

Diversifikasi dan Pemasaran Berbasis E-Commerce Produk Kopi Desa Harapan Kab. Barru Sulawesi Selatan Menuju Desa Wirausaha Mandiri

Subariyanto^{1*}, Ernawati Syahrudin Kaseng², Rika Riwayani³, Firdaus W. Suhaeb⁴, Syarifah Suryana⁵

Pendidikan Teknologi Pertanian, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar^{1,2}

Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar^{3,5}

Prodi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Makassar⁴

*subari.yanto@unm.ac.id

Abstract. E-Commerce Based Diversification and Marketing Training for Coffee Products in Harapan Village, Barru Regency, South Sulawesi Towards a Mandiri Entrepreneurial Village is a strategic effort made to improve the understanding and skills of coffee farmers in handling post-harvest coffee. In the early stages of Community Service (PKM) activities, it was found that coffee farmers in Harapan Village, Tanete Riaja District, did not have in-depth knowledge about post-harvest coffee handling and obstacles in the marketing system. Based on the results of the initial stage of observation, the solution carried out was to carry out a field assessment related to the analysis of the situation at the farmer level, organize farmers and provide training on post-harvest coffee handling. The methods of activities provided include: (1) direct observation method, (2) structured interview method, (3) lecture method, simulation, (4) open discussion method and also provide a module for handling post-harvest coffee as well as conducting evaluation and monitoring. The results of post-harvest coffee training activities have a positive impact on increasing the knowledge of coffee farmers in Harapan Village, which can be seen from the results of the pre-test 5.45% and post-test results of 8.27%. The results of the evaluation and monitoring carried out after 1 month of training activities, it is known that coffee farmers in Harapan Village have carried out post-harvest coffee activities, especially downstream processing of coffee beans. The conclusion of the coffee post-harvest training activity in Harapan village is the increase in knowledge and skills and the commitment of coffee farmers in post-harvest coffee activities.

Keywords: Diversification; Marketing; Independent Village and E-Commerce

I. PENDAHULUAN

Desa Harapan merupakan salah satu desa yang ada di Kabupaten Barru, Sulawesi Selatan. Desa ini secara administratif terletak di Kecamatan Tanete Riaja dengan luas wilayah yaitu 53,10 Km². Jumlah penduduk desa ini terbilang cukup besar yaitu sebanyak 3.225 jiwa. Jarak Desa Harapan dari ibu kota Provinsi Sulawesi Selatan sekitar 130 km dan jarak dari ibu kota Kabupaten Barru sekitar 30 km. Secara umum para penduduk di desa ini bermata pencaharian sebagai petani/pekebun, pekerja swasta serta untuk ibu-ibu hanya sebagai ibu rumah tangga atau membantu pekerjaan di ladang/kebun.

Desa Harapan terletak pada ketinggian 800-900 mdpl. Hal ini menjadikan Desa Harapan

memiliki keunggulan dari segi potensi alam yang dapat dikembangkan. Desa Harapan saat ini memiliki daya tarik wisata unggulan yang dikenal dengan nama "Lappa Laona". Selain daya tarik wisata, potensi alam yang dimiliki oleh Desa Harapan dapat dijadikan sebagai komoditas unggulan tersendiri. Salah satu potensi alam dari sektor perkebunan yang dapat dikembangkan dari Desa Harapan yaitu kopi. Tanaman kopi yang ada di Desa Harapan memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan jenis kopi lainnya yang ada di Sulawesi Selatan. Potensi pengembangan kopi Desa Harapan menjadi produk unggulan desa cukup besar. Potensi pengembangan kopi berbasis sumber daya lokal desa dapat meningkatkan nilai ekonomi

masyarakat dan mendukung pembangunan desa berkelanjutan (Saragih et al., 2021).

