



Strategi Eskalasi pada Usaha Kecil Menengah melalui Diversifikasi Produk Kopi Jahe

Rahmi Hidayati ^{1)*}, Reny Marliadi ²⁾, Nurbidayah ³⁾

¹Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Borneo Lestari. Banjarbaru, Indonesia.

²Program Studi Bisnis Digital, Universitas Borneo Lestari. Banjarbaru, Indonesia.

³Program Analis Kesehatan, Universitas Borneo Lestari. Banjarbaru, Indonesia.

Diterima: 18 September 202

Direvisi: 21 September 2025

Disetujui: 30 September 2025

Abstrak

Rumah UKM Mitra Idaman Banjarbaru saat ini memproduksi produk olahan pangan seperti amplang, kerupuk rambak, dan minyak urut yang dihasilkan melalui kemitraan dengan berbagai pihak. Mengingat adanya potensi petani kopi lokal khas Kalimantan, mitra berinisiatif untuk melakukan eskalasi produk dalam bentuk serbuk kopi yang dipadukan dengan bahan rempah seperti jahe. Namun, dalam proses pengembangan produk ini, tim Mitra menghadapi beberapa tantangan, di antaranya adalah kurangnya pengetahuan mengenai kombinasi kopi dan jahe yang pas untuk dipadukan dalam bentuk minuman serbuk, keterbatasan alat teknologi untuk mendukung produksi, serta kesulitan dalam desain kemasan dan pelabelan produk. Untuk mengatasi kendala ini, dilakukan sosialisasi yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan tim tentang kopi jahe dan alat teknologi yang dapat digunakan dalam produksi. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan, yaitu peningkatan pengetahuan tentang kopi jahe sebesar 80%, dari 0% menjadi 80% pada kategori baik, serta peningkatan pengetahuan penggunaan alat teknologi sebesar 70%, dari 10% menjadi 80%. Sebagai hasil dari sosialisasi ini, tim Mitra Idaman berhasil menghasilkan produk kopi jahe dengan kemasan 100 gram yang siap dipasarkan secara lebih luas, salah satunya melalui *marketplace* seperti *Shopee*. Dengan strategi ini, produk diharapkan dapat diterima oleh pasar yang lebih besar.

Kata kunci: eskalasi; jahe; kopi produk.

Escalation Strategy for Small and Medium Enterprises through Ginger Coffee Product Diversification

Abstract

The Banjarbaru Mitra Idaman UKM House currently produces processed food products such as amplang, rambak crackers, and massage oil, which are produced through partnerships with various parties. In an effort to develop products, the Mitra Idaman team faced several obstacles. In order to survive and compete in the market, the Mitra team took the initiative to escalate their products in the form of ginger coffee powder drinks. Considering the potential of local Kalimantan coffee farmers, the Mitra team decided to produce coffee powder combined with spices such as ginger. However, in the process of developing this product, the Mitra team faced several challenges, including a lack of knowledge about the right combination of coffee and ginger to blend into a powdered drink, limited technological tools to support production, and difficulties in product packaging and labelling design. To overcome these obstacles, an information campaign was conducted to increase the team's knowledge about ginger coffee and the technological tools that could be used in production. The evaluation results showed a significant improvement, namely an 80% increase in knowledge about ginger coffee, from 0% to 80% in the good category, as well as a 70% increase in knowledge about the use of technological tools, from 10% to 80%. As a result of this socialisation, the Mitra Idaman team successfully produced a 100-gram packaged ginger coffee product that is ready to be marketed more widely, one of which is through the market.

Keywords: *escalation; ginger; coffee products.*

* Korespondensi Penulis. E-mail: rahmihidayati.pmatc@gmail.com

PENDAHULUAN

Jumlah Eskalasi produk UMKM menjadi sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran krusial dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Haryanto & Ramadhan, 2018). Di Banjarbaru, Kalimantan Selatan, salah satu UMKM yang berkembang adalah Rumah UKM Mitra Idaman Banjarbaru, yang telah beroperasi sejak 2015. Meskipun sudah berjalan hampir sepuluh tahun, produk yang dihasilkan masih terbatas, seperti amplang, kerupuk rambak dan minyak urut, yang belum mampu memperluas pasar. Agar tetap bertahan di pasar yang sangat kompetitif, UKM Mitra Idaman perlu melakukan eskalasi produk. Eskalasi produk UMKM tidak hanya melibatkan aspek produksi, tetapi juga pemasaran, distribusi, serta adopsi teknologi yang lebih efisien (Sianturi, 2023). Salah satu peluang besar yang dapat dikembangkan adalah produk kopi jahe, yang menggabungkan dua bahan alami yang terkenal dengan manfaat kesehatan dan rasa yang khas. Namun, salah satu masalah utama yang dihadapi oleh UKM Mitra Idaman adalah kurangnya pengetahuan mengenai manfaat pengolahan kopi yang dipadukan dengan rempah jahe. Padahal, kombinasi ini memiliki potensi besar untuk menjadi produk unggulan yang dapat bersaing di pasar.

