



**TRANSFORMASI : JURNAL PENGABDIAN PADA MASYARAKAT**

**Email: [j.transformasi@ummat.ac.id](mailto:j.transformasi@ummat.ac.id)**

<http://jurnal.ummat.ac.id/index.php/transformasi/index>

ISSN: 2797-5940 (Online), ISSN: 2797-7838 (Print)

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram

Jln. KH. Ahmad Dahlan No.1, Pagesangan, Kec. Mataram, Kota Mataram, NTB (83115)

---

**Pelatihan Pengolahan Dan Pengemasan Kopi Dalam Meningkatkan Daya Saing  
Produk Lokal Di Desa Wisata Bukit Tinggi**

*Training On Coffee Processing And Packaging In Improving The  
Competitiveness Of Local Products In Bukit Tinggi Tourist Village*

**Yuni Sulpia hariani<sup>1</sup> Agus Khazin Fauzi<sup>2</sup> Budiman<sup>3</sup> Komariyuli Anwariyah<sup>4</sup> Farhan<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup> Politeknik Negeri Bali, Indonesia

[yunisulpiahariani@pnb.ac.id](mailto:yunisulpiahariani@pnb.ac.id)

**Abstrak**

Desa Bukit Tinggi merupakan salah satu Desa Wisata yang ada di Kecamatan Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat. Sebagai salah satu desa wisata yang memiliki daya Tarik alam dan buatan maka penting bagi pihak desa untuk terus melakukan pengembangan desa wisata yang berkualitas hijau dan berkelanjutan untuk mewujudkan sejahtera dari desa. Untuk menunjang hal tersebut, produk unggulan yang dimiliki oleh Desa Bukit Tinggi perlu digaungkan agar dikenal oleh masyarakat luas yang salah satunya adalah produk kopi. Banyak masyarakat selama ini hanya mengolah kopi untuk konsumsi pribadi atau keluarga, padahal lahan kopi dan citarasa kopi Desa Bukit Tinggi tidak kalah jauh dengan daerah lainnya. Untuk menunjang pengolahan kopi yang selama ini masih diolah secara tradisional, maka Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dari Politeknik Negeri Bali PSDKU Lombok Barat bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Lombok Barat melaksanakan pelatihan dan pengemasan kopi untuk meningkatkan daya saing produk lokal. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah membantu masyarakat dalam pengembangan pengolahan dan pengemasan kopi agar memiliki nilai jual yang tinggi. Selain membantu dalam hal pengembangan pengolahan kopi, Tim Pengabdian juga membantu dalam hal edukasi penggunaan brand/label, kemasan, pemasaran dan penentuan harga pokok pasaran yang layak. Hal ini dikarenakan bahwa selama ini sebagian besar masyarakat dari produk kopi yang dihasilkan dalam kaitannya dengan brand/label, kemasan, pemasaran dan penentuan harga pokok pasaran yang layak belum maksimal. Kebanyakan masyarakat dalam penjualan produk kopi atau olahan kopi hanya dijual secara konvensional dari mulut ke mulut sehingga tidak terlalu dikenal luas oleh masyarakat bahwa Desa Bukit Tinggi memiliki produk kopi atau olahan kopi yang berkualitas dan tidak kalah saing dengan daerah lainnya. Mitra pengabdian kepada masyarakat ini adalah Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Desa Bukit Tinggi selaku pemegang atau pengelola wisata di Desa Bukit Tinggi dengan alasan dapat mengangkat dan mendatangkan wisatawan sehingga dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat khususnya dari produk unggulan yang dimiliki oleh desa. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelatihan atau demonstrasi langsung dengan peserta pengabdian. Hasil pengabdian kepada masyarakat yang sudah dijalankan ini adalah wawasan dan pengetahuan masyarakat mengenai pengolahan kopi dengan cara modern menggunakan alat roasting dan grinder menjadi bertambah, di sisi lain dalam kaitannya dengan pengemasan produk olahan kopi dengan adanya brand/label, kemasan, pemasaran secara digital dan penentuan harga pasaran yang layak dari produk kopi dapat bertambah dan bisa dimanfaatkan secara optimal.