Tanaman kopi yang ada di Desa Harapan saat ini hanya dikelola secara tradisional atau sesuai pemahaman masyarakat itu sendiri yang diperoleh dari pengetahuan secara turun temurun. Hal ini menjadikan produk kopi yang dihasilkan masih tergolong biasa atau standar. Kopi yang ada di Desa Harapan dibudidayakan dengan cara tradisional atau dengan kata lain masih organik. Hal ini menjadikan kopi dari Desa Harapan memiliki keunggulan tersendiri di kalangan penikmat kopi apalagi kopi yang dihasilkan berasal dari proses budidaya yang masih alami atau organik. Proses budidaya tanaman yang masih alami atau organik cenderung akan menghasilkan rasa yang unik atau khas yang membedakan dengan produk serupa yang sudah ada. Selain dari proses budidaya yang masih biasa atau alami, proses panen hingga pengolahan juga tergolong masih tradisional yakni untuk panen kopi dilakukan dengan cara memetik semua buah kopi jika sudah ada diantaranya yang memiliki warna merah. Hal ini menjadikan beberapa buah kopi dipanen sebelum waktunya yang akan berdampak terhadap kualitas biji kopi yang dihasilkan nantinya. Adapun pengolahan buah kopi setelah panen yaitu dilakukan dengan cara menjemur hingga kering dibawah sinar matahari kemudian memisahkan kulit luar dengan biji kopi. Selanjutnya biji kopi langsung dijual atau diolah secara tradisional terlebih dahulu dengan cara menyangrai biji hingga matang kemudian menghaluskan biji kopi tersebut kemudian dijual dalam satuan kilogram ke pasar atau pengepul. Proses pengolahan kopi secara tradisional umumnya masih memiliki keterbatasan pada aspek kualitas, standar produksi, dan nilai tambah produk yang dihasilkan (Romdhoningsih et al., 2022).

Proses pengolahan kopi serta pemasaran produk kopi Desa Harapan merupakan aspek yang menjadi permasalahan bagi masyarakat desa. Permasalahan dari aspek pengolahan yang dialami oleh masyarakat Desa Harapan yaitu keterbatasan keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki dalam mengelola hasil panen hingga pengolahan buah kopi yang dihasilkan. Sehingga produk kopi yang dihasilkan masih tradisional. Dengan adanya pengetahuan dan keterampilan tambahan yang dimiliki oleh masyarakat Desa Harapan memungkinkan untuk mengembangkan produksi kopi menjadi lebih baik lagi. Pemanfaatan teknologi digital dalam

pemasaran produk UMKM menjadi strategi penting untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal (Umbara & Hikmatyar, 2020).

Pengembangan produksi kopi Desa Harapan dapat dilakukan dengan peningkatan kuantitas dan kualitas produksi, pengemasan yang sesuai serta adanya label merk kopi khas dari Desa Harapan sebagai ciri khas dan pembeda dengan produk kopi lainnya. Permasalahan dari segi pemasaran yang dihadapi oleh masyarakat Desa Harapan dalam memasarkan produk kopi mereka antara lain akses ke pasar yang terbatas, keterbatasan pengetahuan dan akses teknologi, fluktuasi harga serta persaingan dengan produsen besar. Hal ini menjadi faktor penghambat bagi masyarakat yang ingin memasarkan produk kopi mereka. Akses pelatihan yang minim bahkan belum masyarakat desa terima juga dapat menjadi faktor penghambat masyarakat dalam meningkatkan kualitas dan nilai tambah produk kopi mereka hasilkan. Teknologi yang terbatas menjadikan masyarakat terhambat dalam mencari dan memperoleh pengetahuan tentang pengolahan dan pemasaran kopi yang baik dan sesuai dengan perkembangan zaman serta target pasar yang ingin dicapai. Penggunaan platform e-commerce mampu membantu pelaku usaha desa dalam meningkatkan efektivitas promosi dan penjualan produk secara lebih luas dan efisien (Sugianto & Utama, 2021).

