

Kumawula, Vol.9, No.2, Agustus 2026, 459 – 468

DOI: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v9i2.66934>

ISSN 2620-844X (online)

ISSN 2809-8498 (cetak)

Tersedia online di <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>

KOPACE (KOPI KELOR ACEH) TRANSFORMASI USAHA GEURUBAK KUPI MELALUI INOVASI KOPI KELOR

Asnidar Asnidar^{1*}, Agustina Nurul Fajriah¹, Yonadiah Dwitya², Mayang Murni¹,
Rizky Nafaida³, Rozana Nabila¹, Cut Ulviatul Khaira¹

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Samudra

² Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Samudra

³ Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Samudra

*Korespondensi : asnidar@unsam.ac.id

ABSTRACT

This Community Service (PKM) program was implemented to address the stagnation of the Geurubak KUPI micro-business in Langsa City, caused by products lacking distinctive characteristics, unsystematic financial management, and conventional marketing strategies. This partnership program involved a series of stages, including outreach, training, technology implementation, mentoring, and evaluation. The main innovation was the development of Acehnese Moringa Coffee (KOPACE), a specialty beverage that combines the flavor of Acehnese coffee with the health benefits of moringa leaves. The implementation of technologies such as a dehydrating oven, a coffee grinder, and a flour grinder ensured product quality and hygiene. Furthermore, financial management training based on simple bookkeeping and production cost calculations helped partners manage their businesses more efficiently. Marketing aspects were also strengthened through training in branding, packaging design, and digital promotion strategies. Evaluation results showed a significant increase in the partners' understanding, with an average improvement of more than 10%–15% in knowledge of moringa coffee processing, financial management, and marketing strategies. KOPACE products are now a new signature product of the Geurubak KUPI business, adding economic value, increasing competitiveness, and opening up broader market opportunities. Thus, this PKM program contributes to the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs), specifically Decent Work and Economic Growth, Responsible Consumption and Production, and Good Health and Well-being.

Keywords: KOPACE; Acehnese moringa coffee; product innovation; MSME empowerment

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan untuk menjawab permasalahan stagnasi usaha mikro Geurubak KUPI di Kota Langsa yang disebabkan oleh produk tanpa ciri khas, manajemen keuangan yang tidak tersistematis, serta strategi pemasaran yang masih konvensional. Melalui program kemitraan ini, dilakukan serangkaian tahapan meliputi sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, dan evaluasi. Inovasi utama kegiatan adalah pengembangan produk Kopi Kelor Aceh (KOPACE) sebagai

RIWAYAT ARTIKEL

Diserahkan : 21/09/2025

Diterima : 08/07/2026

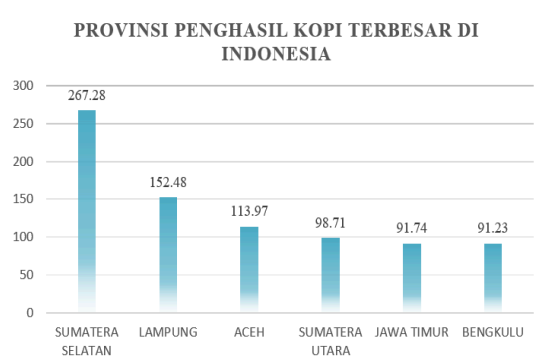
Dipublikasikan : 01/08/2026

minuman khas yang menggabungkan cita rasa kopi Aceh dengan manfaat kesehatan dari daun kelor. Penerapan teknologi seperti oven dehydrated, mesin grinder kopi, dan mesin grinder tepung memastikan kualitas dan higienitas produk. Selain itu, pelatihan manajemen keuangan berbasis pencatatan sederhana dan perhitungan harga pokok produksi membantu mitra lebih efisien dalam mengelola usaha. Aspek pemasaran juga diperkuat melalui pelatihan branding, desain kemasan, serta strategi promosi digital. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman mitra, dengan rata-rata peningkatan lebih dari 10% pada pengetahuan pengolahan kopi kelor, manajemen keuangan, dan strategi pemasaran. Produk KOPACE kini hadir sebagai ciri khas baru usaha Geurubak Kupa sekaligus memberi nilai tambah ekonomi, meningkatkan daya saing, dan membuka peluang pasar lebih luas. Dengan demikian, program PKM ini berkontribusi pada pencapaian SDGs, khususnya tujuan pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, konsumsi-produksi yang bertanggung jawab, serta peningkatan kesehatan dan kesejahteraan masyarakat.

