La Escula Abdiku: Jurnal Pengabdian Pendidikan
Vol. 1, No. 2 Oktober 2026. pp. 61-75
E-ISSN: In Progress
DOI**: https://doi.org/10.**

Pemberdayaan Pemuda Desa Jadimulya Dalam Pengembangan Warung Kopi Tradisional Sebagai Upaya Meningkatkan Kemandirian Ekonomi

Elly Lestari [1], Nakhma'ussolikhah [2], Muhammadun [3], Ana Sahroni [4], Muhammad Nurjati [5], Muhammad [6] Risna Munandar [7], Dea Safitri [8], Farhan Rizky Ramandhan [9], Mochammad Yuda Adipradana [10]
[1 2 3 4 5 6 7 8 9 10] Universitas Islam Bunga Bangsa, Cirebon
e-mail, ellylstariii2001@gmail.com, shellynakhma@gmail.com, muhammadunabdillah77@gmail.com, annasyahroni6@gmail.com, Muhammadnurjati98@gmail.com, risnamunandar12@gmail.com, dea03742@gmail.com, farhanrizkyramadhan112@gmail.com, Ydsy131022@gmail.com

Received: 11 september	Revised: 20 September	Accepted: 21 September	Online: 4 Oktober

ABSTRACT. This Community Service Programme aims to analyse efforts to strengthen the role of young people in Jadimulya Village through the development of traditional coffee shops as a means of enhancing economic independence. The research employs a qualitative method with a descriptive approach. Data were obtained through interviews with coffee shop managers and a review of the literature on youth empowerment, business development and digital marketing. The research findings indicate that the young people of Jadimulya Village are directly involved in the management of the coffee shops, ranging from customer service and product provision to financial management and promotional activities. Business development is achieved through menu innovation, improvements in product and service quality, the creation of a comfortable atmosphere, and the use of social media such as WhatsApp and Instagram as marketing tools. However, in running their businesses, the young people still face various challenges, including limited capital, sub-optimal business management skills, competition from similar businesses, and limited marketing strategies. Nevertheless, the existence of these coffee shops provides an opportunity to earn additional income whilst enhancing the young people's entrepreneurial experience and skills. Coffee shops also serve as spaces for social interaction and economic activity that foster self-confidence, decision-making skills, and the utilisation of local potential. Thus, the development of traditional coffee shops can serve as a youth empowerment strategy to support the economic self-reliance of Jadimulya Village.

Keyword: youth empowerment; traditional coffee shops; business development; economic independence; digital marketing.

Abstrak. *PkM ini bertujuan menganalisis upaya memperkuat peran pemuda Desa Jadimulya melalui pengembangan warung kopi tradisional sebagai sarana meningkatkan kemandirian ekonomi. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara dengan pengelola warung kopi serta studi literatur terkait pemberdayaan pemuda, pengembangan usaha, dan pemasaran digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemuda Desa Jadimulya terlibat langsung dalam pengelolaan warung kopi, mulai dari pelayanan pelanggan, penyediaan produk, pengelolaan keuangan, hingga kegiatan promosi. Pengembangan usaha dilakukan melalui inovasi menu, peningkatan kualitas produk dan pelayanan, penciptaan suasana yang nyaman, serta pemanfaatan media sosial, seperti WhatsApp dan Instagram, sebagai sarana pemasaran. Namun, dalam menjalankan usaha, pemuda masih menghadapi berbagai kendala, antara lain keterbatasan modal, kemampuan manajemen usaha yang belum optimal, persaingan dengan usaha sejenis, serta strategi pemasaran yang masih terbatas. Meskipun demikian, keberadaan*

warung kopi memberikan peluang memperoleh pendapatan tambahan sekaligus meningkatkan pengalaman dan keterampilan kewirausahaan pemuda. Warung kopi juga berfungsi sebagai ruang interaksi sosial dan kegiatan ekonomi yang mendorong kepercayaan diri, kemampuan mengambil keputusan, serta pemanfaatan potensi lokal. Dengan demikian, pengembangan warung kopi tradisional dapat menjadi strategi pemberdayaan pemuda untuk mendukung kemandirian ekonomi Desa Jadimulya.

Kata Kunci: *pemberdayaan pemuda; warung kopi tradisional; pengembangan usaha; kemandirian ekonomi; pemasaran digital.*

This is an open-access article under the CC BY-SA license

Copyright: © 2026 by the authors.
Licensee El Maarif Cendikia Nusantara, Indonesia. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-ShareAlike (CC BY-SA) license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

Corresponding Author:
Ana Sahroni, Universitas Islam Bunga Bangsa, Cirebon; annasyahroni6@gmail.com

Pendahuluan

Pembangunan ekonomi di desa tidak hanya bergantung pada pemanfaatan sumber daya alam, tetapi juga memerlukan partisipasi masyarakat sebagai penggerak kegiatan ekonomi. Masyarakat desa memiliki potensi sosial, budaya, sumber daya manusia, serta berbagai jenis usaha yang dapat dikembangkan untuk mendukung kesejahteraan dan kemandirian ekonomi (Halil, 2022). Oleh karena itu, penguatan peran masyarakat menjadi bagian penting dalam mendorong kemampuan untuk mengenali, mengembangkan, dan memanfaatkan potensi yang dimiliki secara mandiri. Pengembangan usaha berbasis potensi lokal dapat menjadi salah satu pendekatan untuk mendukung kemandirian ekonomi masyarakat desa (Sujianto dkk., 2024).

