

LAPORAN AKHIR

Penguatan Kapasitas Usaha "Rumah Panrita" melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Pemasaran Kopi Berbasis Digital



**Tahun Ke Pertama Dari Rencana
Satu Tahun**

Tim PKM

Ketua : Abd. Rahim, S.P.,M.P. (0931019501)
Anggota 1 : Dr. Syawal, S.Pd.,M.Pd (0926068501)
Anggota 2 : Sariana Dami, S.Ak.,M.Ak, ZCP (0901019701)
Anggota Mhasiswa 1 : Diana (223170005)
Anggota Mahasiswa 2 : Wisarna (223170006)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE

SKEMA PEMBERDAYAAN KEMITRAAN MASYARAKAT*
RUANG LINGKUP PEMBERDAYAAN MASYARAKAT*

DIREKTORAT RISET, TEKNOLOGI, DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN TINGGI, RISET, DAN TEKNOLOGI
KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI



LAPORAN AKHIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Pelaksana : Penguatan Kapasitas Usaha "Rumah Panrita" melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Pemasaran Kopi Berbasis Digital

Nama Lengkap : Abd. Rahim, S.P.,M.P.
NIDN : 0931019501
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
Program Studi : Agribisnis
Nomor HP : 082349789986
Alamat surel (e-mail) : Rahimrasidaruhaya.ar@gmail.com

Anggota (1)
Nama Lengkap : Dr. Syawal, S.Pd.,M.Pd.
NIDN : 0926068501
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Parepare

Anggota (2)
Nama Lengkap : Sariana Damis, S.Ak.,M.Ak, ZCP.
NIDN : 0901019701
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Parepare

Mitra Sasaran 1
Nama : Rumah Panrita
Alamat : Desa Mallawa, Kec. Mallusetasi, Kab.Barru
Penanggung Jawab : Muhammad Faisal

Tahun Pelaksanaan : Tahun ke- 1 dari rencana satu tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp 42.500.000,-
Biaya Keseluruhan : Rp 42.500.000,-
Biaya Terserap : Rp 42.500.000,-

Parepare, 12-Desember-2025

Mengetahui,
Ketua Lembaga penelitian/pengabdian*,


(Prof. Dr. Iradhatullah Rahim, S.P., M.P.)
NIDN 0926117601

Ketua,


(Abd. Rahim, S.P., M.P.)
NIDN. 0931019501

* Disesuaikan dengan nama lembaga penelitian dan atau pengabdian kepada masyarakat di Perguruan Tinggi

RINGKASAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di UMKM Rumah Panrita berfokus pada penguatan kapasitas usaha melalui diversifikasi produk dan penerapan strategi pemasaran digital. Permasalahan utama mitra sebelumnya terletak pada keterbatasan produksi yang masih manual dengan variasi produk minim, serta strategi pemasaran yang konvensional dan hanya menjangkau pasar lokal. Melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, serta pendampingan, program ini berhasil memberikan dampak nyata pada peningkatan keberdayaan mitra. Pada aspek produksi, keberdayaan meningkat melalui penggunaan peralatan modern seperti mesin espresso dan grinder premium, yang mampu meningkatkan kapasitas produksi dari rata-rata 5 botol kopi cold brew per jam menjadi 14 botol. Diversifikasi produk juga tercapai dengan hadirnya inovasi kopi cold brew dalam kemasan botol serta peningkatan kualitas kemasan kopi bubuk menjadi premium. Legalitas usaha turut diperkuat melalui pendampingan pengurusan NIB, PIRT, dan sertifikasi halal. Pada aspek pemasaran, program berhasil menggeser pola konvensional ke digital marketing dengan memanfaatkan e-commerce (Shopee) dan media sosial. Mitra juga memperoleh keterampilan membuat konten promosi digital yang lebih menarik dan sesuai dengan tren konsumen. Dampaknya terlihat dari peningkatan omzet penjualan, dari Rp3.350.000,- pada Juli menjadi Rp5.880.000,- pada November. Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa intervensi berbasis teknologi tepat guna dan pemasaran digital mampu meningkatkan level keberdayaan UMKM. Rumah Panrita kini tidak hanya mampu memproduksi produk dengan kualitas dan variasi lebih baik, tetapi juga memiliki akses pasar yang lebih luas dan berdaya saing.

Kata kunci: Pemberdayaan, UMKM, Diversifikasi Produk, Digital Marketing, Kopi

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Pengesahan	ii
Ringkasan.....	iii
Prakata.....	iv
Daftar Isi	v
Daftar tabel.....	vi
Daftar Gambar.....	vii
Daftar Lampiran	viii
Bab 1. Pendahuluan.....	1
Bab 2. Hasil Analisis Kondisi Eksisting Mitra Sesuai Bidang permasalahan yang Diangkat.....	3
Bab 3. Permasalahan dan Solusi	5
Bab 4. Metode dan Lima Tahapan Pelaksanaan Pengabdian.....	7
Bab 5. Hasil pelaksanaan Kegiatan dan Penyelesaian Setiap Aspek Kegiatan yang Ditangani ..	9
Bab 6. Penerapan Produk Teknologi dan Inovasi Ke Masyarakat.....	13
6.1. Produk Teknologi Dan Inovasi (Hard Dan Soft)	13
6.2. Penerapan Teknologi Dan Inovasi Kepada Masyarakat (Relevansi Dan Partisipasi Masyarakat).....	14
6.3. Impact (Kebermanfaatan Dan Produktivitas).....	15
Bab 7. Luaran yang Dicapai.....	16
Bab 9. Kesimpulan dan Saran	20
Daftar Pustaka	22
Lampiran-Lampiran	23

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Omzet rumah panrita bulan juli dan agustus.....	15
Tabel 2. Omzet rumah panrita bulan juli dan agustus.....	17

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tahapan Pengabdian	7
Gambar 2. Sosialisasi Bersama mitra	9
Gambar 3. Desain inovasi produk rumah panrita	10
Gambar 4. Konten gambar promosi produk kopi	11
Gambar 5. Penandatanganan Kerjasama Pusrisnov Pascapanen Bersama Rumah Panrita	11
Gambar 6. Serah terima teknologi hard kepada mitra	13
Gambar 7. Peningkatan kualitas kemasan kopi bubuk rumah panrita	16
Gambar 8. Inovasi Kopi <i>Cold Brew</i>	16
Gambar 9. Bukti Publikasi Artikel pada Jurnal Akreditasi SINTA.....	17
Gambar 10. Poster Kegiatan	18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi Kegiatan	22
Lampiran 2. Lampiran Artikel Pengabdian Status Review.....	26
Lampiran 3. Luaran Artikel Media Massa	36
Lampiran 4. Poster Kegiatan.....	37
Lampiran 5. Luaran Audio Visual	38
Lampiran 6. Analisis Peningkatan Level keberdayaan.....	39
Lampiran 7. Rekognisi mahasiswa	42

BAB I

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia, khususnya di sektor ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat pedesaan (1). UMKM tidak hanya berperan dalam menciptakan lapangan kerja, tetapi juga menjadi motor penggerak ekonomi berbasis komunitas dengan memanfaatkan potensi sumber daya lokal (2). Salah satu bentuk UMKM yang memiliki kontribusi signifikan adalah usaha di bidang pengolahan kopi, mengingat komoditas ini memiliki nilai ekonomi yang tinggi sekaligus daya tarik budaya dan sosial. Di Sulawesi Selatan, kopi merupakan salah satu komoditas unggulan, khususnya dari Kabupaten Enrekang yang telah dikenal sebagai salah satu daerah penghasil kopi berkualitas (3). Potensi ini memberi peluang bagi usaha berbasis pengolahan kopi untuk berkembang, salah satunya adalah Rumah Panrita, sebuah industri rumah tangga (IRT) yang berlokasi di Desa Mallawa, Kecamatan Mallusetasi, Kabupaten Barru.

Rumah Panrita bergerak dalam bidang produksi roti Jepang, kopi seduh dan kopi bubuk, dengan bahan baku kopi yang diperoleh langsung dari petani di Kabupaten Enrekang. Kedekatan geografis antara Kabupaten Barru dan Kabupaten Enrekang menjadi keunggulan strategis bagi Rumah Panrita dalam memperoleh pasokan kopi dengan kualitas yang baik. Kehadiran usaha ini diharapkan mampu memberikan nilai tambah terhadap hasil pertanian kopi sekaligus menjadi jembatan pemasaran bagi para petani lokal. Namun, seiring dengan meningkatnya persaingan di industri kopi, baik di level lokal, nasional, maupun global, Rumah Panrita menghadapi sejumlah tantangan serius yang dapat menghambat perkembangan usahanya.

Permasalahan pertama terletak pada aspek produksi. Hingga saat ini, produk kopi yang dihasilkan Rumah Panrita masih terbatas pada kopi seduh dan kopi bubuk yang hanya dikemas dalam plastic kemasan biasa dengan variasi yang minim. Kondisi ini menyebabkan daya tarik produk kurang kompetitif di pasar modern yang kini lebih menyukai variasi produk, seperti cold brew, maupun kopi bubuk yang dikemas dalam kemasan yang lebih menarik dan premium. Selain itu, proses produksi masih dilakukan secara manual dengan peralatan sederhana, sehingga berdampak pada rendahnya efisiensi, inkonsistensi kualitas, dan terbatasnya kapasitas produksi. Kemasan produk juga masih tergolong sederhana sehingga kurang mampu menarik perhatian konsumen bila dibandingkan dengan produk serupa dari pesaing yang telah menggunakan desain kemasan modern dan lebih profesional.

Permasalahan kedua adalah dalam aspek pemasaran. Strategi pemasaran yang digunakan Rumah Panrita masih bersifat konvensional, lebih banyak mengandalkan penjualan langsung kepada konsumen lokal melalui jalur distribusi sederhana. Belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dan platform e-commerce menyebabkan produk sulit menjangkau pasar yang lebih luas. Padahal, di era digital saat ini, media sosial, marketplace, dan strategi digital marketing terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan omzet. Ketertinggalan Rumah Panrita dalam penerapan strategi pemasaran digital ini menjadi salah satu faktor yang menghambat pertumbuhan usaha.

Selain itu, kondisi kewilayahan juga menambah tantangan tersendiri. Sebagai usaha mikro di daerah pedesaan, Rumah Panrita menghadapi keterbatasan akses terhadap

teknologi produksi modern, infrastruktur digital, serta sumber daya manusia yang terampil dalam pengelolaan usaha berbasis teknologi. Hambatan-hambatan ini berdampak pada daya saing produk sekaligus pada keberlanjutan usaha (4). Jika tidak segera diatasi, permasalahan tersebut tidak hanya mengancam perkembangan Rumah Panrita, tetapi juga berdampak pada petani kopi yang menjadi pemasok pada usaha ini.

Melihat kondisi tersebut, dibutuhkan intervensi melalui program pemberdayaan yang terstruktur, sistematis, dan berbasis kebutuhan nyata mitra. Program pengabdian yang diusulkan ini berfokus pada penguatan kapasitas usaha Rumah Panrita melalui diversifikasi produk dan strategi pemasaran kopi berbasis digital. Diversifikasi produk diharapkan dapat menjawab kebutuhan pasar modern dengan menghasilkan varian produk baru, seperti kopi cold brew dan kopi dalam kemasan yang lebih menarik, sementara strategi pemasaran digital akan membantu memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, serta konten digital yang menarik. Selain itu, dukungan penyediaan alat produksi modern diharapkan mampu meningkatkan efisiensi, konsistensi kualitas, serta kuantitas produksi.

Program ini memiliki relevansi dengan beberapa aspek strategis pembangunan nasional. Pertama, mendukung capaian Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya tujuan ke-8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, serta tujuan ke-12 tentang konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab. Kedua, sejalan dengan Asta Cita pemerintah Indonesia, yaitu meningkatkan lapangan kerja yang berkualitas, mendorong kewirausahaan, mengembangkan industri kreatif, serta melanjutkan hilirisasi dan industrialisasi untuk meningkatkan nilai tambah produk dalam negeri. Ketiga, program ini juga mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi, khususnya IKU 2 (mahasiswa mendapatkan pengalaman di luar kampus) dan IKU 5 (hasil kerja dosen digunakan oleh masyarakat).

Dengan demikian, pelaksanaan program ini diharapkan tidak hanya memberikan dampak positif langsung kepada Rumah Panrita dalam bentuk peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran, tetapi juga memberikan kontribusi lebih luas terhadap peningkatan pendapatan petani kopi, penciptaan lapangan kerja lokal, serta penguatan ekonomi kreatif berbasis potensi daerah. Dalam jangka panjang, model pemberdayaan ini dapat direplikasi di wilayah lain dengan kondisi serupa, sehingga menjadi salah satu contoh praktik baik bagaimana usaha mikro di pedesaan dapat berkembang melalui inovasi produk dan digitalisasi pemasaran, sekaligus berdaya saing di pasar yang semakin kompetitif.

BAB II

HASIL ANALISIS KONDISI EKSISTING MITRA SESUAI BIDANG PERMASALAHAN YANG DIANGKAT

A. Analisis Aspek Produksi

Rumah Panrita sebagai salah satu Industri Rumah Tangga (IRT) yang berfokus pada pengolahan biji kopi menjadi kopi bubuk dan kopi seduh memiliki peluang pengembangan mengingat bahan baku utama yang mudah didapatkan karena Sulawesi Selatan merupakan salah satu daerah dengan produksi kopi yang cukup besar. Namun pada aspek produksi kondisi eksisting rumah panrita memiliki berbagai kendala yang menghambat pengembangan industry tersebut yaitu:

1. Teknologi produksi yang sederhana

Alat produksi kopi seduh pada IRT Rumah panrita masih menggunakan alat produksi yang sederhana dengan daya tampung tangki air berkisar 1-1,5 liter air dan hanya menghasilkan 1-2 gelas kopi setiap kali melakukan penyeduhan atau 150-300ml kopi seduh sehingga tidak memungkinkan untuk memproduksi lebih banyak kopi seduh terutama kopi cold brew botol yang memiliki kapasitas 250ml. Bahkan dalam hitungan 1 jam hanya maksimal dapat memproduksi 5-10 gelas perjam atau hanya dapat memproduksi 5 botol kopi cold brew. Dengan alat yang sederhana maka akan sangat sulit untuk dapat memproduksi dalam skala besar untuk dapat dipasarkan dalam jangkauan yang lebih luas dalam bentuk kopi *cold brew botol*. Alat produksi jenis ini belum dapat memproduksi.