Kurangnya pemahaman terkait manfaat pengolahan kopi dan jahe menjadi hambatan dalam menciptakan produk yang optimal. Banyak pelaku UMKM yang belum mengetahui potensi kesehatan dari kombinasi ini, seperti meningkatkan daya tahan tubuh, memperlancar peredaran darah, dan mengurangi peradangan (Muthia et al., 2024). Tanpa pengetahuan yang memadai, produk kopi jahe yang dihasilkan kurang maksimal, baik dari sisi kualitas maupun pemasaran. Oleh karena itu, peningkatan pengetahuan mengenai manfaat kesehatan kopi jahe sangat penting agar produk yang dihasilkan bisa lebih menarik dan memiliki daya jual yang tinggi. Kemitraan yang telah terjalin dengan petani kopi di Kecamatan Pengaron, Kabupaten Banjar, UKM Mitra Idaman memiliki potensi besar untuk mengembangkan produk kopi jahe berkualitas. Kemasan yang menarik dan strategi pemasaran yang tepat, produk kopi jahe dapat menjadi inovasi yang menggabungkan tradisi dan modernitas, serta menarik minat konsumen.

Masalah yang ditemui di lapangan terkait dengan produksi kopi jahe di UKM Mitra Idaman Banjarbaru antara lain adalah kurangnya pengetahuan mengenai manfaat dari kopi jahe serta takaran yang tepat dari pengolahan serbuk kopi jahe. Sebagian besar anggota tim masih belum sepenuhnya memahami potensi dan manfaat kesehatan yang dapat diberikan oleh kopi jahe, yang merupakan kombinasi antara kopi dengan bahan rempah seperti jahe. Selain itu, keterbatasan alat dan teknologi yang ada untuk memproduksi kopi jahe juga menjadi kendala signifikan. Peralatan yang digunakan masih terbatas dan belum memadai untuk menghasilkan produk dengan kualitas yang optimal, sehingga proses produksi menjadi kurang efisien dan hasil yang didapatkan pun terbatas. Masalah lainnya adalah desain kemasan dan pelabelan produk yang masih sederhana. Kemasan yang ada belum mampu menarik perhatian konsumen dan memberikan informasi yang cukup mengenai manfaat serta kualitas produk, sehingga hal ini bisa mengurangi daya tarik produk di pasaran. Desain kemasan yang lebih menarik dan pelabelan yang informatif sangat penting untuk membangun kepercayaan konsumen dan memperluas pasar.

Dalam rangka mengembangkan produk yang mampu bersaing di pasar domestik hingga pasar internasional, UMKM diharapkan untuk berinovasi, khususnya dalam aspek kemasan dan pelabelan (Wijaya, 2020). Salah satu masalah yang dihadapi oleh UKM adalah

kurangnya pengetahuan mengenai manfaat pengolahan kopi yang dipadukan dengan rempah jahe. Desain kemasan dan pelabelan yang baik tidak hanya meningkatkan daya tarik produk tetapi juga membangun citra merek yang positif.

Desain kemasan memiliki peranan vital dalam pemasaran produk UMKM. Selain berfungsi sebagai pelindung, kemasan juga menjadi media komunikasi yang menyampaikan informasi tentang produk kepada konsumen. Desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan persepsi kualitas produk dan memberikan kesan pertama yang baik bagi konsumen (Ali, 2019). Penelitian oleh (Fatimah & Asril, 2021) mengungkapkan bahwa desain kemasan yang kreatif tidak hanya meningkatkan daya tarik visual produk, tetapi juga dapat berfungsi sebagai alat promosi yang efektif bagi UMKM. Oleh karena itu, desain kemasan yang unik dan fungsional dapat membedakan produk UMKM dari pesaing, meningkatkan daya saing, dan membantu produk lebih mudah dikenal oleh konsumen.