**Kata Kunci: Kopi; Branding; Pemasaran; Harga Pokok Produksi**

## **Abstract**

*Bukit Tinggi Village is one of the Tourism Villages in Gunung Sari District, West Lombok Regency. As one of the tourist villages that has natural and artificial attractions, it is important for the village to continue to develop a green and sustainable quality tourist village to realize the prosperity of the village. To support this, superior products owned by Bukit Tinggi Village need to be echoed so that they are recognized by the wider community, one of which is coffee products. Many people have so far only processed coffee for personal or family consumption, even though the coffee land and coffee flavor of Bukit Tinggi Village are not inferior to other areas. To support coffee processing, which is still traditionally processed, the Community Service Team from Politeknik Negeri Bali PSDKU West Lombok in collaboration with the West Lombok Tourism Office conducted training and coffee packaging to increase the competitiveness of local products. The purpose of this community service activity is to assist the community in developing coffee processing and packaging so that it has a high selling value. In addition to assisting in the development of coffee processing, the Community Service Team also helps in terms of education on the use of brands/labels, packaging, marketing and determining a fair market price. This is because so far most of the people of the coffee products produced in relation to brand/label, packaging, marketing, and determining a fair market price. The method used in this community service activity is training or direct demonstration with service participants. The results of this community service that have been carried out are the insights and knowledge of the community regarding coffee processing in a modern way using roasting and grinder tools to increase, on the other hand in relation to packaging processed coffee products with brands/labels, packaging, digital marketing and determining the fair market price of coffee products can increase and can be utilized optimally.*

**Keywords:** *Coffee; Branding; Marketing; Cost Of Goods Sold*

**Submitted: 24-06-2025, Revision: 06-08-2025, Accepted: 22-08-2025**

## **PENDAHULUAN**

Indonesia yang dikenal sebagai negara agraris yang sebagian besar penduduknya bekerja di sektor pertanian dengan keanekaragaman hasil pertanian melimpah mempunyai peranan yang penting dalam membangun perekonomian nasional. Menurut (Komalasari, 2024) menyatakan bahwa kontribusi sektor pertanian sempit terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2022 sebesar 9,25%. Sementara itu, pada triwulan II 2024 mengalami peningkatan menjadi 10,08%. Hal yang demikian juga terjadi di sektor pertanian dalam arti luas seperti yang dikutip dari (Wahyudi, 2024) bahwasanya kontribusi terhadap sektor PDB sebesar 12,97% yang menjadikan sektor pertanian menempati posisi ketiga sebagai penyumbang ekonomi nasional terbesar setelah sektor pengolahan, perdagangan besar dan eceran.

Salah satu komoditas sektor pertanian hasil perkebunan yang memainkan peran yang signifikan dalam perekonomian Indonesia adalah kopi. Menurut (Badan Pusat Statistik, 2024) bahwa pada tahun 2023 jumlah produksi kopi di Indonesia sebesar 758,73 ribu ton yang sebagian besar produksi kopi tersebut berasal dari perkebunan rakyat dan menjadikan Indonesia sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia menempati posisi keempat setelah Brasil, Vietnam dan Kolombia. Jika melihat data jumlah produksi kopi tersebut tentu ini menjadi peluang bagi masyarakat untuk dapat

meningkatkan pendapatannya melalui bisnis kopi. Maraknya kedai kopi yang berkembang baik di pedesaan maupun di perkotaan dengan produk inovatif seperti kopi dalam botol atau kaleng dengan menggunakan bahan lokal dan fungsional menjadikan bisnis kopi juga menjadi prospek yang menarik dan meningkat (Susanti et al., 2021).

Terlebih lagi jika saat ini tren konsumsi kopi siap saji khususnya di kalangan generasi muda yang semakin berkembang sehingga banyak bermunculan cafe shop hingga warung kopi menjadikan budaya minum kopi sudah tidak asing di kalangan masyarakat saat ini (Roz et al., 2022). Didukung pula bahwa setiap daerah yang ada di Indonesia masing-masing memiliki kopi yang khas rasanya dengan keunikan kondisi tanah dan udara tentu membuat rasa kopi yang berbeda-beda dari satu daerah dengan daerah lainnya yang menjadikan Indonesia terkenal dengan sebutan coffee speciality atau kopi indikasi geografis (Rohmah & Wicaksono, 2023) sehingga ini menjadi peluang yang menjanjikan dalam mengembangkan bisnis kopi.