2. Kualitas Kemasan kurang Menarik

Kopi bubuk sejatinya menjadi salah satu produk yang dapat dipasarkan dalam jangkauan luas, namun upaya menjangkau pasar yang lebih luas tidak hanya membutuhkan strategi pemasaran berbasis digital namun juga harus mampu menciptakan produk yang menarik dan berkualitas mulai dari segi orisinalitas, kualitas hingga penampakan kemasan produk (*physical effidence*) akan sangat berpengaruh terhadap pemasaran termasuk produk kopi bubuk (5). Rumah panrita yang tidak hanya berfokus pada penjualan kopi seduh juga mencoba merambah penjualan kopi bubuk namun kopi bubuk rumah panrita hanya dikemas dalam bentuk yang sederhana yaitu menggunakan kemasan seadanya, tanpa label dan terkesan murah.

Kopi bubuk rumah panrita memiliki kesan yang tidak mewah sehingga, selain itu pada kopi tersebut tidak menunjukkan identitas dari kopi itu sendiri serta distributor kopi olehkarenanya dibutuhkan upaya peningkatan kualitas sehingga kopi bubuk rumah panrita dapat lebih terkesan premium.

3. Produk yang terbatas

Produksi Rumah Panrita hanya berfokus pada kopi seduh yang dipasarkan di lokasi rumah panrita dengan variasi produk yang minim. Keterbatasan inovasi ini membuat produk kurang mampu bersaing dengan tren pasar modern yang menuntut adanya diversifikasi, seperti kopi instan, dan kopi cold brew yang dapat di pasarkan dalam jangkauan yang lebih luas.

B. Analisis Aspek Pemasaran

Pemasaran produk yang menjadi suatu hal yang fundamental bagi IRT. Namun hal tersebut justru tidak mampu dikembangkan oleh rumah panrita, pemasaran yang masih bersifat tradisional dan hanya mengandalkan penyebaran informasi dari mulut kemulut menjadikan rumah panrita masih terbatas dalam pemasaran produk. Rumah panrita System pemasaran yang tergolong local dan belum mampu menembus pasar yang lebih luas melalui pemanfaatan aplikasi promosi dan penjualan online. Hal tersebut menjadikan pemasaran rumah panrita semakin terbatas dan keuntungan yang di peroleh juga tidak banyak. Kondisi ini menunjukkan bahwa keterbatasan strategi pemasaran menjadi salah satu faktor utama yang menghambat pertumbuhan usaha. Padahal, perkembangan teknologi digital saat ini menawarkan peluang besar untuk memperluas pasar dengan biaya relatif rendah.

BAB III

PERMASALAHAN DAN SOLUSI

A. Permasalahan Mitra

Rumah Panrita, sebagai usaha mikro yang bergerak di sektor produksi dan pemasaran kopi, menghadapi beberapa permasalahan utama yang membutuhkan penanganan segera. Permasalahan ini teridentifikasi melalui diskusi dengan mitra dan melibatkan aspek produksi, dan pemasaran. Berikut adalah uraian detail permasalahan yang akan ditangani:

1. Produksi

Produksi kopi di Rumah Panrita masih menghadapi kendala pada efisiensi dan inovasi. Salah satu permasalahan utama adalah kapasitas produksi dan kurangnya inovasi produk. Hingga saat ini, Rumah Panrita hanya memproduksi kopi bubuk dalam skala kecil, tradisional dan kurangnya inovasi produk seperti kopi instan, kopi cold brew, atau kopi sachet siap konsumsi yang lebih diminati oleh konsumen modern. Hal ini menyebabkan produk sulit bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, proses produksi masih menggunakan peralatan sederhana yang tidak efisien dan tidak mampu menghasilkan produk dengan kualitas yang konsisten. Ketidakkonsistenan ini berdampak pada rendahnya daya saing produk, terutama dalam memenuhi standar mutu yang diinginkan konsumen. Kemampuan produksi juga terbatas, sehingga Rumah Panrita kesulitan memenuhi permintaan dalam jumlah besar.

2. Pemasaran:

Strategi pemasaran Rumah Panrita masih bersifat konvensional, dengan fokus pada penjualan langsung kepada konsumen lokal. Akibatnya, produk tidak memiliki eksposur yang cukup di pasar yang lebih luas. Saat ini, pemasaran digital melalui media sosial dan e-commerce menjadi strategi utama dalam memperluas akses pasar, tetapi Rumah Panrita belum memanfaatkannya secara optimal. Desain kemasan produk yang sederhana juga menjadi kendala. Kemasan saat ini tidak memiliki daya tarik visual yang cukup untuk bersaing di pasar modern, terutama dengan produk-produk dari merek lain yang sudah menggunakan desain yang lebih menarik dan profesional.

B. Solusi

Permasalahan yang dihadapi oleh Rumah Panrita mencakup aspek produksi dan pemasaran. Oleh karena itu, solusi yang ditawarkan dirancang secara komprehensif untuk mengatasi masing-masing permasalahan tersebut secara sistematis. Program ini diharapkan dapat memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kapasitas usaha dan daya saing produk Rumah Panrita di pasar lokal maupun nasional. Berikut beberapa solusi yang ditawarkan untuk tiap-tiap permasalahan yang dihadapi Mitra:

Diversifikasi produk menjadi langkah utama untuk mengatasi keterbatasan inovasi dalam produksi kopi. Pelatihan akan diberikan kepada mitra untuk membuat berbagai varian produk seperti kemasan kopi bubuk premium dan kopi siap minum (*cold brew*). Pelatihan ini melibatkan ahli di bidang teknologi pengolahan kopi yang akan memberikan panduan teknis, mulai dari pengolahan bahan baku hingga pengemasan. Solusi yang ditawarkan adalah penyediaan teknologi untuk produksi untuk meningkatkan efisiensi dan konsistensi hasil produksi, mitra akan didukung dengan alat produksi modern seperti alat ekstraksi kopi yang lebih modern dan efektif.

Sementara itu untuk solusi pemasaran di Era digital seperti saat ini, pelaku usaha harus mampu memanfaatkan perkembangan teknologi untuk dapat menjadi bagian dari upaya pemasaran produk yang di hasilkan. Rumah Panrita sejauh ini telah melakukan pemasaran secara digital yaitu melalui Whatshap Bussines dan Instragram namun upaya tersebut belum dilakukan secara optimal karena beberapa hal pendukung seperti strategi yang digunakan, konten yang di tampilkan serta physical affidence dari produk yang kurang memadai. Melalui kegiatan pemberdayaan ini, setidaknya ada 3 jenis kegiatan untuk mengatasi masalah pemasaran yang dihadapi oleh mitra. Kegiatan yang dilakukan yaitu pelatihan pemasaran digital melalui ecomerece seperti shopee, Perbaikan Design Kemasan, dan Pendampingan promosi digital

BAB IV

METODE DAN LIMA TAHAPAN PELAKSANAAN PENGABDIAN



Gambar 1. Tahapan Pengabdian

Tahapan pelaksanaan disertai dengan metode penyelesaian setiap masalah dengan pendekatan penggunaan teknologi tepat guna yang dapat meningkatkan kapasitas dan kualitas produk yang di produksi oleh mitra. Terdapat 2 permasalahan utama yang akan diselesaikan Bersama mitra yaitu masalah produksi dan pemasaran. Berikut beberapa tahapan pelaksanaan dalam menyelesaikan 2 masalah tersebut yaitu:

1. Sosialisasi

Langkah pertama dalam penyelesain masalah adalah melakukan sosialisasi bersama dengan mitra. Tujuan yang akan dicapai pada tahap ini adalah munculnya kesepakatan antara Tim pengusul dengan mitra berkaitan dengan waktu pelaksanaan, teknologi yang akan di peradakan, model pelaksanaan terutama pendampingan dan penerapan teknologi, peserta pada proses pendampingan, target utama mitra serta tim ahli yang akan dihadirkan dalam pelatihan dan pendampingan. Setelah kegiatan sosialisasi, diharapkan mitra dapat memahami alur pelaksanaan PKM dengan baik sehingga tujuan peningkatan kapasitas usaha, manajemen usaha dan kualitas produksi dapat dicapai.

2. Pelatihan

Pada tahap pelatihan ini terdapat dua hal utama yang akan dilakukan yaitu pelatihan produksi kopi sebagai solusi permasalahan produksi dengan memproduksi kopi berkualitas yang akan di damping langsung barista dari kota parepare. Pelatihan produksi kopi ini akan menghasilkan dua jenis luaran yaitu kopi cold brew dan kopi bubuk kemasan. Pelatihan kedua yang dilaksanakan sebagai solusi permasalahan pemasaran, pelatihan yang dilakukan adalah pemasaran online dan pembuatan konten.

3. Penerapan teknologi

Salah satu permasalahan mitra adalah kurangnya dukungan teknologi yang dapat menunjang

proses produksi dan pemasaran. Sebelum melakukan pelatihan pada tahapan sebelumnya tim akan melakukan pemesanan alat yang menjadi teknologi yang akan digunakan sehingga setelah proses pelatihan selesai, mitra dapat langsung menerapkan hasil pelatihan melalui penggunaan teknologi yang sudah diperadakan. Teknologi yang akan diperadakan adalah alat pres kopi jenis Mesin Espresso Coffee Maker Type FCM-32000B dengan system pemanasan Double Thermoblock kapasitas 1,7 Liter, mesin ini memiliki dimensi 345 x 428 x 485, alat ini digunakan untuk mempuat jenis kopi ekspreso dan akan digunakan untuk membuat kopi cold brew yang akan dipasarkan dalam bentuk kemasan botol. Selain itu teknologi lain yang di peradakan adalah pembungkus kemasan berupa kemasan full printing dengan ukuran kemasan 14 x 23 cm . Setelah dilakukan proses produksi, pembuatan toko online pada market place juga akan dilakukan serta membuat konten digital menggunakan aplikasi canva pro untuk dapat mengakses berbagai jenis konten yang dapat menarik minat pelanggan.

4. Pendampingan dan evaluasi

Hasil produksi dan pelatihan yang dilakukan oleh tim pengusul dan mitra, akan dilakukan promosi yang intensif dan penjualan selama 1 bulan, setelah pelaksanaan promosi dan penjualan, tim pengusul akan kembali bertemu dengan mitra untuk untuk melakukan evaluasi hasil penjualan dan pelaksanaan produksi sehingga dari hasil tersebut akan dilakukan perbaikan berkaitan dengan kekurangan dan masalah-masalah yang ditemukan selama proses penjualan. Dalam proses penjualan tim pengusul akan senantiasa melakukan pendampingan terhadap mitra termasuk membantu dalam proses promosi dan memonitoring ketersediaan bahan baku serta stok produk yang tersedia pada rumah produksi. Dalam proses pendampingan ini tim pengusul akan melibatkan Rumah BUMN sebagai mitra tambahan yang memiliki program untuk meningkatkan kapasitas UMKM.

5. Keberlanjutan program

Pelaksanaan pengabdian tidak hanya difokuskan pada bagaimana suatu usaha dapat berjalan sesuai keinginan akan tetapi bagaimana suatu program atau usaha yang dijalankan dapat berjalan secara terus menerus dan memberikan manfaat tidak hanya bagi pemilik usaha akan tetapi juga kepada masyarakat sekitar dan orang-orang yang memiliki keterkaitan. Sebagai upaya keberlanjutan, usaha tersebut akan dijadikan sebagai mitra bagi program studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Parepare yang memiliki core prodi untuk membangun mitra dengan industry lokal dan menghasilkan mahasiswa yang memiliki jiwa wirausaha. Bentuk kerja sama yang akan dilakukan sebagai upaya keberlanjutan adalah mengirimkan mahasiswa untuk magang pada lokasi usaha rumah panrita serta membuka jalan dengan mitra dari kelompok tani kopi sebagai upaya untuk mempertahankan ketersediaan bahan baku produksi.

BAB V

HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN DAN PENYELESAIAN SETIAP ASPEK KEGIATAN YANG DITANGANI

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Skema Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang berorientasi pada peningkatan kapasitas usaha rumah panrita melalui diversifikasi produk dan pemasaran kopi berbasis digital sukses dilaksanakan sesuai dengan tahapan-tahapan yang telah direncanakan di IRT rumah panrita. Kegiatan ini terlaksana berkat hibah pendanaan dari Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) KEMDIKTISAINTEK. Program pemberdayaan masyarakat oleh Perguruan Tinggi melalui pendanaan KEMDIKTISAINTEK, merupakan salah satu bentuk perwujudan tridharma yang dilaksanakan oleh akademisi lingkungan perguruan tinggi, yaitu dosen dan mahasiswa untuk membantu masyarakat atau kelompok tertentu menyelesaikan permasalahan yang mereka hadapi. Melalui program pengabdian ini juga diharapkan ilmu pengetahuan tidak berhenti di perguruan tinggi namun harus mampu diterapkan dalam masyarakat sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Tim pengabdian telah sukses menyelesaikan berbagai tahapan yang telah direncanakan sejak awal. Hasil pelaksanaan kegiatan setiap tahapan dapat dilihat sebagai berikut:

A. Tahapan Sosialisasi

Langkah pertama dalam penyelesaian masalah adalah melakukan sosialisasi bersama dengan mitra. Pada kegiatan sosialisasi ini, pertemuan dilakukan di lokasi produksi rumah panrita bersama tim dan owner rumah panrita.