Dalam konteks tersebut, pemuda merupakan salah satu kelompok yang memiliki peran strategis dalam pengembangan ekonomi desa. Pemuda memiliki potensi dalam kreativitas, inovasi, kemampuan beradaptasi, serta pemanfaatan teknologi (Rahmadani & Novita, 2025). Pemberdayaan pemuda melalui kegiatan kewirausahaan dapat mendorong kemampuan dalam mengenali peluang usaha, mengelola kegiatan bisnis, melakukan inovasi, dan mengembangkan sumber penghasilan. Rahmawati menjelaskan bahwa pelatihan kewirausahaan berbasis potensi lokal dapat meningkatkan pemahaman pemuda mengenai perencanaan usaha, penciptaan produk inovatif, dan pemasaran melalui media digital (Rahmawati dkk., 2025).

Salah satu bentuk usaha yang dapat dikembangkan oleh pemuda di desa adalah warung kopi tradisional. Warung kopi tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk menikmati minuman, tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial sekaligus bagian dari aktivitas ekonomi masyarakat. Perkembangan bisnis kopi menunjukkan adanya peluang usaha yang dapat dimanfaatkan oleh generasi muda. Bisnis kopi dapat dikembangkan sebagai kegiatan kewirausahaan dengan

menyesuaikan produk dan pengelolaannya terhadap kebutuhan pasar (Nugroho & Febrianto, 2021).

Meskipun memiliki kedekatan dengan masyarakat dan karakter pengelolaan yang relatif sederhana, warung kopi tradisional masih menghadapi sejumlah kendala dalam pengembangannya. Kendala tersebut antara lain keterbatasan inovasi, pemasaran yang belum optimal, dan pengelolaan usaha yang belum memadai. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan warung kopi tidak cukup hanya mempertahankan pola usaha yang telah berjalan, tetapi juga memerlukan penyesuaian terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen (Susilowati dkk., 2024). Penelitian mengenai digitalisasi warung di Indonesia menunjukkan adanya kebutuhan pengembangan dan penerapan teknologi untuk meningkatkan kemampuan bisnis usaha tersebut (Paradizsa & Rahayu, 2022).

Perkembangan teknologi memberikan peluang bagi pemuda Desa Jadimulya untuk mengembangkan pengelolaan warung kopi tradisional tanpa menghilangkan karakter lokalnya. Media sosial dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan produk, menarik konsumen, dan membangun citra usaha. Selain itu, teknologi pembayaran digital dan sistem pencatatan keuangan dapat mendukung pengelolaan usaha agar lebih efisien. Ananda menunjukkan bahwa kemampuan dan pola pikir terhadap teknologi berhubungan dengan kemampuan pelaku usaha dalam mempelajari dan menerapkan teknologi dalam pengelolaan warung (Ananda dkk., 2023).

Selain sebagai kegiatan usaha, warung kopi juga memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai ruang ekonomi berbasis masyarakat. Pengembangan kedai kopi berbasis komunitas menunjukkan bahwa usaha kopi dapat menjadi pusat kegiatan ekonomi yang menghubungkan masyarakat dengan berbagai pihak, seperti pemerintah, lembaga pendidikan, komunitas, dan pelaku usaha lainnya. Kolaborasi tersebut dapat memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat sekitar (Saputro dkk., 2026).

Berdasarkan kondisi tersebut, pengembangan warung kopi tradisional melalui pemberdayaan pemuda di Desa Jadimulya menjadi relevan untuk dilakukan. Pengembangan usaha tidak hanya diarahkan pada peningkatan pendapatan, tetapi juga pada penguatan keterampilan pemuda dalam mengelola usaha, menciptakan inovasi produk, memanfaatkan teknologi, memperluas pemasaran, dan mengambil keputusan secara mandiri. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diarahkan untuk memperkuat peran pemuda Desa Jadimulya dalam pengembangan warung kopi tradisional sekaligus mendukung kemandirian ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan potensi ekonomi lokal.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Jadimulya, Kecamatan Gunungjati, Kabupaten Cirebon, Provinsi Jawa Barat, sebagai bagian dari program Kuliah Pengabdian kepada Masyarakat (KPM) Kelompok KPM Sepakat Jadimulya 2026. Kegiatan berlangsung pada 20 Juli–30 Agustus 2026. Sasaran kegiatan adalah pemuda Desa Jadimulya, khususnya yang memiliki minat terhadap kewirausahaan, serta masyarakat, pelaku dan calon pelaku usaha warung kopi. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dengan melibatkan masyarakat secara aktif dalam mengidentifikasi kondisi, potensi, kebutuhan, dan permasalahan serta dalam penerapan gagasan pengembangan usaha. Pendekatan ini digunakan agar masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi turut berperan dalam proses perencanaan dan pelaksanaan kegiatan.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu observasi awal, identifikasi potensi dan permasalahan, koordinasi dengan masyarakat, sosialisasi kewirausahaan, pendampingan pengembangan warung kopi, dan evaluasi. Observasi dan identifikasi dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi sosial, aktivitas pemuda, potensi ekonomi, aktivitas usaha, peluang pengembangan warung kopi, serta pemanfaatan teknologi dan media digital. Hasil identifikasi menjadi dasar koordinasi dengan masyarakat dan penentuan kebutuhan kegiatan. Sosialisasi kewirausahaan kemudian diberikan melalui materi mengenai peluang usaha, kreativitas dan inovasi, pelayanan konsumen, pengelolaan usaha sederhana, pengembangan produk, serta pemanfaatan media digital untuk promosi. Tahap pendampingan diarahkan pada pengembangan konsep usaha, kebersihan dan kenyamanan tempat, variasi produk, kualitas pelayanan, identitas usaha, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi.