Selain desain kemasan, pelabelan produk juga berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. Pelabelan yang jelas, lengkap, dan sesuai dengan regulasi yang berlaku memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen, seperti komposisi bahan, manfaat produk, cara penggunaan, serta izin edar dari badan regulasi terkait. (Widyamurti & Sari, 2024) menyatakan bahwa pelabelan yang informatif juga berfungsi untuk mendidik konsumen mengenai manfaat dan kualitas produk, yang pada gilirannya dapat mendorong keputusan pembelian. Dalam produk kopi jahe, pelabelan yang mencantumkan manfaat kesehatan dari jahe dan kopi dapat menjadi daya tarik penting bagi konsumen yang semakin peduli dengan kesehatan.

Kopi jahe sendiri merupakan produk yang menggabungkan dua bahan alami yang memiliki manfaat kesehatan yang terbukti. Kopi kaya akan antioksidan yang dapat meningkatkan metabolisme tubuh dan menjaga konsentrasi, sementara jahe dikenal karena kemampuannya untuk meredakan peradangan dan memperlancar peredaran darah (Setiawan & Putra, 2021). Menyertakan informasi mengenai manfaat kesehatan ini pada kemasan dan label produk kopi jahe akan membantu konsumen memahami nilai lebih yang ditawarkan. Dengan menonjolkan manfaat kesehatan tersebut, produk kopi jahe berpotensi menjadi alternatif yang menarik bagi konsumen yang mengutamakan kesehatan, seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pola hidup sehat.

Desain kemasan dan pelabelan juga perlu mempertimbangkan target pasar yang ingin dijangkau. Produk kopi jahe, yang ingin dikembangkan oleh Rumah UKM Mitra Idaman Banjarbaru, kemasan yang menggabungkan elemen tradisional dan modern bisa menjadi pilihan yang tepat. Hal ini akan memberikan kesan kuat akan tradisi, namun tetap menarik bagi konsumen muda yang mencari produk dengan citra modern. (Setiawan & Putra, 2021) menemukan bahwa desain kemasan yang sesuai dengan preferensi konsumen dapat meningkatkan kemungkinan produk dipilih dan dibeli. Dengan menggabungkan desain yang relevan dengan preferensi pasar, produk UMKM akan memiliki daya tarik yang lebih besar.

Dalam dunia yang semakin digital, selain desain fisik, kemasan dan pelabelan produk harus dipadukan dengan strategi pemasaran digital yang efektif. Penggunaan *e-commerce* sebagai saluran distribusi produk UMKM memberikan peluang besar bagi produk untuk dikenal oleh pasar yang lebih luas. Dengan memperkenalkan produk melalui saluran digital, pelaku UMKM dapat menjangkau konsumen skala Nasional. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan desain kemasan yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mudah dikenali dan dicari di platform digital. Desain kemasan yang menarik dan konsisten dengan identitas merek dapat membuat produk lebih mudah ditemukan dan menarik perhatian konsumen di *marketplace*.

Digital marketing yang didukung dengan desain kemasan yang menarik dapat mempercepat pengenalan produk dan meningkatkan penjualan (Nirwana, Marliadi & Rukman, 2025). *Marketplace* seperti *Shopee* adalah saluran yang sangat efektif untuk mempromosikan produk UMKM. Penggunaan foto produk yang menarik, deskripsi yang informatif, dan pelabelan yang jelas dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan memperkuat identitas merek. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian oleh (Suryanto, 2020), yang menunjukkan bahwa pemasaran digital yang didukung oleh desain kemasan yang tepat dapat meningkatkan visibilitas produk dan mempercepat pengenalan produk di pasar (Suryanto, 2020).

Dengan pemahaman yang baik tentang desain kemasan dan pelabelan yang efektif, pelaku UMKM dapat mengembangkan produk mereka agar lebih kompetitif. Dalam konteks ini, pengembangan produk kopi jahe oleh Rumah UKM Mitra Idaman Banjarbaru dapat dipercepat dengan penerapan desain kemasan dan pelabelan yang tepat. Pendekatan yang tepat dalam desain kemasan dan pelabelan akan memperkuat daya saing produk UMKM dan membantu produk tersebut lebih diterima oleh pasar yang lebih luas. Seperti yang dikemukakan oleh (Hidayati, Sari, & Huda, 2021), desain kemasan yang tepat dan penggunaan platform digital sebagai alat pemasaran dapat meningkatkan keberhasilan produk UMKM di pasar global (Hidayati, Sari & Huda, 2021).