Gambar 2. Sosialisasi Bersama mitra

Kegiatan sosialisasi dilakukan melalui model *Focus Grup Discussion* (FGD) yang dihadiri oleh tim pengabdian, mahasiswa yang dilibatkan, perwakilan LPPM UMPAR dan tentunya owner rumah panrita. Pada kegiatan sosialisasi ada beberapa hal yang menjadi fokus pembahasan berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan. Hal yang pertama adalah menentukan jenis kegiatan yang akan dilaksanakan, pada pertemuan ini disepakati kegiatan pelatihan dan pemberian materi untuk UMKM dilaksanakan dengan beberapa materi penting yaitu materi tentang diversifikasi produk, materi digital marketing, dan materi legalitas usaha. Selain materi dalam bentuk workshop, kegiatan lain yang dilaksanakan adalah bentuk pelatihan yaitu pelatihan peracikan kopi, pelatihan pembuatan akun e-commerce hingga pendampingan penjualan yang akan dilakukan selama kegiatan. Selain pendampingan yang dilakukan setelah kegiatan workshop, kegiatan yang perlu dilakukan adalah pendampingan penjualan dan pembuatan konten digital marketing yang dapat dijadikan sebagai bahan promosi bagi rumah panrita.

B. Tahap Pelatihan dan Penerapan Teknologi

Tahapan pelatihan dilaksanakan beberapa sesi yaitu sesi workshop/FGD berupa pemberian materi kepada Rumah Panrita dan UMKM disekitarnya serta pelatihan produksi kopi cold brew dan pembuatan akun e-commerce. Pada tahapan ini fokus materi yang diberikan adalah

aspek produksi dan pemasaran.

Aspek produksi:

Pada aspek produksi materi yang diberikan adalah diversifikasi produk dan legalitas usaha, Mitra diperkenalkan pada teknik pengolahan kopi modern, seperti pembuatan kopi cold brew dalam botol. Pelatihan ini bertujuan agar Rumah Panrita tidak hanya mengandalkan kopi bubuk dan kopi seduh yang hanya di pasarkan di rumah produksi tapi juga agar dapat di pasarkan dalam jangkauan yang lebih luas dan mampu menghasilkan produk inovatif yang sesuai dengan tren pasar. Selain itu mitra juga diperkenalkan mengenai bagaimana mekanisme pengajuan pembuatan NIB, PIRT dan sertifikasi halal. Legalitas usaha ini sangat penting karena menjadi salah satu aspek penting yang akan menjadi penilaian konsumen saat memilih jenis produk yang akan di konsumsi. Selain itu legalitas usaha seperti sertifikasi halal ini akan memastikan kualitas produk karena telah melalui proses pengujian yang dilakukan oleh pihak-pihak yang professional.

Hasil pelatihan dan pendampingan untuk aspek produksi dihasilkan dua jenis desain produk yaitu pembaharuan kemasan untuk produk kopi bubuk serta pembuatan kopi *cold brew* botol



Gambar 3. Desain inovasi produk rumah panrita

Aspek Pemasaran:

Materi yang disajikan untuk menyelesaikan aspek pemasaran adalah materi digital marketing, mitra diperkenalkan bagaimana strategi pemasaran menggunakan teknologi yang ada, selain itu mitra beserta UMKM disekitarnya di berikan pemahaman mengenai aspek-aspek penting yang mempengaruhi pemasaran digital terutama penampilan produk, oleh karenanya pada kegiatan ini juga di berikan pemahaman mengenai pentingnya membuat konten pemasaran produk yang dipasarkan. Pada aspek pemasaran mitra di damping untuk membangun toko online melalui platform e-commerce yaitu shopee. Platform e-commerce seperti shopee memiliki peluang yang lebih luas mengingat jangkauan pasarnya yang cukup luas. namun demikian, dibutuhkan konten-konten kreatif yang dapat digunakan sebagai ajang promosi pada media e-commerce tersebut.

C. Tahap Pendampingan dan Evaluasi

Tahap pendampingan adalah satu upaya untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan usaha panrita. Pada tahap ini integrasi antara aspek produksi dan pemasaran menjadi bagian penting yang dilaksanakan. Pada aspek produksi mitra didampingi untuk menghasilkan produk menggunakan teknologi yang diperadakan terutama penggunaan mesin espresso coffee maker dan pembuatan konten produk berupa gambar produk yang bisa di jadikan sebagai bahan promosi. Pada tahap ini tim pengabdian juga membantu mitra dalam menghasilkan gambar yang dapat digunakan sebagai bahan produksi. Konten berupa gambar yang dihasilkan ini dapat dijadikan sebagai bahan promosi yang dapat di tampilkan pada

platform e-commerce maupun pada Instagram rumah panrita.

Dengan adanya konten promosi berupa gambar ini diharapkan dapat menarik minat konsumen sehingga tujuan pemasaran digital dapat tercapai selain itu mitra dapat memiliki stok konten yang sewaktu-waktu dapat ditampilkan untuk menarik minat konsumen. Selama proses pendampingan maka tim akan senantiasa melakukan evaluasi berkaitan dengan kendala yang dihadapi selama proses penjualan, dengan hasil evaluasi kendala maka tim akan melakukan perancangan strategi yang diharapkan dapat menyelesaikan kendala yang dihadapi. Proses pendampingan dan evaluasi ini menjadi titik yang sangat urgent karena menjadi tolak ukur bagaimana rumah panrita akan mampu bertahan dan berkembang setelah program pengabdian telah berakhir.



Gambar 4. Konten gambar promosi produk kopi

D. Keberlanjutan Program



Gambar 5. Penandatanganan Kerjasama Pusrisnov Pascapanen Bersama Rumah Panrita

Keberlanjutan program merupakan suatu prioritas utama dengan harapan usaha tersebut dapat terus eksis setelah kegiatan pengabdian berakhir. Upaya pendampingan keberlanjutan, maka tim pengabdian menerapkan beberapa strategi penting yaitu pendampingan terbatas (monitoring) yaitu Tim pengabdian akan tetap melakukan pendampingan terbatas berupa monitoring berkala, baik secara daring maupun kunjungan lapangan. Monitoring ini bertujuan untuk mengidentifikasi kendala yang muncul dan memberikan solusi cepat, sekaligus memastikan keterampilan yang telah dilatihkan dapat diterapkan dengan baik. Sebagai upaya monitoring tersebut maka rumah panrita akan dijadikan sebagai mitra dalam penerapan ilmu pengetahuan yang diperoleh oleh mahasiswa melalui program MBKM. Bentuk integrasinya adalah mahasiswa secara bergantian dapat melakukan praktik kerja lapangan, riset terapan, atau magang di Rumah Panrita. Dengan cara ini, keberlanjutan program tidak hanya

bermanfaat bagi mitra, tetapi juga menjadi wahana pembelajaran berkelanjutan bagi mahasiswa. Selain itu pusrisnov pascapanen fapetrik membangun perjanjian kerjasama (pks) dengan tujuan agar kedua belah pihak tetap saling berkomunikasi bukan hanya untuk mengembangkan produk rumah panrita tapi lebih kepada bagaimana pusrisnov pascapanen dapat memperoleh pembelajaran dan mitra dalam mengelola dan memasarkan produk hasil pertanian.

BAB VI

PENERAPAN PRODUK TEKNOLOGI DAN INOVASI KE MASYARAKAT

6.1. Produk Teknologi dan Inovasi (Hard dan Soft)

Hasil kegiatan program pengabdian ini memberikan dampak besar bagi mitra terutama produk teknologi dan inovasi yang terdiri dari dua bentuk yaitu dalam bentuk hard maupun soft.

Gambar 6. Serah terima teknologi hard kepada mitra



a. Produk Teknologi dan inovasi (Hard)

Produk teknologi yang diberikan kepada mitra dalam bentuk hard terdapat 4 jenis yaitu **Mesin Espresso Cofee Maker Type FCM-32000B** dengan system pemanasan Double Thermoblock kapasitas 1,7 Liter, mesin ini memiliki dimensi 345 x 428 x 485, yang kedua adalah **Gerinder Kopi Mayaka premium CG-9400 GS**, selanjutnya adalah **Kemasan Kopi premium** type full printing sehingga kemasan terlihat lebih menarik dan premium, **Mokka pot espresso** sebagai alat untuk mencampur susu, **botol kopi cold brew** dengan kualitas yang baik serta memiliki stiker yang melekat pada botol tersebut dan beberapa bahan produksi seperti **Kopi GB Grade 1**, **susu UHT**, **Gua Merah cair**, **hingga cremer**.

b. Produk Teknologi dan inovasi (Soft)

Selain produk teknologi hard, tim pengabdian juga memberikan inofasi berupa soft yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas rumah panrita agar dapat tetap eksis dalam usaha yang dijalani. Produk soft seperti **pelatihan pembuatan kopi cold brew**, **pembuatan akun e-commerce**, **materi diversifikasi produk**, **materi digital marketing**, **materi legalitas usaha** yang sekaligus berhasil membangun koneksi antara rumah panrita serta UMKM disekitarnya dengan Rumah BUMN yang dapat membantu dalam pengurusan legalitas usaha. Selain itu inovasi soft yang diberikan untuk rumah panrita adalah **desain gambar konten** yang dapat digunakan untuk promosi produk rumah panrita.

6.2. Penerapan teknologi Inovasi Kepada Masyarakat (Relevansi Partisipasi masyarakat)

Penerapan teknologi dan inovasi dilakukan secara bertahap, dimulai dengan pelatihan, pendampingan, hingga praktik langsung. Selama kegiatan, partisipasi mitra dan masyarakat sekitar cukup tinggi, terlihat dari antusiasme mengikuti pelatihan serta keterlibatan aktif dalam sesi praktik.

Partisipasi Masyarakat: partisipasi masyarakat pada program pengabdian ini cukup tinggi, rumah panrita sebagai mitra terlibat secara penuh dalam pelaksanaan program pengabdian berbasis kemitraan ini. Mulai sejak awal perencanaan hingga kegiatan sampai pada sesi pendampingan, rumah panrita menjadi salah satu actor utama dalam keberlangsungan program ini. selain rumah panrita UMKM disekitar rumah panrita turut berperan aktif selama

kegiatan. Pada sesi pelatihan dan workshop, pelaku umkm antusias mengikuti kegiatan terbukti dengan munculnya diskusi mendalam pada saat pelaksanaan kegiatan terutama mengenai pemasaran digital dan legalitas usaha. Keterlibatan UMKM ini menjadi bukti bahwa bukan hanya Rumah Panrita yang menerima dampak dari kegiatan pengabdian melainkan semua UMKM yang dekat dengan Ruama Panrita. Keterlibatan tersebut menjadi bukti keberhasilan program ini dan dampak besar yang diberikan oleh tim kepada masyarakat.

Relevansi penerapan teknologi: penerapan teknologi pada program pengabdian ini tidak serta merta dilaksanakan atas keinginan tim pelaksana pengabdian, melainkan hasil diskusi Bersama mitra. Mesin espresso maker, grinder dan moka pot adalah jenis teknologi yang diperadakan sangat relevan dengan kondisi saat ini dimana dunia usaha membutuhkan alat modern untuk dapat meningkatkan usaha yang dijalankan. Mesin espresso maker yang awalnya alat yang digunakan mitra hanya dapat memproduksi hingga 5 botol kopi *cold brew* dalam satu jam, maka dengan modernisasi mesin espresso kopi maker ini dapat meningkat sehingga dapat menghasilkan 14 botol ukuran 250ml karena kapasitas tangki air bisa ditingkatkan menjadi 1,7 liter, selain itu kecepatan proses *heating time* pada mesin baru ini hanya membutuhkan waktu sekitar 2,5 menit sedangkan alat sebelumnya yang digunakan butuh waktu hingga 10 menit. Selain itu alat teknologi pelatihan pemasaran digital, pembuatan akun e-commerce dan konten gambar promosi sangat dibutuhkan saat ini dimana era digital dapat sangat menentukan jangkauan pasar suatu usaha. Diversifikasi produk juga menjadi sangat relevan untuk meningkatkan penganekaragaman produk sehingga segmentasi konsumen dapat menjadi lebih luas. Selain itu hasil diversifikasi produk berupa kemasan premium dan kopi dalam botol akan menambah kesan mewah pada produk yang dipasarkan mengingat konsumen memiliki gaya konsumsi yang cenderung praktis, higienis dan bervariasi. Legalitas usaha yang juga menjadi salahsatu bagian materi dalam kegiatan ini tidak hanya menjadi konsumsi bagi rumah panrita melainkan juga bagi UMKM sekitar karena mereka masih banyak yang belum memiliki nomor Induk berusaha (NIB) dan Pangan Industri Rumah tangga (PIRT) bagi produk mereka.

6.3. Impact (Kebermanfaatan dan Produktivitas)

Program pengabdian yang telah dilaksanakan memiliki Impact besar bagi rumah panrita sebagai mitra dalam kegiatan. Kebermanfaatan ini tidak hanya mencakup aspek produksi tetapi juga pemasaran dan penjualan. Selain rumah panrita, UMKM disekitar Rumah Panrita juga mengalami kebermanfaatan terutama dari segi legalitas usaha dan digital marketing. Disisi digital marketing, UMKM sekitar merasa tercerahkan dengan adanya materi yang dibawakan terutama masalah penggunaan tagar (tag) dan pengoptimalan *Search Engine Optimization* (SEO). Selain itu UMKM yang bergerak di bidang makanan juga merasa tercerahkan dengan materi berkaitan dengan legalitas usaha, melalui materi tersebut UMKM baru mengetahui bahwa pengurusan sertifikasi halal untuk beberapa produk tertentu dapat dilakuakn secara gratis melalui bantuan Rumah BUMN. Selain itu pengurusan NIB dan PIRT yang juga menjadi kendala beberapa UMKM di sekitar panrita menjadi terasa lebih mudah dengan adanya tim pengabdian yang menghadirkan pemateri dari Rumah BUMN.

