

PENGUATAN RANTAI NILAI KOPI NGEMPLAK BOYOLALI DARI HULU KE HILIR BERBASIS INOVASI, DIGITALISASI, DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

Rohwiyati¹, Juni Trisnowati², Sulistya³, Dewi Pujiani⁴, Kim Budiwinarto⁵, Praptiestrini⁶

Fakultas Ekonomi, Universitas Surakarta^{1), 2), 3), 4), 5), 6)}

Email: [^{1\)}rohwiati1978@gmail.com](mailto:rohwiati1978@gmail.com), [^{2\)}junitrisnowati@gmail.com](mailto:junitrisnowati@gmail.com), [^{3\)}listyo313@gmail.com](mailto:listyo313@gmail.com),
[^{4\)}dewipujiani8@gmail.com](mailto:dewipujiani8@gmail.com), [^{5\)}kimbudiwinarto07@gmail.com](mailto:kimbudiwinarto07@gmail.com), [^{6\)}prapti.unsa@gmail.com](mailto:prapti.unsa@gmail.com)

Abstract

The strengthening of the coffee value chain from upstream to downstream is an important effort to improve the welfare of coffee farmers and MSMEs through innovation, digitalization, and community empowerment. This community service activity was conducted in Ngemplak District, Boyolali Regency, involving coffee farmers, MSME actors, and local communities. The initial observation results showed several problems, including low cultivation quality, limited post-harvest processing technology, weak product branding, and limited utilization of digital marketing. Therefore, the implementation of this community service focused on training, mentoring, and empowering the community in coffee cultivation, post-harvest management, product innovation, branding, digital marketing, and entrepreneurship management.

The methods used in this activity consisted of four stages: preliminary stage, implementation stage, closing stage, and evaluation stage. The results showed an increase in community knowledge and skills regarding coffee management from upstream to downstream. Participants also demonstrated high enthusiasm for implementing digital marketing and sustainable business management.

Keywords : Coffee Value Chain, Innovation, Digitalization, Empowerment, MSMEs

PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan unggulan yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan berpotensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Indonesia menjadi salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia dengan potensi pengembangan yang terus meningkat, terutama pada sektor UMKM berbasis kopi lokal. Kecamatan Ngemplak Kabupaten Boyolali memiliki potensi pengembangan kopi yang cukup baik dari sisi budidaya, pengolahan, maupun pemasaran produk kopi. Namun demikian, pengelolaan rantai nilai kopi dari hulu hingga hilir masih menghadapi berbagai permasalahan. Rendahnya kualitas budidaya, keterbatasan teknologi pascapanen, lemahnya inovasi produk, minimnya branding, serta rendahnya pemanfaatan teknologi digital menjadi faktor penghambat pengembangan usaha kopi masyarakat.

Penelitian Alwi, Herlina, dan Kamilah (2023) menjelaskan bahwa penguatan rantai nilai kopi memerlukan dukungan teknologi dan pemberdayaan petani agar kualitas serta produktivitas kopi meningkat. Selain itu, penelitian Amri, Fitriani, dan Amir (2023) menyatakan bahwa digitalisasi pemasaran mampu meningkatkan daya saing UMKM kopi melalui media sosial dan marketplace.

Penelitian Prakosa, Farhan, dan Sudaryana (2023) menunjukkan bahwa keberlanjutan rantai nilai kopi sangat dipengaruhi oleh integrasi rantai pasok mulai dari produksi, pengolahan, distribusi, hingga

pemasaran digital. Sementara itu, penelitian Hanifa, Sjah, dan Budastra (2025) menegaskan bahwa sinergi antara petani, UMKM, dan distributor mampu meningkatkan nilai tambah produk kopi lokal.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa penguatan rantai nilai kopi tidak hanya berfokus pada peningkatan produksi, tetapi juga pada penguatan tata kelola, digitalisasi, inovasi teknologi, dan kelembagaan petani kopi. Aisyah, Rachmina, dan Winandi (2025) menjelaskan bahwa tata kelola rantai nilai kopi spesialti membutuhkan kolaborasi antar pelaku usaha untuk menjaga kualitas produk dan meningkatkan daya saing kopi lokal.

