

## PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN PRODUK DAN METODE PEMASARAN PADA AGROINDUSTRI KOPI WULAN KABUPATEN BONDOWOSO

Elida Novita<sup>1\*</sup>, Luh Putu Suciati<sup>2</sup>, Nian Riawati<sup>3</sup>, Idah Andriyani<sup>4</sup>,  
Hendra Andiananta Pradana<sup>5</sup>

<sup>1,4,5</sup>Teknik Pertanian, Universitas Jember, Indonesia

<sup>2</sup>Sosial Ekonomi Pertanian Agribisnis, Universitas Jember, Indonesia

<sup>3</sup>Administrasi Negara, Universitas Jember, Indonesia

[elida\\_novita@ftp.unej.ac.id](mailto:elida_novita@ftp.unej.ac.id)

### ABSTRAK

**Abstrak:** Produk olahan yang diupayakan di Agroindustri Kopi Wulan baru berupa kopi bubuk dan kegiatan pemasarannya berjalan kurang efektif. Penjualan produk di agroindustri tersebut masih bersifat konvensional sehingga memiliki keterbatasan waktu dan jangkauan pemasaran. Salah satu alternatif metode promosi dan penyebaran informasi adalah implementasi teknologi informasi serta komunikasi berupa pemanfaatan *websitedan* media sosial. Tujuan dari Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PPPUD) yang dilaksanakan di Tanah Wulan, Kecamatan Maesan, Bondowoso yaitu melakukan pendampingan pembuatan inovasi produk dengan memanfaatkan daun kopi sisa pemangkasan dan limbah kulit buah kopi serta pengembangan metode pemasaran serta penyebaran informasi menggunakan *websitedan* media sosial pada produk Agroindustri Kopi Wulan. Tahapan pendampingan berupa pembuatan teh dari kulit buah kopi (*casacara*) dan daun kopi (*konoha*) serta pengembangan sarana promosi dalam jaringan yaitu inventarisasi kondisi dan kegiatan agroindustri kopi, dokumentasi kegiatan, dan pembuatan konten serta pemeliharaan *website*. Hasil pendampingan pembuatan teh *casacara* dan *konoha* berpotensi meningkatkan antusiasme dan pengetahuan peserta pelatihan dalam pemanfaatan limbah dari pengolahan komoditi kopi. Media *online* yang sudah dibuat dan digunakan sebagai media promosi produk Agroindustri Kopi Wulan yaitu *Website, Instagram, Facebook, YouTube*, dan *e-commerce Shopee*. Capaian dari kegiatan perluasan pemasaran ini berupa potensi peningkatan penjualan produk Agroindustri Kopi pada Tahun 2019 diperkirakan sebesar 500% dari tahun 2018.

**Kata Kunci:** *penjualan; online; pemanfaatan limbah; media sosial; diversifikasi dan inovasi produk*

**Abstract:** *The sale of products in the Wulan Coffee Agroindustry is still conventional, so it has limited time and marketing reach. The objectives of the PPPUD were to assist in product innovations created by utilizing waste and developing marketing methods using online media (websites and social media) on Wulan Coffee Agroindustry products in Maesan District, Bondowoso Regency. Several stages of assisting the coffee pulp tea (casara) and leaves coffee tea (konoha) production and development of promotional tools in the network, i.e. an inventory of the conditions and activities of the coffee agroindustry, taking documentation of activities, and creating content and maintaining the website. The results of assistance in casara and konoha tea production showed the potential to increase the enthusiasm and skill of participants in waste management from coffee processing. The online media that has been created and used as a promotional media for Wulan Coffee Agroindustry products, i.e. the Website, Instagram, Facebook, YouTube, and Shopee e-commerce. The achievement of this activity is the potential to increase the sales of Wulan Coffee Agroindustry products in 2019, an estimated 500% from 2018.*

