

Pelatihan Inovasi Minuman Berbahan Coffee dan Strategi Promosi Produk di Kampung Wisata Kopi Sangit Bawah Langit, Bintan

Hetty Yulianti Sihite¹, Fitriana Baitanu²

^{1,2} Program Studi D4 Pengelolaan Perhotelan Politeknik Bintan Cakrawala, Bintan, Indonesia,
Email : hetty@pbc.ac.id



Informasi artikel	ABSTRAK
Sejarah artikel Diterima : 15 Juni 2025 Revisi : 23 Juni 2026 Dipublikasikan : 15 Juli 2026 Kata kunci: Pariwisata Berbasis Komunitas Inovasi Produk Kopi Pemasaran Digital Pembelajaran Berbasis Pengalaman Pemberdayaan Masyarakat Lokal	Kampung Wisata Kopi Sangit Bawah Langit di Kabupaten Bintan merupakan salah satu bentuk pengembangan pariwisata berbasis masyarakat yang mengangkat potensi kopi lokal sebagai daya tarik utama. Namun, keterbatasan inovasi produk dan rendahnya literasi digital pelaku UMKM menjadi kendala dalam pengembangan potensi tersebut. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam menciptakan produk minuman kopi inovatif dan memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Metode yang digunakan meliputi pendekatan partisipatif dan experiential learning, melalui kegiatan pelatihan langsung, diskusi, praktik pembuatan produk, serta evaluasi pre-test dan post-test. Solusi yang ditawarkan mencakup pelatihan inovasi minuman kopi seperti mocktail kopi sereh dan sirup kopi herbal, serta strategi promosi digital melalui media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta sebesar 65% dalam promosi digital dan terbentuknya beberapa produk turunan kopi dengan nilai jual lebih tinggi. Kesimpulannya, kolaborasi antara institusi pendidikan dan masyarakat mampu mendorong penguatan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal serta mempercepat transformasi digital dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas.
Keywords:	ABSTRACT
Community-Based Tourism Coffee Innovation Digital Promotion Experiential Learning Local Empowerment	Training on Coffee-Based Beverage Innovation and Product Promotion Strategies in Sangit Bawah Langit Coffee Tourism Village, Bintan. Kampung Wisata Kopi Sangit Bawah Langit in Bintan Regency represents a model of community-based tourism that leverages local coffee potential as its main attraction. However, limited product innovation and low digital literacy among local MSMEs hinder optimal development. This community service program aims to enhance local capacity in creating innovative coffee-based beverages and utilizing digital media for promotion. The method employed combines participatory approaches and experiential learning through hands-on training, discussions, product-making practices, and evaluation via pre-and post-tests. The proposed solution includes training in beverage innovation—such as lemongrass coffee mocktails and herbal coffee syrups—and digital marketing strategies using social media platforms. The results showed a 65% increase in participants' understanding of digital promotion and the development of higher-value coffee derivative products. In conclusion, collaboration between educational institutions and local communities can effectively strengthen creative economy initiatives based on local potential and accelerate digital transformation in community-based tourism development.



Pendahuluan

Kabupaten Bintan merupakan salah satu destinasi prioritas di Provinsi Kepulauan Riau dengan kekayaan potensi pariwisata yang beragam, seperti wisata bahari, budaya, hingga kuliner lokal. Daya tarik utamanya terletak pada keindahan pantainya serta keberadaan resort-resort bertaraf internasional yang menjadikannya populer di kalangan wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Dalam upaya mengembangkan pariwisata yang inklusif, pendekatan *community-based tourism* mulai diterapkan untuk meningkatkan keterlibatan dan kesejahteraan masyarakat lokal melalui aktivitas pariwisata (Suryani & Nugroho, 2020).

