

Peningkatan Kapasitas dan Performa Bisnis Kopi UMKM melalui Pelatihan, Sertifikasi, dan Digitalisasi

Janette Maria Pinariya¹, Anita Yunia², Wulan Yulianti³, dan Emilyya Setyaningtyas⁴
^{1,2,3,4}LSPR Institute of Communication and Business, Jakarta, Indonesia

ABSTRAK

Industri kopi Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM, namun masih menghadapi tantangan kualitas, konsistensi, dan keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten. Amozia Koffie sebagai usaha kopi skala rumah tangga dan Masterbrew Indonesia sebagai lembaga pelatihan menghadapi kebutuhan peningkatan kapasitas SDM, legalitas usaha, dan digitalisasi bisnis. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas dan performa bisnis kopi UMKM melalui pelatihan, sertifikasi kompetensi, dan pendampingan digital berbasis kolaborasi multipihak. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif dengan tahapan analisis kebutuhan, pelatihan dan pendampingan, sertifikasi kompetensi BNSP, digitalisasi bisnis, serta monitoring dan evaluasi. Kegiatan dilaksanakan pada Agustus–Desember 2024 di Jakarta dan Yogyakarta secara luring dan daring. Hasil program menunjukkan peningkatan kompetensi SDM melalui sertifikasi barista BNSP, keberhasilan perolehan izin PIRT, implementasi website dan aplikasi kasir, serta peningkatan penjualan sebesar 30–53% dan perluasan jangkauan pemasaran. Program ini membuktikan bahwa pendekatan holistik yang mengintegrasikan aspek teknis, manajerial, komunikasi, dan keberlanjutan efektif meningkatkan daya saing UMKM kopi. Keterlibatan LSPR Institute of Communication and Business memperkuat aspek pendampingan berbasis komunikasi dan bisnis berkelanjutan, serta menjadikan program ini relevan untuk direplikasi pada UMKM sektor lain.

Kata kunci: UMKM kopi; pelatihan; sertifikasi; digitalisasi; peningkatan kapasitas; performa

ABSTRACT

The Indonesian coffee industry holds significant potential for MSME development, yet it still faces challenges related to quality, consistency, and a limited supply of qualified human resources. Amozia Koffie, a home-based coffee business, and Masterbrew Indonesia, a vocational training institution, are addressing the need to strengthen human resource capacity, improve business legality, and enhance digitalization. This community service program aims to enhance the capacity and performance of MSME coffee businesses through training, competency certification, and digital mentoring, supported by multi-stakeholder collaboration. The implementation method employs a participatory approach with stages that include needs analysis, training and mentoring, BNSP competency certification, business digitalization, and monitoring and evaluation. Activities will be held from August to December 2024 in Jakarta and Yogyakarta, both offline and online. The program results demonstrate improved human resource competency through BNSP barista certification, successful acquisition of a PIRT permit, implementation of website and cashier applications, and a 30–53% increase in sales and expanded marketing reach. This program demonstrates that a holistic approach integrating technical, managerial, communication, and sustainability aspects effectively enhances the competitiveness of coffee MSMEs. The involvement of the LSPR Institute of Communication and Business strengthens the program's communication-based and sustainable business mentoring components, making it relevant for replication in other MSME sectors.

Keywords: coffee MSMEs; training; certification; digitalization; capacity building; performance

Corresponding Author: Anita Yunia. LSPR Institute of Communication and Business.

Jl. KH. Mas Mansyur Kav. 35. Karet, Jakarta Pusat. Indonesia 10220. Email: anita.y@lspr.edu

Article History Submitted December 2025, Accepted December 2025, Published December 2025

PENDAHULUAN

Industri kopi di Indonesia memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional dan menjadi salah satu sektor strategis dalam pengembangan UMKM. Indonesia menempati posisi keempat sebagai produsen kopi terbesar dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia (Limanseto, 2021). Pertumbuhan industri kopi nasional yang mencapai lebih dari 250 persen dalam satu dekade terakhir menunjukkan tingginya potensi ekonomi sektor ini, baik dari sisi produksi maupun konsumsi domestik. Keunggulan geografis Indonesia yang beriklim tropis, ditunjang oleh kesuburan tanah dan keterampilan petani yang diwariskan secara turun-temurun, menjadikan kopi Indonesia memiliki karakter dan kualitas yang kompetitif di pasar global (Neilson et al., 2018).