**Keywords:** *sale; online; wasterecycle; social media; diversification and product innovation*



#### Article History:

Received: 26-09-2020

Revised : 13-10-2020

Accepted: 14-10-2020

Online : 17-11-2020



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

## A. LATAR BELAKANG

Kopi merupakan salah satu komoditi unggulan di Indonesia. Beberapa jenis kopi yang potensial dibudayakan yaitu kopi robusta dan arabika. Kabupaten Bondowoso menjadi salah satu wilayah unggulan penghasil biji kopi arabika. Perhatian yang cukup besar dari pemerintah daerah terhadap perkembangan kopi di Bondowoso terutama kopi rakyat, menjadikan daerah ini sangat potensial bagi pengembangan kopi rakyat. Hal ini terbukti dengan telah berkembangnya brand kopi arabika rakyat berindikasi geografis “Klaster Kopi *Arabica JawaI* jenRaung” dengan nomor sertifikat IDG 000023. Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh Permatasari *et al*, (2018), menyebutkan bahwa terdapat peningkatan produktivitas kopi arabika dari tahun 2015 - 2016 sebesar 0,23 ton/ha di Kabupaten Bondowoso.

Agroindustri Kopi Wulan yang terletak di Kecamatan Maesan Kabupaten Bondowoso merupakan salah satu pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pengolahan kopi robusta dan arabika. Produk olahan yang diupayakan berupa kopi bubuk berdasarkan hasil wawancara kepada pihak Agroindustri Kopi Wulan di tahun 2018. Di samping itu, kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Agroindustri Kopi Wulan berjalan kurang efektif berdasarkan observasi pada Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PPPUD) di tahun 2019. Penjualan produk di agroindustri tersebut masih bersifat konvensional atau dijual langsung ke konsumen atau pengepul sehingga memiliki keterbatasan waktu dan jangkauan pemasaran. Oleh sebab itu diperlukan inovasi dan diversifikasi produk serta pengembangan jaringan pasar guna mendukung keberlanjutan agroindustri tersebut.

Optimalisasi produk – produk agroindustri pengolahan kopi dapat dilakukan dengan inovasi dan diversifikasi produk. Diversifikasi produk dapat memperbanyak variasi olahan produk sehingga meningkatkan nilai tambah suatu produk (Srihidayati *et al*, 2018). Studi lainnya menyebutkan bahwa variasi produk olahan kopi dan perilaku kewirausahaan petani kopi memiliki peran penting dalam pengembangan usaha pengolahan kopi arabika di Kampung Gayo (Fattarani *et al*, 2017), (Zainura *et al*, 2016). Beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pengembangan produk – produk olahan kopi yaitu variasi olahan produk kopi, peningkatan keterampilan dalam menjamin mutu produk, dan pengembangan pasar atau pemasaran dan permodalan (Rezki & Hapsari, 2019), (Zakaria *et al*, 2017).

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi marak diaplikasikan dalam perluasan pemasaran olahan kopi. Implementasi media sosial *Instagram* dan *website* sebagai media promosi produk olahan kopi berpotensi meningkatkan penjualan (Imaniawan & Nur, 2019), (Rezki & Hapsari, 2019). Metode tersebut dianggap lebih hemat tenaga dan biaya. Tujuan dari Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah

(PPPUD) yaitu 1) pendampingan pembuatan inovasi produk dengan memanfaatkan limbah kulit kopi dan mengembangkan metode pemasaran serta 2) penyebaran informasi menggunakan *website* dan media sosial pada produk Agroindustri Kopi Wulan di Kecamatan Maesan Kabupaten Bondowoso.

## B. METODEPELAKSANAAN

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh mitra dalam inovasi dan diversifikasi produk serta pengembangan pemasaran Agroindustri Kopi Wulan dilakukan kegiatan pendampingan. Bentuk pendampingan tersebut pada PPPUD dan indikator capaian dijabarkan sebagai berikut.

1. Pendataan atau inventarisasi ulang terkait proses produksi, jenis – jenis produk, dan kegiatan pengolahan kopi arabika dan robusta yang dapat digunakan sebagai pertimbangan pengembangan produk dan *input* pada *platform* media sosial daring.
2. Pembuatan produk turunan kopi robusta dan arabika serta pemanfaatan daun kopi untuk pembuatan teh daun kopi (Konoha) dan kulit buah kopi sebagai teh kulit buah kopi (Cascara). Upaya – upaya tersebut diharapkan mampu memperkaya produk – produk dari usaha pengolahan kopi di Agroindustri Kopi Wulan.
3. Pendampingan perluasan jaringan pasar *offline* berupa pemasaran produk secara langsung ke konsumen dengan ikut serta dalam kegiatan ekspo atau bazar dan *online* dengan memanfaatkan *website* dan media sosial guna meningkatkan penjualan produk – produk olahan kopi.