Permasalahan prioritas yang akan diselesaikan yaitu permasalahan pada Aspek Produksi dan Pemasaran kopi dari Desa Harapan Kab. Barru Sulawesi Selatan. Permasalahan yang akan diselesaikan diuraikan sebagai berikut:

1. Aspek Produksi

Permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Desa Harapan dari aspek produksi yaitu hasil produksi kopi tidak dikembangkan menjadi beberapa olahan produk kopi dan hasil produksi kopi hanya dijual dalam bentuk biji kopi. Diversifikasi produk kopi yang belum ada menjadikan produksi kopi yang monoton serta berdampak kepada daya beli konsumen. Kemudian tidak adanya hasil olahan kopi menjadi produk baru juga memicu produksi kopi yang tidak berkembang. Pengolahan kopi menjadi beberapa produk turunan kopi akan menambah dan meningkatkan nilai jual kopi masyarakat Desa Harapan. Penggunaan teknologi yang sesuai dalam proses produksi

kopi akan menambah jumlah serta kualitas produksi kopi yang dihasilkan. Aspek produksi menjadi persoalan paling dasar bagi setiap usaha atau kegiatan karena produksi akan menentukan hasil serta prospek pasar terhadap produk yang dihasilkan. Perbaikan pada aspek produksi kopi Desa Harapan diharapkan akan menjadi solusi bagi peningkatan nilai jual produk kopi yang dihasilkan.

2. Aspek Pemasaran

Permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Desa Harapan dari aspek pemasaran yaitu tidak adanya jangkauan pasar yang luas serta target pasar yang sesuai. Hal ini dikarenakan masyarakat Desa Harapan hanya memasarkan produk kopi secara tradisional yaitu dijual langsung ke pasar tradisional dalam bentuk biji tanpa adanya pengolahan lanjut. Tingkat pengetahuan dan keterampilan yang masih kurang terkait pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produk juga menjadi kendala bagi masyarakat. Perkembangan teknologi yang semakin canggih belum cukup menjangkau masyarakat Desa Harapan sehingga belum mampu menjual produk kopi mereka secara *online* atau berbasis *e-commerce*. Pemasaran kopi yang sesuai tentunya akan meningkatkan nilai beli konsumen. Kopi yang dipasarkan secara *online* atau berbasis *e-commerce* cenderung lebih mudah diakses oleh banyak target pasar serta jangkauan pasar yang lebih luas.

Kegiatan ini secara umum bertujuan untuk memberikan peningkatan pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat Desa Harapan dalam mengolah kopi dan memasarkan produk kopi secara digital. Tujuan pelaksanaan kegiatan ini diuraikan sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat Desa Harapan Kab. Barru tentang pemanfaatan biji kopi sehingga dapat diolah menjadi beberapaproduk olahan atau turunan dari kopi yang memiliki nilai jual lebih tinggi.
2. Melakukan workshop pelatihan dan pendampingan bagi masyarakat Desa Harapan Kab. Barru untuk membuat inovasi olahan kopi bubuk dan minuman dari kopi.

II. METODE YANG DIGUNAKAN

Pelatihan diversifikasi dan pemasaran produk kopi di desa harapan kopi dilaksanakan mulai dari tanggal 7 Agustus 2025 sampai tanggal 20 September 2025. Kegiatan pelatihan kopi dilaksanakan dengan diawali kegiatan asesmen lapangan satu bulan sebelumnya untuk mengetahui persoalan utama yang dihadapi oleh petani kopi didalam kegiatan pascapanen kopi dan membangun koordinasi dengan petani kopi selaku peserta pelatihan. Kegiatan pelatihan pascapanen kopi dilakukan di Desa Harapan Kecamatan Tanete Riaja Kabupaten Barru.

Partisipan kegiatan terdiri dari 25 orang petani kopi asal desa harapan, 2 orang anggota pengurus LSyarifuddin Pemuda dan bumdes Pemerintah desa harapan 2 orang, Dosen jurusan PTP Pertanian UNM sebanyak 2 orang dan 2 orang Dosen jurusan PKK sehingga total peserta kegiatan pelatihan sebanyak 32 orang. Bahan yang digunakan yaitu buah kopi masak dan juga biji kopi yang sudah dikeringkan serta air bersih secukupnya. Alat yang digunakan didalam kegiatan pelatihan penanganan pasca panen kopi terdiri dari timbangan, tarpal, karung plastik, karung, nyiru, keranjang penampung, kompor minyak tanah, wajan gerabahan, senduk goreng, ayakan sortasi biji kopi berdiameter 5,5 mm, 6,5 mm, dan 7,5 mm, ayakan tepung kopi, dan juga mesin pengupas buah kopi.