Kata Kunci: KOPACE; kopi kelor; inovasi produk; pemberdayaan UMKM

PENDAHULUAN

Aceh merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang dikenal luas sebagai daerah penghasil kopi dengan cita rasa khas dan sejarah panjang dalam industri perkopian nasional. Kopi Gayo dari dataran tinggi Aceh Tengah telah menempati posisi penting di pasar kopi dunia sebagai salah satu kopi arabika berkualitas tinggi dengan indikasi geografis yang diakui secara internasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) 2024 luas areal tanaman kopi di Aceh mencapai 114.023 hektar dengan produksi sekitar 70.353 ton per tahun, menjadikannya salah satu dari lima provinsi penghasil kopi terbesar di Indonesia.



Gambar 1. Provinsi Penghasil Kopi Terbesar di Indonesia
(Sumber : BPS Indonesia, 2024)

Selain sebagai komoditas ekspor, kopi juga menjadi bagian integral dari budaya sosial Aceh yang melahirkan julukan “Negeri Seribu

Warung Kopi”. Hampir di setiap sudut kota dan desa terdapat warung kopi yang berfungsi bukan hanya sebagai tempat bersantai, tetapi juga sebagai ruang sosial, diskusi, dan aktivitas ekonomi masyarakat.

Fenomena ini mencerminkan kopi sebagai simbol identitas serta pusat sosial masyarakat sekaligus potensi besar dalam pengembangan usaha kopi di Aceh. Diketahui bahwa warung kopi di Aceh menjadi pendorong ekonomi lokal, karena memberi peluang bagi usaha mikro dan kecil untuk berkembang serta menciptakan lapangan kerja bagi banyak orang (Fauzi, 2016).

Di balik potensi besar tersebut, namun sebagian pelaku usaha mikro di sektor perkopian menghadapi stagnasi usaha. Salah satunya adalah usaha mikro Geurubak Kupa di Kota Langsa, yang telah berdiri sejak tahun 2017 dengan tiga orang karyawan. Berdasarkan hasil observasi awal, pendapatan kotor harian berkisar antara Rp 250.000 – Rp 300.000 dan tidak menunjukkan peningkatan signifikan selama delapan tahun terakhir. Pemilik usaha Geurubak Kupa berusaha mempertahankan eksistensi usahanya dengan mendaftarkan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) dengan harapan peningkatan kualitas dengan terdaftar legalitasnya, namun usaha tersebut tidak berbuah manis.

Pemilihan Geurubak Kupa sebagai satu-satunya mitra dalam Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini didasarkan pada hasil survei dan wawancara terhadap beberapa pelaku usaha mikro di Kota Langsa. Berdasarkan penilaian tim PKM, Geurubak Kupa dipilih karena (1) memiliki kelengkapan legalitas formal, (2) sudah beroperasi cukup lama namun stagnan secara pendapatan, (3) memiliki komitmen dan kesiapan tinggi untuk mengikuti seluruh tahapan kegiatan PKM, dan (4) memiliki potensi untuk dijadikan model percontohan bagi usaha mikro lain di wilayah sekitar. Dengan kata lain, keberhasilan transformasi di Geurubak Kupa dapat menjadi inspirasi bagi pelaku usaha mikro lainnya di Kota Langsa.

Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi tiga aspek, yaitu (1) produk yang dihasilkan masih bersifat umum, tidak memiliki ciri khas, dan kemasan juga masih sederhana, padahal konsumen Aceh sangat loyal terhadap cita rasa dan identitas kopi tertentu, (2) manajemen keuangan usaha yang belum tersistematis; pemilik usaha tidak melakukan pencatatan keuangan secara rutin dan menentukan harga jual hanya berdasarkan harga pasar, bukan atas dasar perhitungan biaya pokok produksi, (3) strategi pemasaran yang masih konvensional, tanpa branding dan tanpa pemanfaatan media digital untuk promosi. Berdasarkan wawancara, hal ini mengakibatkan rendahnya daya saing usaha di tengah ketatnya persaingan warung kopi di Kota Langsa. Kondisi tersebut diperkuat oleh temuan Murni et al. (2023), yang menyatakan bahwa ketidakmampuan usaha mikro dalam melakukan pencatatan keuangan yang sistematis menjadi penyebab rendahnya efisiensi operasional dan kesulitan dalam pengambilan keputusan bisnis. Sementara itu, Nurviana et al. (2015), menyatakan bahwa produk yang memiliki ciri khas lokal dapat meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha serta membangun loyalitas konsumen. Dengan kata lain, mengembangkan produk khas yang memanfaatkan potensi sumber daya lokal merupakan strategi yang efektif bagi usaha

mikro untuk tetap bertahan dan bersaing di tengah ketatnya persaingan pasar.