Secara rinci impact dari kegiatan pengabdian ini dapat dilihat pada poin-poin berikut:

a. Kebermanfaatan

1. Peningkatan pengetahuan UMKM terutama dalam hal digital marketing dan legalitas usaha
2. Rumah panrita mendapat keterampilan baru dalam meracik kopi berkualitas
3. Usaha rumah Panrita kini memiliki alat modern yang bisa memaksimalkan produksi produksi dengan kualitas yang lebih baik
4. Produk kopi bubuk rumah panrita lebih modern dan memiliki nilai estetika dengan balutan kemasan premium yang mencerminkan kualitas dari produk kopi bubuk rumah panrita
5. Rumah panrita kini memiliki produk baru yang siap dipasarkan dalam jangkauan yang lebih luas
6. Rumah panrita kini dapat mengakses pasar lebih luas dengan penggunaan e-commerce
7. Usaha rumah panrtia memiliki gambar yang dapat dijadikan sebagai bahan promosi
8. Rumah panrita dapat menjadi gran desain pengembangan UMKM disekitar melalui pemanfaatan teknologi tepat guna dan pemasaran digital

b. Produktivitas

1. Produksi rumah panrita terutama kopi cold brew lebih meningkat dengan adanya mesin espresso kopi maker yang lebih canggih dibandingkan alat sebelumnya
2. Varian produk rumah panrita menjadi lebih premium dan bervariasi dengan adanya inovasi kopi cold brew dan kemasan kopi bubuk yang elegan
3. Target peningkatan omzet penjualan yang lebih maksimal.

Tabel 1. Omzet rumah panrita bulan juli dan November

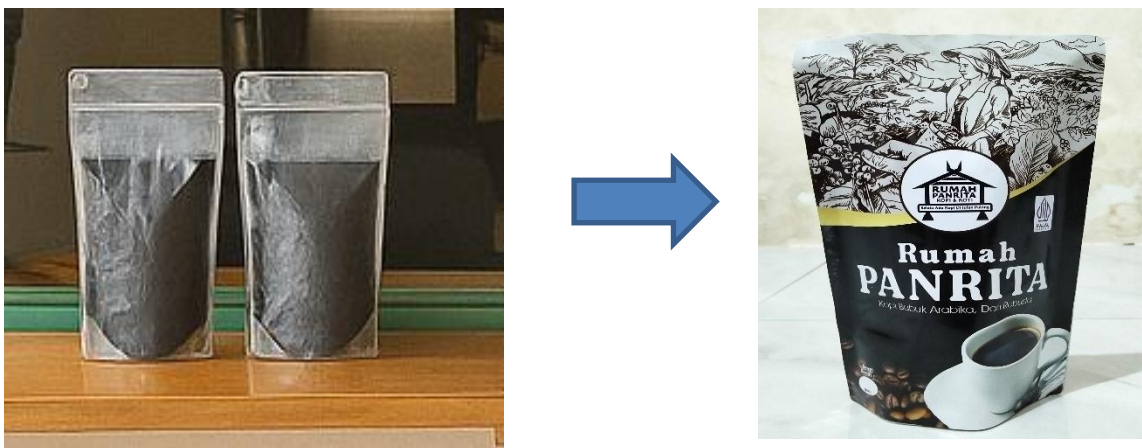
Bulan	Total Biaya (tc)	Penerimaan (π)	Omzet ($\pi - tc$)	Peningkatan (%)
Juli	Rp.5.750.000,-	Rp.9.100.000,-	Rp.3.350.000,-	0
Agustus	Rp. 6.172.000,-	Rp.10.500.000,-	Rp.4.328.000,-	29,19
September	Rp. 5.329.000,-	RP. 11.245.000,-	Rp. 6.006.000,-	79,28
Oktober	Rp. 5.670.000,-	RP. 11.342.000,-	Rp. 5.672.000,-	69,31
November	Rp. 5.345.000,-	Rp. 11.225.000,-	Rp. 5.880.000,-	75,52

BAB VII

LUARAN YANG DICAPAI

Pelaksanaan program pengabdian telah menyelesaikan beberapa luaran yang dicapai sesuai dengan usulan, luaran tersebut meliputi:

1. Peningkatan Level Keberdayaan Mitra Aspek Produksi yaitu peningkatan diversifikasi produk dengan satatus **tercapai**: Program pengabdian yang dilaksanakan oleh tim pengabdian berhasil menghasilkan inovasi perbaikan kualitas produk untuk produk bubuk kopi. Langkah ini diambil sebagi bagian dari upaya meningkatkan kualitas produksi produk kopi bubuk rumah panrita. Produk kopi bubuk rumah panrita awalnya dijual dalam kemasan biasa, namun dengan keberadaan tim pengabdian, tim berhasil meningkatkan kualitas kopi bubuk melalui pembuatan kemasan premium agar kualitas produk kopi bubuk rumah panrita menjadi lebih menari



Gambar 7. Peningkatan kualitas kemasan kopi bubuk rumah panrita

Selain melakukang upgrade untuk produk kopi bubu, tim pengabdian juga berhasil menciptakan inovasi produk baru untuk rumah panrita berupa yaitu **kopi cold brew**. Kopi *cold brew* diharapkan dapat menjadi salah satu produk yang dipasarkan oleh rumah panrita mengingat karakteristik konsumen yang cenderung menyukai produk siap saji. Dengan adanya kopi cold brew rumah panrita maka variasi produk akan menjadi lebih beragam dan kopi cold brew rumah panrita dapat menjadi pilihan dengan kemudah produk tersebut selain jadi minuman disaat santai juga dapat menjadi teman perjalanan.



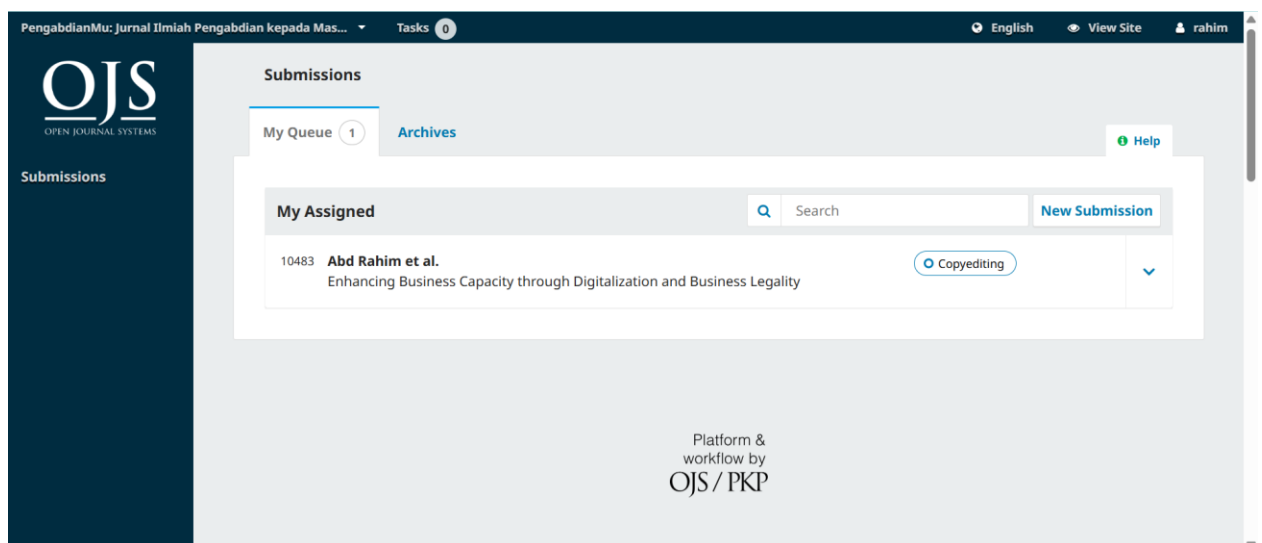
Gambar 8. Inovasi kopi cold brew

2. Peningkatan Level Mitra aspek pemasaran: peningkatan jumlah omzet status **tercapai**
Hasil pendampingan pemasaran dan pemberian materi telah menunjukan hasil yang cukup memuaskan terbukti peningkatan omzet penjualan pada bulan agustus:

Tabel 2. Omzet penjualan juli dan November

Bulan	Total Biaya (tc)	Penerimaan (π)	Omzet ($\pi - tc$)	Peningkatan (%)
Juli	Rp.5.750.000,-	Rp.9.100.000,-	Rp.3.350.000,-	0
Agustus	Rp. 6.172.000,-	Rp.10.500.000,-	Rp.4.328.000,-	29,19
September	Rp. 5.329.000,-	RP. 11.245.000,-	Rp. 6.006.000,-	79,28
Oktober	Rp. 5.670.000,-	RP. 11.342.000,-	Rp. 5.672.000,-	69,31
November	Rp. 5.345.000,-	Rp. 11.225.000,-	Rp. 5.880.000,-	75,52

3. Artikel Ilmiah : Artikel ilmiah pada jurnal SINTA status **Accept** dan akan terbit pada terbitan Vol.10 No.12 pada bulan **DESEMBER 2025**: kegiatan pengabdian yang dilakukan juga dipublikasikan pada jurnal nasional terakreditasi SINTA pada jurnal PengabdianMu UPR terakreditasi SINTA 4 : <https://journal.umpr.ac.id/index.php/pengabdianmu>



Gambar 9. Bukti Publikasi Artikel pada Jurnal Akreditasi SINTA

4. Publikasi Berita pada media massa elektronik : Status **Terbit**. Sebagai bagian dari publikasi kegiatan tim pengabdian menerbitkan artikel pada media elektronik **tribunnews** dan telah terbit pada tanggal 16 September 2025. Link berikut: <https://makassar.tribunnews.com/citizen-reporter/1813060/umpar-dampingi-rumah-panrita-kembangkan-inovasi-kopi-dan-pemasaran-digital>
5. Karya audio visual: status **Tayang**. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat juga di publikasikan dalam bentuk audio visual yang di upload pada laman youtube Lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat (LPPM) UMPAR : <https://youtu.be/sDR4yKc5Wf4?si=CtKeFbziszHHqYsk> video tersebut telah ditayangkan sebanyak 143 kali dan Like sebanyak 47 Kali.

6. Karya visual poster status **tercapai**: karya visual poster diperadakan pada saat kegiatan monev dan diserahkan kepada Lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat universitas Muhammadiyah parepare (LPPM UMPAR).



Pengabdian Kepada Masyarakat

**Hibah DPPM Kemdiknasaintek
Skema Pengabdian Kemitraan Masyarakat
Tahun 2025**

Judul:
"Penguatan Kapasitas Usaha Rumah Penguatan Kapasitas Usaha
"Rumah Panrita" melalui Diversifikasi Produk dan Strategi
Pemasaran Kopi Berbasis Digital"



Rumah Panrita

salah satu Industri Rumah Tangga (IRT) yang berfokus pada pembuatan dan pengembangan produk UMKM berupa roti tawar jepang dan kopi bubuk.





Workshop

Workshop dilaksanakan dalam rangka memberikan pemahaman kepada rumah panrita dan UMKM sekitarnya tentang pentingnya upaya diversifikasi produk, peningkatan kualitas produk serta pemasaran digital



Pelatihan

Pelatihan di arahkan pada pelatihan peracikan kopi premium dan pembuatan akun serta pelatihan penggunaan e-commerce sebagai wadah pemasaran digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas.



Dampak Kegiatan Workshop

Kegiatan Workshop menunjukan ada peningkatan pengetahuan pelaku UMKM setelah mengikuti kegiatan Workshop, peningkatan tersebut dilihat dari peningkatan rata-rata nilai pre-test dan post-test selain itu keaktifan peserta pada saat workshop juga tidak dapat dikesampingkan



Produk Kegiatan

diversifikasi produk menjadi salah satu tujuan yang ingin dicapai pada kegiatan ini., produk yang dihasilkan adalah produk kopi bubuk dengan kemasan premium dan kopi cold brew



Keberlanjutan

Keberlanjutan dan pengembangan usaha adalah cita-cita setiap UMKM, oleh karena itu demi mendukung upaya keberlanjutan "Rumah Panrita" maka tim membangun kerjasama rumah panrita dengan PT melalui pusat studi Risnov Pascapenan

Tim Pengususal

Ketua : Abd. Rahim, S.P.,M.P. (0931019501 / Agribisnis)
 Anggota 1 : Dr. Syawal, S.P.,M.P. (0926068501 / Pend. B. Ingris)
 Anggota 2 : Sariana Damis, S.Ak.,M.Ak. ZCP. (0901019701 / Akuntansi)
 Mahasiswa 1 : Wisarna (223170005 / Agribisnis)
 Mahasiswa 2 : Wisarna (223170006 / Agribisnis)

**Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
Universitas Muhammadiyah Parepare (LPPM UMPAR)**

No Kontrak:
DPPM: 126/C3/DT.05.00/PM/2025
LLDIKTI IX: 888/LL9/PPM/2025
UMPAR: 0236/II.3.AU/F/2025

Gambar 10. Poster kegiatan

7. Luaran Tambahan

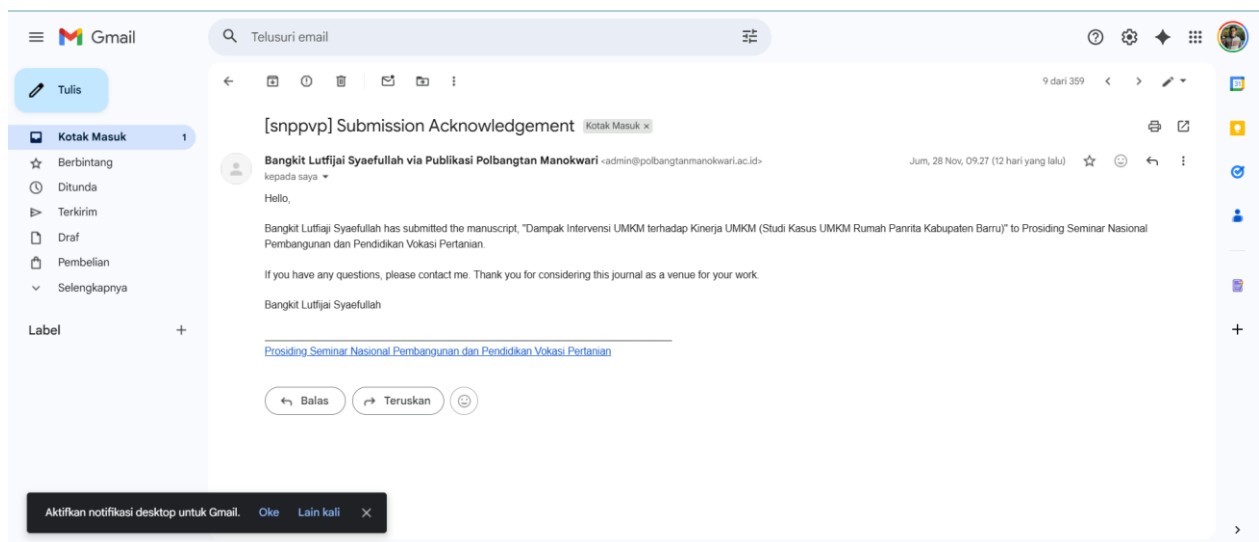
Luaran tambahan Pada kegiatan ini terdapat dua aspek yaitu

a. Luaran KI berupa Hak Cipta status **Diterima**



Gambar 11. Luaran Tambahan HKI Hak Cipta

b. Luaran Prosiding Nasional Ber ISSN dengan Status **Diterima** dan publish pada bulan Desember 2025