Letak geografis Bintan yang strategis dan berdekatan dengan Singapura serta Malaysia menjadikannya sebagai salah satu pintu gerbang utama kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia. Berdasarkan data statistik dari BPS Kabupaten Bintan (2023), tren kunjungan wisatawan asing mengalami peningkatan, terutama dari negara-negara tetangga seperti Singapura, Malaysia, dan Tiongkok. Pertumbuhan ini turut mendorong perkembangan sektor pendukung pariwisata seperti perhotelan, kuliner, dan usaha mikro berbasis lokal.

Salah satu bentuk pengembangan wisata berbasis masyarakat adalah keberadaan Kampung Wisata Kopi Sangit Bawah Langit, yang mengusung konsep ekowisata dengan mengedepankan kopi sangit sebagai produk unggulan daerah. Kopi ini diproses dengan teknik sangrai khas menggunakan alat tradisional yang menghasilkan aroma khas berasap (*smoky*) dan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Teknik tersebut memiliki kemiripan dengan proses pengolahan kopi lokal inovatif seperti yang dikembangkan di Mojokerto (Fakhrudin & Roidah, 2022), yang menonjolkan karakter unik dan nilai tambah pada produk berbasis kearifan lokal. Lebih lanjut, kampung wisata ini menawarkan pengalaman edukatif berupa keterlibatan wisatawan dalam setiap tahapan pengolahan kopi, mulai dari pembibitan, pemetikan, hingga penyajian, yang memperkaya nilai pengalaman wisata (Prayogi & Wulandari, 2020). Namun, dalam pelaksanaannya masih terdapat sejumlah kendala, terutama terkait inovasi produk dan kemampuan promosi secara digital. Sebagian besar warga yang berlatar belakang sebagai nelayan belum memiliki literasi digital yang memadai untuk melakukan pemasaran produk melalui platform daring (Putra & Maharani, 2021).

Di sisi lain, variasi produk kopi yang ditawarkan masih terbatas dan desain kemasan belum menarik secara visual, sehingga tidak mampu bersaing dengan produk sejenis di pasar digital. Padahal, menurut temuan Azizah dan Raharjo (2022), inovasi dalam desain kemasan dan strategi promosi melalui media sosial sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk kopi lokal. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan berbasis penguatan kapasitas masyarakat dalam inovasi produk serta pemasaran digital untuk memperluas pasar kopi sangit, baik di ranah lokal maupun internasional.

Permasalahan Mitra

Observasi awal yang dilakukan oleh tim pengabdian dari Program Studi Perhotelan Politeknik Bintan Cakrawala menunjukkan bahwa pelaku usaha dan komunitas di Kampung Wisata Kopi Sangit Bawah Langit telah memiliki inisiatif dalam mengembangkan olahan minuman berbasis kopi. Namun demikian, inovasi yang dilakukan masih terbatas, terutama pada aspek pengolahan rasa dan cara penyajian yang belum sepenuhnya mencerminkan kekhasan lokal.

Selain itu, metode promosi produk masih bersifat tradisional dan belum secara maksimal memanfaatkan platform digital. Beberapa persoalan utama yang diidentifikasi antara lain kurangnya pemahaman pelaku usaha terhadap teknik promosi digital yang efektif, keterbatasan pengetahuan mengenai strategi *branding* untuk produk minuman inovatif, serta ketiadaan media visual promosi yang menarik guna menjangkau pasar wisata yang lebih luas.

Kondisi tersebut menjadi penghambat bagi peningkatan visibilitas dan daya saing produk kopi lokal di tengah persaingan industri minuman yang kian ketat. Oleh karena itu, dibutuhkan intervensi berupa pelatihan yang terstruktur untuk meningkatkan kapasitas mitra dalam hal inovasi produk dan promosi digital sebagai solusi terhadap permasalahan yang dihadapi.