Gambar 2. Packaging sederhana tanpa brand

(Sumber : Dokumentasi pribadi, 2025)

Berdasarkan hasil observasi, Tim Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Universitas Samudra memberikan solusi yang diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang dialami mitra Geurubak Kupa. Adapun solusi yang diberikan adalah transformasi usaha melalui inovasi produk, manajemen keuangan, dan strategi pemasaran modern. Pendekatan ini mengacu pada konsep *transformational entrepreneurship* (Hisrich et al., 2020), yaitu perubahan sistematis pada produk, proses, dan pola pikir kewirausahaan untuk meningkatkan nilai ekonomi dan sosial. Dalam konteks ini, inovasi dilakukan dengan menciptakan produk baru yaitu Kopi Kelor Aceh (KOPACE) perpaduan antara kopi khas Aceh dengan bubuk daun kelor yang kaya manfaat kesehatan. Proses ini didukung dengan penerapan teknologi pengeringan (*oven dehydrated*), penggilingan, pencatatan keuangan sederhana, serta digitalisasi pemasaran.

Upaya serupa juga pernah dilakukan oleh (Fajriah et al., 2024) yang menunjukkan bahwa pengembangan produk berbasis pangan lokal dapat meningkatkan nilai tambah dan memperluas akses pasar bagi UMKM di sektor kuliner. Selain itu, program ini juga mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) terutama pada aspek *No Poverty* (tanpa kemiskinan), *Decent Work and Economic Growth* (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi), serta *Responsible*

Consumption and Production (konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab).

Dengan demikian, tujuan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini adalah:

1. Mengembangkan inovasi produk khas daerah berupa Kopi Kelor Aceh (KOPACE) yang memiliki nilai tambah dan daya saing;
2. Meningkatkan kemampuan manajemen keuangan mitra melalui pelatihan pencatatan keuangan sederhana dan perhitungan harga pokok produksi;
3. Memperkuat strategi pemasaran mitra melalui penerapan digital marketing dan desain branding usaha; serta
4. Membangun model pemberdayaan UMKM berbasis inovasi produk lokal yang dapat direplikasi oleh pelaku usaha lainnya di Kota Langsa.

METODE

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dengan mitra usaha mikro Geurubak Kupi yang berlokasi di Desa Sungai Pauh Firdaus, Kecamatan Langsa Kota, Kota Langsa, Provinsi Aceh. Mitra ini dipilih karena telah beroperasi sejak tahun 2017 dan memiliki izin usaha lengkap berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK), namun mengalami stagnasi usaha selama lebih dari lima tahun.

Kegiatan PKM ini melibatkan 5 orang tim pelaksana dari perguruan tinggi, terdiri atas tiga dosen dan dua orang mahasiswa. Sementara itu, dari pihak mitra, kegiatan diikuti oleh empat orang, yaitu satu pemilik usaha dan tiga orang karyawan aktif Geurubak Kupi. Pelaksanaan program berlangsung selama empat bulan, yaitu mulai dari Mei hingga September 2025, dengan lima tahapan kegiatan utama: (1) temu dan diskusi dengan mitra, (2) sosialisasi program, (3) pelatihan, (4) penerapan teknologi, serta (5) pendampingan dan evaluasi.

Tahap pertama adalah temu dan diskusi dengan mitra, yang dilakukan pada minggu

pertama bulan Juni 2025. Kegiatan ini diawali dengan observasi langsung ke lokasi usaha untuk mengidentifikasi permasalahan dan potensi pengembangan usaha. Hasil observasi menunjukkan tiga permasalahan utama yaitu: produk tanpa ciri khas, manajemen keuangan yang tidak sistematis, dan strategi pemasaran yang masih tradisional. Melalui diskusi bersama pemilik usaha, disepakati rencana solusi yang akan dikembangkan dalam kegiatan PKM ini, termasuk inovasi produk melalui penggabungan kopi Aceh dengan bubuk kelor.