Gambar. 12. Penerimaan Prosiding

BAB VIII

KESIMPULAN DAN SARAN

10.1. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Rumah Panrita adalah sebagai berikut:

1. Program pengabdian yang dilakukan di rumah panrita tidak hanya bermanfaat bagi rumah panrita tapi juga beberapa UMKM disekitar Rumah Panrita
2. Program pengabdian di Rumah Panrita menghasilkan dua jenis produk yaitu peningkatan kualitas kemasan kopi bubuk dan penciptaan inovasi produk baru yaitu kopi *cold brew*
3. Pemasaran produk rumah panrita tidak hanya dilakukan secara konvensional namun sudah mulai dilakukan secara digital
4. Secara keseluruhan program pengabdian di rumah panrita telah berhasil dilaksanakan

10.2. Saran

Meningkatkan jumlah produksi terutama kopi *cold brew* yang dapat di pasarkan melalui berbagai saluran, selain itu perlu juga melakukan promosi yang lebih massive sehingga produk rumah panrita dapat lebih dikenal oleh masyarakat sekitar Desa Mallawa Kabupaten Barru.

Daftar Pustaka

1. Sailendra S, Suratno S, Tampubolon M. Tatakelola Keuangan dan Akses Permodalan UMKM Terhadap Perbankan dalam Meningkatkan dan Pengembangan Nilai Ekonomi Usaha: UMKM Pujasera Cempaka Putih Jakarta Pusat. *Capacit J Pengabdian Kpd Masyarakat* [Internet]. 2021;1(1):24–34. Available from: <https://doi.org/10.35814/capacitarea.2021.001.01.3>
2. Putri Salsabila Indrawan Lubis, Rofila S. Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *MUQADDIMAH J Ekon Manajemen, Akunt dan Bisnis* [Internet]. 2024 Jan 3;2(2):91–110. Available from: <https://ejurnalqarnain.stisnq.ac.id/index.php/MUQADDIMAH/article/view/716>
3. Abd Rahim, Edy Kurniawan, Pratiwi MK, Putriani. Dampak Alih Fungsi Lahan Pertanian di Kawasan Objek Wisata Latimojong Terhadap Pendapatan Petani. *J Galung Trop*. 2024;13(1):98–106.
4. Widawati E, Gastri A. Strategi Pengembangan Differensiasi Produk Bagi Pelaku Umkm Tahu Dan Tempe Untuk Ketahanan Pangan Pada Masa Pandemi Covid *J Mitra Manaj* [Internet]. 2021; Available from: <http://ejurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/566>
5. Umami Z, Darma GS. Digital Marketing: Engaging Consumers With Smart Digital Marketing Content. *J Manaj dan Kewirausahaan*. 2021;23(2):94–103.

Lampiran-Lampiran

1. Dokumentasi Kegiatan



Sosialisasi Pelaksanaan PKM



Persiapan kegiatan Workshop dan pelatihan



Pengisian Kuesioner pre-test



Pemberian Materi kepada Peserta Pelatihan



Pengisian Kuesioner Post-Test



Pembuatan akun E-commerce



Penandatanganan PKS Rumah Panrita dan Pusrisnove Pascapanen



Serah terima Aset

2. Lampiran Artikel Pengabdian Status Accept. (Copyediting)

PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Mas...Tasks0EnglishView Siterahim

OJS
OPEN JOURNAL SYSTEMS

Submissions

Submissions

My Queue1ArchivesHelp

My Assigned

QSearchNew Submission

10483Abd Rahim et al.
Enhancing Business Capacity through Digitalization and Business Legality0/1

Platform & workflow by
OJS / PKP

PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Mas...Tasks0EnglishView Siterahim

OJS
OPEN JOURNAL SYSTEMS

Submissions

Submissions

My Queue1ArchivesHelp

My Assigned

QSearchNew Submission

10483Abd Rahim et al.
Enhancing Business Capacity through Digitalization and Business LegalityCopyediting

Platform & workflow by
OJS / PKP

Peningkatan Kapasitas Usaha Melalui Digitalisasi dan Legalitas Usaha

Enhancing Business Capacity through Digitalization and Business Legality

Abd. Rahim ^{1*}

Syawal ²

Sariana Damis ³

Diana ¹

Wisarna ¹

¹Program Studi Agribisnis, Universitas Muhammadiyah parepare, Kota Parepare, Province Sulawesi Selatan, Indonesia

²Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Muhammadiyah parepare, Kota Parepare, Province Sulawesi Selatan, Indonesia

³Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah parepare, Kota Parepare, Province Sulawesi Selatan, Indonesia

email:

Rahimrasidaruhaya.ar@gmail.com

Kata Kunci

Pemberdayaan
Kopi
Legalitas Usaha
Diversifikasi Produk

Keywords:

Empowerment
Legality
Business Legality
product diversification

Received: Month Year

Accepted: Month Year

Published: Month Year

Abstrak

Di tengah tantangan daya saing dan tuntutan era digital, UMKM memerlukan intervensi strategis untuk berkembang. Investasi tersebut dapat berupa pelibatan berbagai pihak untuk membantu meningkatkan kapasitas sebuah usaha. Akademis berperan penting sebagai jembatan meningkatkan pengetahuan dan menjembatani upaya tersebut dalam bentuk sebuah kegiatan pengabdian. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertujuan sebagai bentuk penguatan kapasitas pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) "Rumah Panrita" yang bergerak di sektor kopi di Kabupaten Barru. Metode yang digunakan adalah pelatihan partisipatif yang mencakup empat pilar utama: (1) diversifikasi produk, (2) strategi pemasaran digital, (3) pentingnya legalitas usaha, dan (4) pelatihan praktis meracik kopi. Evaluasi dampak dilakukan dengan pendekatan metode campuran (mixed methods). Analisis kuantitatif menggunakan uji-t sampel berpasangan (paired samples t-test) pada hasil pre-test dan post-test peserta. Hasil analisis menunjukkan keberhasilan yang komprehensif. Secara kuantitatif, terdapat peningkatan skor pengetahuan peserta yang signifikan secara statistik ($p < 0.05$), dengan rata-rata skor naik dari 13.13 menjadi 13.87. Hasil ini didukung kuat oleh analisis kualitatif melalui observasi partisipatif, yang menunjukkan tingkat antusiasme, keaktifan diskusi, dan inisiatif peserta yang sangat tinggi. Perubahan pola pikir dan motivasi internal yang kuat untuk mengadopsi pengetahuan baru menjadi bukti nyata kesiapan UMKM untuk bertransformasi. Kegiatan ini menyimpulkan bahwa program pemberdayaan berhasil, dibuktikan oleh konvergensi antara data statistik yang signifikan dan pengamatan kualitatif yang kaya, yang secara bersamaan menunjukkan dampak positif dan kesiapan UMKM "Rumah Panrita" untuk melakukan transformasi usaha.

Abstract

Amidst the challenges of competitiveness and the demands of the digital era, MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) require strategic interventions to grow. This can involve engaging various parties to help enhance a business's capacity. Academics play a crucial role as a bridge to increase knowledge and facilitate these efforts through community service. This community engagement program aims to strengthen the capacity of the "Rumah Panrita" MSME, which operates in the coffee sector in Barru Regency. The method employed was participatory training covering four main pillars: (1) product diversification, (2) digital marketing strategy, (3) the importance of business legality, and (4) practical coffee brewing training. Impact evaluation was conducted using a mixed-methods approach. Quantitative analysis utilized a paired samples t-test on participants' pre-test and post-test results. The analysis revealed comprehensive success. Quantitatively, there was a statistically significant increase ($p < 0.05$) in participants' knowledge scores, with the average score rising from 13.13 to 13.87. This result was strongly supported by qualitative analysis through participatory observation, which indicated high levels of enthusiasm, active discussion, and initiative among participants. A shift in mindset and strong internal motivation to adopt new knowledge became tangible evidence of the MSME's readiness to transform. This activity concludes that the empowerment program was successful, evidenced by the convergence of significant statistical data and rich qualitative observations, which collectively demonstrate a positive impact and the readiness of "Rumah Panrita" UMKM for business transformation.



PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama diakui sebagai pilar fundamental dan dinamisor utama perekonomian Indonesia(6). Dengan jumlah unit usaha yang mencapai lebih dari 66 juta, UMKM secara kolektif berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan secara fenomenal menyerap hingga 97% dari total tenaga kerja, atau setara dengan 117 juta pekerja (7). Peran vital ini tidak hanya tercermin dalam angka, tetapi juga dalam fungsi sosial-ekonomi mereka sebagai instrumen pemerataan pendapatan, penyedia lapangan kerja di tingkat akar rumput, dan penjaga stabilitas ekonomi, terutama saat menghadapi guncangan krisis. Kemampuan UMKM untuk bertahan dan beradaptasi telah teruji selama berbagai krisis ekonomi, membuktikan ketangguhan mereka sebagai fondasi ekonomi kerakyatan (2). Keberadaan mereka yang tersebar di seluruh pelosok negeri membantu mengurangi kesenjangan ekonomi antara perkotaan dan pedesaan serta mencegah urbanisasi masif dengan menciptakan peluang ekonomi lokal.

Namun, di balik peran strategis tersebut, UMKM dihadapkan pada serangkaian tantangan kompleks yang semakin terakselerasi di era digital (8). Salah satu tantangan paling signifikan adalah kesenjangan digital (digital divide). Banyak pelaku UMKM, terutama di daerah, masih memiliki literasi digital yang terbatas. Kurangnya pemahaman dalam memanfaatkan platform e-commerce, media sosial, dan alat pemasaran digital lainnya membuat mereka kesulitan bersaing(9). Persaingan itu sendiri semakin ketat, tidak hanya dari sesama pelaku usaha lokal, tetapi juga dari produk impor yang seringkali masuk dengan harga kompetitif (10). Tantangan lainnya bersifat struktural, seperti keterbatasan akses terhadap permodalan (1). Banyak UMKM belum bankable karena tidak memiliki pencatatan keuangan yang rapi atau agunan yang memadai, sehingga menghambat mereka untuk berinvestasi dalam teknologi, bahan baku, maupun ekspansi usaha. Selain itu, pemenuhan standar dan regulasi – seperti pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikasi halal, atau izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) – seringkali dianggap rumit dan memakan waktu, padahal legalitas merupakan kunci untuk mengakses pasar yang lebih luas dan formal (11). Lemahnya strategi promosi dan branding, serta keterbatasan sumber daya manusia yang terampil, semakin memperberat langkah UMKM untuk naik kelas (12).

Sektor kopi di Provinsi Sulawesi Selatan, khususnya di wilayah sekitar Kabupaten Barru yaitu Kabupaten Enrekang, menghadirkan sebuah peluang yang menjanjikan sekaligus cerminan dari tantangan di atas (3). Sulawesi Selatan adalah salah satu sentra produksi kopi premium di Indonesia, yang dianugerahi kekayaan Indikasi Geografis (IG) seperti Kopi Arabika Toraja dan Kopi Arabika Kalosi Enrekang (13,14). Reputasi ini merupakan modal besar yang, jika setiap potensi daerah dikelola dengan baik, dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara signifikan (15). Namun, potensi tersebut belum tergarap secara optimal di tingkat lokal. Banyak usaha kopi skala kecil dan menengah masih beroperasi secara tradisional. Mereka menjual biji kopi mentah (green bean) atau produk kopi bubuk dengan kemasan sederhana, tanpa sentuhan inovasi atau diversifikasi produk yang dapat memberikan nilai tambah signifikan. Strategi pemasaran mereka seringkali terbatas pada lingkup lokal dan mengandalkan promosi dari mulut ke mulut.

UMKM "Rumah Panrita" di Kabupaten Barru adalah representasi dari potret ini. Sebagai sebuah usaha yang digerakkan oleh komunitas lokal dengan semangat kewirausahaan, "Rumah Panrita" memiliki produk kopi yang berkualitas dari segi cita rasa. Akan tetapi, mereka menghadapi stagnasi dalam pengembangan usaha akibat kurangnya inovasi produk dan ketidakmampuan menembus pasar yang lebih luas melalui kanal digital. Mereka berada di persimpangan jalan: memiliki produk potensial namun terhambat oleh keterbatasan kapasitas internal dalam hal manajemen modern, branding, dan pemasaran. Kegagalan untuk beradaptasi dengan cepat dapat membuat mereka tertinggal jauh dan kehilangan relevansi di pasar yang terus berubah. Oleh karena itu, sebuah program penguatan kapasitas yang terstruktur dan holistik menjadi sangat mendesak. Program pengabdian ini tidak hanya bertujuan untuk mentransfer pengetahuan teknis, tetapi yang lebih penting adalah untuk memicu perubahan pola pikir, menumbuhkan semangat inovasi, dan memberikan kepercayaan diri kepada para pelaku UMKM di "Rumah Panrita" untuk mengambil langkah transformatif dalam perjalanan bisnis mereka. Intervensi melalui program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara spesifik untuk menjawab kebutuhan tersebut, dengan harapan dapat menciptakan efek domino positif bagi komunitas dan ekosistem UMKM kopi lokal.