Selain itu, Safi'i (2025) menyatakan bahwa model kelembagaan koperasi digital dan pendekatan pentahelix mampu meningkatkan nilai tambah produk kopi serta memperkuat posisi petani dalam rantai nilai agribisnis kopi. Penelitian Debra dkk. (2025) juga menunjukkan bahwa penguatan kelompok tani dan penerapan manajemen mutu kopi mampu meningkatkan nilai tambah produk kopi robusta dan meningkatkan pendapatan petani.

Sementara itu, Harianto dkk. (2024) menegaskan bahwa pengembangan rantai nilai global kopi Indonesia masih menghadapi tantangan berupa rendahnya produktivitas, lemahnya kelembagaan petani, dan panjangnya rantai distribusi sehingga diperlukan inovasi dan integrasi rantai pasok yang lebih baik. Penelitian Gumay dkk. (2025) dan Julianti dkk. (2025) menjelaskan bahwa penerapan teknologi digital seperti blockchain dan sistem digital terintegrasi mampu meningkatkan transparansi, ketertelusuran, dan keberlanjutan rantai pasok kopi Indonesia.

Berdasarkan hasil observasi pada kelompok petani dan pelaku UMKM kopi di Kecamatan Ngemplak Boyolali ditemukan beberapa kondisi sebagai berikut:

- a. Sebagian besar petani masih menggunakan metode budidaya tradisional.
- b. Pengolahan pascapanen kopi belum optimal.
- c. Produk kopi belum memiliki branding yang kuat.
- d. Pemanfaatan media digital masih sangat terbatas.
- e. Kemampuan manajemen usaha masyarakat masih rendah.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa penguatan rantai nilai kopi berbasis inovasi, digitalisasi, dan pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan kualitas produk dan daya saing usaha kopi lokal.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan PKM

No	Tahapan Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
1	Persiapan	Koordinasi tim PKM dan penyusunan program kegiatan	1.4.2026
2	Persiapan	Survei lokasi dan observasi kebutuhan masyarakat	3.4.2026
3	Persiapan	Penyusunan materi pelatihan dan instrumen evaluasi	8.4.2026

No	Tahapan Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
4	Persiapan	Koordinasi dengan kelompok tani kopi, UMKM, dan pemerintah setempat	10.4.2026
5	Pelaksanaan	Pembukaan kegiatan PKM dan sosialisasi program penguatan rantai nilai kopi	28.4.2026
6	Pelaksanaan	Pelatihan peningkatan kapasitas SDM bidang budidaya kopi	28.4.2026
7	Pelaksanaan	Pelatihan pengolahan pascapanen kopi dan roasting	28.4.2026
8	Pelaksanaan	Pelatihan manajemen usaha dan kewirausahaan kopi	28.4.2026
9	Pelaksanaan	Pelatihan branding produk kopi dan digital marketing	28.4.2026
10	Pelaksanaan	Pelatihan manajemen organisasi kelompok usaha kopi	28.4.2026
11	Pendampingan	Pendampingan praktik pengolahan dan pemasaran kopi	28.4.2026
12	Pendampingan	Monitoring penerapan hasil pelatihan oleh peserta	1.5.2026
13	Evaluasi	Pengisian angket tanggapan peserta	4.5.2026
14	Evaluasi	Evaluasi hasil kegiatan dan diskusi bersama peserta	8.5.2026
15	Penutup	Penyusunan laporan kegiatan PKM	15.5.2026
16	Penutup	Penyampaian hasil dan penutupan kegiatan	22.5.2026

Tabel 2. Timeline Pelaksanaan Kegiatan PKM

Kegiatan	Minggu I April	Minggu II April	Minggu III April	Minggu IV April	Minggu I Mei	Minggu II Mei	Minggu III Mei	Minggu IV Mei
Koordinasi Tim PKM dan Penyusunan Program								
Survei Lokasi dan Observasi Kebutuhan Masyarakat								
Penyusunan Materi Pelatihan dan Instrumen Evaluasi		✓						
Koordinasi dengan Kelompok Tani Kopi		✓						