Salah satu daerah penghasil kopi di Indonesia khususnya di Nusa Tenggara Barat adalah Desa Bukit Tinggi yang terletak di Kecamatan Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat. Secara geografis, Desa Bukit Tinggi memiliki luas wilayah 4,37 Km<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk sebanyak 2.347 jiwa dan terdiri dari 4 Dusun yaitu Dusun Tunjung Polak, Dusun Bukit Tinggi, Dusun Batu Kemalik dan Dusun Murpadang. Sebagai Desa Wisata dengan kategori rintisan, Desa Bukit Tinggi memiliki potensi wisata alam yang luar biasa yaitu tujuh air terjun yang dibranding dengan nama The Seven Secret Waterfalls dan adanya ikon baru yang dimiliki yaitu Bendungan Meninting bisa menjadi tempat wisata yang luar biasa untuk dijual. Potensi lainnya dari Desa Bukit Tinggi yaitu air nira dari pohon aren yang diolah menjadi gula batok, gula semut, gula briket termasuk gula cair yang tentunya ini bisa dijadikan sebagai salah satu aktivitas pariwisata desa yang bisa dijual (Widianty et al., 2022). Tidak kalah menarik juga tentunya sumber potensi yang dimiliki adalah kopi dengan aroma khas kopinya yang harum dan menggugah selera untuk menikmatinya sehingga menjadi daya dukung yang layak untuk dikembangkan potensinya di Desa Bukit Tinggi.

Banyak masyarakat yang mempunyai kebun kopi namun jarang terekpose dikarenakan selama ini, produk kopi yang dihasilkan kebanyakan dikonsumsi oleh kalangan rumah tangga dan masyarakat sekitar saja. Dalam arti, penjualan yang dilakukan selama ini bersifat konvensional atau dijual langsung ke konsumen di sekitar

sana sehingga memiliki keterbatasan waktu dan jangkauan pemasaran. Cara pengolahannya pun masih terbelang tradisional dimana kopi yang sudah dijemur dan kering kemudian digoreng dengan menggunakan wajan tanah liat atau alat sangrai kopi manual yang ditaruh di atas api dan kayu bakar sebagai bahan bakarnya. Tidak berhenti sampai disitu, branding kopi Desa Bukit Tinggi belum terlalu luas dikenal oleh masyarakat di luar Desa Bukit Tinggi dikarenakan belum memiliki kemasan yang menarik, dan bahkan belum memiliki merek yang tidak jarang juga kopi yang dipasarkan belum dikemas sama sekali. Hal ini tentu menjadi salah satu penyebab rendahnya daya saing kopi yang dimiliki oleh masyarakat Desa Bukit Tinggi. Padahal jika dilihat, produk kopi yang dihasilkan dengan aroma dan rasanya yang khas jika dikemas dan diberikan label maka tentunya akan lebih menarik konsumen untuk dapat membeli produk tersebut sehingga mampu meningkatkan nilai jual produk (Situmorang et al., 2024)

Permasalahan-permasalahan yang demikian tidak hanya terjadi di Desa Bukit Tinggi namun tentunya banyak juga terjadi di berbagai daerah ataupun desa lain yang ada di Indonesia dikarenakan keterbatasan pengetahuan atau SDM yang dimiliki sehingga berdampak terhadap hasil atau produk yang tidak dikenal luas oleh masyarakat seperti yang terjadi di Dusun Borojabung Desa Jabung Kabupaten Malang, Jawa Timur yang dimana penduduk sekitar dengan hasil kopi yang dimiliki dalam kegiatan proses produksi, pemasaran, manajemen, dan administrasi usaha masih sangat kurang (Bastomi et al., 2022) , hal yang serupa juga terjadi di Dusun Semagar Duwur bahwasanya produk kopi robusta yang dihasilkan belum memiliki branding dan kemasan yang menarik (Sari et al., 2023), penjualan produk di Agroindustri Kopi Wulan berjalan kurang efektif karena masih bersifat konvensional sehingga perlu inovasi dan diversifikasi produk serta pengembangan jaringan pasar untuk keberlanjutan agroindustri (Novita et al., 2020), begitu juga kopi hasil dari pertanian di Desa Wates terkendala dalam proses pemasaran yaitu belum adanya branding yang dikarenakan belum adanya sarana dan prasarana dalam memasarkan produk kopi tersebut (Tasuib et al., 2024), hal yang demikian juga terjadi di UMKM Kopi Peno Mojokerto mengalami permasalahan dalam pengemasan dan brand produk kopi yang terkesan tidak menarik sehingga pelanggan yang datang untuk mengkonsumsi produk kopi hanya itu-itu saja (Roz et al., 2022). Berbagai permasalahan yang terjadi di

berbagai daerah lokasi pengabdian yang ditemukan oleh peneliti sebelumnya maka dilakukan kegiatan pengabdian baik dalam bentuk pendampingan, pelatihan maupun sosialisasi sehingga mitra pengabdian mendapatkan wawasan dan ilmu pengetahuan yang bertambah baik mengenai administrasi usaha, pemasaran, produksi, diversifikasi produk, penggunaan kemasan yang sesuai standar, maupun kepemilikan brand sehingga semakin dikenal luas di masyarakat.