Tahap kedua adalah sosialisasi program yang dilaksanakan pada minggu kedua Juni 2025. Sosialisasi ini bertujuan untuk menjelaskan tujuan kegiatan, tahapan pelaksanaan, peran masing-masing pihak, serta pentingnya partisipasi aktif mitra. Dalam kegiatan ini juga dipaparkan potensi sumber daya yang dimiliki mitra, seperti kemampuan meracik kopi dan akses terhadap bahan baku lokal berupa daun kelor dari kebun masyarakat sekitar. Serta penanaman benih pohon kelor yang diberikan oleh tim PKM.

Tahap ketiga adalah pelatihan, yang dilaksanakan pada Juli 2025. Pelatihan terbagi menjadi tiga sub topik utama:

1. Pelatihan inovasi produk,
2. pelatihan manajemen keuangan usaha, dan
3. pelatihan strategi pemasaran dan branding.

Pada pelatihan inovasi produk, tim memperkenalkan proses produksi Kopi Kelor Aceh (KOPACE) dengan menggunakan peralatan modern seperti *oven dehydrated*, grinder kopi, dan grinder tepung untuk menjaga kualitas dan higienitas bahan baku. Selanjutnya, pada pelatihan manajemen keuangan, mitra diajarkan teknik pencatatan keuangan sederhana, perhitungan harga pokok produksi (HPP), serta penentuan harga jual berbasis biaya dan laba. Sementara pada pelatihan pemasaran, mitra dibimbing untuk membuat desain kemasan dan logo usaha, serta mengenal dasar-dasar pemasaran digital melalui media sosial dan *marketplace*.

Tahap keempat adalah penerapan teknologi, yang dilakukan sepanjang Agustus

2025. Mitra mulai mempraktikkan hasil pelatihan dengan memproduksi Kopi Kelor Aceh (KOPACE) menggunakan peralatan yang telah diberikan. Selain itu, mitra menerapkan sistem pencatatan keuangan baru dan memasarkan produk melalui media sosial. Pada tahap ini, tim PKM melakukan pendampingan langsung di lokasi untuk memastikan teknologi dan sistem yang diperkenalkan dapat diterapkan dengan benar.

Tahap terakhir adalah pendampingan dan evaluasi, yang dilaksanakan pada bulan September 2025. Pendampingan dilakukan secara periodik untuk memantau perkembangan mitra, memberikan bimbingan teknis, serta mengevaluasi hasil pelatihan. Evaluasi dilakukan menggunakan kuesioner dan wawancara untuk menilai peningkatan keterampilan mitra dalam tiga aspek utama: inovasi produk, manajemen keuangan, dan strategi pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) bertema “KOPACE (Kopi Kelor Aceh) Transformasi Usaha Geurubak Kupu Melalui Inovasi Kopi Kelor” telah melalui lima tahapan utama sesuai dengan penjelasan pada metode penelitian, yaitu: (1) temu dan diskusi dengan mitra, (2) sosialisasi program, (3) pelatihan, (4) penerapan teknologi, serta (5) pendampingan dan evaluasi.

Tahap awal dimulai dengan observasi lapangan dan diskusi langsung dengan pemilik usaha Geurubak Kupu di Kota Langsa. Dari hasil temuan, diketahui bahwa usaha mitra masih bersifat konvensional dan umum dengan produk utama berupa kopi hitam biasa, beserta pilihan menu lain yang juga dapat ditemukan pada usaha warung kopi lainnya. Hal ini menandakan bahwa Geurubak Kupu belum memiliki produk unggulan ataupun produk ciri khas yang membedakan Geurubak Kupu dengan warung kopi sekitarnya.

Selain itu, mitra memiliki lahan dengan tanaman kelor yang tumbuh subur dengan

kuantitas besar, namun hingga saat ini potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal. Tanaman kelor yang kaya akan nutrisi dan memiliki nilai ekonomi tinggi seharusnya dapat menjadi peluang strategis untuk diversifikasi produk usaha. Selama ini, kelor hanya dibiarkan tumbuh tanpa pengelolaan dan tidak dijadikan bahan olahan bernilai tambah. Melalui hasil observasi dan diskusi lapangan, diketahui bahwa ketersediaan kelor yang kontinu di lahan milik mitra berpotensi besar untuk diolah menjadi produk inovatif, seperti bubuk kelor atau campuran minuman sehat berbasis kopi. Pemanfaatan kelor ini diharapkan mampu menjadi keunggulan kompetitif bagi usaha mitra serta menciptakan identitas khas yang membedakannya dari produk kopi konvensional lainnya.