Evaluasi dilakukan melalui pengamatan terhadap keterlibatan masyarakat dan pemuda, pemahaman terhadap materi kewirausahaan, respons selama pendampingan, serta kemampuan menerapkan gagasan pengembangan usaha. Evaluasi juga digunakan untuk mengidentifikasi kendala dan kebutuhan tindak lanjut dalam pengembangan warung kopi dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Rangkaian tahapan kegiatan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

No.	Tahapan	Bentuk Kegiatan	Tujuan
1	Observasi	Pengamatan kondisi masyarakat	Mengenali kondisi dan potensi desa
2	Identifikasi	Pemetaan potensi dan permasalahan	Menentukan fokus kegiatan

No.	Tahapan	Bentuk Kegiatan	Tujuan
3	Koordinasi	Diskusi dengan masyarakat	Menyesuaikan program dengan kebutuhan
4	Sosialisasi	Penyampaian materi kewirausahaan	Meningkatkan pemahaman peserta
5	Pendampingan	Pengembangan konsep warung kopi	Mendorong kreativitas usaha
6	Evaluasi	Diskusi dan refleksi	Menilai pelaksanaan kegiatan

Hasil

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan pelaksanaan pendampingan terhadap pemuda yang terlibat dalam pengembangan warung kopi tradisional di Desa Jadimulya, kegiatan menunjukkan adanya keterlibatan pemuda dalam pengelolaan usaha, pengembangan produk dan pelayanan, pencatatan keuangan, promosi, serta operasional warung. Kegiatan pendampingan diarahkan tidak hanya pada peningkatan aktivitas usaha, tetapi juga pada pengembangan pengalaman dan kemampuan pemuda dalam mengelola kegiatan ekonomi secara lebih mandiri.

Keterlibatan Pemuda dalam Pengembangan Warung Kopi Tradisional

Keterlibatan pemuda dalam pengembangan warung kopi dilakukan melalui partisipasi langsung pada berbagai aktivitas usaha, mulai dari pengelolaan warung, pelayanan konsumen, penyediaan produk, pencatatan keuangan, hingga kegiatan promosi. Keterlibatan tersebut memberikan pengalaman praktis kepada pemuda dalam memahami proses pengelolaan usaha sekaligus mendorong mereka untuk berperan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan keberlangsungan usaha.

Dalam kegiatan pendampingan, sebanyak 15 pemuda dibagi ke dalam lima kelompok kerja sesuai dengan bidang yang dibutuhkan dalam pengembangan Warkop 06. Pembagian tersebut bertujuan agar pendampingan berlangsung lebih terarah dan setiap peserta memiliki tanggung jawab yang jelas. Pembagian peran disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Pembagian Peran Pemuda Desa dalam Pendampingan Warkop 06

No.	Bidang Kerja	Jumlah Pemuda	Tanggung Jawab Utama
1	Penataan dan Sanitasi	4 orang	Menata tempat duduk, pencahayaan, dan menjaga kebersihan lingkungan Warkop 06.
2	Inovasi Produk	3 orang	Membantu mengembangkan variasi penyajian menu kopi dan makanan ringan tanpa menghilangkan cita rasa lokal.

No.	Bidang Kerja	Jumlah Pemuda	Tanggung Jawab Utama
3	Pencatatan Keuangan	3 orang	Mendampingi pengisian buku kas harian dan pemisahan dana operasional.
4	Promosi dan Digital	3 orang	Mengelola titik Google Maps Warkop 06 dan membuat konten dokumentasi promosi.
5	Pelayanan dan Operasional	2 orang	Memberikan masukan terkait kerapian dan keramahan dalam pelayanan konsumen.
Total		15 orang	

Pembagian tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan pemuda dilakukan melalui pembagian tugas yang sesuai dengan kebutuhan pengembangan usaha. Pemuda tidak hanya ditempatkan sebagai tenaga operasional, tetapi juga diberikan ruang untuk terlibat dalam aspek pengelolaan, inovasi, keuangan, promosi, dan pelayanan. Pola keterlibatan tersebut menjadi bagian penting dalam membangun pengalaman kewirausahaan karena peserta memperoleh kesempatan untuk belajar melalui praktik langsung.

Strategi Pengembangan Warung Kopi

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa pengembangan warung kopi dilakukan melalui beberapa strategi, yaitu inovasi menu, peningkatan kualitas produk, pelayanan yang ramah, penciptaan suasana yang nyaman, dan pemanfaatan media digital. Inovasi menu dilakukan dengan menambah variasi makanan dan minuman sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya tarik warung tanpa menghilangkan karakter produk lokal yang menjadi bagian dari identitas usaha.

Selain produk, aspek pelayanan dan kenyamanan juga menjadi perhatian dalam pengembangan usaha. Penataan tempat duduk, kebersihan lingkungan, pencahayaan, akses internet, dan fasilitas pendukung menjadi bagian yang diperhatikan untuk menciptakan suasana yang lebih nyaman bagi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan warung kopi tidak hanya berorientasi pada produk yang dijual, tetapi juga pada pengalaman konsumen selama berada di lokasi usaha.