Kegiatan pendampingan PPPUD dilakukan di UMK atau Agro industri Kopi Wulan yang digerakkan oleh Kelompok Tani Sinar Tani 01B di Desa Tanah Wulan, Kecamatan Maesan, Kabupaten Bondowoso. Pelaksanaan ini dilakukan selama 45 hari kerja pada tanggal 5 Agustus – 20 September 2019. Pendampingan ini melibatkan Kelompok Tani beranggotakan 40 orang dan Agroindustri Kopi Wulan dengan jumlah personil 7 orang.

Metode pembuatan teh cascara merujuk pada percobaan yang dilakukan oleh (Muzaifa *et al*, 2019). Tahapan pembuatan teh cascara atau teh dari kulit buah kopi dimulai dengan pengumpulan dan pemilahan kulit buah kopi arabika setelah melewati *pulping*. Selanjutnya dilakukan tahapan pengeringan. Metode pengeringan dilakukan hingga kadar air teh kulit buah kopi mencapai  $\pm 12\%$ . Pengeringan ini dilakukan selama 2 – 4 hari jika menggunakan sinar matahari (Muzaifa *et al*, 2019). Kemudian kulit buah kopi yang sudah kering dihaluskan dengan menggunakan *diskmill* atau ditumbuk dan dikemas dalam kantung teh. Pengemasan lanjutan dilakukan dengan menggunakan kemasan alumunium sebagai *secondary packaging*. Pada kemasan ditambahkan juga teknik penyeduhan yang merujuk pada percobaan yang dilakukan oleh Nafisah & Widyaningsih (2018).

Diversifikasi produk juga dilakukan dengan memanfaatkan kulit kopi sebagai teh atau disebut teh konoha. Metode pembuatannya hampir serupa dengan pembuatan teh cascara. Tahapan pembuatan teh konoha terdiri atas pemilihan daun kopi yang masih segar dan dikeringkan hingga kadar air 12%. Penyajian teh ini dapat dalam bentuk serbuk maupun dalam lembaran daun yang dipotong – potong dengan ukuran tertentu (Novita *et al*, 2018).

Pengembangan promosi dan penjualan produk secara *offline* dilakukan dengan sistem *directselling* dan ikut serta dalam kegiatan ekspo atau pameran. Pendampingan pembuatan media sosial dan *website* dilakukan sebagai upaya perluasan pemasaran dan penyebaran informasi terkait produk dan profil Agroindustri Kopi Wulan. Pengembangan media promosi dalam jaringan atau *online* dianggap efektif dalam peningkatan penjualan pada produk – produk agroindustri (Dewi & Garside, 2014). Media dalam jaringan dibuat dengan tahapan yang meliputi pengumpulan data profil agroindustri, pengisian data pada media dalam jaringan yang berbentuk video pada *Youtube, website, Instagram, Facebook, dan e-commers Shopee*, operasi dan pemeliharaan media dalam jaringan. Evaluasi kegiatan dilakukan dengan cara mendeskripsikan pola jaringan pemasaran sebelum dan sesudah pelaksanaan PPPUD serta dampak kegiatan ini terhadap potensi penjualan produk – produk Agroindustri Kopi Wulan.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Inventarisasi Produk dan Pengembangan Kemasan Produk Agroindustri Kopi Wulan

Agroindustri Kopi Wulan menjadi salah satu industri pertanian dalam pengelolaan komoditi kopi. Perkebunan kopi menjadi salah satu sumber mata pencaharian Masyarakat Desa Tanah Wulan yang berada di Lereng Pegunungan Argopuro. Pengembangan pengolahan kopi menjadi salah satu strategi dalam pemantapan ekonomi lokal. Oleh sebab itu Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PPPUD) di wilayah tersebut difokuskan pada diversifikasi olahan kopi dan pengembangan pasarnya.