Studi sebelumnya memang telah banyak membahas tentang peningkatan daya saing kopi dari sisi strategi pemasaran, kemasan dan pengemasan produk kopi, namun tidak membahas tentang detail perhitungan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual yang meliputi biaya bahan baku, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik serta pengolahan kopi menggunakan teknik modern (menggunakan alat roasting dan grinder). Di sisi lain, studi sebelumnya lebih banyak memfokuskan kepada UMKM, sementara dalam kegiatan pengabdian ini menyorot para pokdarwis yang ada di Desa Wisata. Dengan demikian, bertitik tolak dari fenomena dan berbagai permasalahan yang juga ditemukan di Desa Bukit Tinggi menjadi urgensi dilaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai solusi untuk meningkatkan daya saing produk lokal yang dimiliki oleh Desa Wisata Bukit Tinggi melalui pelatihan pengolahan dan pengemasan kopi yang dapat meningkatkan daya saing produk lokal yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Politeknik Negeri Bali PSDKU Lombok Barat bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat. Mitra sasaran dalam kegiatan pengabdian ini adalah para pokdarwis selaku pemegang atau pengelola wisata di Desa Bukit Tinggi dengan harapan mereka bisa membawa Desa Bukit Tinggi berkembang sebagai desa wisata yang dapat melangkah lebih maju dan mendatangkan wisatawan dengan daya daya tarik alam dan buatan yang dimiliki dan juga agar nantinya Desa Bukit Tinggi bisa menjadi contoh pengelolaan desa wisata yang berkualitas melalui produk yang dihasilkan yang mampu memberikan nilai tambah dan daya saing secara berkelanjutan untuk dapat mewujudkan sejahtera dari desa. Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian ini memberikan pelatihan cara pengolahan kopi menggunakan teknologi yang tidak lagi berbasis tradisional sehingga ketika permintaan dari konsumen membludak bisa cepat terpenuhi. Di sisi lain, tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah mengenalkan dan mengedukasi kepada para pordakwis setempat mengenai cara pengemasan yang baik, pemasaran dan pentingnya memiliki brand kopi tersendiri untuk

dapat lebih memperluas area pemasaran tidak hanya di masyarakat sekitar saja namun kedepannya bisa menjadi oleh-oleh khas Desa Bukit Tinggi bagi para wisatawan.

Kontribusi yang dapat diberikan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat terhadap pengembangan desa wisata berbasis potensi kopi lokal adalah meningkatkan kapasitas para pokdarwis dalam memasarkan dan menjual produk olahan kopi yang dimiliki Desa Wisata Bukit Tinggi sehingga mampu bersaing dengan produk kopi dari luar daerah dan tentunya secara tidak langsung menjadi daya tarik dan nilai jual destinasi wisata yang tersedia di Desa Wisata Bukit Tinggi.

## **METODE**

### **Lokasi Pengabdian**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Aula Kantor Desa Bukit Tinggi yang berlokasi di Kecamatan Gunung Sari, Kabupaten Lombok Barat Provinsi Nusa Tenggara Barat yang melibatkan para Pokdarwis Desa Wisata Bukit Tinggi. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Negeri Bali PSDKU Lombok Barat bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat

### **Metode Pendekatan**

Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode participatory action research (PAR) yaitu suatu metode yang melibatkan masyarakat secara aktif dengan tujuan untuk memberdayakan masyarakat melalui edukasi, keterampilan, pengetahuan dan sumber daya yang dibutuhkan untuk mengatasi masalah. Metode ini dipilih dikarenakan sangat relevan dalam pengembangan kapasitas masyarakat dalam hal ini Pokdarwis Desa Wisata Bukit Tinggi sehingga pendekatan ini mampu meningkatkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab atas hasil dari program sehingga solusi yang dihasilkan lebih kontekstual dan berkelanjutan.