Solusi dan Target Luaran

Solusi Permasalahan

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra, tim pelaksana merancang program pelatihan terpadu yang mencakup aspek strategi promosi digital, teknik branding produk inovatif, serta penyusunan media promosi visual. Beberapa solusi yang diterapkan antara lain: Pelatihan pembuatan konten promosi berbasis media sosial (*Facebook*, *Instagram*, dan *TikTok*); Workshop *branding* dan *storytelling* produk inovasi minuman kopi. Pemilihan solusi ini disesuaikan dengan kebutuhan mitra yang belum familiar dengan strategi promosi visual, serta tingginya potensi media sosial sebagai sarana promosi efektif di era digital.

Luaran dan Target Capaian

Adapun target luaran yang ingin dicapai pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi : meningkatnya pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam strategi promosi produk; tersusunnya materi promosi visual berupa foto produk dan video singkat untuk media sosial.

Metode

Sebagaimana telah diidentifikasi sebelumnya, mitra kegiatan menghadapi kendala dalam hal pengembangan inovasi produk dan strategi promosi, khususnya dalam pengolahan minuman berbahan dasar kopi serta pemanfaatan media digital. Minimnya pemahaman tentang variasi olahan kopi dan keterbatasan literasi digital di kalangan pelaku UMKM menjadi tantangan utama dalam pengembangan potensi lokal. Oleh karena itu, tim pengusul bersama mitra sepakat menyelenggarakan kegiatan Pelatihan Inovasi Minuman Berbahan Dasar Kopi dan Strategi Promosi Produk di Kampung Wisata Kopi Sangit Bawah Langit, Kabupaten Bintan.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dan anggota komunitas kampung wisata dalam menciptakan produk minuman kopi inovatif serta memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi yang efektif. Pelatihan ini juga diharapkan dapat mendorong pemanfaatan hasil bumi lokal, khususnya kopi sangit, sebagai produk unggulan daerah yang memiliki nilai ekonomi dan daya tarik wisata. Dalam konteks pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, peningkatan kapasitas masyarakat melalui proses pembelajaran yang aplikatif merupakan salah satu strategi penting dalam mengoptimalkan potensi lokal dan memperkuat keberlanjutan destinasi (Hermawan, 2018).

Program pengabdian ini dilaksanakan secara langsung di Kampung Wisata Kopi Sangit Bawah Langit (KSBL), yang berlokasi di Kampung Bangun Rejo RT 003 RW 002, Kelurahan Kota Baru, Kecamatan Teluk Sebong, Kabupaten Bintan, Provinsi Kepulauan Riau. Kawasan ini merupakan salah satu kampung wisata rintisan yang mengusung konsep *community-based tourism* dengan fokus pada pengembangan produk kopi sangit sebagai daya tarik utama.

Pendekatan pelatihan yang digunakan dalam program kemitraan ini adalah pendekatan partisipatif dan praktik langsung (*experiential learning*) yang menekankan keterlibatan aktif peserta. Pendekatan partisipatif memungkinkan peserta tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga terlibat dalam proses identifikasi kebutuhan, pembelajaran, praktik, dan evaluasi kegiatan. Pendekatan semacam ini sejalan dengan prinsip penelitian dan pengembangan berbasis konteks lapangan yang menempatkan pengalaman, interaksi, serta keterlibatan subjek sebagai bagian penting dalam proses memperoleh dan mengembangkan pengetahuan (Creswell & Creswell, 2018).

Kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu pemaparan materi secara interaktif, demonstrasi pembuatan inovasi minuman berbahan dasar kopi sangit, dan praktik langsung oleh peserta. Materi yang disampaikan meliputi: (1) pengenalan kopi sangit sebagai produk unggulan lokal; (2) resep inovasi minuman kopi seperti mocktail kopi sereh, es kopi pandan, dan sirup kopi herbal; serta (3) teknik pengolahan dan penyajian produk minuman kopi yang kreatif dan menarik secara visual.