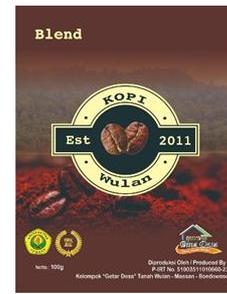
Diversifikasi produk yang berbahan baku biji kopi robusta dan arabika yang sudah dilakukan oleh pihak Agroindustri Kopi Wulan yaitu kopi arabika (gelondong kopi, kopi HS kering, dan OC kopi), kopi robusta (gelondong kopi, kopi HS kering, dan OC kopi, serta kopi *blend* (kopi arabika 75% dan kopi robusta 25%). Dukungan penjaminan mutu produk dan *branding* dalam PPPUD berupa pendampingan pengajuan merek dagang dan standar pengemasan kopi. *Branding* pada produk kopi mempengaruhi citra positif terhadap pemasaran dan keputusan perilaku konsumen (Rezki & Hapsari, 2019), (Ridhania, 2017). Variasi pengembangan kemasan pada PPPUD dapat dilihat pada gambar 1.



(a) Arabika bubuk



(b) Robusta bubuk

(c) Arabika-Robusta bubuk (*blend*)

(d) Robusta Sangrai



(e) Arabika Sangrai

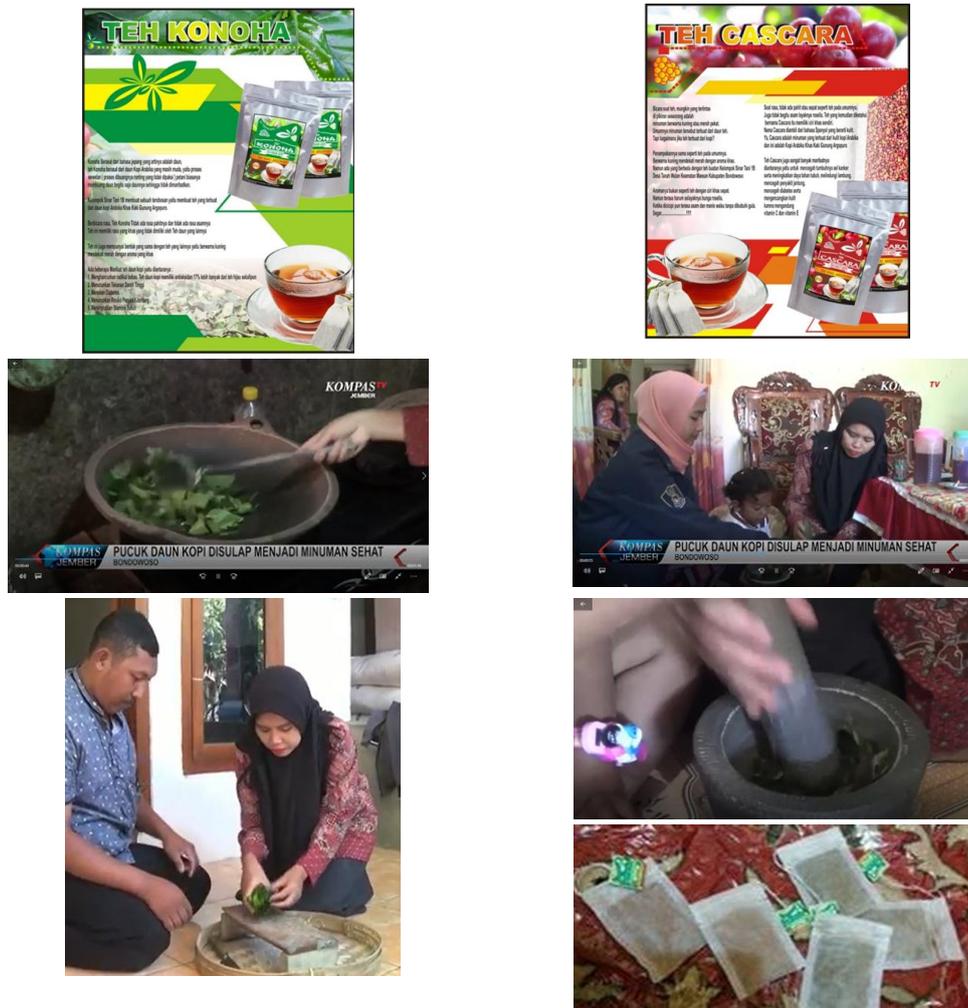
**Gambar 1.** Kemasan Produk Olahan dari Biji Kopi Agroindustri Tanah Wulan

## 2. Pendampingan Pembuatan Teh Cascara dan Konoha

Selain melakukan perbaikan dan pengembangan produk yang sudah ada di Agroindustri Kopi Wulan dilakukan diversifikasi produk yang berbahan dasar dari pucuk daun kopi atau daun muda dari tanaman kopi dan kulit buah kopi.