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilakukan di rumah ketua UKM mitra idaman Banjarbaru sebagai tim mitra kegiatan. Tim mitra yang menjadi tempat sasaran kegiatan adalah UKM Mitra Idaman Banjarbaru dengan anggota terdiri 10 anggota kelompok. Adapun tahapan kegiatan yang dilakukan dimulai pada tahap persiapan. Pada tahapan ini tim pelaksana melakukan koordinasi dengan tim mitra terkait agenda dan jadwal pelaksanaan. Tim pelaksana merupakan dosen Universitas Borneo Lestari dari berbagai bidang ilmu. Agar kegiatan perkuliahan memberi dampak bagi masyarakat, pada kegiatan ini juga melibatkan mahasiswa program studi sarjana Pendidikan Guru Sekolah Dasar (PGSD) dan diploma analisis kesehatan dalam berbagai peran dan tanggung jawab agar kegiatan ini dapat berjalan dengan baik sehingga capaian dari kegiatan ini dapat tercapai.

Tim mitra memang sudah memiliki produk, hanya saja ingin melakukan pengembangan produk ke arah minuman serbuk. Untuk itu pada tahap ini, tim pelaksana membekali tim mitra pengetahuan terkait kopi dan jahe jika dikombinasikan akan menghasilkan produk minuman dalam bentuk serbuk yang mampu memberikan manfaat untuk kesehatan bagi yang mengkonsumsinya (Saputera et al., 2025). Tidak hanya pengetahuan terkait kopi dan jahe, tim mitra juga dibekali pengetahuan dan implementasi langsung mengenai desain kemasan/*labelling* pada produk. Pada kegiatan ini, selain memberikan pengetahuan langsung melalui presentasi yang dilakukan oleh tim pelaksana, tim mitra juga diberikan leaflet sebagai informasi atau pengetahuan baru bagi mitra sehingga mampu meningkatkan pengetahuan tim mitra terkait kopi jahe, desain kemasan dan penggunaan alat inovasi.

Pada tahap penggunaan alat teknologi inovasi perlu dilakukan pelatihan dan pendampingan, kegiatan dilakukan dengan memberikan bimbingan langsung kepada tim mitra dalam pengolahan kopi jahe bubuk. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan bahwa tim mitra dapat memahami cara menggunakan alat inovasi yang telah diberikan. Adapun alat pendukung produk yang di hibahkan di antaranya oven pengering, alat pemanggang kopi, kompor, alat perajang, alat penepung dan lainnya sebagai pendukung

produksi produk. Tim mitra diberikan pelatihan tentang cara mengoperasikan alat dengan efektif dan efisien, serta diberikan pemahaman mengenai tahapan-tahapan pengolahan kopi jahe bubuk yang benar. Selain itu, pendampingan juga melibatkan diskusi mengenai kendala yang mungkin dihadapi dalam proses produksi, sehingga dapat ditemukan solusi yang tepat agar pengolahan kopi jahe bubuk dapat dilakukan dengan kualitas yang optimal dan memenuhi standar pasar.

Selanjutnya, pada tahap penerapan, penggunaan alat inovasi diterapkan langsung dalam proses produksi kopi jahe bubuk. Di sini, tim mitra diharapkan dapat memanfaatkan alat tersebut untuk meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas produk. Meski tim mitra telah berhasil membuat produk serbuk kopi jahe, pendampingan akan tetap berlanjut dalam bentuk monitoring dan evaluasi untuk melihat apakah tingkat pengetahuan mitra terhadap pemanfaatan kopi dan jahe yang diukur sebelum sosialisasi dan setelah dilakukan sosialisasi serta apakah alat yang digunakan sudah memberikan dampak yang positif, seperti peningkatan efisiensi waktu dan pengurangan biaya produksi. Hasil dari penerapan ini akan dianalisis untuk memberikan feedback yang dapat digunakan untuk penyempurnaan lebih lanjut, agar proses pengolahan kopi jahe bubuk dapat berjalan lebih baik dan lebih menguntungkan bagi tim mitra. Instrumen yang digunakan berupa angket/kuesioner yang diberikan kepada seluruh anggota tim mitra UKM Idaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim mitra yang sudah berdiri sejak tahun 2015 dengan nama Kelompok Mitra Usaha Anada yang kemudian diresmikan kembali di tahun 2020 dengan pergantian nama menjadi Rumah UKM Mitra Idaman Banjarbaru yang telah memiliki produk berupa cemilan kerupuk seperti amplang, kerupuk rambak dan juga ada minyak urut. Penjualan yang dilakukan selama ini dilakukan dengan cara membangun kerja sama dan kemitraan dengan instansi pemerintah dan atau swasta melalui penjualan produk secara langsung di acara bazaar, festival, pasar murah, dan lain sebagainya.