Meskipun memiliki potensi besar, industri kopi Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, khususnya terkait kualitas produk, konsistensi, serta keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten. Beberapa studi menunjukkan bahwa UMKM kopi seringkali menghadapi kendala dalam penguasaan keterampilan teknis, manajerial, dan pelayanan, yang berdampak pada rendahnya daya saing usaha (Suryana et al., 2020; Widyotomo & Sri-Mulato, 2021). Tantangan ini semakin kompleks seiring meningkatnya tuntutan konsumen terhadap kualitas produk, pengalaman layanan, serta praktik bisnis yang berkelanjutan.

Amoza Koffie merupakan pelaku usaha kopi rumahan yang tumbuh di tengah perubahan pola konsumsi masyarakat pada masa pandemi COVID-19. Meningkatnya konsumsi kopi di rumah membuka peluang bagi produsen kopi skala kecil untuk berkembang. Sejak Agustus 2023, Amoza Koffie mulai memperluas usahanya dengan mengusung konsep “warung kopi modern” yang tidak hanya berorientasi pada penjualan, tetapi juga sebagai ruang interaksi, edukasi, dan berbagi keterampilan perkopian. Seiring pertumbuhan tersebut, Amoza Koffie menghadapi kebutuhan mendesak akan sumber daya manusia yang terampil, tidak hanya dalam pengolahan biji kopi dan teknik penyeduhan (*brewing*), tetapi juga dalam pelayanan pelanggan dan pemahaman prinsip keberlanjutan usaha.

Kebutuhan pengembangan sumber daya manusia ini berkorelasi dengan kondisi sosial di Indonesia, khususnya keterbatasan akses pendidikan tinggi bagi lulusan sekolah menengah. Data menunjukkan bahwa dari sekitar 3,7 juta lulusan SMA, SMK, dan MA setiap tahunnya, hanya sekitar 1,8 juta yang melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi (Prastiwi & Ikhsan, 2021). Keterbatasan ini menyebabkan sebagian besar lulusan harus langsung memasuki dunia kerja dengan keterampilan yang belum memadai, sehingga berisiko mengalami pengangguran atau bekerja di sektor informal dengan produktivitas rendah (ILO, 2020).

Sebagai respons terhadap tantangan tersebut, Amoza Koffie menjalin kolaborasi dengan Masterbrew Indonesia melalui program pelatihan kopi bersertifikasi dalam kerangka pengabdian kepada masyarakat. Masterbrew Indonesia merupakan inisiatif pelatihan vokasi yang berdiri sejak tahun 2023 dengan fokus pada pengembangan keterampilan barista, pramusaji, serta tata kelola bisnis kopi bagi generasi muda, khususnya di wilayah Jakarta Utara dan Jakarta Timur. Program ini tidak hanya menekankan aspek teknis perkopian, tetapi juga membekali peserta dengan keterampilan pendukung seperti *service excellence*, komunikasi, *public speaking*, dan kewirausahaan.

Pendekatan pelatihan berbasis kompetensi yang diterapkan dalam kolaborasi ini sejalan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa pelatihan vokasi berbasis industri mampu

meningkatkan kesiapan kerja, produktivitas, dan peluang kerja bagi lulusan pendidikan menengah (Handayani & Artaya, 2019; Nugroho et al., 2022). Selain itu, integrasi nilai keberlanjutan dalam pelatihan kopi menjadi aspek penting, mengingat praktik bisnis berkelanjutan terbukti dapat meningkatkan ketahanan UMKM serta memberikan dampak sosial dan lingkungan yang positif (Giovannucci et al., 2014). Interaksi yang terbangun antara barista dan pelanggan dapat memperkuat karakter dan identitas kedai kopi di era *third wave coffee*, di mana kualitas, pengetahuan, dan pengalaman kopi menjadi aspek penentu nilai tambah usaha kopi (Adhi & Yunus, 2021).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini juga relevan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*), khususnya SDGs nomor 8 tentang Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, yang menekankan pentingnya penciptaan lapangan kerja produktif melalui pengembangan keterampilan dan kewirausahaan (United Nations, 2015). Dengan menggabungkan pelatihan teknis, penguatan karakter, dan pemahaman keberlanjutan, kolaborasi Amoja Koffie dan Masterbrew Indonesia diharapkan mampu menciptakan model pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan, sekaligus meningkatkan daya saing UMKM kopi.