Upaya pendampingan pada PPPUD terhadap diversifikasi produk bertujuan untuk memberikan nilai guna pada limbah dan penerapan *zero waste*. Dalam studi lainnya, penerapan *zero wastedan cleaner production* dapat mengurangi emisi dan pemanfaatan kembali limbah sebagai *input* proses produksi (Santos *et al*, 2018).

Pembuatan teh cascara dan konoha memiliki prinsip yang sama. Dokumentasi pendampingan pembuatan teh konoha dapat dilihat pada gambar 2 yang juga didokumentasi oleh Kompas TV Jember sebagai media publikasi. Peserta memiliki antusiasme yang tinggi terhadap produk – produk berbahan baku kopi. Bahan baku yang digunakan relatif mudah didapatkan dan melimpah. Pada pendampingan tersebut, disampaikan juga teh dari bahan – bahan alami tersebut berpotensi sebagai tanaman herbal. Informasi tersebut dapat meningkatkan peminatan dan pengetahuan kelompok tani dan pelaku usaha kopi dalam pengembangan teh cascara dan konoha. Tampilan produk teh dari daun kopi dan kulit kopi dapat dilihat pada Gambar 3.



**Gambar 2.** Pendampingan Pembuatan Teh Konoha

Pemanfaatan daun kopi dan kulit buah kopi diharapkan menjadi teh celup menjadi alternatif produk unggulan Desa Tanah Wulan sebagai minuman fungsional. Pendampingan pembuatan produk – produk tersebut juga melibatkan kelompok tani dan pelaku usaha kopi. Upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan minat petani kopi dalam hilirisasi komoditi kopi dan pemanfaatan limbahnya. Sebagaimana studi lain di Aceh, menyebutkan bahwa perilaku kewirausahaan petani kopi mempengaruhi keberlanjutan usaha Kopi Gayo di Provinsi Aceh (Zainura *et al*, 2016).



**Gambar 3.** Produk Teh Celup dari Daun Kopi (Konoha) dan Kulit Kopi (Cascara)

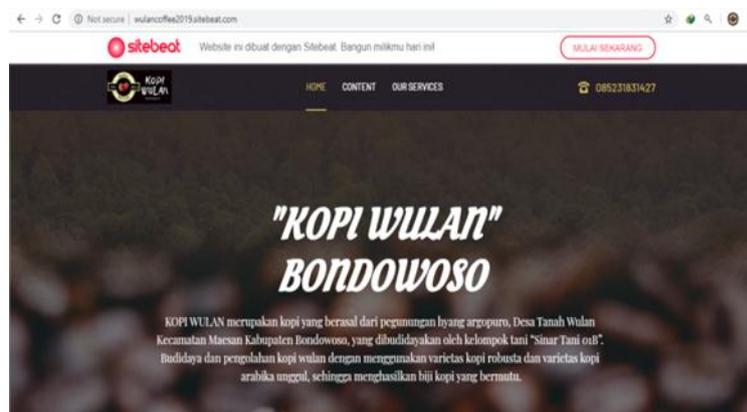
### 3. Pendampingan Pemasaran *Offlinedan Online*

Tahapan selanjutnya dalam PPPUD tahun 2019 adalah pendampingan pengembangan pemasaran produk – produk Agroindustri Kopi Wulan. Pendampingan PPPUD dalam peningkatan penjualan produk mitrayaitu dengan pemasaran produk tersebut yaitu *stand by stand (offline)* dan melalui media dalam jaringan (*online*) Kegiatan *stand by stand* dilakukan dengan pembukaan *stand* dari satu tempat ketempat lainnya. Upaya pendampingan ini dilakukan agar produk Kopi Wulan dari hilirisasi biji kopi lebih dikenal oleh konsumen dan dapat mengetahui preferensi produk dari konsumen secara langsung. Dokumentasi kegiatan PPPUD dalam pendampingan pemasaran *directselling* dapat dilihat pada Gambar 4.