## **Tahapan Kegiatan**

Adapun tahapan-tahapan yang dilakukan dalam kegiatan pelatihan pengolahan dan pengemasan kopi di Desa Bukit Tinggi meliputi :

### **1. Survey Lokasi**

Pada tahapan ini, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat melaksanakan survey lokasi untuk memetakan potensi yang dimiliki Desa Bukit Tinggi dalam hal ini adalah produk unggulan desa yang bisa dijadikan daya tarik bagi wisatawan. Melalui metode PAR ini, pokdarwis dilibatkan untuk memetakan tantangan pengolahan dan pengemasan kopi yang selama ini dihadapi selain potensi lokal seperti jenis kopi dan kekuatan branding desa.

### **2. Diskusi dengan Pihak Desa**

Setelah dilakukan pemetaan potensi desa, maka dilaksanakan diskusi dengan pihak desa yang dalam hal ini dengan pokdarwis Desa Bukit Tinggi dimana disepakati mengenai materi yang akan diberikan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat sehingga permasalahan-permasalahan yang dihadapi pihak desa dapat dicarikan solusinya secara bersama-sama. Melalui metode PAR ini pihak desa dan pokdarwis dilibatkan untuk memberi masukan mengenai kebutuhan materi praktis dan harapan hasil pelatihan.

### **3. Pelatihan Pengolahan dan Pengemasan Kopi**

Pada tahapan ini, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat memberikan pelatihan mengenai pengolahan kopi dengan alat atau teknologi yang modern atau tidak tradisional lagi dan juga dilakukan pendampingan dalam pembuatan dan pengemasan produk kopi meliputi nama label produk, model kemasan produk serta rekomendasi harga pasaran untuk produk kopi. Melalui metode PAR ini, pokdarwis dilibatkan langsung sebagai peserta aktif bukan hanya penerima materi. Terdapat sesi diskusi, praktik bersama, hingga simulasi pengolahan dan pengemasan kopi.

### **4. Evaluasi**

Pada tahapan ini, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat melaksanakan evaluasi sampai sejauh mana program pelatihan yang sudah dilaksanakan bisa diterapkan, kelebihan dan kekurangan yang dihadapi selama mengimplementasikan program yang sudah diberikan sebelumnya. Melalui metode PAR ini, evaluasi melibatkan Pokdarwis

dengan memberikan testimoni dan saran sehingga menjadi dasar pengembangan pelatihan berikutnya.

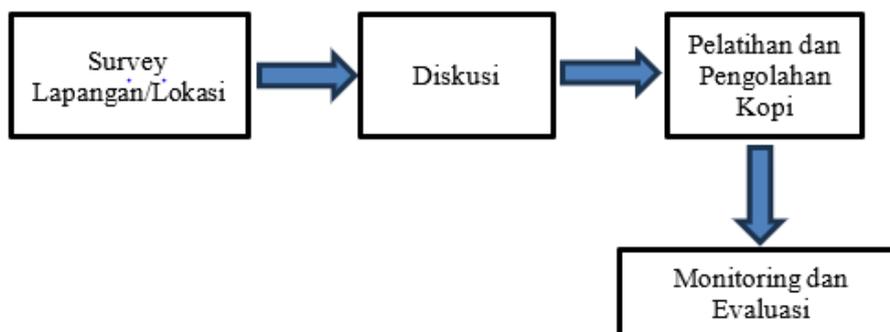
### **Peran Tim Pengabdian**

Adapun peran dari masing-masing tim pengabdian kepada masyarakat disini adalah:

1. Dalam kegiatan survey lokasi yang dikoordinir oleh Yuni Sulpia Hariani melaksanakan pemetaan potensi desa yang ada di Desa Bukit Tinggi yang kemudian dilaksanakan diskusi dengan pihak desa untuk menyepakati mengenai materi yang akan disampaikan ketika kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan.
2. Pada kegiatan pelatihan pengolahan kopi, dilaksanakan demontrasi atau percontohan mengenai proses pengolahan kopi yang sudah dijemur dan dipanen untuk selanjutnya diroasting untuk menyangrai biji kopi yang kemudian dilakukan penggilingan kopi dengan mesin grinder (mesin penggiling) untuk menghaluskan biji yang dalam kegiatan ini dikoordinir oleh Budiman dan Yuni Sulpia Hariani dibantu staf dari Politeknik Negeri Bali PSDKU Lombok Barat.
3. Setelah kopi dihaluskan kemudian akan disampaikan pelatihan dan pendampingan dalam pengemasan produk sampai dengan produk tersebut siap dipasarkan yang dalam hal ini dikoordinir oleh Agus Khazin Fauzi, Farha dan Komariyuli Anwariyah
4. Pada tahapan evaluasi ini dilaksanakan ketika kegiatan pengabdian kepada masyarakat selesai, yang dalam hal ini dikoordinir oleh Yuni Sulpia Hariani.