Metode pelaksanaan dalam kegiatan PkM ini adalah secara partisipatif berupa penyuluhan, simulasi pelatihan teknis penanganan pasca panen kopi, pendampingan dengan melibatkan petani kopi secara aktif mulai dari pelatihan tahap panen, pengolahan hulu, pengolahan hilir, dan pemasaran. Tahap awal kegiatan ini yakni mengidentifikasi masalah dan penentuan solusinya yang dilakukan dengan mewawancarai secara lisan petani kopi di Desa Harapan. Berdasarkan berbagai masalah penyelesaiannya hasil dan sehingga diskusi kendala diperoleh dalam kemudian tim merumuskan solusi tepat yang akan ditawarkan kepada petani kopi yang ada di Desa Harapan. Metode pelatihan partisipatif melalui penyuluhan, simulasi, dan pendampingan dinilai efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam kegiatan pemberdayaan berbasis komunitas (Febriana, 2021).

Tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra diuraikan sebagai berikut:

1. Sosialisasi

Tahap sosialisasi dilakukan secara luring di lokasi mitra yaitu kantor Desa Harapan, Kec. Tanete Riaja, Kab. Barru Sulawesi Selatan. Pada tahap sosialisasi mitra akan diberikan gambaran terkait kegiatan yang akan dilaksanakan nantinya oleh tim dosen pengabdian. Sosialisasi ini bertujuan agar mitra sudah memiliki gambaran awal terkait kegiatan yang akan dilaksanakan nantinya sehingga pada saat pelaksanaan kegiatan mitra sudah tidak siap dengan materi dan pelatihan yang akan diberikan dari kegiatan ini.

2. Pelatihan

Pelatihan yang diberikan kepada mitra meliputi meliputi pengolahan biji kopi menjadi beberapa produk turunan dengan nilai lebih menggunakan teknologi dan pemasaran produk kopi secara online atau berbasis *e-commerce* serta mitra juga akan diberikan pelatihan terkait manajemen wirausaha kopi secara mandiri. Pelatihan ini akan dibagi menjadi dua tahap sesuai dengan aspek permasalahan mitra yang akan diselesaikan. Pelatihan tahap pertama, yaitu pelatihan dengan materi pengolahan kopi menggunakan teknologi menjadi produk yang memiliki nilai jual lebih. Pelatihan tahap kedua, yaitu pelatihan pemasaran produk berbasis *e-commerce* serta materi manajemen wirausaha. Pelatihan yang akan diberikan kepada mitra tentunya sangat disesuaikan dengan target capaian dari pelaksanaan kegiatan ini sehingga pelatihan yang diterima oleh mitra sesuai dengan permasalahan pada mitra yang akan diselesaikan.

3. Penerapan Teknologi

Penerapan teknologi pada kegiatan ini meliputi penggunaan teknologi dalam pengolahan biji kopi menjadi produk baru serta penggunaan teknologi dalam pemasaran produk secara online. Penggunaan teknologi ini tentunya sangat mendukung mitra dalam mengembangkan potensi wirausaha Desa Harapan khususnya pada kopi.

4. Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan kepada mitra akan diberikan setelah kegiatan pelatihan dilaksanakan. Pendampingan ini berupa pendampingan pengolahan kopi menjadi produk dengan menggunakan teknologi sehingga produk

