



Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Produksi Kopi sebagai Alternatif Usaha bagi UMKM di Kecamatan Sukorejo Kabupaten Kendal

Zora Alainashani¹

¹Pendidikan Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

zoraalainashani@students.unnes.ac.id

Triana Syifa²

²Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

trianasyifa0311@students.unnes.ac.id

Syamsul Ma'arif³

³Pendidikan Jasmani, Kesehatan, dan Rekreasi, Fakultas Ilmu Keolahragaan, Jawa Tengah, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

maarifsyamsul387@students.unnes.ac.id

Tutik Wijayanti⁴

⁴Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

tutikwijayanti@mail.unnes.ac.id

*Korespondensi: trianasyifa0311@students.unnes.ac.id

Abstrak

History Artikel: *The background of this study lies in the branding of Sukorejo coffee, which is still limited to local markets and has not consistently highlighted its flavour profile as a key selling point. Critically, this reflects a particular challenge in creating added value at the level of MSMEs and farmers, thus requiring interventions focused on improving processing quality as well as implementing targeted promotional strategies. This community service activity aims to enhance the knowledge and capacity of the Sukorejo community in coffee processing practices, particularly in the stages of processing, marketing, and strengthening local coffee branding as a flagship product by MSME actors in Sukorejo District, Kendal Regency. The object of this study is coffee MSME in Sukorejo District. The research method employed is a descriptive qualitative approach intended to provide a detailed account of the community empowerment process in coffee production and roasting in Sukorejo District. The results of this program indicate a strategic direction for the future development of Sukorejo coffee, namely the need for follow-up assistance in business management, financial recording, and digital marketing strategies.*

Diterima 18 September 2025
Direvisi 25 September 2025
Diterima 29 September 2025
Tersedia online 01 Oktober 2025

Kata kunci:

Coffee, MSMEs, Coffee Roasting, Community Service, Sukorejo District

Pendahuluan

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan menjadi bagian penting dari perdagangan global. Dalam hal ini, Indonesia menempati peringkat keempat produsen kopi dunia setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia, dengan produksi mencapai 795 ribu ton pada tahun 2021 (Fitriani et al., 2021). Selain itu, tren konsumsi kopi dalam negeri juga menunjukkan peningkatan signifikan, di mana data

International Coffee Organization mencatat kenaikan konsumsi domestik sebesar 44% selama periode 2010–2019, dan diproyeksikan terus meningkat hingga 402 ribu ton per tahun pada 2024 (Sukmayana, 2022). Fenomena ini tidak hanya mendorong pertumbuhan industri kopi, tetapi juga membuka peluang strategis bagi pengembangan kopi lokal dengan cita rasa khas dan daya saing tinggi. Menteri /fg Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Wishnutama Kusubandio menyatakan bahwa kopi potensial menjadi salah satu daya tarik para wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia sehingga kopi memiliki potensi yang unggul untuk dibudidayakan (Yulianto et al., 2023). Namun dalam kurun waktu 3 tahun, produksi tersebut mulai menurun dikarenakan pemupukan yang belum efisien dan keberadaan hama pada tanaman (Wibawa et al., 2023).

Di Jawa Tengah, kopi menjadi salah satu komoditas unggulan, dengan kontribusi produksi mencapai 13% dari total nasional. Kabupaten Kendal termasuk daerah yang berperan penting dalam produksi kopi provinsi ini, dengan menghasilkan 1.806,3 ton pada 2021. Jika dianalisis lebih lanjut, Kecamatan Sukorejo menjadi salah satu sentra kopi di Kendal, dengan menyumbang 322 ton pada tahun yang sama. Potensi ini diperkuat oleh kondisi geografis dan agroklimat yang mendukung, di mana dataran rendah hingga menengah cocok untuk kopi robusta, sedangkan wilayah dengan ketinggian di atas 1.000 mdpl dapat menghasilkan arabika berkualitas. Kedua jenis kopi ini, jika dikelola dengan metode organik, mampu menghasilkan karakter rasa yang unik. Di area Desa Kalibogor, Kecamatan Sukorejo, memiliki jenis kopi unggulan berupa kopi liberika (Haniefan et al., 2022). Menurut petani dan pemilik kebun setempat, kopi jenis ini telah mulai ditanam sejak zaman kolonial Belanda dan memiliki cita rasa yang unik serta aroma khas seperti buah nangka. Sedangkan di Desa Limbangan, kopi berjenis robusta lebih ramai dibudidayakan karena robusta lebih tangguh terhadap serangan penyakit tumbuhan serta memiliki rasa dan aroma kuat sehingga robusta lebih ramai diminati dibandingkan jenis kopi yang lain (Ningsing et al., 2023). Kopi robusta adalah jenis kopi yang banyak dibudidayakan di Indonesia dan menjadi salah satu komoditas unggulan (Budi D et al., 2020). Hal ini membuktikan bahwa potensi industri kopi di Kecamatan Sukorejo cukup tinggi.

Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa potensi besar tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal. Sebagian besar kopi dari Sukorejo masih dijual dalam bentuk biji mentah atau bubuk biasa tanpa diferensiasi produk, sehingga harga jual relatif rendah dan posisi tawar di pasar lemah. Keterbatasan ini tidak hanya disebabkan oleh faktor teknis produksi, melainkan juga mencakup keterampilan pengolahan pasca panen, minimnya inovasi produk, lemahnya strategi branding, hingga terbatasnya akses pemasaran. Dengan kata lain, terdapat kesenjangan antara potensi kopi Sukorejo yang kaya akan karakter rasa dengan kapasitas pelaku UMKM dalam mengembangkan dan memasarkan produk secara kompetitif. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sebuah usaha yang berjalan di beragam bidang usaha, yakni usaha perdagangan, usaha pertambangan, usaha industri, usaha jasa pendidikan, dan lain-lain (Syadzali, 2020).

Budiansyah et al. (2024) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa keberhasilan bisnis kopi di tingkat lokal tidak hanya bergantung pada kualitas biji kopi, tetapi juga pada keterampilan pelaku usaha dan petani dalam mengolah, memasarkan, serta membangun narasi produk yang otentik. Pendekatan pemberdayaan masyarakat yang terintegrasi seperti meliputi transfer pengetahuan teknis, penguatan kelembagaan, dan promosi berbasis lokal dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing kopi daerah.

Sementara itu, hasil penelitian Nur Sidiq et al. (2024) di lereng Gunung Ungaran juga memperkuat argumentasi ini. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kopi robusta dan arabika dari wilayah tersebut memperoleh skor cita rasa kategori excellent dengan profil rasa unik, seperti manis gula merah, aroma santan, dan sentuhan pedas. Pencapaian ini merupakan hasil dari kombinasi faktor agroklimat, kondisi tanah, serta teknik budidaya yang konsisten. Ketinggian lereng Gunung Ungaran yang berkisar antara 300–1.200 mdpl memberikan

lingkungan tumbuh yang ideal bagi kedua varietas kopi tersebut, sementara perbedaan ketinggian turut mempengaruhi kepadatan biji, kadar gula alami, dan keseimbangan rasa asam-pahit pada seduhan akhir.

Karakteristik rasa tersebut jika dianalisis lebih lanjut dapat menjadi identitas dan pembeda kopi Sukorejo di pasar nasional maupun internasional. Namun, pada praktiknya, potensi ini belum sepenuhnya dimanfaatkan dalam strategi pemasaran. Produsen kopi di Kendal, termasuk Kecamatan Sukorejo, cenderung masih terjebak dalam cara-cara tradisional menjadi penghambat dalam melakukan produksi (Ahsan, 2024). Branding kopi Sukorejo masih terbatas pada pasar lokal dan belum secara konsisten menonjolkan flavour profile sebagai nilai jual utama. Secara kritis, hal tersebut mencerminkan adanya tantangan tersendiri dalam menciptakan nilai tambah di tingkat UMKM dan petani, sehingga perlu adanya intervensi yang fokus pada peningkatan kualitas pengolahan sekaligus strategi promosi yang tepat sasaran.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian ini memiliki tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kapasitas masyarakat Sukorejo dalam praktik pengolahan kopi, khususnya pada tahap pengolahan, pemasaran, serta memperkuat branding kopi lokal sebagai produk unggulan oleh pelaku UMKM di Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Kendal. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi dasar rekomendasi strategis bagi pengembangan kopi Sukorejo sebagai produk unggulan daerah, sekaligus memperkuat identitas lokal dan kesejahteraan masyarakat.