### **Tahapan / Alur Kegiatan**

Berikut ini tahapan/alur kegiatan dari pengabdian kepada masyarakat :



Gambar 1. Tahapan/Alur Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan awal yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat adalah melaksanakan survey lapangan untuk memetakan potensi yang dimiliki oleh Desa Bukit Tinggi. Dalam kegiatan survey ini juga melibatkan pokdarwis setempat bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Lombok Barat. Hasil survey yang sudah dilakukan ditemukan bahwa di Desa Bukit Tinggi terdapat wisata alam air terjun yang menjadi unggulan dari desa diantaranya air terjun Tibu Tereng, Tibu Kelambu, Sangkok Pelayang, Batu Mesan dan terdapat juga potensi tujuh air terjun yang lain yang sedang dikembangkan dan dikenal dengan sebutan The Seven Secret Waterfalls. Untuk menempuh lokasi air terjun ini, wisatawan harus berjalan kaki dari lokasi parkir kawasan air terjun.



Gambar 2. Potensi Air Terjun di Desa Bukit Tinggi

Selain itu juga potensi yang tidak kalah pentingnya yang dimiliki oleh Desa Bukit Tinggi adalah kebun kopi yang di sepanjang wisata alam maupun lainnya tumbuh di perkebunan milik warga. Kopi yang ada di Desa Bukit Tinggi ini sangatlah potensial untuk dikembangkan karena kualitasnya yang tidak kalah bagus bila dibandingkan dengan daerah lainnya dan aromanya yang khas membuat siapa saja tergugah untuk menikmati kopi tersebut. Sayangnya, selama ini warga sekitar hanya memproduksi kopi kebanyakan untuk dikonsumsi pribadi saja dan bila ingin dijual hanya tersedia di warung-warung kopi milik warga sekitar saja sehingga branding dan pemasaran kopi tidak terlalu terkenal gaungnya di masyarakat luas. Padahal pengembangan pengolahan kopi menjadi salah satu strategi dalam pemantapan ekonomi lokal terlebih lagi dengan adanya bendungan meninting yang kedepannya bisa menjadi daya Tarik wisata yang

bisa dijual, diharapkan kedai kopi atau coffe shop bisa menjadi pilihan warga untuk meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat ataupun kopi bubuk atau olahan bisa menjadi oleh-oleh tangan bagi wisatawan yang berkunjung ke tempat tersebut.



Gambar 3. Kopi yang sudah dipanen dan siap untuk dijemur (kiri) dan Kopi yang siap dipanen (kanan)

Setelah dilakukan pemetaan potensi desa, selanjutnya dilakukan diskusi dengan Pokdarwis dan Dinas Pariwisata Lombok Barat untuk menentukan materi yang akan disampaikan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat sehingga dari hasil diskusi yang dilaksanakan disepakati bahwa Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Negeri Bali PSDKU Lombok Barat akan memberikan pelatihan pengolahan dan pengemasan kopi dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Tema ini diambil dikarenakan bahwa selama ini pengolahan kopi yang dilaksanakan oleh masyarakat masih menggunakan cara tradisional yaitu kopi yang sudah dipanen, kemudian dijemur lalu untuk sangrai kopinya masih menggunakan tungku bakar dengan menggunakan kayu bakar di atas wajan tanah liat. Hasil dari sangrai kopinya pun terkadang ada yang kelihatan gosong dalam arti kematangannya tidak merata. Di sisi lain, brand/label, kemasan dan penentuan harga pasar yang layak dari kopi belum maksimal dilakukan. Selama ini, masyarakat yang memproduksi kopi hanya mengemas hasil kopi olahan terkadang menggunakan plastik bening yang tentunya ini tidak menarik untuk dibeli oleh konsumen. Hal yang lain juga ditemukan bahwa produk kopi hasil Perkebunan warga di Desa Bukit Tinggi belum memiliki brand/label yang membuat kopi di Desa Bukit Tinggi tidak dikenal oleh masyarakat luas ataupun wisatawan yang datang berkunjung ke sana. Dalam penentuan harga pasar kopi pun, kebanyakan warga tidak

menggunakan perhitungan harga pokok produksi yang tepat, hanya berdasar perkiraan saja sehingga belum tentu memperoleh untung dari aktivitas jual beli yang dilakukan.