Diskusi bersama mitra menghasilkan kesepakatan untuk melakukan diversifikasi produk dengan menggabungkan potensi lokal kelor ke dalam produk kopi, melahirkan inovasi bernama KOPACE (Kopi Kelor Aceh). Mitra juga mengidentifikasi kendala dalam hal pencatatan keuangan, penentuan harga jual, dan strategi pemasaran, yang menjadi dasar penyusunan kegiatan berikutnya.

Sosialisasi dan Transformasi Produk Inovasi Kopi Kelor Aceh (KOPACE)

Kegiatan sosialisasi dilakukan untuk menjelaskan tujuan, tahapan kegiatan, dan manfaat program kepada mitra dan anggota usahanya. Kegiatan berlangsung selama empat bulan, dari Juni hingga September 2025, dan melibatkan satu pemilik usaha serta tiga orang karyawan. Fokus utama kegiatan adalah membantu mitra keluar dari stagnasi usaha dengan menghadirkan produk inovatif berbasis potensi lokal, yaitu Kopi Kelor Aceh (KOPACE).

Pada tahap ini, tim pengabdian memperkenalkan alat dan bahan yang akan digunakan dalam produksi, seperti *oven dehydrated* gas, grinder kopi kapasitas 1,2 kg, dan grinder bubuk halus 500 gr. Sebagai salah satu bentuk dukungan terhadap keberlanjutan produksi KOPACE, tim PKM juga

memberikan bibit pohon kelor kepada mitra Geurubak Kupa. Pemberian bibit ini menjadi langkah nyata untuk memastikan ketersediaan bahan baku jangka panjang sekaligus memperkenalkan nilai ekonomi dari tanaman kelor yang selama ini belum dimanfaatkan secara optimal. Melalui inisiatif ini, mitra diharapkan mampu mengelola sumber daya lokal secara mandiri dan memperkuat kemandirian usaha berbasis potensi daerah.



Gambar 3. Penanaman Pohon Kelor
(Sumber : Dokumentasi pribadi, 2025)

Mitra diberi pemahaman tentang pentingnya inovasi produk berbasis potensi lokal dan keikutsertaan aktif dalam setiap tahap program. Sosialisasi ini menekankan pentingnya menciptakan produk khas (*signature product*) agar usaha mikro dapat bertahan dalam pasar yang kompetitif. Mitra kemudian diajak mengidentifikasi keunggulan lokal dalam hal ini perpaduan antara kopi Aceh Gayo yang kuat aromanya dan daun kelor yang kaya nutrisi.

Hasil sosialisasi menunjukkan meningkatnya antusiasme dan komitmen mitra terhadap pelaksanaan kegiatan, ditandai dengan kesiapan menyediakan lokasi produksi dan sumber bahan baku daun kelor segar. Inovasi ini sejalan dengan penelitian Setiawan (2020) dan Swapna (2020) yang menunjukkan bahwa produk kopi dengan unsur kesehatan dapat menarik minat generasi muda dan konsumen sadar gizi.

Pelatihan Proses Inovasi Kopi Kelor Aceh (KOPACE)

Tahap pelatihan dilaksanakan dalam tiga aspek utama: produksi, manajemen keuangan, dan pemasaran.

a. Pelatihan Produksi KOPACE

Mitra dilatih untuk memadukan bubuk kopi dengan serbuk kelor hasil pengeringan daun menggunakan teknologi *oven dehydrated*. Proses pengeringan dengan oven berfungsi menjaga kadar air maksimal 5–7%, sehingga daun kelor tidak berubah warna dan kandungan gizinya tetap terjaga. Setelah kering, daun kelor digiling menggunakan grinder tepung hingga menjadi bubuk halus, kemudian dicampurkan dengan bubuk kopi arabika dalam rasio 70:30 untuk menghasilkan cita rasa seimbang antara aroma kopi dan rasa khas kelor yang lembut memberikan karakter unik yang mudah diterima oleh masyarakat.



Gambar 4. Diagram Alur Proses Produksi Kopi Kelor Aceh

(Sumber : Tim PKM Kopace, 2025)

Beberapa kali uji coba laboratorium dan uji cita rasa dilakukan bersama tim PKM. Hasilnya menunjukkan bahwa kombinasi dengan kadar kelor 30% menghasilkan minuman yang lebih lembut, beraroma khas, serta memiliki warna yang menarik tanpa mengubah karakter kopi. Kandungan antioksidan juga meningkat dibandingkan kopi murni (hasil uji sederhana dengan metode DPPH menunjukkan peningkatan aktivitas antioksidan sekitar 15%).