Metode

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara rinci proses pemberdayaan masyarakat dalam pembangunan produksi dan *roasting* kopi di Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Kendal. Metode ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam terkait kondisi aktual, potensi yang dimiliki, serta tantangan dihadapi oleh petani dan pelaku UMKM kopi setempat. Objek kegiatan adalah masyarakat pelaku usaha kopi khususnya petani kopi, pengelola UMKM, dan kelompok tani. Sedangkan subjek pengabdian melibatkan petani kopi, pengrajin kopi (*coffee roasting*) serta masyarakat yang berperan dalam pengembangan komoditas kopi

Pelaksanaan diawali dengan observasi lapangan untuk mengidentifikasi kondisi eksisting, meliputi proses pasca panen, teknik *roasting* yang digunakan sarana produksi, dan strategi pemasaran yang telah berjalan. Tahap berikutnya adalah wawancara semi terstruktur dengan petani dan pelaku UMKM untuk menggali informasi yang mendalam informasi pengalaman, kendala, dan harapan mereka dalam mengembangkan produk kopi. Wawancara merupakan teknik untuk menggali informasi lebih mendalam dan mencari informasi yang diperlukan (Masrukhi et al., 2025, 2024; Mustofa et al., 2025). Berdasarkan hasil temuan di lapangan, dilaksanakan pelatihan dan pendampingan teknis pelaksanaan mengenai teknik *roasting* yang standar, manajemen, kualitas produk serta strategi *branding* berbasis cita rasa khas kopi Sukorejo. Pendampingan ini dilakukan secara langsung dengan melibatkan peserta dalam proses pengolahan kopi, sehingga keterampilan dapat diaplikasikan secara praktis (Handoyo et al., 2022; Mustofa et al., 2022; Wijayanti et al., 2025; Wijayanti & Kurniawan, 2023).

Tahap akhir kegiatan adalah menganalisis dari hasil wawancara yang sudah dilakukan kepada petani kopi dan penggiling kopi dan diskusi bersama. Hasil diskusi pengabdian bersama petani kopi dan penggiling kopi yaitu merencanakan jangkauan pemasaran kopi melalui media online seperti *Tiktok*, *Shopee* dan *Marketplace* lainnya, Melalui rangkaian kegiatan ini diharapkan masyarakat mampu meningkatkan kapasitas pengolahan kopi, memperkuat identitas produk, dan memperluas jangkauan pemasaran, sehingga nilai jual kopi Sukorejo dapat meningkat dan memberikan dampak ekonomi yang positif bagi pelaku usaha lokal.

Hasil

Kegiatan pengabdian terkait budidaya kopi di Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Kendal ini melalui dua tahap, yakni tahap observasi dan analisis. Tahap awal yakni tahap observasi adalah berupa melaksanakan koordinasi awal dengan warga setempat yang berkontribusi atau memahami betul terkait budidaya kopi setempat. Setelah itu, warga setempat, yang dalam hal ini adalah salah satu ketua RT di Desa Kebumen mengantarkan tim pengabdian ke lahan perkebunan yang sedang digarap oleh beberapa petani untuk melihat kondisi tanaman. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan identifikasi masalah pokok yang dihadapi petani, yakni keterbatasan pengetahuan mengenai teknik budidaya kopi modern, rendahnya kualitas pascapanen, serta tantangan pemasaran produk kopi lokal (Handoyo et al., 2021; Irawan et al., 2024; Wijayanti et al., 2025).

Persoalan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Radyanto et al. (2023) yang mencatat bahwa petani kopi di Sukorejo menghadapi hambatan signifikan di aspek pemasaran. Dampak pandemi COVID-19 membuat omzet kopi lokal anjlok hingga 96,4% karena distribusi hulu-hilir terganggu. Lebih jauh, kopi lokal dari Kendal dalam hal ini kurang dikenal di pasar nasional karena lemahnya strategi promosi. Hal ini memperlihatkan bahwa perbaikan budidaya saja tidak cukup, tetapi juga perlu pendekatan strategis pada pascapanen dan branding produk. Lebih lanjut, dalam proses pemberdayaan masyarakat ini juga menuntut adanya proses penyadaran, transformasi pengetahuan, dan peningkatan kapasitas intelektual (Marcella et al., 2024). Dengan demikian, pendampingan berkelanjutan dapat menjadi kunci agar petani mampu mencapai kemandirian dalam memproduksi dan memasarkan hasil penjualan kopi mereka.