LSPR Institute of Communication and Business juga memainkan peran strategis sebagai fasilitator dalam program pengabdian kepada masyarakat ini, dengan menghadirkan pendampingan berkelanjutan berbasis pendekatan edukatif dan partisipatif, serta penyusunan materi yang disesuaikan dengan kebutuhan nyata mitra dan profil peserta pelatihan. Pendampingan ini tidak hanya bersifat transfer pengetahuan, tetapi juga mendorong peserta untuk memahami pentingnya etika komunikasi, kerja tim, serta tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam menjalankan usaha kopi. Dengan demikian, keterlibatan LSPR memperkuat dimensi akademik dan aplikatif dalam program pengabdian kepada masyarakat ini, sekaligus memastikan keterkaitan antara dunia pendidikan tinggi dengan kebutuhan industri dan masyarakat.

METODOLOGI PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan kolaboratif yang melibatkan LSPR Institute of Communication and Business, Amoja Koffie sebagai mitra UMKM, Masterbrew Indonesia sebagai mitra pelatihan, serta mitra dunia usaha dan industri (DUDI). Pendekatan ini bertujuan memastikan kesesuaian program dengan kebutuhan riil mitra serta mendorong keterlibatan aktif seluruh pihak selama proses pendampingan.

Program dilaksanakan pada periode Agustus–Desember 2024 dengan durasi pendampingan selama lima bulan. Lokasi kegiatan meliputi lokasi usaha Amoja Koffie di Jakarta, lokasi pelatihan Masterbrew Indonesia di Jakarta Utara dan Jakarta Timur, serta Coday Coffee Lab & Roastery di Yogyakarta sebagai tempat pelaksanaan sertifikasi kompetensi barista Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP). Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara luring dan daring untuk mendukung efektivitas koordinasi dan monitoring.

Tahap awal kegiatan diawali dengan analisis kebutuhan mitra melalui observasi lapangan, wawancara, dan diskusi terfokus dengan pemilik usaha serta peserta pelatihan.

Analisis ini memetakan kondisi awal mitra yang meliputi kapasitas sumber daya manusia, tata kelola usaha, pemanfaatan teknologi digital, serta kebutuhan sertifikasi dan legalitas usaha. Hasil analisis menjadi dasar penyusunan materi pelatihan dan pendampingan.

Tahap pelaksanaan pelatihan dan pendampingan mencakup tiga aspek utama, yaitu peningkatan kapasitas sumber daya manusia, sertifikasi kompetensi dan legalitas usaha, serta digitalisasi bisnis. Pelatihan peningkatan kapasitas SDM dilakukan melalui ceramah interaktif, diskusi, simulasi, dan praktik langsung. Materi pelatihan meliputi keterampilan teknis perkopian seperti standar mutu kopi dan teknik brewing, keterampilan manajerial berupa perencanaan dan tata kelola usaha berkelanjutan, serta keterampilan komunikasi dan pelayanan pelanggan (*service excellence* dan komunikasi pemasaran). Materi komunikasi dan bisnis disampaikan oleh dosen LSPR Institute of Communication and Business, sedangkan materi teknis diberikan oleh instruktur Masterbrew Indonesia.

Tahap sertifikasi kompetensi dilaksanakan melalui kerja sama dengan lembaga sertifikasi profesi terakreditasi BNSP. Proses sertifikasi meliputi pra-assessment dan bimbingan teknis pada 5 Desember 2024, uji kompetensi berupa wawancara dan praktik pada 6 Desember 2024, serta penyerahan hasil sertifikasi pada 7 Desember 2024. Selain sertifikasi kompetensi, pendampingan juga mencakup pengurusan legalitas usaha, khususnya izin PIRT bagi Amoja Koffie.

Tahap digitalisasi bisnis dilakukan melalui pendampingan pengembangan website usaha, pengelolaan media sosial bisnis, serta implementasi aplikasi kasir dan pencatatan stok. Alat dan bahan yang digunakan meliputi perangkat komputer dan smartphone, koneksi internet, platform website dan media sosial, aplikasi kasir digital, serta modul pelatihan yang disusun oleh tim pengusul.