Dalam pelatihan ini, mitra juga dilatih mengenai standar kebersihan dan sanitasi produk. Misalnya, penggunaan sarung tangan, hairnet, dan alat stainless steel selama produksi. Kegiatan ini penting untuk memastikan produk layak mendapatkan izin edar P-IRT di kemudian hari. Penerapan teknologi sederhana namun higienis.



Gambar 5. Uji Coba Produk di Laboratorium

(Sumber : Dokumentasi pribadi, 2025)

b. Pelatihan Manajemen Keuangan

Permasalahan yang dihadapi mitra adalah lemahnya sistem pencatatan dan perencanaan keuangan. Sebelum program berjalan, pemilik usaha hanya mencatat pemasukan harian secara umum tanpa memisahkan biaya bahan, tenaga kerja, atau biaya tetap lainnya. Melalui pelatihan manajemen keuangan sederhana, mitra diperkenalkan pada buku kas arus masuk dan keluar, serta buku pembantu persediaan.



Gambar 6. Pelatihan Manajemen Keuangan
(Sumber : Dokumentasi pribadi, 2025)

Mitra dilatih mencatat seluruh transaksi harian, termasuk pembelian bahan baku, penjualan, dan biaya operasional. Tim PKM juga mengajarkan metode perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan *Break Even Point* (BEP) menggunakan data aktual.

Hasil pelatihan ini meningkatkan kemampuan mitra dalam menghitung keuntungan secara realistis, bukan hanya berdasarkan “perkiraan pasar”. Setelah pelatihan, mitra juga mulai menyiapkan laporan keuangan bulanan sederhana untuk memantau perkembangan usaha. Hal ini sesuai

dengan hasil penelitian (Murni et al., 2025) yang menyatakan bahwa sistem pencatatan keuangan yang baik meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan usaha mikro.

c. Strategi Pemasaran dan Branding KOPACE

Aspek pemasaran menjadi faktor penting dalam keberhasilan inovasi KOPACE. Sebelumnya, Geurubak Kupi hanya mengandalkan pelanggan tetap di sekitar lokasi usaha. Pelatihan mencakup konsep *marketing mix* (4P), pembuatan logo “KOPACE: Kopi Kelor Aceh”, dan teknik promosi melalui media sosial. Melalui pelatihan pemasaran modern, mitra diajarkan cara membangun strategi branding dan promosi digital.

Tahapan pertama adalah desain logo dan kemasan baru. Tim PKM membantu membuat desain yang lebih profesional dengan kombinasi warna yang melambangkan kelor dan kopi Aceh.



Gambar 7. Desain Logo dan Kemasan Kopi Kelor Aceh

(Sumber : Dokumentasi pribadi, 2025)

Kemasan berbentuk *standing pouch aluminium foil* digunakan karena lebih kuat, higienis, dan mampu mempertahankan aroma kopi. Informasi pada label mencakup komposisi, manfaat kesehatan, serta kode produksi untuk menambah kepercayaan konsumen.

Tahapan kedua adalah digital marketing. Mitra dilatih menggunakan media sosial untuk promosi. Konten yang diunggah meliputi proses pembuatan kopi, keunggulan produk, dan testimoni konsumen. Penjualan daring ini menambah jangkauan pasar. Dampaknya,

omzet rata-rata meningkat sekitar 25–30% dibandingkan sebelum digitalisasi. Pelatihan pemasaran ini memperlihatkan bahwa strategi branding visual dan digital *engagement* mampu meningkatkan kepercayaan konsumen. Hal ini diperkuat oleh temuan (Rohaenah et al., 2023) dan (Asnidar et al., 2024) yang menyatakan bahwa kemasan modern dan promosi digital berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk UMKM.

Pendampingan dan Evaluasi

Tim pengabdian melakukan pendampingan intensif kepada mitra pada setiap tahapan kegiatan, mulai dari sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, hingga uji coba produk. Pendampingan ini bertujuan agar mitra tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mempraktikkannya secara langsung. Kegiatan ini menumbuhkan kepercayaan diri mitra dalam menjalankan usaha dan mempercepat proses adopsi keterampilan baru.