Diversifikasi produk merupakan strategi guna menjaga keberlanjutan suatu usaha termasuk keberlanjutan Rumah UKM Mitra Idaman Banjarbaru yang dilakukan sebagai tim mitra dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kali ini. Diversifikasi produk memiliki tantangan tersendiri dalam mengimplementasikannya salah satunya adalah keterbatasan pengetahuan terkait pengembangan produk. Tujuan dari kegiatan ini dilakukan adalah untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada tim UKM Mitra Idaman dalam diversifikasi dengan bahan baku yang mudah terjangkau seperti produk kopi jahe. Kopi yang digunakan oleh tim mitra adalah kopi khas Kalimantan Selatan yaitu kopi Pengaron. Pada kegiatan ini produk yang telah dihasilkan oleh tim mitra dapat dikomersilkan pada pangsa pasar yang lebih luas dengan Langkah lebih lanjut dapat diperdagangkan melalui pemasaran berbasis digital melalui akun *e-commerce*. Optimalisasi produk bagi tim mitra hal yang dapat dilakukan Adalah melakukan diversifikasi produk. Melalui diversifikasi produk, mampu memperbanyak produk yang dihasilkan guna meningkatkan pendapatan bagi produsen (Muthia et al., 2023).

Sebelum rangkaian kegiatan dilakukan, tim pelaksana (dosen dan mahasiswa) dengan tim mitra berkoordinasi terkait agenda kegiatan. Mahasiswa dilibatkan dalam kegiatan ini berkaitan dengan hak belajar mahasiswa di luar program studi. Terlaksananya kegiatan ini dapat terpenuhinya Indikator Kinerja Utama (IKU) yaitu a) mahasiswa secara langsung mendapat pengalaman kegiatan di luar kampus (IKU 2); b) terlaksananya kegiatan dosen di

luar kampus (IKU 3); c) masyarakat dapat menggunakan hasil kerja dosen (IKU 5) (Dirjendikti, 2020).

Tahap berikutnya dilakukan sosialisasi terkait kopi dan jahe kepada seluruh anggota UKM Mitra Idaman Banjarbaru. Langkah awal yang dilakukan oleh tim pelaksana kepada tim mitra dalam mengupayakan diversifikasi produk yaitu sosialisasi /edukasi mengenai kopi jahe, cara pengolahan dengan menggunakan alat inovasi sebagai pendukung dalam memproduksi produk kopi jahe. Kopi jahe sendiri memiliki kandungan yang baik bagi Kesehatan (Muthia et al., 2024). Kegiatan ini terlaksana dengan melakukan diskusi dua arah antara tim pelaksana dengan tim mitra. Dapat dilihat pada gambar 1 berikut.



Gambar 1. Sosialisasi/Edukasi Kopi & Jahe

Tahap akhir sosialisasi/edukasi mengenai kopi dan jahe, tim mitra dilakukan pengukuran pemahaman mitra terkait pengetahuan yang disampaikan oleh tim pelaksana. Tingkat pengetahuan tersaji dalam tabel 1 berikut:

Tabel 1. Tingkat Pengetahuan Kopi dan Jahe

Tingkat pengetahuan	Persentase (%)	
	Sebelum sosialisasi	Sesudah sosialisasi
Baik	0	80
Cukup	30	20
Kurang	70	0
Total	100	100

Proses diversifikasi produk dilanjutkan dengan pengolahan produk awal kopi jahe dengan menggunakan alat sederhana yang dimiliki oleh ibu-ibu rumah tangga pada umumnya berupa *chopper*, *blender*, kompor, dan penggorengan. Setelah diberikan edukasi terkait alat inovasi pendukung produksi, tim mitra diberikan edukasi atau sosialisasi atau pelatihan langsung terkait penggunaan alat tersebut. Adanya alat inovasi tersebut dapat membantu tim mitra memproduksi kopi jahe dengan skala yang lebih besar. Berikut adalah beberapa kegiatan dalam penerapan alat inovasi penunjang produksi.



Gambar 2. Penggunaan Mesin Perajang

Untuk memproduksi serbuk kopi jahe, bahan baku berupa kopi dan jahe melewati beberapa proses. Untuk jahe, setelah melalui proses pencucian, bahan baku ini kemudian dipotong atau dirajang agar dapat dikeringkan lebih cepat, mengingat jahe memiliki kandungan air yang tinggi. Pada awalnya, tim Mitra menggunakan alat rumah tangga berupa *chooper* untuk merajang jahe. Namun, penggunaan *chooper* membutuhkan waktu yang cukup lama dan memiliki kapasitas terbatas. Proses perajangan dengan *chooper* hanya dapat mengolah 1 kg jahe dalam waktu sekitar 20 menit, yang mempengaruhi efisiensi produksi. Setelah diberikan mesin perajang khusus, proses perajangan menjadi lebih efisien. Mesin perajang ini mampu mengolah hingga 3 kg jahe dalam waktu hanya 10 menit. Dengan peningkatan efisiensi ini, waktu kerja yang diperlukan untuk merajang jahe berkurang secara signifikan, yang tentunya mempercepat proses produksi secara keseluruhan.