Atas dasar berbagai persoalan yang ditemukan di lapangan dan sudah disepakati bersama, maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Bukit Tinggi ini dilaksanakan di Aula Kantor Desa dengan melibatkan Pokdarwis setempat yang akan mengelola Desa Wisata Bukit Tinggi bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diawali dulu oleh pembukaan dari Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat dengan menyampaikan pentingnya pengembangan Desa Wisata yang berbasis potensi lokal dan pelestarian lingkungan. Lebih lanjut disampaikan bahwa Desa Bukit Tinggi memiliki kekayaan alam luar biasa sehingga mendorong masyarakat lokal untuk menjadi pelaku utama. Selama lima hari, para pokdarwis setempat dibekali terlebih dahulu dengan materi dasar terkait guiding dan pemetaan potensi di beberapa dusun yang memang jadi potensi wisata dengan pendampingan dari para narasumber lain.



Gambar 4. Pembukaan Kegiatan oleh Kepala Dinas Pariwisata Lombok Barat, didampingi oleh Kabid SDM Pariwisata, Kepala Desa dan Kepala BPD Desa Bukit Tinggi

Setelah materi guiding dan pengembangan potensi wisata disampaikan selama 4 hari mulai dari tanggal 19-22 Mei 2025, maka dilanjutkan dengan pemberian materi pengolahan dan pengemasan kopi oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dari Politeknik Negeri Bali PSDKU Lombok Barat pada tanggal 23 Mei 2025. Sebelum

dilakukan demonstrasi mengenai pengolahan kopi disampaikan pengantar materi bahwa untuk dapat menghasilkan bubuk kopi berkualitas baik dan seragam yang menghasilkan rasa dan aroma yang optimal terlebih dahulu haruslah dilakukan pemilihan atau penyortiran biji kopi berdasarkan ukuran, mutu, dan cacat fisik. Pada zaman teknologi saat ini, sortasi dapat dilakukan menggunakan mesin yang disebut mesin grading dimana dari mesin tersebut biji kopi yang tidak dapat diterima adalah jenis biji berwarna hitam, biji berwarna coklat, biji yang pecah dan biji yang rusak karena hama. Secara manual pun masih bisa digunakan namun untuk proses yang lebih canggih dan cepat bisa menggunakan mesin grading. Setelah mendapatkan biji kopi yang berkualitas selanjutnya dilakukan proses roasting atau menyangrai kopi dengan alat yang disebut mesin sangrai (roaster). Roasting disini merupakan proses pengolahan biji kopi yang sudah mencapai kekeringan yang ideal sehingga melalui proses roasting, biji kopi mentah (green bean) berubah menjadi biji kopi panggang. Kandungan air pada biji kopi akan hilang dan aroma kopi akan muncul pada biji kopi akibat perubahan unsur gula menjadi karbondioksida. Beratnya pun akan menyusut hingga 20%. Tingkat kematangan biji kopi roasting dapat diatur sesuai dengan yang diinginkan mulai dari tingkat kematangan yang light, medium dan dark (Firmansyah et al., 2025)



Gambar 5. Penyampaian materi mengenai pemilihan biji kopi dan proses roasting

Setelah disampaikan materi mengenai pengolahan kopi kemudian dilanjutkan dengan kegiatan demonstrasi pengolahan kopi dengan menggunakan alat roasting.