Strategi promosi dilakukan dengan memanfaatkan media digital dan media sosial. Pemuda diarahkan untuk menggunakan media seperti WhatsApp dan Instagram untuk memperkenalkan produk dan menyampaikan informasi mengenai usaha. Selain itu, pengelolaan titik Google Maps Warkop 06 menjadi bagian dari kegiatan promosi digital. Pemanfaatan media tersebut memberikan

alternatif bagi pemuda untuk memperluas jangkauan informasi mengenai warung kopi kepada calon konsumen.

Kendala dalam Pengembangan Warung Kopi

Meskipun terdapat berbagai upaya pengembangan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemuda masih menghadapi beberapa kendala. Kendala utama meliputi keterbatasan modal, kemampuan pengelolaan usaha yang masih perlu ditingkatkan, persaingan dengan usaha sejenis, dan strategi pemasaran yang belum optimal. Keterbatasan modal dapat memengaruhi kemampuan pengelola dalam menambah fasilitas, melakukan perbaikan tempat, membeli peralatan, maupun mengembangkan variasi produk.

Kendala lainnya berkaitan dengan kemampuan pengelolaan usaha. Aspek pencatatan keuangan, pemasaran, pelayanan konsumen, dan perencanaan pengembangan usaha masih membutuhkan penguatan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan usaha tidak cukup dilakukan melalui penambahan produk atau fasilitas, tetapi membutuhkan kemampuan manajerial yang mendukung keberlanjutan usaha.

Persaingan dengan warung dan kedai kopi lainnya juga menjadi tantangan bagi pemuda. Kondisi tersebut menuntut adanya inovasi produk, peningkatan kualitas pelayanan, penciptaan suasana yang nyaman, dan strategi promosi yang lebih tepat sasaran. Dengan demikian, kendala yang ditemukan menjadi dasar bagi perlunya pendampingan yang berkelanjutan, khususnya dalam aspek pengelolaan usaha dan pemasaran.

Kontribusi Warung Kopi terhadap Pendapatan Pemuda

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pengembangan warung kopi memberikan peluang bagi pemuda untuk memperoleh penghasilan tambahan melalui aktivitas usaha. Pendapatan diperoleh dari keuntungan penjualan berbagai produk yang tersedia di warung kopi. Selain memberikan peluang ekonomi, keterlibatan dalam usaha juga memberikan pengalaman kepada pemuda dalam mengelola pemasukan dan pengeluaran.

Pengalaman tersebut menjadi bagian dari proses pembelajaran kewirausahaan. Pemuda tidak hanya belajar meningkatkan penjualan, tetapi juga memahami pentingnya pencatatan keuangan dan pengendalian pengeluaran agar kegiatan usaha dapat berlangsung secara berkelanjutan. Dengan pengelolaan usaha yang lebih baik dan meningkatnya jumlah konsumen, peluang memperoleh pendapatan juga semakin terbuka.

Namun demikian, berdasarkan data yang tersedia, belum terdapat pengukuran nominal pendapatan sebelum dan sesudah kegiatan pendampingan. Oleh karena itu, kontribusi warung kopi terhadap pendapatan dalam kegiatan ini lebih tepat dipaparkan sebagai peluang dan manfaat ekonomi bagi pemuda, bukan sebagai peningkatan pendapatan yang telah terukur secara kuantitatif.

Warung Kopi sebagai Upaya Mendorong Kemandirian Ekonomi Pemuda

Keterlibatan pemuda dalam pengembangan warung kopi menunjukkan bahwa kegiatan usaha dapat menjadi salah satu ruang pemberdayaan ekonomi di tingkat desa. Melalui keterlibatan langsung, pemuda memperoleh pengalaman dalam mengelola usaha, mengambil keputusan, melakukan inovasi, memberikan pelayanan, mengelola keuangan, dan memanfaatkan media digital untuk promosi. Pengalaman tersebut dapat menjadi modal sosial dan keterampilan bagi pengembangan aktivitas ekonomi pemuda.

Kemandirian ekonomi dalam konteks kegiatan ini tidak hanya dipahami berdasarkan kemampuan memperoleh penghasilan, tetapi juga berdasarkan kemampuan pemuda untuk terlibat dalam pengelolaan usaha dan menghadapi berbagai persoalan yang muncul. Pembagian tugas dalam lima bidang kerja memperlihatkan adanya proses pembelajaran dan tanggung jawab yang lebih terstruktur dalam pengembangan Warkop 06.