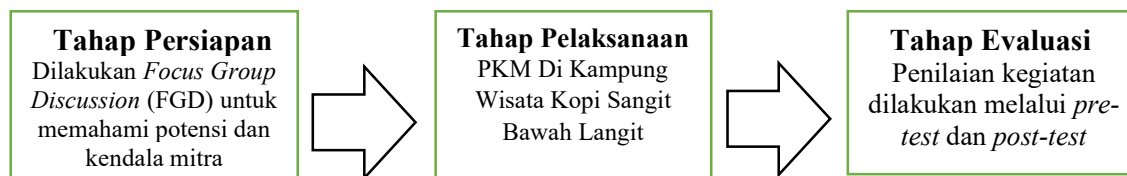
Selanjutnya, peserta dilibatkan dalam praktik langsung pembuatan inovasi minuman, mulai dari penyiapan bahan, proses pengolahan, hingga teknik penyajian produk. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pengalaman nyata yang dapat diaplikasikan secara mandiri oleh peserta setelah pelatihan. Model pembelajaran melalui praktik langsung dipilih karena memberikan kesempatan kepada peserta

untuk menghubungkan pengetahuan konseptual dengan pengalaman aplikatif. Dengan demikian, proses pelatihan diharapkan dapat menghasilkan peningkatan tidak hanya pada aspek pengetahuan, tetapi juga pada keterampilan peserta.

Selain itu, peserta juga mendapatkan materi tentang strategi promosi digital, seperti cara membuat konten visual menggunakan smartphone, penyusunan narasi promosi yang persuasif, hingga teknik mengunggah konten di media sosial seperti Instagram dan TikTok. Materi disampaikan secara interaktif dengan menyesuaikan tingkat pemahaman dan kebutuhan peserta sehingga proses pembelajaran dapat berlangsung secara kontekstual dan aplikatif.

Pelatihan ini juga didukung oleh sesi diskusi dan tanya jawab untuk memperdalam pemahaman peserta, serta sesi evaluasi melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Penggunaan pengukuran sebelum dan sesudah kegiatan memungkinkan tim pengabdian membandingkan perubahan tingkat pemahaman peserta setelah mengikuti program. Evaluasi tersebut merupakan bagian penting dalam menilai efektivitas suatu intervensi atau program berdasarkan perubahan yang terjadi pada peserta setelah memperoleh perlakuan atau pelatihan (Sugiyono, 2019).

Metode ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kapasitas peserta dari sisi teknis, tetapi juga membangun kepercayaan diri dalam mengembangkan produk lokal berbasis potensi desa wisata. Melalui integrasi antara pelatihan inovasi produk, praktik langsung, dan penguatan strategi promosi digital, kegiatan ini diharapkan dapat mendukung peningkatan daya saing produk kopi sangit sekaligus memperkuat posisi Kampung Wisata Kopi Sangit Bawah Langit sebagai destinasi wisata berbasis potensi lokal dan pemberdayaan masyarakat. Adapun metode pelaksanaan kegiatan dan kemitraan masyarakat ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Metode pelaksanaan

Kegiatan pelatihan dilaksanakan melalui tiga tahapan. Tahap pertama adalah persiapan, dimulai dengan Focus Group Discussion (FGD) bersama pengelola Kampung Wisata Kopi Sangit Bawah Langit, Ibu Layla, untuk memahami potensi dan kendala yang ada. Kegiatan dilanjutkan dengan observasi lapangan dan penyusunan modul pelatihan sesuai kebutuhan mitra. Tahap kedua adalah pelaksanaan, yang dilakukan selama dua hari di lokasi kampung wisata dengan metode ceramah, diskusi, praktik langsung, dan pelatihan promosi digital. Pada kegiatan ini, peserta didampingi oleh tim pengabdian dan dua orang mahasiswa. Tahap ketiga adalah evaluasi, yang dilakukan melalui pre-test dan post-test, serta penilaian kepuasan peserta terhadap materi dan metode pelatihan. Dalam kegiatan ini didampingi oleh 2 mahasiswa program studi pengelolaan perhotelan.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pelatihan yang dilaksanakan menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam aspek pengetahuan dan keterampilan peserta, terutama dalam pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi produk kopi lokal. Berdasarkan hasil evaluasi *pre-test* dan *post-test*, tercatat adanya peningkatan pemahaman peserta sebesar 65% terhadap materi pemasaran digital. Temuan ini mengindikasikan bahwa materi serta pendekatan pelatihan yang digunakan telah efektif menjawab kebutuhan peserta, yang mayoritas merupakan pelaku UMKM serta anggota komunitas Kampung Wisata Kopi.