Gambar 3. Penggunaan Mesin Pemanggang Biji Kopi

Penerapan teknologi mesin perajang ini merupakan inovasi yang membantu tim Mitra Idaman Banjarbaru dalam mempercepat dan mempermudah tahapan produksi, sekaligus meningkatkan kapasitas produksi yang lebih besar dalam waktu yang lebih singkat. Seperti yang dijelaskan dalam penelitian oleh (Riana, Suryanto & Prasetyo, 2018), penerapan teknologi dalam produksi UMKM, terutama pada proses pengolahan bahan baku, dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas secara signifikan (Riana, Suryanto & Prasetyo, 2018). Inovasi penggunaan mesin perajang ini tidak hanya menghemat waktu tetapi juga memungkinkan peningkatan kapasitas produksi yang dapat meningkatkan daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif. Hal ini selaras dengan temuan yang disampaikan

oleh (Suryanto, 2020), yang menekankan pentingnya penerapan teknologi tepat guna dalam meningkatkan produktivitas di sektor UMKM (Suryanto, 2020).

Mesin pemanggang kopi merupakan alat teknologi inovasi yang diberikan kepada tim Mitra Idaman Banjarbaru untuk mempermudah proses pemanggangan biji kopi. Sebelumnya, tim Mitra menggunakan wajan penggorengan untuk memanggang biji kopi dengan metode sangrai secara manual. Proses ini membutuhkan perhatian penuh karena biji kopi harus terus diaduk secara manual untuk memastikan kematangan yang merata. Penggunaan wajan penggorengan ini memakan waktu yang cukup lama dan mengurangi efisiensi kerja tim.

Namun, setelah diberikan mesin pemanggang kopi, proses pemanggangan menjadi lebih efisien. Mesin pemanggang kopi ini dilengkapi dengan sistem otomatis yang dapat memutar biji kopi secara merata, sehingga proses pemanggangan menjadi lebih konsisten dan biji kopi matang dengan sempurna. Inovasi ini memungkinkan tim Mitra untuk memanggang biji kopi tanpa harus mengaduk secara manual, sehingga mereka dapat melakukan pekerjaan lain sambil menunggu proses pemanggangan selesai. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian oleh (Yuliana, 2019) yang menunjukkan bahwa penerapan alat teknologi otomatis dalam proses produksi UMKM dapat meningkatkan efisiensi dan mengurangi beban kerja manual, sehingga memberikan lebih banyak waktu untuk kegiatan produktif lainnya (Yuliana, 2019).

Dengan adanya mesin pemanggang kopi, tim Mitra Idaman Banjarbaru tidak hanya dapat meningkatkan kualitas produk, tetapi juga mempercepat proses produksi yang sebelumnya memakan waktu lama. Penerapan teknologi ini diharapkan dapat mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha, serta memberikan daya saing yang lebih baik di pasar. Seperti yang dijelaskan oleh (Firdaun, Hasan, & Rini, 2020), teknologi tepat guna sangat berperan dalam meningkatkan kualitas produk dan produktivitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat (Firdaun, Hasan & Rini, 2020).



Gambar 4. Mesin Penepung

Proses penghalusan biji kopi dan jahe yang sudah dikeringkan langkah berikutnya adalah penghalusan biji kopi dan jahe. Sebelumnya, tim Mitra menggunakan blender untuk menghaluskan bahan-bahan tersebut. Namun, penggunaan blender memakan waktu yang cukup lama karena bahan harus melalui beberapa kali proses penghalusan untuk menghasilkan serbuk kopi jahe yang halus. Selain itu, proses penyaringan yang dilakukan setelah penghalusan juga memerlukan waktu yang tidak sedikit, karena untuk mendapatkan serbuk yang lebih halus, proses ini harus dilakukan dengan cermat dan berulang.

Namun, dengan adanya mesin penepung sebagai alat inovasi teknologi, proses penghalusan bahan menjadi lebih efisien. Mesin penepung ini mempermudah kerja tim Mitra dalam menghaluskan biji kopi dan jahe menjadi serbuk halus dengan waktu yang lebih singkat. Penggunaan mesin penepung tidak hanya mempercepat proses produksi, tetapi juga meningkatkan konsistensi kualitas serbuk kopi jahe yang dihasilkan. Hal ini sesuai dengan temuan dalam penelitian oleh (Rahmawati, Hidayati, & Pratama, 2020), yang menunjukkan bahwa penerapan teknologi penepungan dalam UMKM dapat meningkatkan efisiensi produksi dan mengurangi waktu kerja yang sebelumnya dibutuhkan untuk pengolahan bahan baku secara manual (Rahmawati, Hidayati, & Pratama, 2020).