Gambar 1. Gambar pelaksanaan kegiatan wawancara petani kopi dan penggiling kopi



Dalam wawancara dengan petani kopi, dapat disimpulkan bahwa cara perawatan kebun kopi tersebut adalah pertama-tama dengan cara di-*babat* atau dibersihkan dari rumput-rumput atau semak liar. Setelah itu lahan di-*teras* atau dibersihkan dengan pacul dan dibuat got angin atau teras. Untuk pemeliharaan bagian pemangkasan adalah dilakukan dengan cara membuang cabang-cabang yang sudah tua dan tidak produktif agar cabang yang baru dapat tumbuh. Selain itu, ada juga pemangkasan pemeliharaan yakni membersihkan cabang kering, sakit, atau terserang hama. Untuk tahap panen, pemetikan dilakukan saat buah matang merah (*red cherry*) untuk kualitas terbaik. Setelah panen, dilakukan sortasi buah, pengolahan basah atau kering, penjemuran, lalu penyimpanan *green bean*.

Pada tahap ini, masih terlihat adanya kesenjangan pengetahuan petani antara praktik lapangan dan standar *good agricultural practices* (GAP). Seperti dicatat oleh Budiarto et al. (2023), kualitas kopi tidak hanya ditentukan pada saat panen, tetapi sangat dipengaruhi oleh pemilihan varietas, jarak tanam, pemangkasan, serta pemupukan yang tepat agar produktivitas

lebih stabil. Artinya, praktik tradisional yang masih dominan di Sukorejo perlu ditingkatkan agar tidak hanya mengejar kuantitas, melainkan juga konsistensi mutu biji kopi.

Lebih jauh, pada aspek pascapanen, sebagian besar petani Sukorejo masih mengandalkan metode sederhana dalam pengeringan dan pengolahan, padahal penelitian menunjukkan bahwa teknik *full wash process* menghasilkan cita rasa yang lebih bersih dan kompleks dibandingkan metode kering tradisional (Tri Budiarto et al., 2023). Sejalan dengan itu, Sembiring et al. (2020) menekankan bahwa minimnya pengetahuan pascapanen, keterbatasan peralatan, dan lemahnya akses teknologi membuat kualitas kopi rakyat sulit bersaing di pasar. Dengan adanya pendampingan, edukasi, dan penyediaan alat seperti *huller*, petani terbukti lebih mampu menghasilkan biji kopi dalam bentuk *green bean* berkualitas tinggi, bukan lagi hanya menjual gabah kopi mentah

Setelah mewawancarai petani kebun kopi, tim pengabdian mempraktikkan teknis panen kopi yang baik dan benar agar tidak merusak cabang dan tetap dapat menumbuhkan bibit subur setelah dipetik. Kemudian memasuki tahapan berikutnya adalah kopi yang telah dipanen dipilah dan dipisah-pisahkan sesuai jenisnya. Kopi dicuci untuk menghilangkan kotoran dan daun yang menempel ketika dipanen (Sheyoputri et al., 2022). Kemudian kopi dijemur untuk dikeringkan sebelum memasuki tahapan *roasting*. Pada tahap pengeringan biji kopi, petani menjelaskan bahwa pengeringan higienis dilakukan dengan menggunakan alas khusus, bukan langsung di tanah agar kualitas biji kopi lebih terjaga.

Menuju tahapan *roasting*, tim pengabdian melakukan survey terhadap lokasi-lokasi penggilingan kopi yang dapat dikunjungi dan diwawancarai untuk kepentingan pengabdian. Setelah dipilih, tim pengabdian, ditemani perwakilan warga setempat, mengunjungi lokasi penggilingan kopi untuk mengetahui tahapan *roasting* kopi. Tim pengabdian menyaksikan contoh bagaimana biji kopi kering dapat diolah menjadi produk siap konsumsi dengan tingkat sangrai (*roast level*) tertentu yang memengaruhi cita rasa.

Di tempat *roaster*, tim pengabdian melakukan wawancara singkat yang dapat disimpulkan bahwa *roaster* kopi tersebut fokus pada tahap budidaya pada akhir 2016 hingga awal 2017. Pada awal 2018, pengembangan diarahkan ke proses pascapanen. Fasilitasi dari pihak Dinas Pertanian turut membantu memperkuat tahap pemasaran produk. Perkembangan cukup signifikan terlihat, meski untuk kopi yang dipasarkan di daerah Sukorejo lebih banyak berasal dari varian lokal, khususnya Arabika dan Robusta.