Dengan demikian, kegiatan pendampingan menunjukkan bahwa pengembangan warung kopi tradisional dapat menjadi salah satu alternatif pemberdayaan pemuda melalui kegiatan ekonomi produktif. Akan tetapi, keberlanjutan hasil kegiatan tetap memerlukan penguatan pada aspek permodalan, manajemen usaha, inovasi produk, pencatatan keuangan, pelayanan, dan pemasaran digital. Temuan tersebut sekaligus menjadi dasar bahwa pendampingan tidak berhenti pada pelaksanaan kegiatan, tetapi perlu diarahkan pada kemampuan pemuda untuk mengelola dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

Pembahasan

Pemberdayaan Pemuda melalui Keterlibatan dalam Kegiatan Usaha

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemberdayaan pemuda di Desa Jadimulya dilakukan melalui keterlibatan langsung dalam pengelolaan warung kopi. Pemuda tidak hanya berperan sebagai pelaksana pekerjaan operasional, tetapi juga terlibat dalam pelayanan konsumen, pencatatan keuangan, inovasi produk, promosi, penataan tempat, dan pengambilan keputusan sederhana terkait pengembangan usaha. Pembagian 15 pemuda ke dalam lima bidang kerja memperlihatkan bahwa proses pemberdayaan diarahkan pada pembentukan tanggung jawab dan pengalaman kewirausahaan yang lebih terstruktur. Dengan demikian, warung kopi menjadi ruang praktik bagi pemuda untuk mengembangkan keterampilan ekonomi sekaligus keterampilan sosial.

Temuan tersebut sejalan dengan (Septriani dkk., 2025) yang menunjukkan bahwa pengembangan kewirausahaan berbasis potensi lokal dapat digunakan untuk memperkuat kapasitas dan kemandirian ekonomi pemuda desa. Program tersebut menggunakan identifikasi potensi, pelatihan berbasis praktik, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi sebagai rangkaian pemberdayaan. Dalam konteks Desa Jadimulya, proses pemberdayaan berlangsung melalui

pengalaman langsung dalam menjalankan usaha yang telah dekat dengan kehidupan masyarakat. Artinya, pemberdayaan tidak harus selalu dimulai dari pembentukan usaha baru, tetapi dapat dilakukan dengan memperkuat kapasitas pemuda melalui usaha lokal yang telah tersedia.

Keterlibatan langsung tersebut juga memiliki implikasi terhadap pembentukan kemandirian. Pemuda memperoleh pengalaman dalam mengelola sumber daya, berinteraksi dengan konsumen, mengatur pemasukan dan pengeluaran, serta menghadapi persoalan usaha (Fajriah, 2025). Oleh karena itu, keberhasilan pemberdayaan dalam konteks ini tidak hanya dilihat dari kemampuan menghasilkan pendapatan, tetapi juga dari bertambahnya kemampuan pemuda untuk mengambil peran dan keputusan dalam kegiatan ekonomi.

Pengembangan Usaha melalui Inovasi Produk, Pelayanan, dan Pengalaman Konsumen

Strategi pengembangan Warkop 06 menunjukkan adanya upaya untuk menyesuaikan usaha dengan kebutuhan konsumen melalui inovasi menu, peningkatan kualitas produk, pelayanan yang lebih ramah, serta penciptaan lingkungan yang nyaman. Temuan ini menunjukkan bahwa pemuda mulai memahami bahwa daya tarik warung kopi tidak hanya ditentukan oleh produk yang dijual, tetapi juga oleh kualitas pelayanan dan pengalaman konsumen selama berada di tempat usaha.

Temuan tersebut relevan dengan penelitian (Yuningsih dkk., 2026) mengenai transformasi digital warung di Indonesia. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa growth mindset pemilik usaha berperan dalam penyelesaian masalah, efisiensi operasional, dan peningkatan keuntungan. Penelitian tersebut juga menemukan bahwa kesiapan terhadap teknologi membantu pemilik warung beradaptasi dengan perubahan usaha. Dalam konteks Warkop 06, pola adaptasi tersebut terlihat melalui upaya melakukan inovasi menu, memperbaiki kenyamanan tempat, memperhatikan pelayanan, dan mulai menggunakan teknologi digital dalam promosi.

Dengan demikian, inovasi dalam usaha tidak selalu harus berbentuk perubahan besar. Bagi usaha mikro berbasis masyarakat, inovasi dapat dimulai dari perubahan sederhana yang sesuai dengan kemampuan pengelola, seperti penambahan variasi menu, penataan tempat, peningkatan kebersihan, dan perbaikan pelayanan. Pendekatan tersebut lebih realistis karena mempertimbangkan keterbatasan sumber daya yang dimiliki pemuda dan karakteristik usaha lokal.

Pemanfaatan Media Digital sebagai Strategi Pemasaran

Salah satu perkembangan yang ditemukan dalam kegiatan ini adalah mulai digunakannya media digital untuk mendukung promosi Warkop 06. Pemuda memanfaatkan WhatsApp dan Instagram untuk memperkenalkan produk dan menyampaikan informasi kepada calon konsumen. Selain itu, pengelolaan titik Google Maps menjadi bagian dari upaya memperluas keterjangkauan informasi mengenai lokasi usaha. Pemanfaatan media tersebut menunjukkan adanya pergeseran

dari pola promosi yang hanya mengandalkan komunikasi langsung menuju promosi yang memanfaatkan saluran digital.

Pemanfaatan teknologi digital relevan dengan temuan (Hwihanus dkk., 2026) bahwa kemampuan beradaptasi dengan teknologi merupakan salah satu faktor yang mendukung transformasi usaha warung tradisional. Pemilik usaha dengan technology mindset yang lebih baik cenderung lebih mampu mempelajari dan mengadaptasi teknologi dalam kegiatan usaha. Oleh karena itu, penggunaan media digital oleh pemuda Desa Jadimulya bukan sekadar kegiatan promosi, tetapi juga merupakan bagian dari proses pengembangan kapasitas kewirausahaan mereka.