olahan kopi yang dihasilkan dapat memiliki nilai jual lebih. Selanjutnya, mitra akan didampingi dalam pembuatan brand atau merk kopi Desa Harapan agar memberikan ciri khas tersendiri terhadap produk kopi dari Desa Harapan kab. Barru. Tidak cukup sampai pada pendampingan pembuatan brand atau merk, mitra juga akan tetap diberikan pendampingan hingga ke tahap pemasaran produk secara online atau berbasis *e-commerce*. Tujuan dari pendampingan ini agar mitra dapat benar-benar memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan potensi daerah yang dimiliki oleh Desa Harapan khususnya pada produk kopi. Evaluasi dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman mitra sebelum dan setelah diberikan kegiatan pelatihan. Evaluasi ini berupa pemberian kuisioner pertanyaan seputar kegiatan yang dilaksanakan. Hasil dari evaluasi ini dapat dijadikan sebagai acuan tingkat keberhasilan dari program yang dijalankan. Apalagi hasil evaluasi masih dibawah standar atau harapan dari tim pengabdian, maka mitra akan tetap diberikan pendampingan hingga mitra mampu secara mandiri melanjutkan program yang telah diberikan. Evaluasi melalui pre-test dan post-test digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan pelatihan terhadap peningkatan pengetahuan peserta setelah mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat (Ningsih et al., 2020).

5. Keberlanjutan

Program Program ini memiliki keberlanjutan jangka panjang yaitu Desa Harapan Kab. Barru kedepannya dapat menjadi desa wirausaha mandiri dengan memanfaatkan serta memaksimalkan pengelolaan sumber daya yang ada dengan melibatkan teknologi di dalamnya. Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Kegiatan Partisipasi mitra dalam pelaksanaan kegiatan ini cukup tinggi dan antusias. Mitra cukup tertarik dengan kegiatan yang akan dilaksanakan utamanya pengolahan kopi menjadi produk baru dengan nilai jual lebih menggunakan teknologi serta pemasaran produk kopi berbasis *e-commerce*. Hal ini tentunya belum pernah dilakukan oleh mitra sehingga mitra memiliki ketertarikan untuk datang dan mengikuti kegiatan ini.

III. PELAKSANAAN DAN HASIL KEGIATAN

Pelaksanaan program pengembangan pengolahan kopi berbasis *E-Commerce* dan Pemasaran di Desa Harapan memberikan berbagai hasil nyata yang berdampak positif bagi masyarakat desa. Salah satu hasil utama adalah terbentuknya ekosistem usaha kopi yang terintegrasi, di mana Karang Taruna berhasil diberdayakan untuk mengelola proses produksi kopi, mulai dari pemilihan biji berkualitas, pengolahan pasca-panen, hingga pengemasan produk yang siap dijual. Melalui pendampingan, masyarakat kini memiliki pemahaman yang lebih baik tentang teknik pemilihan biji kopi yang berkualitas tinggi dan memiliki nilai jual optimal, sehingga produk yang dihasilkan mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Secara keseluruhan, hasil pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan peningkatan produktivitas dan pemberdayaan masyarakat desa. Desa Manimbahoi kini menjadi model desa wirausaha mandiri, dengan ekosistem usaha kopi berbasis teknologi, inovasi, dan ekonomi hijau yang terintegrasi. Program ini tidak hanya meningkatkan ekonomi desa tetapi juga mempromosikan kearifan lokal melalui produk kopi unggulan yang mendukung pembangunan berkelanjutan.

Pelatihan Strategi Pemasaran

Pelatihan strategi pemasaran dilaksanakan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat dalam menentukan target pasar, pengemasan produk, branding, serta teknik promosi produk kopi Desa Harapan. Kegiatan ini memberikan wawasan kepada peserta mengenai pentingnya strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Setelah pelatihan, peserta mulai memahami cara memasarkan produk secara lebih menarik dan memiliki nilai tambah dibandingkan sebelumnya yang hanya dijual secara tradisional. Strategi pemasaran yang tepat mampu meningkatkan minat konsumen dan memperluas peluang pasar produk UMKM desa (Endri & Prasetyo, 2021). Pelaksanaan kegiatan strategi pemasaran kopi dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pemberian Materi Strategi Pemasaran Kopi

Pelatihan Teknologi Pemasaran

Pelatihan teknologi pemasaran difokuskan pada pemanfaatan media digital dan platform *e-commerce* dalam memasarkan produk kopi Desa Harapan. Peserta diberikan pelatihan mengenai penggunaan media sosial, marketplace, dan pemasaran digital sederhana untuk memperluas jangkauan pasar. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa masyarakat mulai memahami pentingnya teknologi digital dalam mendukung promosi dan penjualan produk secara lebih efektif dan efisien. Pemanfaatan teknologi pemasaran berbasis digital terbukti mampu membantu UMKM meningkatkan akses pasar dan daya saing produk lokal di era ekonomi digital (Umbara & Hikmatyar, 2020). Pelaksanaan kegiatan pelatihan teknologi pemasaran dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan Teknologi Pemasaran Kopi