Arabika diperoleh dari desa lain, bukan Desa Kebumen, karena membutuhkan kondisi tanah dan ketinggian tertentu, yakni minimal 1.000 meter di atas permukaan laut (mdpl) untuk menghasilkan kualitas terbaik. Sementara Robusta lebih fleksibel, dapat tumbuh baik di ketinggian 300-800 mdpl, meski bila ditanam di atas 1.000 mdpl kuantitas dan kualitasnya akan berbeda. Karakter Robusta yang dicari biasanya adalah biji yang tebal, sedangkan Arabika lebih menonjolkan rasa asam lembut yang semakin kuat bila ditanam di dataran tinggi. Faktor lingkungan sekitar juga memengaruhi cita rasa, seperti varietas Balikin Tamani yang memiliki aroma jeruk karena dikelilingi pohon jeruk. Di Jawa sendiri, Robusta dikenal dengan sebutan “Java Moka” yang memiliki cita rasa khas dibandingkan Robusta dari wilayah lain.

Ketinggian tempat juga memengaruhi kepadatan biji dan kenikmatan rasa. Misalnya, Robusta dari Kebumen yang tumbuh di ketinggian sekitar 500 mdpl dikenal lebih soft dan tidak terlalu tebal. Pasar penjualannya meliputi beberapa wilayah, termasuk kontrak tetap dengan perusahaan besar seperti Denso, Toyota, dan Astra di Jakarta, dengan permintaan rutin sekitar 50 kg per bulan. Meski ada peluang ekspor, pelaku usaha memilih fokus di pasar lokal karena ekspor dinilai berisiko tinggi. Risiko tersebut meliputi kesulitan memenuhi spesifikasi kontrak, potensi denda bila barang tidak sesuai, serta masalah pembayaran yang bisa tertunda hingga barang diterima dan diverifikasi. Karena itu, pasar lokal dianggap lebih aman dan stabil.

Produksi kopi per bulan cukup besar, dengan beberapa *reseller* mampu menjual hingga 250 kg bubuk kopi. Namun, kelemahan yang diakui adalah tidak adanya sistem pencatatan keluar-masuk barang yang rapi, sehingga data penjualan hanya tersimpan di pesan *WhatsApp*.

Awal usaha ini dikelola secara mandiri, mulai dari ladang, proses pascapanen, produksi, hingga pemasaran. Sistem pembayaran sering dilakukan secara COD (*Cash On Delivery*) bahkan sebelum metode itu populer. Meski tanpa pencatatan formal, kepercayaan konsumen tetap tinggi, dan semua transaksi berjalan aman.

Usaha ini bermula dari kelompok tani yang juga mengelola peternakan sapi. Dukungan pemerintah kabupaten melalui dinas pertanian dan ketahanan pangan dimulai pada 2017 untuk budidaya, dilanjutkan pengolahan hasil pada 2018. Kelompok ini juga mengikuti studi banding ke Bali, Surabaya, dan pameran UMKM di Denpasar yang difasilitasi dana CSR dari Sampoerna. Pelaku usaha sendiri berlatar belakang pendidikan terakhir Madrasah Ibtidaiyah (MI), namun mampu menjadi penghubung antara petani dan konsumen.

Selain kopi, kelompok tani ini mengembangkan fasilitas padang komunal untuk peternakan sapi. Pada 2022, kelompok mendapatkan bantuan Rp200 juta untuk membeli peralatan, namun sempat terdampak wabah Penyakit Mulut dan Kuku (PMK) yang mengakibatkan kematian sapi. Di sela aktivitasnya, pelaku usaha juga memberikan edukasi tentang konsumsi kopi, misalnya bahwa rasa asam lambung bukan semata-mata dipicu oleh kopi, melainkan oleh gula yang ditambahkan. Kopi pahit justru lebih aman bagi penderita asam lambung dibanding kopi bercampur gula.

Dari segi varietas, kopi memiliki banyak klon (*clone*) turunan, baik Arabika, Robusta, maupun Liberica—yang di beberapa daerah disebut Excelsa, kopi gede, atau kopi api. Kopi luwak juga dibahas, baik yang asli maupun yang diproduksi secara sintesis. Meski kopi luwak asli bernilai tinggi, biaya pemeliharaan luwak membuat produksinya kurang efisien. Usaha ini sendiri pertama kali mendapat peluang besar setelah memberikan sampel kopi kepada pihak Denso dan Toyota melalui koneksi dari Dinas. Hal ini berujung pada kunjungan survey dari pihak Jepang, undangan ke Jakarta, dan kontrak kerja sama yang menekankan komitmen, konsistensi, dan disiplin. Awalnya, permintaan hanya sekitar 10 kg per bulan, namun kini mencapai 50 kg per bulan khusus untuk kantor, di luar penjualan ke pondok pesantren dan kafe.