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan PKM

Salah satu pencapaian strategis dari kegiatan ini adalah terciptanya inovasi produk turunan dari kopi sangit. Beberapa inovasi yang berhasil dikembangkan antara lain sirup kopi sangit dengan tambahan rasa herbal dan buah tropis lokal, serta minuman dingin berbahan dasar kopi seperti mocktail kopi sereh dan es kopi pandan. Inovasi ini tidak hanya memperkaya variasi produk, tetapi juga memperluas segmentasi pasar dari kopi lokal, menjadikannya tidak sekadar sebagai minuman seduh tradisional, melainkan sebagai bagian dari atraksi kuliner khas daerah yang memiliki nilai jual tinggi. Diversifikasi produk berbahan dasar kopi lokal berperan dalam memperluas segmen pasar dan meningkatkan nilai tambah ekonomi produk, sekaligus mendukung sektor pariwisata berbasis komunitas (Amelia & Hartatri, 2021).

Gambar 3. Hasil olahan produk minuman berbahan dasar *coffee*

Dalam aspek pemasaran, kegiatan ini memberikan pelatihan intensif tentang strategi promosi digital berbasis media sosial. Peserta dilatih menggunakan ponsel pintar untuk membuat konten visual yang menarik, menyusun narasi promosi yang persuasif, serta memahami strategi penjadwalan unggahan yang efektif untuk platform seperti Instagram dan TikTok. Pemanfaatan media sosial secara strategis, seperti Instagram dan WhatsApp Business, mampu memperluas jangkauan pasar UMKM secara signifikan dan meningkatkan interaksi dengan konsumen secara langsung (Putri & Yudhistira, 2020).

Dari sisi pendidikan, keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan ini memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan kompetensi praktis mereka. Mahasiswa memperoleh pengalaman langsung dalam menerapkan konsep pemasaran digital dan kewirausahaan sosial di lapangan. Pendekatan ini mencerminkan model pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*). Keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan berbasis masyarakat terbukti meningkatkan kompetensi praktis, kolaborasi lintas sektor, dan pemahaman mereka terhadap kebutuhan lapangan di industri pariwisata dan *hospitality* (Helbert & Ariawan, 2021).

Kesuksesan kegiatan ini juga didukung oleh partisipasi aktif komunitas kampung wisata dan dukungan dari tokoh masyarakat serta pengelola destinasi. Keterlibatan berbagai pihak secara langsung memperkuat relevansi program sekaligus meningkatkan rasa kepemilikan terhadap produk dan strategi yang dikembangkan. Hal ini mendukung prinsip dasar *community-based tourism* yang menekankan kolaborasi dan keberlanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa sinergi antara institusi pendidikan, mahasiswa, dan masyarakat dapat memberikan dampak nyata dalam pemberdayaan ekonomi lokal. Selain itu, kegiatan ini juga mendukung strategi pengembangan destinasi berbasis komunitas yang inklusif dan adaptif terhadap era digital. Pengembangan destinasi wisata berbasis komunitas memerlukan integrasi antara transformasi digital dan pemanfaatan kearifan lokal untuk menciptakan daya tarik wisata yang berkelanjutan dan kompetitif (Reswara et al., 2023).

