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melalui Pelatihan Pengolahan Minuman Kopi Beraroma Lezat di Desa Jeruju Besar berhasil meningkatkan kapasitas masyarakat dalam keterampilan teknis, wirausaha, dan pemasaran digital. Program kegiatan ini membuktikan bahwa pelatihan berbasis praktik dengan pendekatan partisipatif dapat menjadi sarana efektif untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat desa.

Kegiatan pelatihan pengolahan kopi dan pemasaran digital bagi pemuda Desa Jeruju Besar menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi berwirausaha peserta. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman peserta, dengan rata-rata skor pre-test sebesar 45,2 meningkat menjadi 82,7 pada post-test. Sebanyak 96,6% peserta mengalami kenaikan skor ≥ 25 poin. Pada aspek keterampilan praktik, rata-rata skor peserta mencapai 85,3, dengan 93,3% peserta dinyatakan tuntas dalam pembuatan kopi susu gula aren sesuai standar yang diajarkan. Selain itu, hasil observasi menunjukkan capaian rata-rata sebesar 93,0% (kategori sangat baik) pada aspek keterampilan teknis dan partisipasi, yang mengindikasikan tingginya keterlibatan peserta selama kegiatan berlangsung.

Pelatihan ini juga memberikan dampak awal terhadap peningkatan literasi digital peserta, ditandai dengan kemampuan sebagian besar peserta dalam membuat akun media sosial usaha serta mengunggah konten promosi produk secara mandiri. Meskipun demikian, dampak sosial dan keberlanjutan usaha masih bersifat indikatif dan memerlukan pendampingan lanjutan serta monitoring jangka panjang.

Pelatihan pengolahan minuman kopi beraroma lezat di desa Jeruju Besar Kecamatan Sungai Kakap Kabupaten Kubu Raya

Secara keseluruhan, kegiatan ini efektif sebagai intervensi awal dalam penguatan kapasitas pemuda Desa Jeruju Besar di bidang kewirausahaan berbasis potensi lokal. Ke depan, diperlukan program pendampingan berkelanjutan untuk memperkuat aspek pemasaran digital, pengelolaan usaha, dan pembentukan kelembagaan ekonomi agar dampak kegiatan dapat berkelanjutan. Selanjutnya, diharapkan terbentuknya kelompok usaha kopi mandiri yang mampu mengembangkan produk lokal secara berkelanjutan, serta membuka peluang kerja baru bagi masyarakat di Desa Jeruju Besar Kecamatan Sungai Kakap Kabupaten Kubu Raya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini. Terima kasih disampaikan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura yang telah memberikan dukungan administratif terhadap kegiatan ini.

Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Pemerintah Desa Jeruju Besar, Kecamatan Sungai Kakap, Kabupaten Kubu Raya, yang telah memfasilitasi tempat kegiatan serta berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan pelaksanaan. Penghargaan yang tinggi diberikan kepada Karang Taruna Desa Jeruju Besar dan para peserta pelatihan yang telah berpartisipasi dengan penuh antusiasme sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.

Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada tim pelaksana PKM dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura yang telah bekerja sama secara profesional, serta kepada para narasumber dan fasilitator pelatihan yang telah berbagi pengetahuan dan keterampilan dalam pengolahan minuman kopi beraroma lezat.

DAFTAR RUJUKAN

- Aliim, T. F., & Darwis, R. S. (2024). Peran Kelembagaan Lokal Dalam Pendayagunaan Sumber Daya Desa Wisata. *Social Work*, 13(2), 248–258.
- Alim, W. S., Manullang, S. O., Aziz, F., Romadhon, S., Marganingsih, A., Ratnaningtyas, E. M., Wulandari, R., & Efendi, Y. (2022). *Pemberdayaan Masyarakat: Konsep dan Strategi*. Samarinda: PT. Gaptex Media Pustaka.
- Al-Pansori, M. J., Safriadi, R., Suhartati, N., Ain, R. J., Restu, N. I., & Zaenab, S. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1).
- Aulia, Q. R. (2024). Analisis Pengembangan Usaha Kedai Kopi Studi Pada Nyctophily Coffee. *Diponegoro Journal of Management*. 13(6).
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Kopi Indonesia 2022*. Badan Pusat Statistik Republik Indonesia. <https://www.bps.go.id>
- Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. J. (2009). "Mode 3" And "Quadruple Helix": Toward A 21st Century Fractal Innovation Ecosystem. *International Journal of Technology Management*, 46(3/4), 201. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2009.023374>
- Chambers, R. (1997). *Whose reality counts? Putting the first last*. Intermediate Technology Publications.
- Eversole, R. (2015). *Knowledge Partnering For Community Development*. London and New York: Routledge.
- Florida, R. (2014). *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books.
- Haris, A. (2024). Marketing Strategies For Small And Medium Enterprises In Rural Areas. *Advances in Community Services Research*, 2(1), 8–23. <https://doi.org/10.60079/acsr.v2i1.338>
- Howkins, J. (2013). *The creative economy: How people make money from ideas*. London: Penguin Books.
- Ife, J., & Tesoriero, F. (2008). *Community development: Community-based alternatives in an age of globalization* (3rd ed.). Pearson Education Australia.
- Jatmiko, N. S. (2022). Strategi Pemasaran Ideal Di Era Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Umkm. *PLAKAT: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 4(2), 253. <https://doi.org/10.30872/plakat.v4i2.8955>