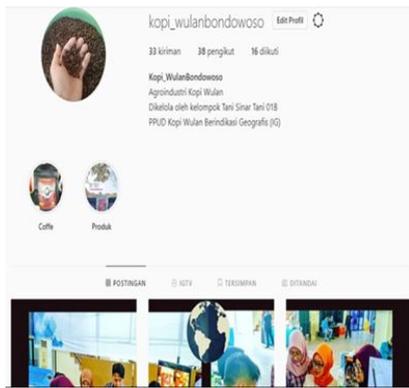


Gambar 4. Pembukaan *Stand* di Kreanova UNEJ

Pendampingan pembuatan media pemasaran dalam jaringan menggunakan piranti (*website, video Youtube, Facebook, Instagram, dan e-commerce Shoope*). Pada halaman utama *website*, terdapat beberapa tool yang disediakan sehingga dapat membantu mitra mempromosikan produk dan informasi pada konsumen. Selain itu dalam pengenalan produk juga diperkenalkan profil desa dan produk menggunakan media *Youtube* yang terkoneksi dalam *website* dan *instagram*. Tampilan *tools* dalam jaringan hasil pendampingan oleh tim PPPUD dapat dilihat pada Gambar 5.



(a) *HomePage Website* Agroindustri Kopi Wulan



(b) Platform Instagram

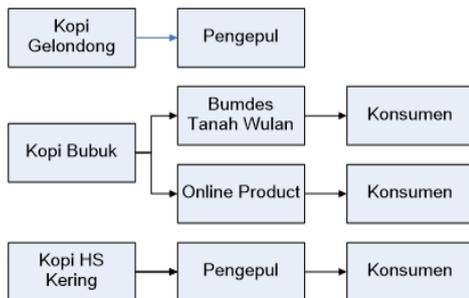


(c) e-commerceShopee

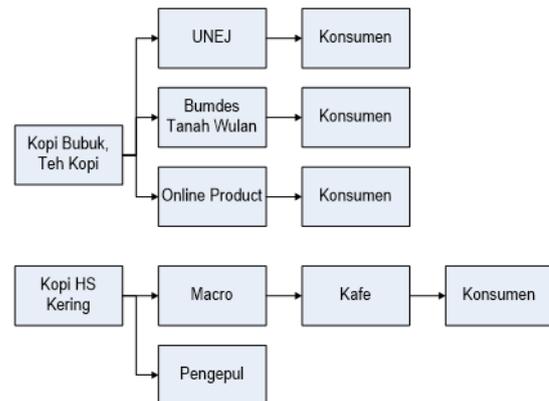
Gambar 5. Media Promosi Produk Berbasis Dalam Jaringan

#### 4. Evaluasi PPPUD dalam Pemanfaatan Media Promosi Dalam Jaringan sebagai Media Promosi

Berdasarkan upaya pengembangan pemasaran yang dilakukan sejak bulan Agustus- September 2019, maka dapat diidentifikasi perubahan rantai pemasaran dapat dilihat pada gambar 6.



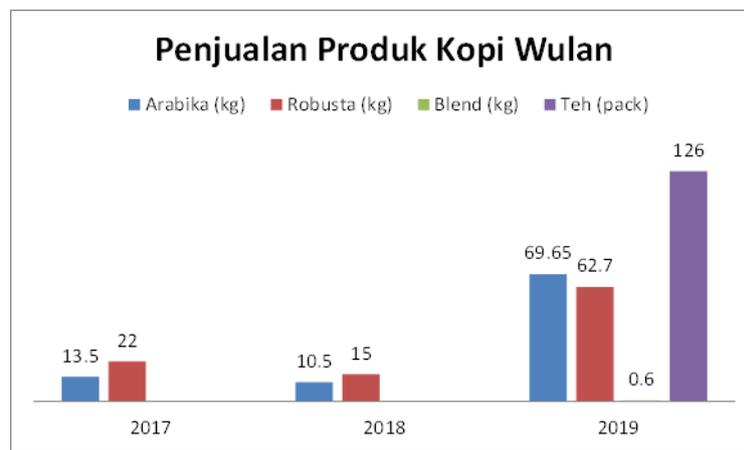
(a) Jaringan Pemasaran Produk Awal (Sebelum Kegiatan PPPUD)



(b) Jaringan Pemasaran Produk Saat Ini (Setelah Kegiatan PPPUD)