Temuan ini juga memiliki kesesuaian dengan kegiatan pemberdayaan KUB Kopi Boy di Jepara. Budijanto dkk., (2025) mengembangkan inovasi produk, manajemen keuangan, dan pemasaran digital sebagai bagian dari pemberdayaan kelompok usaha kopi yang dikelola pemuda. Program tersebut menunjukkan bahwa penguatan inovasi produk dan pemasaran digital dapat berjalan bersamaan dengan peningkatan kapasitas manajerial dan kemandirian usaha. Desa Jadimulya, pemanfaatan media digital masih berada pada tahap penguatan sehingga perlu dikembangkan secara konsisten melalui pembuatan konten, informasi menu, dokumentasi kegiatan, dan komunikasi dengan konsumen.

Kendala dan Kebutuhan Penguatan Kapasitas Usaha

Meskipun terdapat perkembangan dalam pengelolaan usaha, kegiatan menunjukkan bahwa pemuda masih menghadapi beberapa kendala, terutama keterbatasan modal, kemampuan manajemen usaha, persaingan, dan pemasaran. Kendala tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan pemuda melalui usaha warung kopi membutuhkan pendekatan yang tidak hanya berorientasi pada motivasi berwirausaha, tetapi juga pada peningkatan kapasitas pengelolaan usaha.

Keterbatasan modal dapat membatasi kemampuan pengelola untuk memperbaiki fasilitas, menambah peralatan, dan mengembangkan variasi produk. Sementara itu, keterampilan manajemen yang belum optimal dapat memengaruhi pencatatan keuangan, pengendalian pengeluaran, perencanaan usaha, dan pengambilan keputusan. Kondisi ini memiliki keterkaitan dengan penelitian (Dharmasena & Marhaeni, 2025) yang menemukan bahwa modal, jam kerja, perilaku kewirausahaan, dan daya beli berpengaruh positif terhadap pendapatan kedai kopi di Kecamatan Tabanan. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa keberadaan usaha saja belum cukup untuk menghasilkan perkembangan ekonomi; sumber daya dan kapasitas pengelola juga menjadi faktor penting.

Atas dasar itu, pendampingan berikutnya perlu diarahkan pada kebutuhan yang lebih spesifik, terutama pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan modal, inovasi produk, strategi menghadapi persaingan, pelayanan konsumen, dan pemasaran digital. Dengan pendekatan tersebut, kegiatan

pemberdayaan tidak berhenti pada tahap memberikan pengetahuan, tetapi dilanjutkan dengan penguatan kemampuan yang dapat digunakan pemuda dalam mengelola usaha secara mandiri.

Kontribusi Warung Kopi terhadap Kemandirian Ekonomi Pemuda

Keterlibatan dalam pengelolaan warung kopi memberikan peluang bagi pemuda untuk memperoleh pendapatan sekaligus pengalaman mengelola kegiatan ekonomi. Pemuda belajar mengelola pemasukan dan pengeluaran, melayani konsumen, memasarkan produk, melakukan inovasi, dan mengambil keputusan dalam kegiatan usaha. Dengan demikian, manfaat kegiatan tidak hanya berada pada aspek ekonomi langsung, tetapi juga pada pembentukan kapasitas kewirausahaan.

Temuan tersebut memiliki kesesuaian dengan kegiatan pemberdayaan KUB Kopi Boy yang menunjukkan bahwa pengembangan produk, pemasaran digital, manajemen keuangan, dan pendampingan dapat memperkuat kemandirian usaha serta kapasitas manajerial kelompok usaha yang dikelola pemuda (Azkiya dkk., 2025). Perbedaannya, kegiatan di Desa Jadimulya lebih menekankan pada proses pemberdayaan melalui warung kopi tradisional yang telah menjadi bagian dari aktivitas ekonomi lokal.

Dalam konteks tersebut, kemandirian ekonomi sebaiknya tidak hanya dipahami sebagai peningkatan jumlah pendapatan. Kemandirian juga tercermin dari kemampuan pemuda dalam mengelola usaha, mengambil keputusan, memecahkan masalah, melakukan inovasi, dan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Oleh karena itu, warung kopi dapat berfungsi sebagai media pembelajaran kewirausahaan yang memungkinkan pemuda memperoleh pengalaman ekonomi secara langsung.

Warung Kopi sebagai Ruang Ekonomi dan Sosial Pemuda

Selain sebagai tempat kegiatan ekonomi, warung kopi memiliki fungsi sosial karena menjadi ruang interaksi antara pemuda, konsumen, dan masyarakat. Interaksi tersebut memberikan pengalaman kepada pemuda dalam membangun komunikasi, memahami kebutuhan konsumen, memberikan pelayanan, dan menjaga hubungan dengan pelanggan. Dengan demikian, pengembangan warung kopi memiliki dimensi yang lebih luas daripada peningkatan penjualan semata.