METODE

Kegiatan pengabdian ini dirancang dengan pendekatan pelatihan partisipatif dan pembelajaran aktif (active learning), di mana peserta tidak hanya diposisikan sebagai objek penerima informasi, tetapi sebagai subjek yang terlibat langsung dalam setiap proses. Tujuannya adalah untuk memastikan relevansi materi dengan kebutuhan nyata peserta dan meningkatkan kemungkinan adopsi keterampilan baru. Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam beberapa tahapan sistematis:

1. Evaluasi Awal (Pre-test): Sebelum sesi pelatihan ini dimulai, seluruh peserta diminta untuk mengisi kuesioner pre-test. Tes ini dirancang untuk mengukur tingkat pemahaman dasar peserta terkait empat area fokus pelatihan. Hasil dari pre-test ini menjadi baseline data untuk mengukur dampak kognitif dari program.
2. Sesi Pelatihan Intensif: Penyampaian materi dilakukan secara interaktif dengan menggabungkan presentasi, studi kasus, diskusi kelompok, dan sesi tanya jawab. Materi pelatihan dibagi ke dalam empat modul yang saling berkaitan, yaitu:
 - a. Diversifikasi Produk: Modul ini membahas pentingnya inovasi untuk meningkatkan nilai jual. Materi mencakup cara-cara mengembangkan produk turunan kopi di luar kopi bubuk biasa, seperti coffee drip bag, dan minuman kopi siap saji (ready-to-drink) dalam kemasan botol.
 - b. Strategi Pemasaran Digital: Modul ini berfokus pada pemanfaatan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar. Peserta dilatih untuk membuat dan mengoptimalkan akun media sosial bisnis (Instagram & Facebook) dan pengenalan platform marketplace.
 - c. Pentingnya Legalitas Usaha: Materi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran peserta akan pentingnya aspek hukum dalam bisnis. Topik yang dibahas meliputi prosedur dan manfaat memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), cara mengurus Izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), serta urgensi sertifikasi halal untuk membangun kepercayaan konsumen dan membuka akses ke pasar ritel modern.
 - d. Pelatihan Meracik Kopi: Modul ini bersifat praktis (hands-on), di mana peserta diajarkan dasar-dasar penyeduhan kopi manual (manual brew) dengan beberapa metode untuk memahami bagaimana teknik penyeduhan memengaruhi cita rasa. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk yang disajikan dan membuka inspirasi untuk menu-menu baru.
3. Diskusi Terfokus dan Praktik Langsung: Setiap modul diakhiri dengan sesi diskusi kelompok terfokus (Focus Group Discussion) untuk menggali lebih dalam tantangan yang dihadapi peserta. Selain itu, sesi praktik langsung diadakan untuk modul pemasaran digital dan meracik kopi, di mana peserta dapat langsung mencoba memotret produk, membuat konten, dan menyeduh kopi dengan bimbingan dari tim pelaksana.
4. Evaluasi Akhir (Post-test): Setelah seluruh rangkaian pelatihan selesai, peserta kembali mengisi kuesioner yang sama dengan pre-test. Hasil post-test ini kemudian dibandingkan dengan hasil pre-test untuk menganalisis peningkatan pengetahuan peserta secara kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pre-Test dan Post-Test:

Sebagai langkah fundamental dan sistematis pertama dalam keseluruhan rangkaian kegiatan, program pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan sebuah tahapan evaluasi awal yang krusial. Sebelum sesi pelatihan inti dimulai dan materi apapun disampaikan, tim pelaksana dengan cermat melakukan pengukuran tingkat pengetahuan awal dari seluruh peserta yang hadir. Proses ini dilakukan melalui pengisian sebuah kuesioner pre-test yang telah dirancang secara spesifik. Kuesioner ini bukan sekadar formalitas, melainkan sebuah instrumen diagnostik yang bertujuan untuk memetakan pemahaman dasar para pelaku UMKM "Rumah Panrita".

Secara khusus, tes ini dirancang untuk mengukur tingkat pemahaman mereka terkait empat area fokus utama pelatihan: inovasi dan diversifikasi produk, strategi pemasaran di era digital, pentingnya aspek legalitas usaha, serta teknik dasar dalam meracik kopi. Hasil yang diperoleh dari pre-test ini memegang peranan ganda yang sangat penting. Pertama, hasil tersebut memberikan gambaran nyata mengenai kebutuhan dan celah pengetahuan peserta, sehingga memungkinkan tim pelaksana untuk memastikan relevansi materi yang akan disampaikan. Kedua, dan yang paling vital dari sudut pandang evaluasi program, skor dari pre-test ini menjadi data dasar atau baseline data. Data inilah yang nantinya akan digunakan sebagai titik acuan untuk mengukur dampak kognitif dari program secara objektif setelah pelatihan selesai. Pengukuran pengetahuan awal peserta bertujuan untuk mengetahui dasar pengetahuan dan bagaimana perubahan pengetahuan para peserta setelah mengikuti kegiatan.



Gambar 1. Proses Pengisian kuesioner Pre-Test

Sebagai tahap puncak dan penutup dari siklus evaluasi program, kegiatan post-test dilaksanakan setelah seluruh rangkaian sesi pelatihan intensif selesai. Tahapan ini merupakan momen krusial untuk mengukur hasil akhir dari intervensi yang telah dilakukan. Para peserta diminta untuk kembali mengisi sebuah kuesioner, yang secara sengaja dibuat identik dengan kuesioner yang mereka kerjakan pada sesi pre-test. Kesamaan instrumen ini adalah syarat fundamental untuk memastikan perbandingan yang valid dan adil antara pengetahuan awal dan pengetahuan akhir peserta. Tujuan utama dari pelaksanaan post-test adalah untuk memperoleh data kuantitatif yang akan menjadi bukti terukur mengenai dampak program. Hasil dari post-test ini tidak berdiri sendiri; nilainya terletak pada perbandingannya dengan data dasar (baseline) yang telah diperoleh dari pre-test. Dengan membandingkan kedua set skor ini melalui analisis statistik, khususnya menggunakan uji-t sampel berpasangan (paired samples t-test), tim pelaksana dapat menganalisis apakah terjadi peningkatan pengetahuan yang signifikan secara statistik pada diri peserta. Pada intinya, post-test berfungsi sebagai alat pembuktian objektif untuk menjawab pertanyaan sentral: "Apakah program pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman kognitif para pelaku UMKM 'Rumah Panrita' secara nyata dan terukur.



Gambar 2. Proses Pengisian kuesioner Pre-Test

Tahap Pelaksanaan Kegiatan:

Setelah tahap evaluasi awal melalui pengisian kuesioner pre-test selesai, kegiatan pengabdian memasuki fase inti, yaitu sesi pelatihan intensif yang dirancang dengan pendekatan partisipatif dan pembelajaran aktif (active learning). Filosofi yang mendasari pelatihan ini adalah memposisikan para peserta UMKM "Rumah Panrita" bukan sebagai objek penerima informasi yang pasif, melainkan sebagai subjek yang terlibat secara langsung dalam setiap proses pembelajaran. Tujuan utamanya adalah untuk memastikan setiap materi yang disampaikan benar-benar relevan dengan kebutuhan nyata yang mereka hadapi, sehingga dapat meningkatkan kemungkinan adopsi keterampilan baru dalam operasional usaha mereka. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif, menggabungkan metode presentasi, analisis studi kasus, diskusi kelompok yang terfokus, serta sesi tanya jawab yang dinamis. Pelatihan dibagi ke dalam empat modul utama yang saling berkaitan dan dirancang untuk memberikan penguatan kapasitas secara holistik:

1. Diversifikasi Produk dan Pelatihan Meracik Kopi

Modul pertama berfokus pada pentingnya inovasi untuk meningkatkan nilai jual produk kopi. Peserta diperkenalkan pada konsep-konsep pengembangan produk turunan kopi di luar kopi bubuk biasa yang selama ini mereka produksi. Beberapa ide konkret yang disajikan antara lain adalah pengembangan kopi bubuk dengan desain dan kemasan yang praktis bagi konsumen, produksi minuman kopi siap saji (ready-to-drink) dalam kemasan botol yang menarik. Sesi ini dilanjutkan dengan pelatihan meracik kopi atau manual brew dimana jenis yang di berikan pelatihan adalah peracikan kopi siap saji dalam kemasan botol 250ml. Dalam sesi ini, peserta diajarkan membuat kopi gula aren dengan mencampurkan berbagai bahan yang sudah disiapkan sesuai dengan takaran yang di butuhkan untuk satu botol kopi kemasan. Bahan-bahan yang dibutuhkan tentunya adalah kopi yang sudah di buat dalam bentuk kopi espresso di campurkan dengan gula aren cair, kremer dan juga susu UHT. Tujuannya adalah agar peserta dapat memahami secara langsung bagaimana teknik penyeduhan dan pencampuran kopi hingga menghasilkan kopi yang memiliki cita rasa yang khas. Pelatihan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kualitas produk kopi yang disajikan di "Rumah Panrita", tetapi juga membuka cakrawala inspirasi untuk menciptakan menu-menu baru yang inovatif.



Gambar 3. Materi Diversifikasi Produk dan Pelatihan meracik kopi

2. Strategi Pemasaran Digital

Modul kedua dirancang untuk menjawab tantangan kesenjangan digital (digital divide) yang banyak dihadapi UMKM. Fokus utama dari modul ini adalah pemanfaatan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar secara signifikan. Peserta diperkenalkan jenis media yang dapat dijadikan sebagai lokasi melakukan pemasaran seperti market place dan media social. Selain itu peserta juga di perkenalakan bagaimana manfaat yang besar yang akan diterima jika mampu memanfaatkan digital dalam pemasaran produk.



Gambar 4. Materi Pemasaran Digital

3. Pentingnya Legalitas Usaha

Modul ketiga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran peserta akan pentingnya aspek hukum sebagai fondasi bisnis yang kuat dan berkelanjutan. Topik yang dibahas mencakup prosedur dan manfaat dari kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB), yang merupakan gerbang utama bagi legalitas usaha di Indonesia. Selain itu, dijelaskan pula cara mengurus Izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) yang krusial untuk produk makanan dan minuman. Penekanan khusus juga diberikan pada urgensi sertifikasi halal, yang tidak hanya berfungsi untuk membangun kepercayaan konsumen mayoritas di Indonesia, tetapi juga menjadi syarat mutlak untuk membuka akses ke pasar ritel modern, hotel, dan kafe.



Gambar 5. Materi Legalitas Usaha Oleh Rumah BUMN

Proses pelatihan kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab untuk memberikan ruang kepada para peserta untuk berdiskusi secara langsung dengan para pemateri. Antusiasme di perhatikan para peserta terutama untuk materi pemasaran digital dan legalitas usaha. Para peserta sadar bahwa kebutuhan digital memang menjadi salah satu hal yang paling urgen di dunia usaha saat ini, selain itu para peserta juga menyoroti terkait rumitnya pengurusan legalitas usaha terutama sertifikasi halal. Berdasarkan sorotan tersebut pemateri kemudian langsung memberikan gambaran mengenai dua jenis sertifikasi halal yang dapat ditempuh dan salah satu caranya adalah melalui RUMAH BUMN. Oleh karena itu peserta yang mengikuti pengabdian ini yang juga menghadirkan perwakilan Rumah Bumnn merasa bersyukur karena dapat berkonsultasi secara langsung. Selanjutnya demi memastikan pemahaman yang mendalam dan relevansi

praktis, setiap modul pelatihan diakhiri dengan sesi diskusi kelompok terfokus (Focus Group Discussion). Sesi ini menjadi wadah bagi peserta untuk menggali lebih dalam tantangan spesifik yang mereka hadapi sehari-hari, sementara sesi praktik langsung untuk modul pemasaran digital dan meracik kopi memungkinkan mereka untuk mencoba keterampilan baru dengan bimbingan dari tim pelaksana.

Gambar 6. Sesi tanya Jawab dan FGD (Focus Grup Discussion)



Analisis Data

Hasil Pelaksanaan Pelatihan Analisis keberhasilan program ini dilakukan melalui analisis kuantitatif dari data tes dan analisis kualitatif. Pendekatan ini memberikan gambaran yang lebih utuh dan kaya mengenai dampak nyata dari program pengabdian ini.

Analisis kuantitatif digunakan untuk mengukur dampak program terhadap tingkat pengetahuan kognitif para peserta. Secara spesifik, teknik yang digunakan adalah uji-t untuk sampel berpasangan (paired samples t-test). Uji ini dirancang untuk membandingkan skor rata-rata dari kelompok yang sama pada dua waktu yang berbeda, yaitu sebelum (pre-test) dan sesudah (post-test) intervensi pelatihan diberikan. Analisis ini melibatkan data dari 15 peserta yang mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Data analisis kuantitatif dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Respon petani sebelum dan sesudah implementasi program dan kegiatan

Variabel Test	N	Nilai	Mean	Sig-2 Tailed (P- Value)	T-Statistic	T-Tabel
Pre-Test	15	197	13,13	0,048	2.169	2.14497
Post-Test	15	204	13,60			

Berdasarkan tabel di atas, beberapa poin penting dapat diuraikan. Pertama, terlihat adanya peningkatan skor rata-rata (Mean) pengetahuan peserta. Skor rata-rata sebelum pelatihan (Pre-Test) adalah 13.13, dan setelah seluruh sesi pelatihan selesai, skor rata-rata (Post-Test) meningkat menjadi 13.60. Peningkatan ini menunjukkan adanya penambahan wawasan dan pemahaman peserta terkait materi yang disampaikan, mencakup diversifikasi produk, pemasaran digital, legalitas usaha, dan teknik meracik kopi. Jumlah peserta (N) yang datanya dianalisis secara konsisten adalah 15 orang untuk kedua tes.