Selain itu, tim pengabdian juga melakukan evaluasi untuk setiap kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui *pretest* dan *posttest* untuk mengukur peningkatan pengetahuan mitra. Berdasarkan hasil pengukuran yang tersaji pada Tabel 1, terjadi peningkatan pemahaman yang signifikan pada seluruh aspek:

Tabel 1. Hasil Evaluasi Kegiatan Pelatihan

Aspek Penilaian	Rata-Rata Pretest (%)	Rata-Rata Posttest (%)
Pemahaman pemanfaatan daun kelor	72,50	88,10
Pemahaman dasar pengolahan kopi kelor	78,71	88,27
Pemahaman dasar manajemen keuangan	75,75	82,40
Pemahaman dasar strategi pemasaran	71,20	85,25

(Sumber : Tim PKM Kopace, 2025)

Dari hasil evaluasi, terlihat adanya peningkatan keterampilan mitra dalam hal pengolahan produk kopi kelor, penggunaan pencatatan keuangan sederhana, serta pemahaman mengenai penentuan harga jual yang tepat. Data *pretest* dan *posttest* menunjukkan kenaikan rata-rata pemahaman antara 6–15% pada aspek pengolahan kopi kelor, manajemen keuangan, hingga strategi pemasaran.

Selain peningkatan kognitif, terjadi juga peningkatan nyata dalam aspek ekonomi dan produktivitas. Secara ekonomi, omzet harian mitra meningkat dari rata-rata Rp 300.000 menjadi Rp 500.000. Dari sisi kapasitas produksi, jumlah produk bertambah dari 30 menjadi 50 kemasan per hari. Produk KOPACE juga mulai dikenal di lingkungan sekitar dan dijadikan oleh-oleh khas Kota Langsa.

Mitra merasa lebih percaya diri dalam mengembangkan produk baru dan mengelola usaha secara profesional. Hasil kegiatan ini didukung oleh hasil pengabdian yang dilakukan oleh (Widiyanto et al., 2024) yang menunjukkan bahwa pelatihan dan transfer teknologi dapat mendukung inovasi produk seperti Kopi Kelor Aceh. Dengan demikian, KOPACE menjadi simbol keberhasilan transformasi usaha berbasis kearifan lokal, yang selaras dengan arah kebijakan hilirisasi produk pangan dan pengembangan ekonomi kreatif daerah.

SIMPULAN

Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) bertema KOPACE (Kopi Kelor Aceh): Transformasi Usaha Geurubak Kupu Melalui Inovasi Kopi Kelor, menunjukkan hasil yang signifikan dalam mengatasi stagnasi usaha mikro di sektor perkopian lokal. Kegiatan ini berhasil memberikan solusi komprehensif terhadap permasalahan utama mitra Geurubak Kupu, yaitu produk tanpa ciri khas, lemahnya sistem manajemen keuangan, serta strategi pemasaran yang masih tradisional. Melalui pendekatan

partisipatif dan transfer teknologi, program ini tidak hanya menghasilkan produk baru yang inovatif, tetapi juga membangun kapasitas kewirausahaan dan daya saing mitra secara berkelanjutan.

Kegiatan PKM ini berhasil melahirkan produk inovatif Kopi Kelor Aceh (KOPACE), yang memadukan keunggulan kopi Aceh Gayo dengan manfaat kesehatan dari daun kelor. Inovasi ini bukan sekadar menciptakan varian produk baru, tetapi juga mengangkat identitas lokal Aceh ke dalam bentuk produk bernilai tambah tinggi. Kombinasi antara kopi dan kelor menghasilkan minuman dengan aroma khas, rasa seimbang, dan kandungan antioksidan yang lebih tinggi dibandingkan kopi biasa. Hasil uji sederhana menggunakan metode DPPH menunjukkan peningkatan aktivitas antioksidan sekitar 15%, yang berarti produk ini tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga nilai kesehatan. Inovasi ini menjadi strategi diferensiasi yang dapat meningkatkan daya saing usaha di tengah banyaknya warung kopi di Aceh. Dengan adanya produk inovatif, mitra kini memiliki identitas baru yang dapat memikat konsumen lokal maupun potensial dari luar daerah.