Tahap akhir adalah monitoring dan evaluasi untuk menilai efektivitas program. Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, wawancara, serta pencatatan data usaha sebelum dan sesudah program, seperti penjualan dan jangkauan pemasaran. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif sederhana dengan membandingkan kondisi awal dan kondisi pasca program melalui persentase perubahan dan deskripsi naratif. Metodologi ini dirancang agar dapat direplikasi pada kegiatan pengabdian masyarakat di sektor UMKM dengan penyesuaian konteks dan kebutuhan mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Peningkatan Kapasitas dan Performa Bisnis Kopi UMKM melalui pendekatan pelatihan, sertifikasi, dan digitalisasi menjadi bagian dari Program Pembinaan IRT-UM Tahun 2024. Program ini dirancang untuk mendorong pertumbuhan ekonomi rakyat dengan fokus khusus pada penguatan Industri Rumah Tangga (IRT) dan Usaha Mikro (UM). Melalui kegiatan ini, para dosen tidak hanya memberikan materi teoritis mengenai strategi komunikasi bisnis dan pemasaran digital, tetapi juga membimbing pelaku UMKM kopi dalam praktik langsung, seperti optimalisasi media sosial, pemanfaatan platform digital, hingga persiapan sertifikasi produk agar memiliki daya saing yang lebih tinggi. Upaya ini menegaskan bahwa keberhasilan pengembangan UMKM tidak hanya bertumpu pada peningkatan keterampilan produksi, melainkan juga pada penguatan kapasitas manajerial dan strategi komunikasi yang

efektif untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan yaitu sebagai berikut.

a. Pelatihan Peningkatan Kapasitas Talenta SDM

Kapasitas SDM yang dimaksud mencakup keterampilan teknis, manajerial, maupun komunikasi. Dari sisi teknis, UMKM Masterbrew Indonesia dan Amoza Koffie memperoleh pelatihan tentang standar mutu kopi, teknik brewing, serta pelayanan pelanggan. Pelatihan ini diberikan oleh praktisi kopi yang berpengalaman, sehingga peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga menguasai praktik langsung. Hal ini terbukti meningkatkan kepercayaan diri barista dalam menyajikan kopi berkualitas kepada pelanggan.

Dari sisi manajerial, mitra mendapatkan pendampingan dalam penyusunan rencana bisnis, manajemen SDM, serta tata kelola usaha yang berkelanjutan. Pendampingan ini membantu mitra memahami pentingnya memiliki visi, misi, strategi, serta analisis SWOT untuk menghadapi tantangan persaingan di industri kopi. Kemudian untuk sisi komunikasi, mitra dilatih mengenai public speaking, komunikasi tim, serta strategi komunikasi pemasaran. Pelatihan ini penting karena keberhasilan sebuah usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan pemilik dan karyawan dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan mitra bisnis.

Selama berlangsungnya kegiatan pelatihan Mitra IRT dan Mitra DUDI terlibat dalam kegiatan koordinasi dengan vendor, mendampingi, serta memonitor kegiatan pelatihan, dan Tim Pengusul memberikan dan menyampaikan materi - materi yang diperlukan dalam kegiatan Kedai Reka. Barista IRT-UM Amoza Koffie mengalami peningkatan kompetensi yang meningkatkan daya saing di industri kopi dan mendorong peningkatan kualitas produk amoza koffie dalam bersaing dengan bisnis kopi rumahan lainnya.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Pada Aspek Komunikasi

Kombinasi pelatihan teknis, manajerial, dan komunikasi ini membuat SDM mitra lebih siap dalam menghadapi dinamika industri kopi. Lebih dari itu, program juga berhasil menumbuhkan kesadaran akan pentingnya keberlanjutan dalam bisnis, misalnya dengan mengolah ampas kopi menjadi produk bernilai tambah atau mengadopsi praktik ramah lingkungan dalam operasional sehari-hari.

b. Program Sertifikasi BNSP

Amoza Kofie mengikuti program sertifikasi di Coday Coffee Lab & Roastery Yogyakarta. Ini merupakan salah satu langkah strategis dalam mendukung peningkatan kompetensi mitra IRT-UM. Adapun kegiatan sertifikasi BNSP melibatkan berbagai pihak, antara lain Tim Pengusul, mitra IRT-UM, mitra DUDI, dengan rincian sebagai berikut. Pada 5 Desember 2024 melakukan pra assessment dan bimbingan teknis. Pada tanggal 6 Desember 2024 melakukan sertifikasi BNSP Coday berupa interview dan praktek. 7 Desember 2024 penyerahan surat keterangan telah mengikuti sertifikasi BNSP oleh pihak Coday kepada IRT-UM.