Temuan yang paling krusial dari analisis ini terletak pada nilai signifikansi probabilitas atau P-value. Dalam pengujian hipotesis statistik, sebuah hasil dianggap signifikan jika nilai p-value lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan sebelumnya (alpha), yang umumnya adalah 0.05 (atau 5%). Dalam kasus ini, p-value yang diperoleh dari uji-t adalah 0.048. Karena nilai 0.048 lebih kecil dari 0.05, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa peningkatan skor pengetahuan dari 13.13 menjadi 13.87 adalah signifikan secara statistik. Kenaikan skor yang teramati bukanlah sebuah kebetulan atau disebabkan oleh variasi acak semata. Terdapat cukup bukti statistik untuk menyatakan bahwa program pelatihan ini memiliki dampak positif yang nyata dan terukur terhadap pengetahuan kognitif para peserta. Nilai T-Statistic (2.169) > T Tabel (2.14497) menunjukkan maka Hipotesis Nol (H_0) ditolak. Hipotesis Nol dalam kegiatan ini

menyatakan bahwa "tidak ada perbedaan signifikan antara respon petani sebelum dan sesudah implementasi program". Dengan ditolaknya H_0 , maka kita menerima Hipotesis Alternatif (H_1), yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik pada respon petani antara sebelum (pre-test) dan sesudah (post-test) implementasi program dan kegiatan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik kesimpulan bahwa program penguatan kapasitas yang dilaksanakan pada UMKM "Rumah Panrita" telah berhasil memberikan dampak yang positif dan signifikan. Keberhasilan ini terbukti secara komprehensif melalui pendekatan kuantitatif, program ini terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan kognitif para peserta. Hal ini ditunjukkan oleh adanya peningkatan skor rata-rata dari 13,13 pada saat pre-test menjadi 13,60 pada post-test. Perbedaan ini signifikan secara statistik, dibuktikan dengan nilai T-Statistic (2.169) yang lebih besar dari T-Tabel (2.14497) dan nilai P-value (0.048) yang lebih kecil dari standar signifikansi 0.05. Temuan ini mengkonfirmasi bahwa proses transfer pengetahuan mengenai diversifikasi produk, pemasaran digital, legalitas, dan teknik meracik kopi telah berjalan dengan baik, selain itu keberhasilan juga dapat dilihat dari antusiasme peserta selama kegiatan yang banyak memberikan pertanyaan terutama mengenai legalitas usaha dan pemasaran digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penyelesaian dan keberhasilan seluruh rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada transformasi kapasitas UMKM "Rumah Panrita" ini tidak terlepas dari dukungan, kerja sama, dan kontribusi tulus dari berbagai pihak. Oleh karena itu, tim pelaksana dengan penuh rasa syukur menghaturkan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pihak Universitas Muhammadiyah Parepare yang Melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, telah memberikan peluang dan dukungan untuk bisa melaksanakan kegiatan. Terimakasih juga dipersembahkan kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) Kemdiktisaintek yang telah memberikan dana Hibah yang digunakan dalam kegiatan ini. Rasya syukur dan terimakasih juga dipersebhakan kepada UMKM Rumah Panrita yang menjadi mitra sekaligus fasilitator, Rumah BUMN yang mengirimkan pemateri serta semua pihak yang terlibat langsung dalam kegiatan ini.

REFERENSI

1. Sailendra S, Suratno S, Tampubolon M. Tatakelola Keuangan dan Akses Permodalan UMKM Terhadap Perbankan dalam Meningkatkan dan Pengembangan Nilai Ekonomi Usaha: UMKM Pujasera Cempaka Putih Jakarta Pusat. *Capacit J Pengabd Kpd Masy [Internet]*. 2021;1(1):24–34. Available from: <https://doi.org/10.35814/capacitarea.2021.001.01.3>
2. Putri Salsabila Indrawan Lubis, Rofila S. Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *MUQADDIMAH J Ekon Manajemen, Akunt dan Bisnis [Internet]*. 2024 Jan 3;2(2):91–110. Available from: <https://ejurnalqarnain.stisnq.ac.id/index.php/MUQADDIMAH/article/view/716>
3. Abd Rahim, Edy Kurniawan, Pratiwi MK, Putriani. Dampak Alih Fungsi Lahan Pertanian di Kawasan Objek Wisata Latimojong Terhadap Pendapatan Petani. *J Galung Trop*. 2024;13(1):98–106.
4. Widawati E, Gastri A. STRATEGI PENGEMBANGAN DIFFERENSIASI PRODUK BAGI PELAKU

UMKM TAHU DAN TEMPE UNTUK KETAHANAN PANGAN PADA MASA PANDEMI COVID J Mitra Manaj [Internet]. 2021; Available from: <http://ejurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/566>

5. Umami Z, Darma GS. Digital Marketing: Engaging Consumers With Smart Digital Marketing Content. J Manaj dan Kewirausahaan. 2021;23(2):94–103.
6. Aulia LN, Widodasih RRWK. Strategi Pengembangan Usaha Melalui Analisis SWOT Pada Toko Buku “ Demak ” Di Pilar Cikarang Utara. J Ilm Manaj dan Bisnis P-ISSN 2620-9551 E-ISSN 2622-1616. 2023;6(2):697–703.
7. Aftitah FN, K JL, Hasanah K, M NLHF. Pengaruh Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Pada Tahun 2023. J Kaji Dan Penal Ilmu Manaj [Internet]. 2023;3(1):32–43. Available from: <https://jurnal.aksaraglobal.co.id/index.php/jkpim/article/view/511>
8. Wasito W, Fuji FL. PENGUATAN DIGITAL MARKETING UNTUK MEMPERLUAS PASAR DAN DAYA SAING KELOMPOK WANITA TANI DI DESA SIDOMULYO PUNCU. Al-Umron J Pengabd Kpd Masy [Internet]. 2023;4(2):87–97. Available from: <http://dx.doi.org/10.32665/alumron.v4i2.2012>
9. Nuseir MT, El Refae GA, Aljumah A, Alshurideh M, Urabi S, Kurdi B Al. Digital Marketing Strategies and the Impact on Customer Experience: A Systematic Review. Stud Comput Intell. 2023;1056(February):21–44.
10. Nursari N, Nasrudin N. Implementasi Prinsip Al-Kasb dalam Membangun Daya Saing UMKM Lokal di Tengah Ekspansi Waralaba Asing. ISLAMICA [Internet]. 2025 Jun 2;9(1):17–34. Available from: <https://journal.stai-siliwangi.ac.id/index.php/islamica/article/view/162>
11. Hapsari CM. PENYULUHAN DAN SIMULASI DALAM PROSES PEMBUATAN NOMER INDUK BERUSAHA (NIB) BAGI KELOMPOK WANITA TANI ANUGERAH GUWOSARI. HIKMAYO J Pengabd Kpd Masy AMAYO [Internet]. 2022;1(1):49. Available from: <http://dx.doi.org/10.56606/hikmayo.v1i1.49>
12. Adhrianti L, Janah F, Amalia PM. Strategy Destination Branding melalui Pemanfaatan Media Sosial Bagi Promosi Pariwisata Desa Panca Mukti. Artinara [Internet]. 2023; Available from: <https://jurnal.budiluhur.ac.id/index.php/artinara/article/view/101>
13. Bulan CD. Kopi Arabika Kalosi Enrekang. Pangadereng J Has Penelit Ilmu Sos dan Hum. 2021;7(2):269–84.
14. Fuad F, Latjeme AA. Perlindungan Indikasi Geografis Aset Nasional Pada Kasus Kopi Toraja. J Magister Ilmu Huk. 2021;2(2):10.
15. Rahim A, Shoale NM. Inovasi Olahan Stroberi Untuk Menambah Mutu Produk Petani Desa Eran Batu , Kabupaten Enrekang. 2024;5(1):417–24.

Berita Acara Serah Terima (BAST)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (RESEARCH INSTITUTE AND COMMUNITY SERVICES)

Alamat : Gedung B1 Kampus II UM Parepare, Jl. Jend. Ahmad Yani Km. 8 Parepare Kota Pos 91113 Telfax (0421) 3311751, e-mail: lppm@umpar.ac.id

BERITA ACARA SERAH TERIMA ASET No: 343/LPPM/JIL.3.AU/F/2025

Pada hari ini, Sabtu, tanggal 16-05-2025, bertempat di Kantor Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)/Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat (LPM) Universitas Muhammadiyah Parepare telah terjadi penyerahan/ penerimaan barang sesuai dengan surat perjanjian penugasan dalam rangka pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat Skema Pemberdayaan Kemitraan masyarakat Ruang Lingkup Pengabdian kepada Masyarakat tahun 2025 antara:

Nama : Abd. Rahim, S.P., M.P.
Jabatan : Ketua Tim Pengabdian
Alamat : Btn Aufaa residence Blok I No 1 Kota Parepare

Sebagai Penanggung Jawab Perseorangan sebagai pihak yang menyerahkan,

Nama : Muhammad Faisal.
Jabatan : Owner Rumah Panrita
Alamat : Desa Mallawa, Kecamatan Mallusetasi, Kabupaten Barru.

Sebagai mitra sasaran dalam Program Pengabdian kepada Masyarakat dan sebagai pihak yang menerima barang,

Daftar rincian Sebagai berikut:

No	Nama Barang	Jumlah barang	Harga Satuan (Rp.)	Total harga
1.	Mesin Espresso Coffee Maker Type FCM-32000B (kuning)	1 Pcs	9.205.700.	Rp.9.927.500,-
	Instalasi Mesin		721.800.	
2.	Mokka Pot Espresso	1 Pcs	100.000.	Rp.100.000,-
3.	Kemasan Kopi Bubuk	500 Pcs	2.200.	Rp. 1.100.000,-
4.	Gerinder Kopi Mayaka premium CG-9400 GS	1 Pcs	1.850.000.	Rp.1.850.000,-
5.	Botol Kemasan	100 Pcs	2.300.	Rp. 230.000,-
	Stiker Botol kemasan	100 Pcs	1.425	
6.	Bahan Produksi:			



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (RESEARCH INSTITUTE AND COMMUNITY SERVICES)

Alamat : Gedung B1 Kampus II UM Parepare, Jl. Jend. Ahmad Yani Km. 8 Parepare Kota Pos 91113 Telfax (0421) 3311751, e-mail: lppm@umpar.ac.id

Kopi Green Bean Grade 1	35 Kg	200.000	Rp.7.000.000,-
Susu UHT 450Gr	2 Pcs	50.000	Rp.100.000,-
Gula Merah cair	10 Kg	30.000	Rp.300.000,-
Cremer	10 Kg	50.000	Rp.500.000,-
Jumlah Total Harga (Rp.)			Rp.21.250.000,-

Demikian Berita Acara Serah Terima Aset ini dibuat dengan nilai nominal sejumlah 50% dari total dana yang diterima. Seluruh aset/barang yang diserahkan kepada mitra sasaran/pihak penerima barang adalah benar diserahkan dan menjadi milik dari mitra sasaran/pihak penerima barang

Yang Menerima

Nama : Muhammad Faisal
NIK : 7305050705910003

Yang Menyerahkan

Nama : Abd. Rahim, S.P., M.P.
NIDN : 0931019501

Mengetahui/Menyetujui,
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
Universitas Muhammadiyah Parepare



Nama : Prof. Dr. Iradhatullah Rahim, S.P., M.P.
NIDN : 0926117601

3. Luaran Artikel Media Massa (<https://makassar.tribunnews.com/citizen-reporter/1813060/umpar-dampingi-rumah-panrita-kembangkan-inovasi-kopi-dan-pemasaran-digital>)

Sulsel | Sulbar | Makassar | Gowa | Maros | Pangkep | Panapa | Pinrang | Toraja | Wajo | Soppeng | Bone | Bantaeng | Luwu | Bulukumba | Palopo

tribun **Timur** **Reporter** **KOTA MAKASSAR**

Kota Makassar Komitmen Dalam Kreativitas

Selengkapnya

Home

Citizen Reporter

Umpar Dampingi Rumah Panrita Kembangkan Inovasi Kopi dan Pemasaran Digital

Tayang: Selasa, 16 September 2025 10:42 WITA

Penulis: **Citizen Reporter** | Editor: **Sudiman**



UMPAR - Umpar mendampingi Rumah Panrita meningkatkan kapasitas usaha melalui diversifikasi produk. Rumah Panrita merupakan produsen kopi lokal di Desa Mallawa, Kecamatan Mallusetasi, Kabupaten Barru.

TRIBUN-TIMUR.COM - Universitas Muhammadiyah Parepare (Umpar) mendampingi Rumah Panrita meningkatkan kapasitas usaha melalui diversifikasi produk sekaligus penguatan strategi pemasaran berbasis digital.

Rumah Panrita merupakan pelaku usaha kopi lokal di Desa Mallawa, Kecamatan Mallusetasi, Kabupaten Barru.

Sebelumnya, Rumah Panrita hanya mengandalkan produksi kopi bubuk dan kopi seduh dengan pemasaran terbatas secara konvensional.

4. Poster Kegiatan



Pengabdian Kepada Masyarakat

Hibah DPPM Kemdiktisaintek
Skema Pengabdian Kemitraan Masyarakat
Tahun 2025



Judul:
"Penguatan Kapasitas Usaha RumahPenguatan Kapasitas Usaha
"Rumah Panrita" melalui Diversifikasi Produk dan Strategi
Pemasaran Kopi Berbasis Digital"

Rumah Panrita

salah satu Industri Rumah Tangga (IRT) ang
berfokus pada pembuatan dan
pengembangan produk UMKM berupa roti
tawar jepang dan kopi bubuk.





Workshop

Workshop dilaksanakan dalam
rangka memberikan pemahaman
kepada rumah panrita dan UMKM
sekitarnya tentang pentingnya
upaya diversifikasi produk,
peningkatan kualitas produk serta
pemasaran digital

Pelatihan

Pelatihan di arahkan pada pelatihan
peracikan kopi premium dan pembuatan
akun serta pelatihan penggunaan e-
commerce sebagai wadah pemasaran digital
untuk menjangkau pasar yang lebih luas.