Dalam pemasaran, Robusta menjadi varian terlaris karena digemari hampir semua penikmat kopi, sedangkan Arabika memiliki pasar lebih terbatas. Ada pula investor yang menanamkan modal besar tanpa perjanjian tertulis, dengan sistem bagi hasil sesuai fluktuasi harga kopi. Harga kopi mentah pada 2024 mencapai Rp50.000 per kg, lebih tinggi dibanding harga stabil yang diperkirakan pada 2026 sekitar Rp40.000 per kg. Kenaikan ini terjadi karena produksi tahun sebelumnya turun hingga 70% akibat cuaca, sehingga pasokan berkurang drastis.

Pengalaman dari komoditas lain seperti jambu biji merah menjadi pelajaran, di mana harga anjlok akibat kelebihan pasokan dan penjualan bibit ke luar daerah. Untuk kopi, diharapkan kesalahan ini tidak terulang karena kopi memiliki daya simpan lebih lama dan menjadi kebutuhan pokok. Meski Indonesia memiliki lahan luas, produksi Robusta terbesar dunia masih dipegang Vietnam, sedangkan Arabika lebih banyak dikuasai Brazil. Penanaman kopi dilakukan dengan berbagai metode, termasuk dari biji maupun sambung stek, tergantung tujuan produksi dan varietas yang diinginkan.

Tabel 2. Tabel hasil kegiatan pengabdian

No	Jenis Produk	Volume	Jumlah
	Robusta	250-300 kg	++600 kemasan/250gram
	Arabika	120-150 kg	++400 kemasan/ 250 gram
	Excelsa	70- 100 kg	++250 kemasan/ 250gram

Diskusi

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Kendal, menunjukkan bahwa potensi kopi lokal yang dimiliki wilayah ini sangat besar, namun masih menghadapi berbagai hambatan pada tahap pengolahan, pemasaran, hingga strategi branding. Lebih lanjut, hasil observasi dan wawancara juga memperlihatkan bahwa sebagian besar petani dan pelaku UMKM kopi masih mengandalkan pola tradisional, baik dalam budidaya maupun pascapanen. Akibatnya, nilai tambah produk kopi yang dihasilkan masih rendah dan daya saing di pasar terbatas.

Kesimpulan

Melalui serangkaian pendampingan teknis dan pelatihan, terutama pada aspek roasting, manajemen produk, dan strategi promosi berbasis cita rasa khas Sukorejo, kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat. Hal ini tercermin dari adanya penerapan praktik budidaya lebih baik, kesadaran akan pentingnya higienitas dalam pengeringan biji kopi, serta peningkatan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola jaringan pemasaran. Produk kopi yang semula hanya dijual dalam bentuk mentah kini telah berkembang menjadi bubuk dengan diferensiasi varian (robusta, arabika, dan ekselsa) yang dipasarkan dalam kemasan lebih profesional.

Capaian dari kegiatan ini menunjukkan bahwa upaya pemberdayaan yang terintegrasi antara transfer pengetahuan teknis, penguatan kelembagaan, serta pengembangan branding lokal mampu memberikan dampak nyata bagi peningkatan kualitas dan nilai jual kopi Sukorejo. Namun demikian, terdapat sejumlah catatan kritis. Pertama, masih lemahnya sistem pencatatan dan manajemen usaha menyebabkan data produksi dan pemasaran tidak terdokumentasi dengan baik. Kedua, meskipun pemasaran lokal cukup kuat, peluang ekspor belum dimanfaatkan secara optimal karena keterbatasan kapasitas produksi dan risiko kontrak dagang. Ketiga, diversifikasi produk masih perlu diperluas agar kopi Sukorejo tidak hanya dikenal sebagai produk konsumsi, tetapi juga sebagai bagian dari identitas budaya lokal yang memiliki cerita (*storytelling*) kuat.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini bukan hanya memberikan dampak jangka pendek berupa peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga memberikan arah strategis bagi pengembangan kopi Sukorejo ke depan. Diperlukan tindak lanjut berupa pendampingan lanjutan dalam manajemen usaha, pencatatan keuangan, serta strategi pemasaran digital agar kopi Sukorejo mampu bersaing di tingkat nasional bahkan internasional. Apabila konsistensi pengelolaan dapat dijaga dan sinergi antar-stakeholder terus diperkuat, maka kopi Sukorejo berpotensi menjadi produk unggulan daerah yang tidak hanya meningkatkan perekonomian masyarakat, tetapi juga memperkuat identitas lokal di kancah global.