- Krismajayanti, N. P. A., Nurmalasari, M. R., Prawitasari, P. P., & Putu, I. A. (2025). Digital Transformation In Business Marketing Of Smes In Celuk Village, Gianyar, Bali. *Jurnal Pengabdian Masyarakat.*, 6(1), 293–299.
- Mirfaqo, N. H., Komariyah, & Setiawati, A. (2024). Pemberdayaan Umkm Masyarakat Melalui Digital Marketing Di Desa Jajar, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri. *MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), 52–60. <https://doi.org/10.25170/mitra.v8i1.4693>
- Nurdin, R., Masud, Z., Syam, F., Muqsith, A., & Bakar, A. (2023). Penguatan Kelembagaan Dan Pemberdayaan Bumdes Serta Umkm Desa Tonasa. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(3), 344–349. <https://doi.org/10.24036/abdi.v5i3.400>
- Rahmah, D. M., Putra, A. S., Ishizaki, R., Noguchi, R., & Ahamed, T. (2022). A Life Cycle Assessment Of Organic And Chemical Fertilizers For Coffee Production To Evaluate Sustainability Toward The Energy–Environment–Economic Nexus In Indonesia. *Sustainability*, 14(7), 3912. <https://doi.org/10.3390/su14073912>
- Ramadhani, N. A., Ilham, M., & Hidayat, R. (2025). Pemberdayaan Umkm Melalui Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Daya Saing Di Era Ekonomi Digital. *Jurnal of Community Action*. 1(2), 42-49.
- Riski, A., Hafni, N., Maisyura, M., Meliza, R., Mujiburrahman, M., Fazil, M., Khoirudin Lubis, B., & Fatmasari, D. (2024). Community Empowerment Melalui Digital Marketing Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kota Lhokseumawe. *Jurnal Solusi Masyarakat (JSM)*, 2(2), 100–113. <https://doi.org/10.29103/jsm.v2i2.18788>
- Sanawiri, B., & Amrulla, Moh. F. (2025). Enhancing The Entrepreneurial Skills Of Rural Farmers Through Digital Technology And Business Innovation. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 10(1), 193–206. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v10i1.14635>
- Sihombing, V. U., Fariyanti, A., & Pambudy, R. (2023). Perilaku Konsumen Kopi: Proses Keputusan Dan Kepuasan Konsumen Membeli Minuman Kopi Berlabel Fair Trade. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 28(2), 181–191. <https://doi.org/10.18343/jipi.28.2.181>
- Silaban, P. S. M. J. (2025). Optimalisasi Potensi Petani Kopi (Ekonomi Lokal) Melalui Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Desa Siponjot, Kecamatan Lintong Nihuta, Kabupaten Humbang Hasundutan. *JPPM: Jurnal Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat*. 4(2), 29–35.
- Sufaidah, S., Widya, M. A. A., Anandita, S. R., Masyhari, M. F., Joyo, S. S. D., & Syafi'udin, A. (2025). Implementasi Participatory Action Research Dalam Pemberdayaan Umkm Desa Plemahan Melalui Digital Marketing. *Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 6(2), 113-117.
- Sugiyanti, L., Rabbil, M. Z., & Oktavia, K. C. (2022). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Umkm. *Masarin: Jurnal Manajemen Pemasaran Internasional*. 1(2), 100-110.
- Suri, I., & Halim, U. (2022). Literasi Digital Dalam Meningkatkan Keterampilan Enterpreneurship Masyarakat Desa Cirumpak Kabupaten Tangerang. *Community: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 2(3), 32-41.
- Syafitri, E. (2025). Community Empowerment Through Digital Marketing Skills Development For Small Enterprises. *Assoeltan: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*. 3(3), 113–123. <https://doi.org/10.70610/assoeltan.v3i03.1013>