Dalam perspektif pemberdayaan, kondisi tersebut penting karena usaha lokal dapat menjadi ruang pembelajaran yang menggabungkan keterampilan ekonomi dan sosial. Pemuda memperoleh kesempatan untuk belajar melalui pengalaman nyata, sementara masyarakat memperoleh manfaat dari berkembangnya aktivitas ekonomi lokal. Pola ini memperkuat temuan kegiatan bahwa pengembangan usaha berbasis potensi lokal dapat menjadi instrumen pemberdayaan yang relatif dekat dengan kebutuhan masyarakat.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pengembangan Warkop 06 dapat menjadi media pemberdayaan pemuda melalui tiga aspek yang saling berkaitan, yaitu penguatan kapasitas kewirausahaan, pengembangan usaha, dan kemandirian ekonomi. Penguatan tersebut dilakukan melalui keterlibatan langsung dalam pengelolaan usaha, inovasi produk dan pelayanan, pemanfaatan media digital, serta pendampingan terhadap permasalahan usaha. Namun, keberlanjutan hasil kegiatan masih memerlukan pendampingan pada aspek manajemen keuangan, modal, pemasaran digital, inovasi, dan strategi menghadapi persaingan.

Kesimpulan

Pemberdayaan pemuda Desa Jadimulya melalui pengembangan warung kopi tradisional dilakukan dengan melibatkan pemuda secara langsung dalam pengelolaan usaha, pelayanan pelanggan, pengembangan produk, pencatatan keuangan, dan pemasaran. Keterlibatan tersebut memberikan pengalaman praktis sekaligus meningkatkan keterampilan kewirausahaan pemuda.

Pengembangan usaha dilakukan melalui inovasi menu, menjaga kualitas produk, meningkatkan pelayanan, menciptakan suasana yang nyaman, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Namun, pelaksanaannya masih menghadapi kendala berupa keterbatasan modal, kemampuan manajemen, persaingan usaha, dan pemasaran. Oleh karena itu, diperlukan penguatan kapasitas melalui pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan.

Warung kopi tradisional berpotensi menjadi sarana peningkatan kemandirian ekonomi pemuda, tidak hanya melalui peluang memperoleh penghasilan tambahan, tetapi juga melalui kemampuan mengelola keuangan, mengambil keputusan, berinovasi, dan mempertahankan keberlanjutan usaha. Pengembangan potensi tersebut memerlukan dukungan berkelanjutan dari pemerintah desa, masyarakat, lembaga pendidikan, dan pihak terkait.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Jadimulya, Kecamatan Gunungjati, Kabupaten Cirebon, serta masyarakat dan pemuda Desa Jadimulya yang telah memberikan dukungan dan berpartisipasi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung pelaksanaan program Kuliah Pengabdian kepada Masyarakat (KPM) Kelompok KPM Sepakat Jadimulya 2026 sehingga kegiatan pemberdayaan pemuda melalui pengembangan warung kopi tradisional dapat terlaksana dengan baik.

Pernyataan Etika

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip etika dalam pelaksanaan kegiatan dan pengumpulan data. Peserta memperoleh informasi mengenai

tujuan dan tahapan kegiatan serta terlibat secara aktif dalam proses observasi, pendampingan, dan evaluasi. Data dan informasi yang diperoleh selama kegiatan digunakan untuk kepentingan akademik dan pelaporan program dengan tetap memperhatikan kerahasiaan informasi yang berkaitan dengan peserta.

Pernyataan Penggunaan Kecerdasan Artifisial

Penulis menggunakan perangkat kecerdasan artifisial (Artificial Intelligence/AI) secara terbatas sebagai alat bantu dalam penyuntingan bahasa, perbaikan tata bahasa, dan peningkatan keterbacaan naskah. AI tidak digunakan untuk menghasilkan atau memanipulasi data kegiatan, menentukan hasil, maupun menggantikan proses analisis dan interpretasi penulis. Seluruh naskah yang dibantu dengan AI telah diperiksa dan diverifikasi oleh penulis. Penulis bertanggung jawab sepenuhnya atas keakuratan, integritas, dan isi akhir artikel.

Pernyataan Kontribusi Penulis

Elly Lestari berkontribusi dalam konseptualisasi kegiatan, perumusan tujuan, koordinasi pelaksanaan kegiatan, analisis hasil, dan penyusunan draf awal artikel. Nakhma'ussolikhah berkontribusi dalam pengembangan kerangka konseptual, penelusuran dan penguatan kajian pustaka, serta penelaahan dan penyempurnaan naskah. Muhammadun berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian, observasi lapangan, pengumpulan data, dan analisis hasil kegiatan. Ana Sahroni berkontribusi dalam pelaksanaan pendampingan pemuda, pengumpulan informasi terkait pengembangan warung kopi, serta dokumentasi kegiatan. Muhammad Nurjati berkontribusi dalam pengumpulan dan pengorganisasian data, pendampingan kegiatan kewirausahaan, serta penelaahan bagian hasil dan pembahasan. Muhammad Risna Munandar berkontribusi dalam pengumpulan data lapangan, dokumentasi kegiatan, pengolahan informasi, serta penelaahan dan penyempurnaan naskah. Dea Safitri berkontribusi dalam penelusuran referensi, pengorganisasian bahan pustaka, penyusunan bagian pembahasan, serta penyuntingan naskah. Farhan Rizky Ramandhan berkontribusi dalam dokumentasi kegiatan, pengumpulan data pendukung, penyusunan dan pemeriksaan tabel, serta penelaahan naskah. Mochammad Yuda Adipradana berkontribusi dalam penelaahan akhir artikel, penyuntingan bahasa, pemeriksaan konsistensi isi dan referensi, serta finalisasi naskah. Seluruh penulis telah membaca, menyetujui versi akhir artikel, dan bertanggung jawab atas isi serta integritas artikel.