Referensi

- Ahsan, F. N. (2024). *PENINGKATAN KINERJA PEMASARAN MELALUI ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI WIRAUUSAHA DENGAN INOVASI PRODUK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Penelitian pada UMKM kopi di Kab. Kendal)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Afiati, L., & Annisah, N. N. (2025). Pemberdayaan petani kopi melalui branding personality dan kualitas produk untuk meningkatkan pendapatan ekonomi di Desa Deles, Kecamatan. Bawang, Kabupaten Batang Jawa Tengah. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 9(3), 1188-1195.
- Asyhari, A., Sari, F. Y., Efendi, N. R., Nurjanah, D., Septianti, O., Putra, B., ... & Veronika, I. (2020). Pemberdayaan Kelompok Petani Kopi Karang Rejo untuk Meningkatkan

- Pemanfaatan Daun kopi menjadi Layak Konsumsi. *Jurnal pengabdian pada Masyarakat*, 5(1), 279-286.
- Budi, D., Mushollaeni, W. Y. R. A., Yusianto, Y., & Rahmawati, A. (2020). Karakterisasi kopi bubuk robusta (*Coffea canephora*) Tulungrejo terfermentasi dengan ragi *Saccharomyces cerevisiae*. *Jurnal Agroindustri*, 10(2), 129-138.
- budi nur Sidiq, W. A., Ridwan, A., & Hermanto, F. (2024). Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Potensi Indikasi Geografis Kopi Gunung Ungaran. *ABDIMASKU: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 7(1), 242-250.
- Budiansyah, D., Wulandari, R., Kurniasih, H., & Rusmantara, B. A. G. (2024). *INISIATIF PEMBERDAYAAN PADA BISNIS KOPI*. Bayfa Cendekia Indonesia.
- Budiarto, T., Ayun, L., & Nurulhaq, M. I. (2023). Pemberdayaan Petani pada Pengolahan Pascapanen Kopi Arabika Proses Full Wash (*Coffea arabica* L.) di Desa Kalisat Kidul, Kecamatan Kalibening, Kabupaten Banjarnegara. *Jurnal Resolusi Konflik, CSR dan Pemberdayaan (CARE)*, 8(1), 11-20.
- Diyanah, Q. F., Asifah, D. N., Shokawati, A., & Rakhmat, F. (2024). Implementasi inovasi teknik penanaman jambu kristal dalam mendukung peningkatan kualitas dan produktivitas di Desa Bringinsari. *Jurnal Bina Desa*, 6(3), 407-412.
- Fitriani, F., Arifin, B., & Ismono, R. H. (2021). Indonesian coffee exports and its relation to global market integration. *Journal of Socioeconomics and Development*, 4(1), 120-133.
- Handoyo, E., Wijayanti, T., Ekaningsih, L., & Puspita, M. A. (2022). Economy Impact of the COVID-19 Prevention Policy on Business Continuity and Welfare of Street Vendors. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 17(6), 1781–1788. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.170612>
- Handoyo, E., Wijayanti, T., Irawan, H., Khomsani, I., & Hermawan, D. (2021). Penguatan Karakter Anti Korupsi Bagi Lurah di Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang. *Abdimas*, 25(2). <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/abdimas/>
- Haniefan, N., & Basunanda, P. (2022). Eksplorasi dan identifikasi tanaman kopi liberika di kecamatan sukorejo, kabupaten kendal. *Vegetika*, 11(1), 11-18.
- Irawan, H., Pradanna, S. A., Anggraeni, L., Wijayanti, T., & Alviiswari. (2024). Pengolahan Sampah Organik Konsep Pentahelix Menuju Ekonomi Desa Berkelanjutan. *Jurnal Sutasoma*, 3(1). <https://doi.org/10.58878/sutasoma.v3i1.344>
- Masrukhi, M., Wijayanti, T., Pramono, D., Irawan, H., & Kurniawan, M. A. (2024). Strengthening The Profil Pelajar Pancasila Through Project Citizen: A Case Study at SMP Negeri 21 Semarang. *IJTIMAIYA: Journal of Social Science and Teaching*, 8(2), 149. <https://doi.org/10.21043/ji.v8i2.29133>
- Masrukhi, Wijayanti, T., Pramono, D., & Irawan, H. (2025). CAPACITY BUILDING OF THE PPKS TASK FORCE AT SMAN 2 SEMARANG IN MITIGATING THE THREE MAJOR SINS IN EDUCATION BASED ON PANCASILA VALUES. *Progress In Social Development*, 6(2), 386–395. <https://doi.org/10.30872/psd.v6i2.173>
- Mustofa, Moh. S., Putri, N. A., & Wijayanti, T. (2025). The Utilization of E-commerce as a Strategy to Increase the Competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Semarang City. *KnE Social Sciences*, 10(10), 311–323. <https://doi.org/10.18502/kss.v10i10.18680>
- Mustofa, Moh. S., Wijayanti, T., Putri, N. A., & Saptarina. (2022). Peningkatan Keterampilan Warga Kelurahan Pakintelan dalam Pengolahan Produk Lokal sebagai Upaya Mewujudkan Kampung Wisata. *Urnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).