Gambar 6. Perbandingan Jaringan Pemasaran

Peubahan jaringan pemasaran produk Agroindustri Kopi Wulan akibat kegiatan PPPUD berdampak positif. Total penjualan kopi bubuk di Agrowisata Kopi Wulan selama dua bulan (Agustus-September) di tahun 2019 meningkat sebesar 13,7 kg di banding dengan tahun 2018 yang mampu menjual kopi bubuk dengan total 25,5 kg namun dengan jangka waktu satu tahun. Adapun data penjualan produk Agroindustri Kopi Wulan dari tahun 2017 – 2019 dapat dilihat pada gambar 7. Upaya diversifikasi produk dan pengembangan pasar secara *offline* dan *online* dengan melibatkan *stakeholder* dari PPPUD cenderung meningkatkan pendapatan mitra dan mendorong adanya optimalisasi hilirisasi komoditi unggulan Kopi Wulan. Estimasi peningkatan pendapat mitra setelah PPPUD pada tahun 2019 dilaksanakan sebesar 500% atau 5 kali lipat dari pada tahun 2018.



**Gambar 7.** Grafik Data Penjualan Produk Agroindustri Kopi Wulan

Upaya yang dilakukan dalam PPPUD pada tahun 2019 berfokus pada peningkatan mutu produk, diversifikasi produk, dan perluasan jaringan pemasaran. Mutu komoditi kopi di Agroindustri Kopi Wulan berbasis indikasi geografis. Kopi indikasi geografis adalah kopi yang dihasilkan dari suatu wilayah yang memiliki karakteristik khas dan berbeda dari kopi di wilayah lainnya yang terutama berpengaruh terhadap kopi jenis arabika. Adanya sertifikasi indikasi geografis (IG) merupakan pengakuan internasional terhadap cirri khas dari kopi arabikatingkat premium. IG adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu produk (Yessiningrum, 2015). Faktor alam dan faktor manusia atau kombinasi keduanya akan menghasilkan suatu reputasi, kualitas dan karakteristik khusus suatu produk daerah. Perlindungan indikasi geografis akan diberikan pada suatu produk selama terjaganya reputasi, kualitas, dan karakteristik yang menjadi dasar diberikannya perlindungan indikasi geografis pada suatu produk. Sebagaimana kajian yang dilakukan oleh Sudjana (2018), menyebutkan bahwa produk berbasis indikasi geografis memiliki kepastian hukum yang diatur dalam Undang – Undang Nomor 20 tahun 2016 dan berpotensi mendorong perekonomian lokal. Dengan demikian menunjukkan karakteristik dan menjaga keberlanjutan IG suatu produk merupakan hal penting.

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Salah satu capaian kegiatan PPPUD yang menghasilkan inovasi produk teh dari kulit buah kopi (cascara) dan teh daun kopi (konoha) merupakan bagian dari hasil pendampingan. Media pemasaran dalam jaringan yang sudah dibuat dan digunakan sebagai media promosi produk Kopi Wulan yaitu *Website, Instagram, Facebook, YouTube*, dan *e-commerce Shopee* mampu meningkatkan penjualan produk di Tahun 2019.

Sasaran kegiatan PPPUD adalah agar Agroindustri Kopi Wulan yang telah memproduksi mampu berusaha secara berkelanjutan. Keunggulan produk Kopi Wulan yang memiliki cirri khas dari sisi geografis dapat terus

dikembangkan berbasis produk berindikator geografis. Selain itu, penerapan konsep produksi bersih untuk meminimalkan dampak lingkungan dari pengolahan kopi dapat menjadi pilihan pendampingan kopi rakyat khususnya Agroindustri Kopi Wulan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik. Universitas Jember, Kelompok Tani Sinar Tani, dan Agroindustri Kopi Wulan yang telah memberikan bantuan sarana dan prasarana pendukung dan kerjasama yang baik.