Pernyataan Pendanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tidak menerima pendanaan khusus dari lembaga pendanaan publik, komersial, maupun nirlaba. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam rangka program Kuliah Pengabdian kepada Masyarakat (KPM) Kelompok KPM Sepakat Jadimulya 2026.

Pernyataan Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan finansial, profesional, institusional, maupun pribadi yang dapat memengaruhi pelaksanaan kegiatan, interpretasi hasil, atau publikasi artikel ini.

Daftar Pustaka

Ananda, Y., Machasin, M., & Fitri, K. (2023). Pengaruh Pengalaman Usaha, Teknologi Informasi Dan Kemampuan Berwirausaha Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, *9*(2), 251–260. https://doi.org/10.35446/dayasaing.v9i2.1108

Azkiya, D., Hulyati, S., Oktavia, I. N., Rofik, M. I., Putri, E. H., Andika, P., Islam, A. S. T., Amanda, R. A., Khairunnisa, I. N., Setiawan, R., & Laili, F. F. (2025). Pemberdayaan Remaja Balung Lor dalam Pengembangan Aset UMKM melalui Workshop Manajemen Bisnis Dasar oleh Mahasiswa KKN UIN KHAS Jember Kelompok 24. *Manfaat : Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia*, *2*(4), 53–70. https://doi.org/10.62951/manfaat.v2i4.392

Budijanto, H. A., S, T. A., Wahjuningsih, T., & Ilyas, A. (2025). Transformasi Digital Usaha Kopi Dengan Pemberdayaan Catra Kopi Melalui Digital Marketing Dan Manajemen Usaha Berbasis Teknologi. *Abdi Nusa: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(3), 400–406. https://doi.org/10.52005/abdinusa.v5i3.635

Dharmasena, G. B. K., & Marhaeni, A. A. I. N. (2025). Determinan Pendapatan Kedai Kopi Di Kecamatan Tabanan. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan*, *14*(1). https://doi.org/10.24843/EEP.2025.v14.i01.p01

Fajriah, Y. (2025). Makna Kemandirian Ekonomi bagi Mahasiswa yang Menjalankan UMKM di Lingkungan Kampus. *Jurnal Economina*, *4*(10), 348–353. https://doi.org/10.55681/economina.v4i10.1775

Halil, H. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Masyarakat Desa Kaduara Timur Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep. *Ibrah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(2), 99–112. https://doi.org/10.47766/ibrah.v1i2.1024

Hwihanus, H., Ardiana, I. D. K. R., Cempena, I. B., & Prastiwi, E. H. (2026). Pendampingan Transformasi Organisasi Berbasis Digitalisasi dalam Meningkatkan Kapabilitas Adaptif dan Daya Saing Mitra Warung Kopi YY. *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(04). https://doi.org/10.59561/sabajaya.v4i04.817

Nugroho, R., & Febrianto, G. N. (2021). Pendampingan Manajemen Usaha Dan Peningkatan Kualitas Produk Umkm Kopi Adat Segunung Carangwulung Jombang. *Batara Wisnu : Indonesian Journal of Community Services*, *1*(3), 236–248. https://doi.org/10.53363/bw.v1i3.23

Paradizsa, I., & Rahayu, E. (2022). Potential and challenges for private sector to lead warung digitalization in Indonesia. *Journal of Society and Empowerment*, *2*(1), 35–48.

Rahmadani, R., & Novita, Y. (2025). Strategi Dan Peran Pemuda Dalam Pengembangan Kewirausahaan Di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, *4*(2), 4030–4035.

Rahmawati, U., Afridhianika, A. N., Prihanto, P. H., Mulyadi, & Irwansyah, R. (2025). Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal Untuk Meningkatkan Ekonomi Kreatif Masyarakat Desa: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, *4*(2), 9373–9381. https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3323

Saputro, H., Prihatmoko, D., Mudiarti, L., Aulia, E. N., & Choirunisa, V. (2026). Pemberdayaan Kelompok Usaha Kopi Boy Melalui Inovasi Produk Dan Digital Marketing Di Jepara. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *9*(1), 157–165.

Septriani, S., Ekaputri, R. A., & Purmini, P. (2025). Pengembangan Kewirausahaan Kreatif sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa. *Madaniya*, *6*(4), 3409–3419. https://doi.org/10.53696/27214834.405

Sujianto, Adianto, As'ari, H., Hb, G., Umami, I. M., Habibie, D. K., & Putri, R. A. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Pengembangan Potensi Lokal di Desa Kesumbo Ampai. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, *5*(4), 6352–6359. https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i4.4593

Susilowati, E., Rezika, H. N., Rifaldo, M. I., Azzahra, M. P., Hidayat, T., & Muttaqien, D. D. (2024). Strategi Manajemen Inovasi Dan Kreatifitas Dalam Pengembangan Bisnis Kedai Kopi Imah Uing (IU). *Digital Business and Entrepreneurship Journal*, *2*(1), 17–26. https://doi.org/10.25134/digibe.v2i1.17

Yuningsih, N., Mardiputra, I. M., Ayuningtyas, E. A., Ramdani, M. R. R., & Amalia, F. (2026). Technopreneurial Mindset dan Knowledge Management di Kalangan Wirausahawan Perempuan: Peningkatan Produktivitas dan Kinerja. *Jesya*, *9*(2), 1745–1760. https://doi.org/10.36778/jesya.v9i2.2914