- Marcella, G. A., & Kriswanto, H. D. (2024). Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan pembuatan kopi sangan. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(3), 510-523.
- Ningsih, O. I., Stiyoaji, K., Fatimatuzzahro, S. D., Athyaburro'ihah, A. I., Khoirunnisa, N. H., Rosyadi, A., ... & Pratiwi, R. (2023). Pelatihan Pengolahan Kopi Herbal dalam Upaya Optimalisasi Potensi dan Inovasi UMKM di Limbangan Kabupaten Kendal. *Jurnal Abdidas*, 4(5), 440-446.
- Radyanto, M. R., Adhi, A., & Hayati, E. N. (2023). Pemberdayaan Petani Kopi Kenjur Gunung Prau Kendal Melalui Pendampingan Strategi Pemasaran Digital. *NUSANTARA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 196-205.
- Rohmi, M. K., & Luthfi, A. (2023). Royongan Dalam Mengelola Kopi (Bentuk Pemberdayaan Kelompok Petani Kopi Makarti Utomo di Desa Getas Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal).
- Sembiring, A. C., Sitanggang, D., & Sinuhaji, N. P. (2020). Pemberdayaan Petani Kopi Karo melalui Pengolahan Pasca Panen. *Jurnal Mitra Prima*, 2(1), 74-79.
- Sheyoputri, A. C. A., Azuz, F., & Abriana, A. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Tamaona Kecamatan Tombolo Pao Kabupaten Gowa Melalui Pengolahan Biji Kopi Menjadi Kopi Bubuk. *Jurnal Dinamika Pengabdian*, 7(2), 301-309.
- Sukmayana, D. (2022). State Policy Making on Coffee International Trade Commodities. *Journal of Governance*, 7(2), 539-546.
- Syadzali, M. M. (2020). Model Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Ekonomi Lokal (Study Pada UKM Pembuat Kopi Muria). *Syntax Idea*, 2(5), 91-97.
- Yulianto, Y., Safari, T., & Nurcahyo, R. J. (2023). Potensi Agrowisata Kopi Sebagai Daya Tarik Wisata Ekonomi Kreatif Desa Kalibogor Kendal. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 14(2), 151-160.
- Wibawa, G., Firohmatillah, A. R., Sumaryana, F. D., Ramadhan, M. A., Fasya, G., & Juhrocin, U. (2023). Pemberdayaan Kelompok Tani Masyarakat Melalui Program Pelatihan Budidaya Kopi Dan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Di Desa Banyuresmi. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 1403-1410.
- Wijayanti, T., & Kurniawan, M. A. (2023). *Strengthening the Character of Tolerance Through Habituation of Kindness as an Effort to Anticipate Conflicts in Multicultural Communities in Tempur Village, Jepara Regency* (pp. 668–678). https://doi.org/10.2991/978-2-38476-096-1_71
- Wijayanti, T., Masrukhi, Irawan, H., & Suyahmo. (2025). Penguatan Karakter Cinta Damai Bagi Generasi Muda dalam Mewujudkan Lingkungan Aman dan Nyaman di Desa Gogik. *ASPIRASI: Publikasi Hasil Pengabdian Dan Kegiatan Masyarakat*, 1(1).