Selama berlangsungnya kegiatan sertifikasi Tim pengusul dan DUDI terlibat dalam kegiatan koordinasi dengan vendor, mendampingi, serta memonitor kegiatan sertifikasi. Hasil kegiatan barista Mitra IRT-UM Amoza Kofie memperoleh sertifikat kompetensi BNSP di bidang kopi, yang menjadi modal penting untuk memasuki industri kopi nasional maupun internasional. Mitra IRT-UM mendapatkan SDM yang lebih terampil dan profesional. Barista IRT-UM Amoza Kofie Memiliki kompetensi praktis dan sertifikasi resmi yang meningkatkan daya saing di industri kopi. Mendorong peningkatan kualitas produk amoza koffee dalam bersaing dengan bisnis kopi rumahan lainnya. Melalui kegiatan ini, diharapkan mitra IRT-UM Amoza Kofie dapat berkontribusi lebih signifikan dalam mengembangkan ekosistem kopi lokal dan mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia.

Salah satu hasil yang paling signifikan dari program pengabdian kepada masyarakat ini adalah keberhasilan mitra dalam memperoleh legalitas usaha dan sertifikasi kompetensi. Sebelum program dijalankan, baik Amoza Koffee maupun Masterbrew Indonesia menghadapi keterbatasan dalam aspek legalitas. Amoza Koffee, yang awalnya beroperasi dalam skala rumah tangga, belum memiliki izin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), padahal izin ini merupakan salah satu prasyarat penting bagi usaha yang bergerak di sektor pangan untuk dapat memperluas distribusi produknya ke pasar yang lebih luas, termasuk ke supermarket, e-commerce besar, maupun kerjasama dengan instansi pemerintahan.



Gambar 2. Sertifikasi UMKM Amoza Kofie & Master Brew Indonesia

Melalui program pendampingan, mitra didampingi secara intensif dalam mengurus dokumen perizinan, memenuhi standar keamanan pangan, serta melengkapi persyaratan administratif yang ditetapkan oleh Dinas Kesehatan dan instansi terkait. Hasilnya, Amoza Koffee berhasil mendapatkan sertifikat PIRT, yang menjadi titik balik

penting dalam perjalanan bisnis mereka. Legalitas ini bukan hanya memberikan rasa aman bagi konsumen dalam mengonsumsi produk kopi, tetapi juga meningkatkan kepercayaan mitra bisnis dan membuka peluang pasar baru.

Selain itu, aspek sertifikasi kompetensi barista juga menjadi capaian besar dari program ini. Melalui kerja sama dengan lembaga sertifikasi profesi yang terakreditasi oleh Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP), beberapa tenaga kerja dari Amoja Koffie dan Masterbrew Indonesia berhasil mengikuti pelatihan sekaligus uji kompetensi barista. Sertifikasi ini memiliki nilai strategis karena memberikan pengakuan resmi terhadap keterampilan tenaga kerja. Tidak hanya itu, sertifikasi juga menjadi modal sosial yang dapat meningkatkan daya saing individu di pasar tenaga kerja, baik sebagai pekerja profesional maupun wirausaha di bidang kopi.

c. Digitalisasi Bisnis

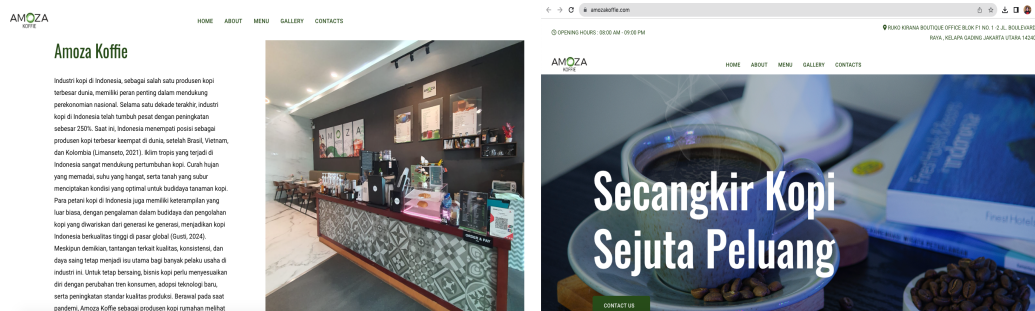
Implementasi digitalisasi bisnis dilakukan di Amoja Koffie dan Masterbrew Indonesia. Sebelum program dimulai, kedua mitra masih mengandalkan metode manual dalam pencatatan transaksi, pengelolaan stok, dan promosi produk. Misalnya, pencatatan penjualan dilakukan secara sederhana menggunakan buku tulis, pengelolaan stok bahan baku tidak memiliki sistem pencatatan yang rapi, dan promosi masih terbatas pada penyebaran informasi dari mulut ke mulut atau melalui media sosial pribadi tanpa strategi pemasaran digital yang terstruktur.