Dengan demikian, PKM KOPACE terbukti memberikan hasil nyata terhadap peningkatan daya saing usaha mikro, sekaligus berkontribusi pada pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) terutama pada poin *Decent Work and Economic Growth* serta *Responsible Consumption and Production*. Kegiatan PKM ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan untuk pengembangan program serupa dimasa mendatang. Pertama, kapasitas produksi masih terbatas, karena seluruh proses pengolahan masih dilakukan secara manual dan belum didukung oleh penggunaan teknologi semi-otomatis yang dapat meningkatkan efisiensi serta konsistensi kualitas produk. Kedua, aspek legalitas produk belum sepenuhnya terpenuhi, khususnya dalam hal sertifikasi halal dan izin edar PIRT, sehingga distribusi dan penetrasi pasar produk masih terbatas pada lingkup lokal. Selain itu, aspek

pemasaran digital masih memerlukan pembinaan lanjutan agar promosi lebih konsisten dan strategis.

Untuk kegiatan PKM serupa pada masa mendatang, beberapa rekomendasi strategis dapat diajukan. Pertama, diperlukan program lanjutan dalam bentuk inkubasi bisnis guna memperluas kapasitas produksi, meningkatkan efisiensi, serta memperkuat aspek legalitas usaha melalui fasilitasi sertifikasi halal dan izin edar PIRT. Kedua, pelibatan beberapa mitra atau kelompok usaha disarankan agar dampak ekonomi dan sosial yang dihasilkan lebih luas serta mendorong terbentuknya jejaring kolaboratif antar pelaku UMKM. Ketiga, perlu menjalin kerjasama dengan pemerintah daerah, lembaga keuangan mikro, serta *platform e-commerce* untuk memperluas akses permodalan, distribusi produk, dan penguatan pemasaran digital. Keempat, evaluasi berkelanjutan terhadap kinerja keuangan dan keberlanjutan usaha, sebagai upaya menjaga konsistensi pertumbuhan usaha pasca program. Dengan implementasi strategi tersebut, inovasi KOPACE berpotensi menjadi model transformasi usaha mikro berbasis potensi lokal yang berkelanjutan, sekaligus memperkuat fondasi ekonomi daerah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Saint, dan Teknologi Tahun 2025 atas pendanaan kegiatan ini dan LPPM Universitas Samudra atas dukungan administratif, serta penghargaan kami sampaikan kepada mitra yaitu, Geurubak Kupa sehingga kegiatan dapat terlaksana.

DAFTAR PUSTAKA

Asnidar, Nurlina, Zulkarnen Mora, H., & Safuridar. (2024). Pelatihan Capacity Building Usaha Kelompok Produksi Kue Menuju Kemandirian Ekonomi Desa Sukaramai Satu Aceh Tamiang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian*

- Masyarakat Berkemajuan*, 8(4), 3804–3814. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v7i1.53036>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). *Luas Areal dan Produksi Kopi Menurut Provinsi*.
- Fajriah, A. N., Murni, M., & Khalil, M. (2024). Optimizing the traditional cake business of Adee Kak Na: Enhancing product shelf life and digital-based business management. *Community Empowerment*, 9(11), 1683–1691. <https://doi.org/10.31603/ce.12530>
- Fauzi, A. (2016). Peran Warung Kopi dalam Mendorong Ekonomi Lokal di Aceh. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 45–58.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Entrepreneurship* (11th ed).
- Murni, M., Asnidar, A., & Nafaida, R. (2025). Pemberdayaan Pkk Melalui Budidaya Apotik Hidup (Studi Kasus Pada PKK Geudubang Jawa). *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 474–482. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v8i2.57973>
- Murni, M., Lubis, N. K., Asnidar, A., & Fajriah, A. N. (2023). Increased productivity and sales of the Dapu Rindu home industry. *Community Empowerment*, 8(9), 1368–1375. <https://doi.org/10.31603/ce.10266>
- Nurviana, N., Sunarto, P., & Syarief, A. (2015). Identitas dan Karakter Budaya Lokal pada Kemasan Makanan Oleh-Oleh. *Wimba : Jurnal Komunikasi Visual*, 4(2). <https://doi.org/10.5614/jkvw.2012.4.2.1>
- Rohaenah, S. H., Wijayanti, S. W., Munawar, W., Ekoresti, S. N., Rubyasih, A., & Komarudin, M. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Melalui Inovasi Bisnis Kopi Bumdes Jaya Laksana Di Desa Wates Jaya. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 93–98. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v3i1.5421>
- Widiyanto, W., Santosa, F. J., Purwanto, D., Wardani, R. R. I. K., Muhammad, D. R. A., Jamaluddin, A., & Wahyudi, W. (2024). Knowledge Sharing Dalam Budidaya Kopi: Studi Kasus Program Peningkatan Kapasitas Petani Lmdh Wana Asri, Kabupaten Kebumen. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 133.