Simpulan

Kegiatan pelatihan strategi promosi produk inovasi minuman kopi di Kampung Wisata Kopi Sangit Bawah Langit berhasil meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola dan memasarkan produk kopi lokal secara lebih profesional. Penggunaan strategi promosi berbasis media digital terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya saing produk kopi lokal di tingkat regional maupun nasional. Selain itu, pelatihan ini juga mendorong inovasi produk minuman berbahan dasar kopi dengan pengembangan varian rasa dan kemasan yang lebih menarik, sehingga meningkatkan nilai jual produk.

Disarankan agar kegiatan pelatihan ini dilanjutkan dengan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan implementasi strategi yang konsisten dan berkesinambungan. Pengembangan kerja sama dengan pelaku industri pariwisata, komunitas, dan pelaku bisnis lain sangat penting untuk memperluas jaringan distribusi dan meningkatkan eksposur produk kopi lokal. Penyusunan roadmap pengembangan produk minuman berbasis kopi juga menjadi langkah strategis untuk menguatkan branding destinasi wisata kopi di Kabupaten Bintan dan mendukung pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal.

Lebih lanjut, peningkatan kapasitas masyarakat dalam literasi digital dan pemasaran daring perlu terus diperkuat untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan tren pasar. Pelibatan mahasiswa dan akademisi sebagai mitra dalam program pelatihan juga memberikan nilai tambah melalui transfer ilmu pengetahuan dan teknologi yang relevan. Dengan demikian, pengembangan produk inovatif dan promosi digital dapat menjadi pilar utama dalam membangun destinasi wisata yang berkelanjutan dan berdaya saing di era digital.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih terutama disampaikan kepada Pimpinan dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Politeknik Bintan Cakrawala yang telah mendanai pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Penghargaan dan terima kasih juga disampaikan kepada pihak mitra Kampung Wisata Kopi Sangit Bawah Langit, para pelaku UMKM, serta anggota komunitas kampung wisata yang telah memberikan izin, dukungan, dan fasilitas selama kegiatan berlangsung. Selain itu, terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu, sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar.

Referensi

- Azizah, N., & Raharjo, W. (2022). Penggunaan marketplace dalam pemasaran produk UMKM pariwisata. *Jurnal Pemasaran Digital*, 5(1), 45–55.
- Amelia, A. R., & Hartatri, R. (2021). Pengembangan UMKM kopi Arabika di desa Tlahap: Analisis nilai dan strategi pasar. *JEPA – Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 9(1), 233–249.

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bintan. (2023). *Statistik Pariwisata Kabupaten Bintan 2023*. BPS Kabupaten Bintan. <https://bintankab.bps.go.id>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Fakhrudin, A. A., & Roidah, I. S. (2022). Inovasi produk olahan kopi dengan cita rasa buah-buahan pada LMDH Watu. *Jurnal Agroindustri Kreatif*, 7(2), 89–96.
- Helbert, T., & Ariawan, N. (2021). Transformasi besar dalam pemasaran melalui media sosial (studi: UMKM kopi Indonesia). *Jurnal Integrasi Komunikasi dan Media*, 4(2), 127–136.
- Hermawan, H. (2018). *Metodologi riset kuantitatif: Riset bidang kepariwisataan*. Manggu Makmur Tanjung Lestari.
- Putri, M., & Yudhistira, D. (2020). Optimalisasi strategi digital marketing melalui Instagram dan WhatsApp Business pada UMKM kopi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 396–400.
- Prayogi, D., & Wulandari, A. (2020). Wisata edukasi dan partisipasi wisatawan dalam proses produksi kopi. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 12(3), 74–83.
- Putra, A., & Maharani, D. (2021). Tantangan literasi digital pelaku usaha mikro di desa wisata. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(2), 51–59.
- Reswara, F. N., Putri, I. G. A. A., Fitrianto, A., & Nugroho, D. S. (2023). Penyusunan strategi social media marketing pada Kedai Libong Coffee. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(2), 789–798
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani, N., & Nugroho, S. (2020). Pengembangan pariwisata berbasis komunitas di era digital. *Jurnal Sosial Pariwisata*, 6(2), 98–107.