Selain itu, program ini juga berhasil melibatkan ibu PKK dan BUMDes sebagai pengelola pemasaran produk kopi. BUMDes, dengan dukungan pelatihan dan pendampingan, mampu mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif, termasuk meluncurkan website *e-commerce* untuk memasarkan produk kopi secara online. Langkah ini memperluas jangkauan pemasaran hingga ke tingkat nasional, bahkan membuka peluang ekspor. Sebagai hasil dari upaya branding dan pemasaran, produk kopi Desa Haraan mulai dikenal sebagai kopi berkualitas dengan ciri khas lokal yang unik.

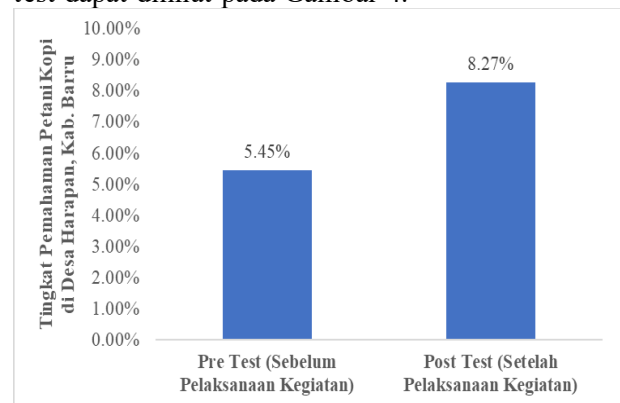
Program ini juga menciptakan Café di Desa Harapan, yang tidak hanya menjadi pusat promosi produk kopi tetapi juga sebagai destinasi wisata lokal. Café ini memberikan pengalaman langsung kepada pengunjung untuk menikmati kopi khas Desa Manimbahoi sekaligus mendukung ekonomi desa melalui lapangan kerja baru. Pendampingan dalam tata kelola keuangan usaha memastikan bahwa usaha ini dikelola secara profesional, transparan, dan berkelanjutan. Salah satu produk kopi dari Desa Harapan Kab. Barru dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Produk Kopi Desa Harapan

Hasil evaluasi kegiatan pelatihan diversifikasi dan pemasaran kopi berbasis *e-commerce* menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta setelah mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan. Evaluasi dilakukan melalui pemberian pre-test sebelum pelatihan dan post-test setelah seluruh materi disampaikan. Berdasarkan hasil evaluasi diperoleh nilai rata-rata pre-test sebesar 5,45 sedangkan nilai rata-rata post-test meningkat menjadi 8,27. Peningkatan nilai tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman peserta terkait pengolahan pascapanen kopi, diversifikasi produk, serta strategi pemasaran

digital berbasis *e-commerce*. Hasil pre-test dan post-test dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Hasil Pre-Test dan Post-Test

Peningkatan hasil post-test menunjukkan bahwa metode pelatihan partisipatif yang diterapkan mampu meningkatkan kapasitas peserta secara efektif. Kombinasi metode ceramah, simulasi, diskusi, dan pendampingan langsung memberikan pengalaman belajar yang lebih mudah dipahami oleh masyarakat desa, khususnya petani kopi. Menurut penelitian (Febriana, 2021) menemukan bahwa metode pelatihan berbasis praktik dan pendampingan langsung dapat meningkatkan pemahaman peserta karena peserta tidak hanya menerima teori tetapi juga memperoleh pengalaman secara langsung dalam proses pembelajaran.