## DAFTAR RUJUKAN

- Dewi, S. K., & Garside, A. K. (2014). Perancangan Website sebagai Media Promosi dan Penjualan Pada Home Industry Abon. *Jurnal Teknik Industri*, 15(2), 170–181. <https://doi.org/https://doi.org/10.22219/JTIUMM.Vol15.No2.170-181>
- Fattarani, A. A., Iskandar, E., & Fajri, F. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Kopi Arabika (Studi Kasus: Usaha Kampung Kupu Gayo, Kabupaten Aceh Tengah). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 2(4), 323–333. <https://doi.org/http://doi.org/10.17969/jimfp.v2i4.5405>
- Imaniawan, F. F. D., & Nur, H. M. (2019). Perancangan dan Pembuatan Website Penjualan Biji Kopi Pada Society Coffee House Purwokerto. *EVOLUSI - Jurnal Sains Dan Manajemen*, 7(1), 61–67. <https://doi.org/http://doi.org/10.31294/evolusi.v7i1.5030>
- Muzaifa, M., Hasni, D., Arpi, N., Sulaiman, M. I., & Limbong, M. S. (2019). Kajian Pengaruh Perlakuan Pulp dan Lama Penyeduhan Terhadap Mutu Kimia Teh Cascara. *Jurnal Teknologi Pertanian Andalas*, 23(2), 136–142. <https://doi.org/https://doi.org/10.25077/jtpa.23.2.%25p.2019>
- Nafisah, D., & Widyaningsih, T. D. (2018). Kajian Metode Pengeringan dan Rasio penyeduhan pada Proses Pembuatan Teh Cascara Kopi Arabika (Coffee arabika L.). *Jurnal Pangan Dan Agroindustri*, 6(3), 37–47. <https://doi.org/http://doi.org/10.21776/ub.jpa.2018.006.03.5>
- Novita, R., Kasim, A., Anggraini, T., & Putra, D. P. (2018). Survei Proses Pembuatan Minuman Khwa Daun di Provinsi Sumatera Barat, Indonesia. *Jurnal Teknologi Pertanian Andalas*, 22(1), 32–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.25077/jtpa.22.1.32-36.2018>
- Permatasari, P. C., Basith, A., & Mulyati, H. (2018). Model Bisnis Inklusif Rantai Nilai Kopi Arabika di Bondowoso Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 17(2), 111–125. <https://doi.org/http://doi.org/10.12695/jmt.2018.17.2.3>
- Rezki, M. A., & Hapsari, D. R. (2019). Efektivitas Strategi Promosi Produk Kopi Lokal di Rumah Kopi Ranin. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 38–54. <https://doi.org/http://doi.org/10.29244/jurnalkmp.17.1.38-54>
- Ridhania, F. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Gaya Keputusan Konsumen Pada Produk Starbucks. *JPPP - Jurnal Penelitian Dan Pengukuran Psikologi*, 1(1), 93. <https://doi.org/http://doi.org/10.21009/jppp.011.13>
- Santos, F. F., De Queiroz, R. D. C. S., & De Almeida Neto, J. A. (2018). Evaluation of the application of Cleaner Production techniques in a dairy industry in Southern Bahia. *Gestao e Producao*, 25(1), 117–131. <https://doi.org/10.1590/0104-530X2234-16>
- Srihidayati, G., Baharuddin, M. R., & Masni, E. D. (2018). Pemberdayaan

- Kelompok Tani Melalui Peningkatan Nilai Guna Rumput Alut *Gracilaria* sp. di Kecamatan Wara Timur Kota Palopo. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 2(2), 154. <https://doi.org/http://doi.org/10.31764/jmm.v0i0.1335>
- Sudjana. (2018). Implikasi Perlindungan Indikasi Geografis Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 terhadap Pengembangan Ekonomi Lokal. *Veritaset Justitia*, 4(1), 30-58. <https://doi.org/10.25123/vej.2915>
- Yessiningrum, W. R. (2015). Perlindungan Hukum Indikasi geografis sebagai Bagian dari Hak Kekayaan Intelektual. *Kajian Hukum dan Keadilan*, 3(7), 42-53. <http://dx.doi.org/10.12345/ius.v3i7.198>
- Zainura, U., Kusnadi, N., & Burhanuddin. (2016). Perilaku Kewirausahaan Petani Kopi Arabika Gayo di Kabupaten Bener Meriah Provinsi Aceh. *Jurnal Penyuluhan*, 12(2). <https://doi.org/http://doi.org/10.25015/penyuluhan.v12i2.11606>
- Zakaria, A., Aditiawati, P., & Rosmiati, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Tani Kopi Arabika (Kasus pada Petani Kopi di Desa Suntenjaya Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat, Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Sositologi*, 16(3), 325–338. <https://doi.org/http://doi.org/10.5614%2Fsostek.itbj.2017.16.3.7>