Dengan mesin penepung ini, tim Mitra Idaman Banjarbaru dapat menghasilkan serbuk kopi jahe dalam jumlah lebih besar dan dengan kualitas yang lebih baik, serta meningkatkan efisiensi kerja dalam setiap tahapan produksi. Penerapan teknologi ini menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam pengembangan produk kopi jahe yang lebih kompetitif di pasar.

Tahap akhir mengenai penerapan penggunaan teknologi inovasi yang telah dilakukan oleh tim mitra adalah seperti apa tingkat pemahaman tim mitra terkait penggunaan alat inovasi yang telah dilakukan. Pengukuran tingkat pemahaman dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner pemahaman. Berikut hasil pengukuran tim mitra terkait penggunaan alat inovasi penunjang produksi yang disajikan pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Tingkat Pemahaman Tim Mitra dalam Penggunaan Alat Inovasi

Tingkat pengetahuan	Persentase (%)	
	Sebelum sosialisasi	Sesudah sosialisasi
Baik	10	80
Cukup	30	20
Kurang	60	0
Total	100	100

Produk yang telah dihasilkan oleh mitra menggunakan teknologi inovasi berikutnya adalah proses pengemasan produk dengan menggunakan desain kemasan yang telah di sosialisasikan oleh tim pelaksana.). Berikut desain kemasan untuk produk kopi jahe seperti pada gambar 6.



Gambar 6. Desain Kemasan Tampak Depan (kiri), desain Kemasan Tampak Belakang (kanan)

Tim mitra juga dibekali mengenai inovasi kemasan kekinian mampu meningkatkan nilai jual produk sehingga berdampak pada penghasilan yang akan didapat oleh anggota tim mitra. Desain kemasan yang menarik merupakan hal penting yang perlu diperhatikan sesuai dengan produk yang dihasilkan (Rakhmatullah et al., 2024; Fitriyanti et al., 2025). Tahap akhir yaitu pengemasan produk menggunakan kemasan yang sudah di desain. Berikut gambar hasil produksi kopi jahe dari tim UKM Mitra Idaman Banjarbaru.



Gambar 7. Produk Kopi Jahe

Pada tahap akhir kegiatan dilakukan evaluasi mengenai pengetahuan anggota tim mitra terkait manfaat kopi dan jahe serta penggunaan alat inovasi sebagai alat pendukung produksi. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan instrument berupa kuesioner pretest posttest design. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman mengenai kopi dan jahe yang mana mendapatkan peningkatan kurang lebih 70% yang mana sebelum sosialisasi didapatkan skor sebesar 80% yang sebelumnya 0% untuk kategori baik. Untuk pengetahuan mengenai penggunaan alat didapatkan skor sebesar 10% sebelum sosialisasi dan 80% setelah mendapatkan sosialisasi. Eskalasi produk kopi jahe diharapkan mampu menembangkan dan memajukan Rumah UKM Mitra Idaman Banjarbaru. Kegiatan pengabdian ini sebaiknya dapat dilanjutkan dengan melakukan penerapan pemasaran menggunakan *e-commerce* sehingga produk yang dihasilkan oleh tim mitra dapat dikenal di klayak pasar lebih banyak.