Selain itu, peningkatan pengetahuan peserta juga dipengaruhi oleh materi pelatihan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Materi tentang diversifikasi produk kopi dan pemasaran digital dianggap sesuai dengan kondisi masyarakat Desa Harapan yang sebelumnya masih memasarkan produk secara tradisional. Pemanfaatan teknologi digital dan *e-commerce* menjadi salah satu solusi dalam memperluas akses pasar produk UMKM desa. Hal ini sejalan dengan pendapat bahwa penggunaan platform digital dapat meningkatkan daya saing produk lokal serta memperluas jaringan pemasaran secara lebih efektif (Umbara & Hikmatyar, 2020).

Program pelatihan ini juga memberikan dampak terhadap peningkatan motivasi masyarakat dalam mengembangkan usaha kopi secara mandiri. Peserta mulai memahami pentingnya pengolahan pascapanen yang baik, pengemasan produk yang menarik, hingga strategi pemasaran berbasis media digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat tidak hanya meningkatkan

aspek pengetahuan tetapi juga mendorong perubahan perilaku dan keterampilan masyarakat dalam pengembangan usaha berbasis potensi lokal. Hasil serupa juga ditemukan oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pendampingan UMKM berbasis digital mampu meningkatkan kemampuan pemasaran dan keberlanjutan usaha masyarakat desa (Sugianto & Utama, 2021).

Secara umum, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan diversifikasi dan pemasaran kopi berbasis *e-commerce* berhasil meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Harapan dalam pengelolaan usaha kopi. Kegiatan ini menjadi salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal yang mendukung pengembangan desa wirausaha mandiri dan berkelanjutan.

IV. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan diversifikasi dan pemasaran berbasis *e-commerce* produk kopi di Desa Harapan Kabupaten Barru berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam pengolahan pascapanen kopi, strategi pemasaran, serta pemanfaatan teknologi digital. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan nilai peserta dari pre-test sebesar 5,45 menjadi post-test sebesar 8,27. Program ini juga mendorong masyarakat untuk mulai mengembangkan usaha kopi secara mandiri dan berorientasi pada pemasaran digital sehingga berpotensi meningkatkan nilai ekonomi produk kopi lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Direktorat Riset, Teknologi dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM), Kementerian Pendidikan, Sains dan Teknologi tahun anggaran 2025
2. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Negeri Makassar

DAFTAR PUSTAKA

Endri, E. P., & Prasetyo, K. (2021). Strategi komunikasi pemasaran produk kopi kawa daun Tanah Datar dalam membangun brand awareness. *Jurnal Audiens*, 2(1), 134–142.

Febriana, R. (2021). *Evaluasi pembelajaran*. Jakarta: Bumi Aksara.

Ningsih, S., Wahyuni, D., & Rahmawati, F. (2020). Evaluasi pelatihan berbasis pemberdayaan masyarakat melalui metode pre-test dan post-test. *Jurnal Pendidikan Nonformal*, 15(2), 85–92.

Olasari, T., P. (2023). Analisis Optimalisasi Petani Kopi Dalam Pengolahan Kopi Secara Modern dan Tradisional Untuk Meningkatkan Harga Jual Kopi di Desa Lemahputih Kecamatan Lemahsugih [Internet] [Diploma]. S1-Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon; 2023 [Dikutip 6 April 2025]. Tersedia Pada: [Http://Syekhnurjati.Ac.Id](http://Syekhnurjati.Ac.Id).

Romdhoningsih D, Dewi IN, Mahpudoh M, Nuralamsyah F, Sanjaya CM, Sinaga JS, Dkk. Produksi Pengolahan Kopi Dadaman Secara Tradisional (Cita Rasa Kopi Robusta Dari Desa Citaman Kecamatan Ciomas Kabupaten Serang). *J Pengabdian Meambo*. 3 September 2022;1(2):106–12.

Saragih, R., Siregar, H., & Lubis, Z. (2021). Pengembangan potensi kopi lokal berbasis pemberdayaan masyarakat desa. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 9(1), 45–54.

Sugianto, N., & Utama, F. P. (2021). E-commerce untuk optimalisasi pemasaran produk di era digital bagi usaha mikro kelompok tani Pangestu Rakyat Desa Barumanis Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 27(1), 14–20.

Umbara, D. S., & Hikmatyar, M. (2020). Pengembangan pemasaran kopi Galunggung menggunakan sistem e-commerce. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1), 178–189.