Kegiatan	Minggu I April	Minggu II April	Minggu III April	Minggu IV April	Minggu I Mei	Minggu II Mei	Minggu III Mei	Minggu IV Mei
dan Pemerintah Setempat								
Pembukaan Kegiatan PKM dan Sosialisasi Program				✓				
Pelatihan Peningkatan Kapasitas SDM Bidang Budidaya Kopi				✓				
Pelatihan Pengolahan Pascapanen Kopi dan Roasting				✓				
Pelatihan Manajemen Usaha dan Kewirausahaan Kopi				✓				
Pelatihan Branding Produk dan Digital Marketing				✓				
Pelatihan Manajemen Organisasi Kelompok Usaha Kopi				✓				
Pendampingan Praktik Pengolahan dan Pemasaran Kopi				✓				
Monitoring Penerapan Hasil Pelatihan oleh Peserta					✓			
Pengisian Angket Tanggapan Peserta					✓			
Evaluasi Hasil Kegiatan dan Diskusi Bersama Peserta						✓		

Kegiatan	Minggu I April	Minggu II April	Minggu III April	Minggu IV April	Minggu I Mei	Minggu II Mei	Minggu III Mei	Minggu IV Mei
Penyusunan Laporan Kegiatan PKM							✓	
Penyampaian Hasil dan Penutupan Kegiatan								✓

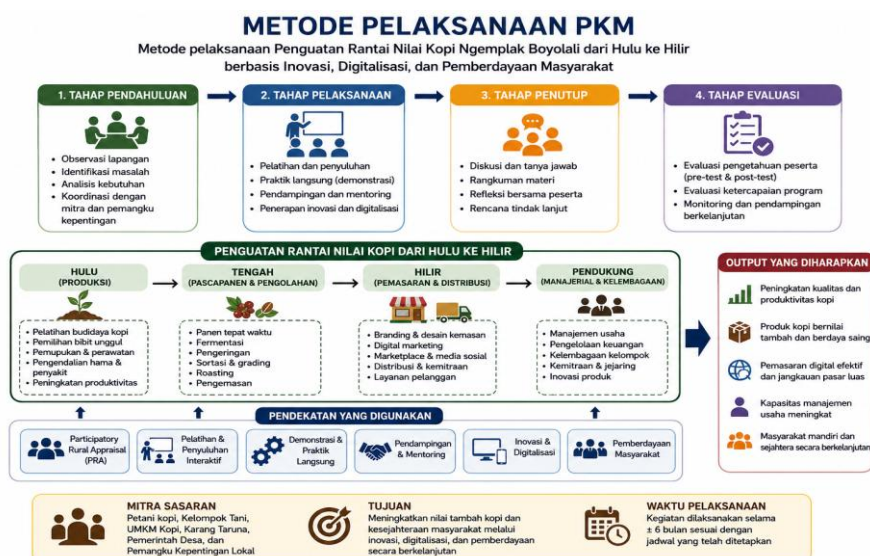
METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan pada kegiatan penguatan rantai nilai kopi dibagi menjadi 4 (empat) tahapan yaitu:

1. Tahap Pendahuluan
2. Tahap Pelaksanaan
3. Tahap Penutup
4. Tahap Evaluasi

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Boyolali dengan melibatkan kelompok petani kopi, pelaku UMKM, dan masyarakat sekitar. Pelaksanaan kegiatan dilakukan selama 6 bulan melalui metode observasi, wawancara, pelatihan, pendampingan, demonstrasi, dan praktik langsung.

Tahap pendahuluan bertujuan untuk menganalisis kebutuhan masyarakat terkait pengelolaan usaha kopi. Tahap pelaksanaan dilakukan melalui pelatihan budidaya kopi, pelatihan pascapanen, digital marketing, branding produk, dan kewirausahaan. Tahap penutup berisi diskusi dan rangkuman materi, sedangkan tahap evaluasi dilakukan melalui angket tanggapan peserta dan monitoring implementasi kegiatan.



Gambar 1. Metode kegiatan PKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan penguatan rantai nilai kopi dilakukan melalui pendekatan ceramah interaktif, pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan masyarakat.

Tahap Pendahuluan

Tahap ini dilakukan melalui koordinasi dengan kelompok petani kopi dan pelaku UMKM di Kecamatan Ngemplak Boyolali. Tim PKM melakukan observasi untuk mengidentifikasi kebutuhan masyarakat terkait pengelolaan kopi dari hulu hingga hilir.

Hasil analisis kebutuhan menunjukkan bahwa masyarakat sangat membutuhkan pelatihan terkait:

1. Budidaya kopi yang baik
2. Pengolahan pascapanen
3. Inovasi produk kopi
4. Branding dan desain kemasan
5. Digital marketing
6. Manajemen usaha kopi

Selain itu, masyarakat juga membutuhkan pendampingan usaha agar pengelolaan kopi dapat dilakukan secara berkelanjutan.