Melalui program pendampingan, kedua mitra didampingi dalam pengembangan sistem digital yang meliputi Website resmi untuk Amoja Koffie dan Masterbrew Indonesia yang kini memiliki website resmi yang menampilkan profil usaha, produk unggulan, informasi kontak, serta kanal pemesanan. Website ini berfungsi tidak hanya sebagai etalase digital, tetapi juga sebagai sarana membangun citra profesional dan meningkatkan kredibilitas. Aplikasi Kasir dan Stok untuk mendukung efisiensi operasional, program mengembangkan aplikasi kasir sederhana yang terintegrasi dengan sistem pencatatan stok. Aplikasi ini memungkinkan mitra untuk memantau transaksi secara real time, mencatat persediaan bahan baku, serta menghasilkan laporan penjualan bulanan. Hal ini sangat membantu dalam pengambilan keputusan bisnis, karena data yang tersedia lebih akurat dan terstruktur. Selain website, mitra juga didampingi dalam membuat akun media sosial bisnis yang dikelola secara profesional, dengan konten yang terencana dan strategi komunikasi yang jelas. Konten meliputi foto produk, video pembuatan kopi, testimoni pelanggan, serta promosi khusus.

Implementasi digitalisasi ini terbukti membawa dampak positif yang signifikan. Amoja Koffie, misalnya, melaporkan adanya peningkatan interaksi pelanggan melalui media sosial dan website, yang kemudian berkontribusi pada peningkatan penjualan. Masterbrew Indonesia juga merasakan manfaat dari digitalisasi, terutama dalam memperluas jangkauan promosi pelatihan barista mereka. Lebih jauh lagi, digitalisasi ini menjadi langkah awal untuk mengintegrasikan bisnis mitra ke dalam ekosistem ekonomi digital yang semakin berkembang pesat di Indonesia. Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informatika, ekonomi digital Indonesia diproyeksikan menjadi yang terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2030. Dengan digitalisasi, mitra

usaha mikro seperti Amoja Koffie dan Masterbrew Indonesia memiliki peluang lebih besar untuk masuk ke pasar yang lebih luas, bahkan hingga pasar internasional.

Dalam era digital yang berkembang pesat ini, keberadaan internet telah mengubah cara masyarakat berinteraksi, mencari informasi, hingga membuat keputusan untuk memilih suatu layanan atau produk. Salah satu bisnis yang berdampak signifikan adalah industri *food and beverage* (F&B), termasuk *coffee shop*. Coffee shop bukan sekadar tempat menikmati kopi, tetapi juga menjadi tempat berkumpul, bekerja, dan bersantai bagi berbagai kalangan. Namun, untuk menarik perhatian dan meningkatkan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang ketat, maka diperlukan sebuah website yang menjadi sumber informasi resmi bagi pelanggan terkait lokasi, jam operasional, menu yang ditawarkan, serta acara atau promosi khusus yang diadakan.



Gambar 3. Website Amoja Koffie

Sumber: <https://amozakoffie.com/>

Salah satu indikator dari keberhasilan program adalah peningkatan penjualan dan efektivitas strategi pemasaran yang dijalankan oleh mitra. Berdasarkan data yang dikumpulkan selama program, Amoja Koffie mencatat kenaikan penjualan sekitar 30–53% setelah mengikuti rangkaian pendampingan. Sebelum program dimulai, Amoja Koffie rata-rata hanya mampu menjual sekitar 1.194 pcs produk kopi per bulan, atau setara dengan capaian 39% dari target. Setelah program, jumlah penjualan meningkat menjadi 1.500 pcs per bulan, yang berarti mencapai 50% dari target yang telah ditetapkan.

Peningkatan serupa juga dirasakan oleh Masterbrew Indonesia. Sebelum program, Masterbrew hanya mampu menarik 2 peserta pelatihan per bulan (sekitar 4%). Setelah program berjalan, jumlah peserta meningkat menjadi 15 orang per bulan (30%). Peningkatan ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital dan pendekatan komunikasi yang diterapkan dalam program berhasil menarik perhatian target pasar secara lebih luas.