KESIMPULAN

Dengan adanya pendampingan yang telah dilakukan, diharapkan Rumah UKM Mitra Idaman Banjarbaru dapat memperkuat posisinya di pasar lokal dan mengatasi tantangan yang ada. Pendampingan yang mencakup diversifikasi produk, pelatihan terkait manfaat kopi jahe, penerapan alat teknologi inovasi sebagai sarana pendukung produksi, serta desain kemasan yang menarik akan membantu meningkatkan daya saing produk. Dengan dukungan yang tepat, UKM Mitra Idaman berpotensi untuk meningkatkan pendapatan dan berkontribusi lebih besar dalam mengembangkan perekonomian lokal serta menciptakan lapangan pekerjaan yang lebih banyak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada KEMDIKTISAINTEK yang memberikan pendanaan skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat – dengan ruang lingkup Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat tahun 2025 dengan Nomor Kontrak Induk 128/C3/DT.05.00PM/2025 dan Nomor Kontrak Turunan 100/LL11/KM/2025, dan No Kontrak LP2M dengan tim pelaksana 013/UNBL/LP2M/PPM-10.2/0625.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. (2019). Desain Kemasan sebagai Strategi Pemasaran Produk UMKM: Studi Kasus pada Produk Makanan dan Minuman di Jakarta. *Jurnal Desain dan Bisnis*.
- Ali, F. Y., Nugroho, S. A., Fatimah, T., Asmono, S. L., Rosdiana, E., Pratita, D. G., & Firgiyanto, R. (2025). Pengembangan Produk Kopi Herbal Berbasis Rempah Lokal Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro di Kabupaten Jember. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, 4(1), 122-130. <https://doi.org/10.62712/juribmas.v4i1.430>
- Dirjendikti. (2020). *Buku Panduan Merdeka Belajar Kampus Merdeka*. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kemdikbud RI: Jakarta.
- Fatimah, T., & Asril, A. (2021). Strategi Kemasan dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Globalisasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Firdaun, M., Hasan, S., & Rini, P. (2020). Pentingnya Teknologi tepat Guna untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM di Indonesia. *Jurnal Teknologi Industri*, 58-64.
- Fitriyanti, F., Nurbidayah, N., Akbar, D. O., Iedliany, F., & Khairunnisa, G. (2024). Pelatihan Pembuatan Kemasan dan Pemasaran Produk Olahan UMKM di Kecamatan Martapura Barat. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(3), 1818-1825. <https://doi.org/10.33379/icom.v4i3.5082>
- Haryanto, I., & Ramadhan, R. (2018). Pemberdayaan UMKM dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*.
- Hidayati, R., Sari, M., & Huda, S. (2021). Strategi Pemasaran Digital dan Pengaruh Desain Kemasan terhadap Penerimaan Produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Pembangunan*, 91-98.
- Muthia, R., Hidayati, R., Sayakti, P. I., & Wahyuni, R. A. (2024). Pendampingan UMKM Kopi Jahe Arab Martapura melalui Pelatihan Peningkatan Kualitas Produk. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*. 7(9), 3992-4000.
- Muthia, R., Wati, H., Prihandini, Y., Santoso, U., Soedarwo, V., & Nursandi, F. (2023). Pemberdayaan Kelompok PKK Desa Sari Gadung Melalui Diversifikasi Produk Olahan Bayam Merah. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM)*, 6(12), 5647-5654.
- Nirwana, R., Marliadi, R., & Rukman, R. (2025). Digitalisasi dalam UMKM Anak Muda: Pelaporan Keuangan dengan Aplikasi. *Jurnal ABDINUS; Jurnal Pengabdian Nusantara*, 9(2), 335-341. doi:<https://doi.org/10.29407/ja.v9i2.23493>

- Rahmawati, L., Hidayati, S., & Pratama, A. (2020). Penerapan Teknologi Penepung dalam Meningkatkan Efisiensi Produksi UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 54-61.
- Rakhmatullah, A. N., Muthia, R., Saufi, M., & Puspawati, P. (2024). Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Karya Bunda Bersama melalui Inovasi Pembuatan Produk Olahan Nanas dari Kabupaten Barito Kuala Kalimantan Selatan. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 7(2), 3195-3203. <https://doi.org/10.33024/jkpm.v7i7.15343>
- Riana, D., Suryanto, A., & Prasetyo, T. (2018). Penerapan Teknologi untuk Meningkatkan Efisiensi Produksi UMKM. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri*, 45-52.
- Saputera, M. M. A., Muthia, R., Rahmi H., Nurbidayah., Gunawan., Arnida, & Sandi, D. A. D. (2025). *Buku Saku Tanaman Herbal untuk Penyakit Degeneratif*. Dewa Publishing: Jawa Timur.
- Setiawan, F., & Putra, E. (2021). Pengaruh Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk UMKM di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Sianturi, J. A. (2023). *Strategi Eskalasi Peran Small Medium Enterprise dalam Global Value Chain di Indonesia*. Universitas Indonesia: Jawa Barat.
- Suryanto, A. (2020). Inovasi Teknologi dalam Pengolahan Bahan Baku UMKM: Studi Kasus di Sektor Industri Kecil. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23-30.
- Widyamurti, N., & Sari, R. T. (2024). Desain Kemasan dan Pelabelan Sebagai Alat Pemasaran Produk UMKM. *Kreasi: Jurnal Inovasi dan Desain Produk*.
- Wijaya, B. (2020). Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Manajemen Inovasi*.
- Yuliana, N. (2019). Penerapan Teknologi Otomatis dalam Proses Produksi UMKM untuk Meningkatkan Efisiensi Kerja. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 112-118.