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan melalui beberapa sesi pelatihan dan pendampingan sesuai bidang keahlian pemateri sebagai berikut:

1. Pelatihan Penguatan Rantai Nilai Kopi dan Pemberdayaan UMKM

Materi meliputi:

- a. Konsep rantai nilai kopi
- b. Pemberdayaan UMKM kopi
- c. Penguatan ekonomi masyarakat berbasis kopi

2. Pelatihan Pengembangan Usaha dan Kewirausahaan Kopi

Materi meliputi:

- a. Strategi pengembangan usaha kopi
- b. Kewirausahaan
- c. Penyusunan rencana bisnis sederhana

3. Pelatihan Budidaya dan Pascapanen Kopi

Materi meliputi:

- a. Pemilihan bibit unggul
- b. Teknik budidaya kopi
- c. Fermentasi dan roasting kopi
- d. Grading dan standarisasi produk kopi

4. Pelatihan Branding dan Digital Marketing

Materi meliputi:

- Branding produk kopi
- Desain kemasan
- Media sosial dan marketplace
- Digital marketing dan QRIS

5. Pelatihan Manajemen Organisasi dan Kerja Tim

Materi meliputi:

- Manajemen kelompok usaha
- Kepemimpinan dan kerja tim
- Penguatan kelembagaan UMKM kopi

6. Sharing Session Pengembangan UMKM Kopi

Materi meliputi:

- Pengalaman usaha kopi
- Strategi pemasaran produk kopi
- Pengembangan usaha berkelanjutan

7. Pelatihan Marketplace dan Media Sosial

Materi meliputi:

- Pengelolaan marketplace
- Promosi media sosial
- Penjualan online produk kopi

8. Pendampingan dan Monitoring

Kegiatan meliputi:

- Pendampingan praktik usaha kopi
- Monitoring penerapan hasil pelatihan
- Evaluasi perkembangan usaha peserta PKM

Tabel 3. Pemateri Kegiatan PKM

No	Nama Pemateri	Bidang Keahlian	Materi yang Disampaikan	Waktu Pelaksanaan
1	Dr. Rohwiyati, S.E., M.M.	Manajemen dan Pemberdayaan Masyarakat	Konsep Penguatan Rantai Nilai Kopi dan Pemberdayaan UMKM	28.4.2026
2	Juni Trisnowati, S.E., M.Si.	Agribisnis dan Kewirausahaan	Strategi Pengembangan Usaha Kopi dan Kewirausahaan	28.4.2026

No	Nama Pemateri	Bidang Keahlian	Materi yang Disampaikan	Waktu Pelaksanaan
3	Sulistya, S.E., M.M.	Manajemen Produksi	Budidaya Kopi dan Pengolahan Pascapanen	28.4.2026
4	Dewi Pujiani, S.E., M.M. Drs. Kim	Pemasaran Digital	Branding Produk Kopi dan Digital Marketing	28.4.2026
5	Budiwinarto, M.Si. Dr. Praptiestrini, S.Pd., S.E., M.M.	Manajemen Organisasi	Manajemen Kelompok Usaha dan Kerja Tim	28.4.2026
6	Praktisi UMKM Kopi Lokal	Praktik Bisnis Kopi	Pengalaman Pengembangan UMKM Kopi Lokal	28.4.2026
7	Narasumber Digital Marketing	Teknologi Informasi dan Marketplace	Pemanfaatan Marketplace dan Media Sosial untuk UMKM Kopi	28.4.2026
8	Pendamping Lapangan PKM	Pendampingan Masyarakat	Monitoring dan Pendampingan Implementasi Program	1.5.2026

Tahap Penutup

Tahap penutup dilakukan melalui penyampaian rangkuman materi dan diskusi bersama peserta kegiatan. Peserta menyampaikan bahwa kegiatan pelatihan memberikan wawasan baru mengenai pengelolaan kopi modern berbasis inovasi dan digitalisasi.

Masyarakat berharap kegiatan pendampingan dapat terus berlanjut agar usaha kopi lokal mampu berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas.

Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan melalui pembagian angket kepada peserta pelatihan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa:

1. Peserta memahami pentingnya penguatan rantai nilai kopi.
2. Peserta memperoleh peningkatan pengetahuan tentang budidaya dan pengolahan kopi.
3. Peserta memahami strategi pemasaran digital dan branding produk.
4. Peserta termotivasi untuk mengembangkan usaha kopi secara mandiri.
5. Masyarakat mendukung keberlanjutan program pengabdian masyarakat.

Program penguatan rantai nilai kopi mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan usaha kopi secara modern dan berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan Penguatan Rantai Nilai Kopi Ngemplak Boyolali dari Hulu ke Hilir Berbasis Inovasi, Digitalisasi, dan Pemberdayaan Masyarakat dapat disimpulkan bahwa:

1. Masyarakat sangat antusias mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan.
2. Program mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai budidaya kopi, pascapanen, inovasi produk, branding, dan digital marketing.
3. Penguatan rantai nilai kopi mampu meningkatkan nilai tambah produk kopi lokal.
4. Digitalisasi pemasaran membantu memperluas jangkauan pasar produk kopi masyarakat.
5. Program pemberdayaan masyarakat perlu dilakukan secara berkelanjutan agar usaha kopi lokal berkembang lebih optimal dan mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N. S., Rachmina, D., & Winandi, R. (2025). *Tata Kelola (Governance) Kopi Arabika Spesial Dalam Rantai Nilai*. Jurnal Agribisnis Indonesia, 13(1), 119–128.
- Alwi, R. K. M., Herlina, L., & Kamilah, K. (2023). *Adopsi Teknologi Blockchain dalam Peningkatan Rantai Nilai Kopi sebagai Upaya Pemberdayaan Petani Kopi*. IPB University.
- Amri, A., Fitriani, & Amir, B. (2023). *Adaptasi Digital Marketing UMKM Kopi Produk Menuju Transformasi Digital*. Journal Social Society, 3(2), 113–124.
- Debra, M., Wulanningrum, H., Muhsoni, Suranto, A., Furoida, A. N., & Susilowati, I. (2025). *Rantai Nilai Kopi Robusta pada Kelompok Tani Ngudi Rahayu XI Desa Kebondalem Kabupaten Semarang*. Jurnal Agrica, 18(2).
- Gumay, W. Z., Cahyadi, E. R., & Muflikh, Y. N. (2025). *Analisis Adopsi Inovasi Digital dalam Meningkatkan Ketertelusuran dan Keberlanjutan Rantai Pasokan Kopi PT Alko Sumatra Kopi*. IPB University.
- Hanifa, R. S., Sjah, T., & Budastra, K. (2025). *Analisis Sinergi Kolaboratif dalam Rantai Nilai Agribisnis Kopi*. Jurnal Economina, 5(1).
- Harianto, Yusman, Harmini, & Suryana, A. T. (2024). *Model Pengembangan Rantai Nilai Global Kopi Indonesia: Pendekatan Sistem Dinamis*. IPB University.
- Julianti, S. T., Lisa, M., Dearmawan, F. M., & Joosten. (2025). *Analisis Potensi dan Kelayakan Hyperledger Fabric pada Rantai Pasok Kopi di Indonesia*. Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik, 2(5), 359–368.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Ligar, B. W., Madenda, S., Kusuma, T. M., & Mardjan, S. S. (2024). *Sistem Traceability Rantai Pasok Kopi Berbasis Blockchain dan Machine Learning*. Penerbit Gunadarma.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Prakosa, A., Farhan, F., & Sudaryana, A. (2023). *Keberlanjutan Pada Rantai Nilai: Tinjauan Pustaka Sistematis 2017–2023*. Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam, 4(2), 223–240.
- Safi'i, A. (2025). *Model Kelembagaan untuk Meningkatkan Nilai Tambah Produk Kopi di Kabupaten Karo*. JoTEC (Journal of Tropical Estate Crops), 2(2), 48–70.
- Sentiya, N., Mukaromah, L., & Nurhafiza. (2023). *Analisis Implementasi Penggunaan Teknologi Quick Response Indonesian Standard Pada UMKM*. Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi, 3(1), 93–99.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suprehatin. (2025). *Pemetaan Tren dan Arah Riset Rantai Nilai Kopi: Bibliometric and Content Analysis*. Journal of Indonesian Agribusiness.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia*. Ghalia Indonesia.

LAMPIRAN

PHOTO KEGIATAN