Tabel 1. Indikator Keberhasilan Sebelum dan Setelah Kegiatan

No	Indikator	Sebelum Kegiatan		Setelah Kegiatan	
		Masterbrew Indonesia	Amoja Koffie	Masterbrew Indonesia	Amoja Koffie
1	Presentase Peningkatan	39%	4%	57%	30%

	Penjualan				
2	Presentase Peningkatan Pendapatan	32%	4%	50%	30%
3	Sebaran Wilayah Pemasaran (Offline)	2	2	7	7
4	Sebaran Wilayah Pemasaran (Online)	2	2	7	7
5	Segmen Pemasaran	2	2	7	7
6	Jumlah Legalitas atau Sertifikasi	0	0	2	3
7	Jumlah Skala Kepuasan Konsumen terhadap Produk	2	2	4	4
8	Jumlah Sertifikasi sesuai Standar yang telah ditetapkan	0	0	2	3
9	Jumlah Teknologi Tepat Guna	0	0	1	2

Selain peningkatan kuantitatif, program juga menghasilkan perubahan kualitatif dalam strategi pemasaran mitra. Amoza Koffie, misalnya, sebelumnya mengandalkan promosi tradisional yang terbatas pada lingkungan sekitar. Kini, Amoza Koffie aktif menggunakan platform media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk mempromosikan produk mereka. Dengan konten visual yang menarik, storytelling seputar kopi, serta interaksi langsung dengan pelanggan, Amoza berhasil membangun brand image yang lebih kuat di kalangan generasi muda.

Sementara itu, Masterbrew Indonesia berhasil memanfaatkan website dan media sosial untuk memperkenalkan program pelatihan barista mereka. Promosi digital yang dilakukan tidak hanya menjangkau calon peserta di Jakarta, tetapi juga menarik minat dari luar daerah. Hal ini membuktikan bahwa digitalisasi pemasaran mampu membuka peluang pasar yang lebih luas, bahkan melampaui batas geografis.

Dampak dari peningkatan penjualan dan pemasaran ini tidak hanya meningkatkan pendapatan mitra, tetapi juga memperluas sebaran wilayah pemasaran. Sebelum program, baik Amoza Koffie maupun Masterbrew hanya memiliki jangkauan pemasaran di dua kecamatan, yaitu Kelapa Gading dan Pulo Gadung. Setelah program, jangkauan mereka meluas hingga enam kecamatan, termasuk Penjaringan, Tanjung Priok, Koja, dan Cakung. Jika sebelumnya mitra hanya melayani segmen konsumen umum, kini mereka juga menjangkau segmen komunitas pecinta kopi, mahasiswa, hingga pekerja profesional muda yang memiliki daya beli

lebih tinggi. Diversifikasi segmen ini menjadi strategi penting untuk memastikan keberlanjutan bisnis, karena tidak hanya bergantung pada satu kelompok konsumen.

Dengan memiliki website, sebuah coffee shop dapat menjangkau lebih banyak pelanggan, membangun *brand awareness*, serta menyediakan informasi yang dibutuhkan dengan mudah dan cepat. Hal ini tidak hanya mendukung pertumbuhan bisnis tetapi juga menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Dalam website, sudah tersedia informasi – informasi seperti logo, nama coffee shop, lokasi Coffee Shop, cerita berdirinya Coffee Shop, menu minuman yang ada di Coffee Shop, foto – foto menu minuman dan ruangan yang ada di Amoja Koffie dan Kontak Person dari Coffee Shop serta Lokasi yang bisa langsung terhubung dengan Google Map.

SIMPULAN

Program Peningkatan Kapasitas dan Performa Bisnis Kopi untuk Mewujudkan Talenta Terampil, Kompeten, dan Berkelanjutan merupakan inisiatif strategis untuk mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) ke-8, yaitu menciptakan pekerjaan layak dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Program ini berfokus pada pengembangan kapasitas usaha kopi melalui pendekatan kolaboratif yang melibatkan Amoja Koffie sebagai mitra utama, MasterBrew Indonesia sebagai penyedia pelatihan bersertifikasi dengan standar nasional, dan PT Arofrasa sebagai mitra strategis di bidang digitalisasi dan manajemen bisnis. Dalam pelaksanaannya, program ini mencakup beragam aktivitas, seperti pelatihan tata kelola bisnis berkelanjutan, penguatan strategi pemasaran digital, pengurusan sertifikasi usaha, serta implementasi teknologi digital untuk mendukung efisiensi proses bisnis dan daya saing usaha mikro.