Dampak Kegiatan Workshop

Kegiatan Workshop menunjukan ada
peningkatan pengetahuan pelaku UMKM
setelah mengikuti kegiatan Workshop,
peningkatan tersebut dilihat dari peningkatan
rata-rata nilai pre-test dan post-test selain itu
keaktifan peserta pada saat workshop juga
tidak dapat dikesampingkan

Produk Kegiatan

diversifikasi produk menjadi salah satu
tujuan yang ingin dicapai pada kegiatan ini.,
produk yang dihasilkan adalah produk kopi
bubuk dengan kemasan premium dan kopi
cold brew





Keberlanjutan

Keberlanjutan dan pengembangan usaha adalah cita-
cita setiap UMKM, oleh karena itu demi mendukung
upaya keberlanjutan "Rumah Panrita" maka tim
membangun kerjasama rumah panrita dengan PT
melalui pusat studi Risnov Pascapanen

Tim Pengusul

Ketua : Abd. Rahim, S.P.,M.P. (0931019501 / Agribisnis)
Anggota 1 : Dr. Syawal, S.P.,M.P. (0926068501 / Pend. B. Inggris)
Anggota 2 : Sariana Damis, S.Ak.,M.Ak. ZCP. (0901019701 / Akuntansi)
Mahasiswa 1 : Wisarna (223170005 / Agribisnis)
Mahasiswa 2 : Wisarna (223170006 / Agribisnis)

No Kontrak:
DPPM: 126/C3/DT.05.00/PM/2025
LLDIKTI IX: 888/LL9/PPM/2025
UMPAR: 0236/II.3.AU/F/2025

**Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
Universitas Muhammadiyah Parepare (LPPM UMPAR)**

5. Luaran Audio Visual (<https://youtu.be/sDR4yKc5Wf4>)

≡ YouTube^{ID} Telusuri



Penguatan Usaha Kopi Rumah Panrita Melalui Diversifikasi Kopi & Strategi Digital Marketing

 **LPPM UM Parepare**
81 subscriber Subscribe 46 Bagikan ...

102 x ditonton 8 jam yang lalu
Video ini menampilkan penerapan teknologi dan inovasi dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Fokus utama adalah kegiatan pelatihan, produk teknologi yang dikembangkan, serta ...selengkapnya

6. Analisis Peningkatan Level keberdayaan

Analisis Peningkatan Level Keberdayaan

a. Aspek Produksi

Sebelum program, produksi Rumah Panrita masih terbatas pada kopi bubuk dengan kemasan sederhana, serta kopi seduh manual dengan kapasitas produksi rendah. Keterbatasan alat membuat hasil tidak konsisten dan variasi produk sangat minim.

Setelah intervensi program pengabdian, terjadi peningkatan signifikan:

- a) **Diversifikasi Produk:** Rumah Panrita kini memiliki produk baru berupa kopi cold brew dalam kemasan botol, serta perbaikan kemasan kopi bubuk menjadi premium. Diversifikasi ini meningkatkan daya tarik dan segmen pasar yang bisa dijangkau.
- b) **Peningkatan Teknologi Produksi:** Dengan dukungan mesin espresso coffee maker dan grinder modern, kapasitas produksi meningkat hampir tiga kali lipat. Jika sebelumnya hanya 5 botol/jam, kini mampu mencapai 14 botol ukuran 250 ml/jam.
- c) **Legalitas Usaha:** Mitra diperkenalkan dan didampingi dalam pengurusan NIB, PIRT, serta sertifikasi halal yang penting untuk standar kualitas produk.
- d) **Dampak Keberdayaan:** Mitra tidak hanya memiliki keterampilan baru dalam meracik kopi berkualitas, tetapi juga memiliki identitas produk yang lebih profesional dan siap bersaing di pasar modern. Tingkat keberdayaan produksi meningkat dari sekadar *survival business* menjadi usaha yang mulai terstruktur dengan inovasi.

b. Aspek Pemasaran

Sebelum program, pemasaran Rumah Panrita masih konvensional, mengandalkan penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Jangkauan pasar terbatas di sekitar desa.

Setelah program:

- a) **Digital Marketing:** Mitra didampingi untuk membuat akun e-commerce di Shopee serta mengoptimalkan media sosial (Instagram).
- b) **Konten Promosi:** Tim membantu membuat konten visual berupa foto produk dengan desain menarik untuk kebutuhan promosi digital.
- c) **Branding & Packaging:** Perbaikan kemasan premium meningkatkan citra produk, sehingga lebih kompetitif dibandingkan pesaing.
- d) **Peningkatan Omzet:** Data menunjukkan omzet meningkat dari Rp3.350.000,- pada Juli menjadi Rp5.880.000,- pada November, menandakan strategi pemasaran digital memberikan dampak nyata.
- e) **Dampak Keberdayaan:** Rumah Panrita kini lebih berdaya dalam menjangkau pasar lebih luas, tidak hanya mengandalkan penjualan lokal. Keberdayaan meningkat dari pemasaran *local-traditional* menuju *digital-based marketing*.

Kesimpulan Analisis:

Aspek	Sebelum	Sesudah	Peningkatan
Aspek produksi	Kapasitas produksi kopi cold brew hanya ± 5 botol/jam	apasitas produksi meningkat hingga ± 14 botol/jam	Kapasitas produksi +180%
	Produk terbatas pada kopi bubuk sederhana dan kopi seduh manual.	Diversifikasi produk: kopi cold brew botol + kopi bubuk premium.	Diversifikasi produk +100%
	Tidak ada inovasi varian produk	Kemasan modern, lebih menarik, dan beridentitas	Kualitas kemasan +70%
Aspek Pemasaran	Penjualan hanya lokal, promosi mulut ke mulut.	Mulai Merambah Pemasaran digital	Jangkauan pasar +100%
	Tidak ada konten digital	Konten promosi digital tersedia	Branding & digital presence +100%
	Omzet Juli Rp3.350.000,-.	Omzet Oktober Rp5.880.000	Omzet +75,52%

Rekognisi SKS Mahasiswa:



FAKULTAS PERTANIAN, PETERNAKAN DAN PERIKANAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE

Alamat: Jl. Tondong, Muallaf Yanti, Km. 6½, Jln. 1942/11, 72747, Telp. 0821-53321, Parepare, 11001, fakultas.pertanian@umhparepare.ac.id

SURAT KETERANGAN KONVERSI/REKOGNISI MATA KULIAH

Nomor: 648/FAPETRIK/KET/II.3.AU/D/2025

Berdasarkan pelaksanaan Program Pemberdayaan Kepada Masyarakat (PKM) Tahun 2025, maka dengan ini menyatakan bahwa:

1. Nama : Diana
NIM : 223170005
Program Studi : Agribisnis

2. Nama : Wisarna
NIM : 223170006
Program Studi : Agribisnis

Mahasiswa tersebut telah terlibat pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Hibah Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) KEMDIKTISAINTEK Skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat, yang berlangsung selama satu semester. Terkait hal tersebut, maka hasil kegiatan dikonversi dalam mata kuliah sebagai berikut:

No.	Judul Kegiatan PKM	Kode Mata Kuliah	Nama Mata kuliah	SKS	Nilai
1	Penguatan Kapasitas Usaha "Rumah Panrita" melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Pemasaran Kopi Berbasis Digital	MWP17004	Pengolahan Pascapanen	3	A
		MPP17001	Digital Marketing	3	A
		MWP17016	Manajemen Produksi dan Operasi	3	A

Demikian surat keterangan ini di buat, untuk digunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 18 September 2025

Mengetahui,
a.n Dekan
Plt. Wakil Dekan I



Syamsul Zamzani, S.P., M.Si.
NBM. 1360126

Ketua Program Studi Agribisnis

Edi Kurniawan, S.P., M.Agr
NBM. 1103201



FAKULTAS PERTANIAN, PETERNAKAN DAN PERIKANAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE

Alamat : Jl. Jend. Ahmad Yani Km. 6 Telp. (0421) 22757 Fax. (0421) 25524 - Parepare, Email : fakfak@plaza.com

LOGBOOK AKTIVITAS PKM DRTPM (MAHASISWA)

Nama Mahasiswa : Diana
NIM : 223170005
Judul PKM : Penguatan Kapasitas Usaha Rumah Panrita Melalui Deversifikasi Produk dan Strategi Pemasaran Kopi Berbasis Digital

Tanggal	Jam Datang	Jam Pulang	Total Jam Kerja	Uraian Kegiatan Pengabdian	Paraf Dosen
8 juli 2025	09.00	12.00	3 jam	Persiapan awal kegiatan, meliputi penyusunan kebutuhan teknis dan administrasi	RF
10 juli 2025	09.00	12.00	3 jam	Rapat koordinasi tim untuk menyusun timeline kegiatan PKM	RF
11 juli 2025	09.00	17.00	8 jam	Persiapan administrasi dan inventarisasi kebutuhan kegiatan	RF
12 juli 2025	09.00	15.00	6 jam	Pembuatan poster informasi kegiatan dan materi pendukung	RF
13 juli 2025	07.00	15.00	8 jam	Pelaksanaan kegiatan pelatihan diversifikasi produk kopi bersama mitra.	RF
14 juli 2025	09.00	17.00	8 jam	Pembuatan label produk kopi (desain) dan Pembuatan konten promosi	RF
15 juli 2025	10.00	13.00	3 jam	Pembuatan dan desain gambar promosi produk untuk media sosial	RF
10 agustus 2025	09.00	12.00	2 jam	Rapat lanjutan tim untuk evaluasi dan persiapan kegiatan produksi	RF
11 agustus 2025	08.00	13.00	5 jam	Pembelian alat untuk mendukung diversifikasi produk kopi	RF



FAKULTAS PERTANIAN, PETERNAKAN DAN PERIKANAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE

Alamat : Jl. Jend. Ahmad Yani Km. 6 Telp. (0421) 22757 Fax. (0421) 25524 - Parepare, Email : fakultas@plasa.com

12 September 2025	10.001	12.00	2 jam	Belanja bahan baku dan perlengkapan produksi kopi	Rf
13 september 2025	08.00	13.00	5 jam	Pelaksanaan produksi bersama sekaligus pendampingan pemasaran digital	Rf
15 September 2025	08.00	12.00	4 Jam	Pembuatan Laporan Kegiatan	Rf
16 September 2025	09.00	15.00	6 Jam	Penyusunan laporan	Rf



FAKULTAS PERTANIAN, PETERNAKAN DAN PERIKANAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE

Alamat : Jl. Jend. Ahmad Yani Km. 6 Telp. (0421) 22757 Fax. (0421) 25524 - Parepare, Email : fakultas@plasa.com

SURAT TUGAS

Nomor : 339/FAPETRIK/TGS/TL.3.AU/D/2025

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji kita panjatkan kehadiran Allah SWT. Semoga segala aktifitas keseharian kita mendapat rahmat dan bernilai ibadah di sisi-Nya. Amin.

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan memberi tugas kepada yang bersangkutan di bawah ini:

No	NIM	NAMA	MATA KULIAH YANG DIREKOGNISI	SKS	PRODI
1	223170005	Diana	1. Manajemen Produksi dan Operasi	3	Agribisnis
			2. Digital Marketing	3	
			3. Pengolahan Pascapanen	3	
2	223170006	Wisarna	1. Manajemen Produksi dan Operasi	3	
			2. Digital Marketing	3	
			3. Pengolahan Pascapanen	3	

Untuk mengikuti kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul "Penguatan Kapasitas Usaha Rumah Panrita melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Pemasaran Kopi Berbasis Digital" dengan skema pengabdian "Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat" yang merupakan Sumber Dana dari "Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) Kemendiknasaintek Tahun Anggaran 2025".

Demikian surat tugas ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagai amanah yang diberikan

Wabillahi Taufiq Walhidayah.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Parepare, ^{18 Muharram 1447 H}
14 Juli 2025 M

Dekan,



[Signature]
D. Sukmawati S.P., M.P.
NBM. 1175 442

Tembusan:
1. Wakil Dekan FAPETRIK UMPAR
2. Kena Program Studi
3. Arsip

Luaran Tambahan 1. HKI Hak Cipta

**REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM**

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC002025180106, 13 November 2025

Pencipta
Nama : **Abd.Rahim,S.P.M.P,Dr. Syawal,S.Pd,M.Pd,dkk**
Alamat : **Btn Anfa Residence Blok I No.1 Kota Parepare, Bontoliki, Kota Pare Pare, Sulawesi Selatan, 91125**
Kewarganegaraan : **Indonesia**

Pemegang Hak Cipta
Nama : **Universitas Muhammadiyah Parepare**
Alamat : **Jln. Jend Ahmad Yani, Km 6 Kota Parepare, Soreang, Kota Pare Pare, Sulawesi Selatan, 91121**
Kewarganegaraan : **Indonesia**
Jenis Ciptaan : **Poster**
Judul Ciptaan : **Poster: Penguatan Kapasitas Usaha Rumah Penguatan Kapasitas Usaha "Rumah Panrita" melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Pemasaran Kopi Berbasis Digital"**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : **13 November 2025, di Kota Pare Pare**

Jangka waktu perlindungan : **Berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak Ciptaan tersebut pertama kali dilakukan Pengumuman.**

Nomor Pencatatan : **001020366**

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
u.b
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Agung Damarsasongko,SH,MH
NIP. 196912261994031001





Diketahui
1. Baiti Baiti Sortifikasi Elektronik adalah lembaga yang bertugas melakukan verifikasi dan validasi terhadap dokumen elektronik yang telah diterbitkan oleh instansi terkait.
2. Surat Pencatatan Hak Cipta yang telah diterbitkan oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dapat diakses melalui Baiti Baiti Sortifikasi Elektronik.
3. Surat Pencatatan Hak Cipta yang telah diterbitkan oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dapat diakses melalui Baiti Baiti Sortifikasi Elektronik.

Luaran Tambahn 2. Prosiding Nasional Ber-ISSN