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan bersama mitra Amoja Koffie dan Masterbrew Indonesia berhasil meningkatkan kapasitas dan performa bisnis kopi melalui legalitas usaha (izin PIRT dan pendaftaran merek), sertifikasi kompetensi barista BNSP, serta digitalisasi proses bisnis dengan website, aplikasi kasir, dan dashboard manajemen. Selain itu, program ini berdampak nyata terhadap peningkatan penjualan sebesar 30–53%, perluasan jangkauan wilayah pemasaran dari dua menjadi enam kecamatan, serta diversifikasi segmen konsumen. Keterlibatan mahasiswa dan dosen dalam program juga memberikan manfaat akademik berupa modul pelatihan, buku panduan bisnis berkelanjutan, publikasi media massa, dan teknologi tepat guna. Keunggulan utama program ini terletak pada pendekatan holistik yang mencakup aspek teknis, manajerial, komunikasi, dan keberlanjutan, serta kolaborasi multipihak antara perguruan tinggi, UMKM, dan dunia usaha.

Meskipun berbagai aktivitas pada setiap komponen telah berhasil dilakukan, beberapa tantangan tetap dihadapi. Keterbatasan pada proses integrasi teknologi yang memerlukan waktu lebih lama menjadi hambatan utama dalam implementasi program ini. Kedepannya, program ini dapat dikembangkan melalui pendampingan lanjutan pasca-program, perluasan kerja sama dengan komunitas kopi nasional maupun internasional, pengembangan produk turunan kopi berkelanjutan, integrasi dalam ekosistem pemasaran global berbasis e-commerce, serta penelitian lanjutan untuk menyusun model pendampingan UMKM kopi yang dapat

direplikasi di sektor lain. Namun, kolaborasi yang solid antar pihak telah menunjukkan dampak positif dalam penguatan kapasitas mitra usaha mikro dan rumah tangga (IRT-UM).

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, S., & Yunus, U. (2021). *The meaning of coffee for barista in speciality coffee shop in Indonesia*. *Journal of Creative Communications*, 16(3), 246–259. <https://doi.org/10.1177/09732586211005880>
- Bhuvaneswari, K., Geethalakshmi, V., Lakshmanan, A., Srinivasan, R., & Sekhar, N. U. (2013). The impact of El Nino/ Southern Oscillation on hydrology and rice productivity in the Cauvery Basin, India: Application of the soil and water assessment tool. *Weather and Climate Extremes*, 2, 39-47.
- Brennan, M. A., & Israel, G. D. (2008). The power of community. *Community Development*, 39(1), 82-97.
- Giovannucci, D., Byers, A., & Liu, P. (2014). Adding value in the coffee sector: Sustainable practices and livelihood improvement. *International Trade Centre Journal*, 9(2), 45–58.
- Handayani, S., & Artaya, I. P. (2019). Vocational training and workforce readiness in Indonesia. *Journal of Education and Work*, 32(6), 512–526.
- ILO. (2020). *Global employment trends for youth*. International Labour Organization.
- Limanseto, H. (2021). Perkembangan industri kopi nasional. *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI*.
- McKibbin, B. (2007). *Deep economy: The wealth of communities and the durable future*. New York: Times Books/Henry Hold and Co.
- Neilson, J., Labaste, P., & Jaffee, S. (2018). *Coffee sector development and value chains in Indonesia*. *World Development*, 110, 1–15.
- Nugroho, A., Setiawan, B., & Prasetyo, H. (2022). Industry-based vocational training and employability. *Journal of Vocational Education & Training*, 74(3), 389–405.
- Pigg, K. E., & Bradshaw, T. K., (2003). Catalytic community development: A theory of practice for changing rural society. In D. L. Brown & L. E. Swanson (Eds.), *Challenges for rural America in the twenty-first century* (pp. 385-396). University Park, PA: Pennsylvania State University Press.
- Prastiwi, D., & Ikhsan, M. (2021). Akses pendidikan tinggi dan tantangan ketenagakerjaan. *Jurnal Kebijakan Pendidikan*, 14(2), 87–98.
- Suryana, A., Maulida, R., & Putri, N. (2020). Daya saing UMKM kopi di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 17(3), 231–242.
- United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*.
- U.S. Census Bureau. (2000). *State and Country QuickFacts*. Washington, D.C.: United States Bureau of the Census. Retrieved November 7, 2008, from <http://quickfacts.census.gov/qfd/>
- Widyotomo, S., & Sri-Mulato. (2021). Quality improvement and sustainability in coffee SMEs. *Journal of Agribusiness and Rural Development*, 4(60), 245–255.