Gambar 6. Demonstrasi Pengolahan Kopi Dengan Alat Roasting

Setelah dilakukan proses roasting, kemudian didinginkan terlebih dahulu atau dikenal dengan istilah degassing yaitu jeda waktu untuk memberikan kesempatan pada biji kopi melepaskan karbondioksida yang terbentuk dari proses roasting. Ada juga diistilahkan dengan resting setelah roasting yang mengacu pada proses degassing pada biji kopi tersebut. Tujuan dari proses pendinginan ini adalah menghilangkan rasa pembakaran negative yang mengganggu profil rasa yang dimiliki si kopi, agar rasa kopi lebih optimal dan mengurangi kadar karbondioksida yang masih tertinggal. Untuk standar pendinginan kopi tidak ada batasannya, karena beberapa referensi ada menyatakan bahwa kenikmatan kopi ada pada rentang sampai 10 hari setelah roasting dan bahkan untuk jenis biji kopi tertentu yang terasa nikmat jika masa resting 2 sampai 4 minggu, tergantung pada kemampuan biji kopi pada masa proses resting. Yang perlu diketahui disini bahwa kopi yang disimpan dalam bentuk biji lebih tahan lama daripada kopi yang sudah menjadi bubuk (Aizeindra, 2017; Sarmo et al., 2022)



Gambar 7. Hasil roasting biji kopi yang sedang didinginkan

Setelah biji kopi yang sudah diroasting selesai didinginkan selanjutnya didemonstrasikan proses penggilingan kopi dengan menggunakan alat yang namanya grinder. Biji kopi yang digiling secara tepat akan menghasilkan rasa dan aroma kopi yang optimal berbeda dengan kopi yang digiling kasar atau halus secara tidak tepat. Menggunakan mesin grinder dapat diatur tingkat kehalusan dari biji kopi yang digiling. Jenis grinder ada yang bersifat manual dan ada yang elektrik. Grinder kopi yang baik akan menghasilkan bubuk kopi yang seragam dan tidak menggumpal sehingga menghasilkan ekstraksi yang optimal dan rasa kopi yang lebih kaya.



Gambar 8. Proses grinder biji kopi

Setelah selesai dilakukan proses penggilingan biji kopi dengan grinder sehingga menghasilkan bubuk kopi yang berkualitas, selanjutnya bubuk kopi tersebut akan mulai dikemas dan diberi label yang menarik sehingga mudah dikenal oleh masyarakat luas. Terlebih dahulu disampaikan materi mengenai pentingnya brand/label dan kemasan yang menarik bagi sebuah produk. Memiliki branding sendiri pada produk kopi akan memberikan citra positif terhadap pemasaran dan keputusan perilaku konsumen untuk membeli sebuah produk. Disisi lain apalagi jika produk kopi memiliki kemasan yang menarik, yang dibungkus dengan rapi dan sesuai standar tentunya akan memberikan nilai tambah bagi produk menjadi lebih menarik, memberikan informasi produk kepada konsumen dan secara tidak langsung meningkatkan nilai produk yang dijual dan berdampak terhadap peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat. Pemberian brand/label dan pembuatan kemasan bagi produk pernah dilakukan oleh beberapa peneliti diantaranya (Agustin & Mutaqin, 2022; Bastomi et al., 2022; Rohmah & Wicaksono, 2023; Roz et al., 2022; Sari et al., 2023; Situmorang et al., 2024; Sundaygara & Kurniawati, 2023; Tasuib et al., 2024) bahwa pemberian branding/label ditambah dengan adanya kemasan yang menarik akan meningkatkan nilai jual produk dan bahkan ini menjadi alat bantu atau sarana utama untuk menarik perhatian pasar sasaran sehingga mempengaruhi keputusan pembelian produk.



Gambar 9. Hasil kemasan produk bubuk kopi dan biji kopi yang sudah dikemas serta penyerahan hasil produk kopi ke Kepala Desa

Tidak lupa pula untuk mendapatkan harga pasaran yang cocok bagi produk kopi yang sudah dihasilkan, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat juga membantu menghitung harga pokok produk untuk 1 kemasan dimana dari 1 kg biji kopi yang sudah diroasting mengalami penyusutan 160 gram, kemudian untuk meroasting membutuhkan biaya overhead pabrik sebesar 5% dari sekali proses produksi, biaya tenaga kerja langsung Rp 1.250 per kemasan. Untuk mengemas produk kopi yang sudah menjadi bubuk dibutuhkan brand/label dalam bentuk sticker dengan kisaran harga Rp 400 per biji, dan membutuhkan kemasan (pouch) dengan kisaran harga Rp 1.600 per pouch. Ketika meroasting 1 kg kopi dengan harga per 1 kg nya sebesar Rp 130.000 maka untuk untuk per 100 gram bubuk kopi yang dihasilkan membutuhkan biaya produksi sebesar Rp 20.000. Perhitungan ini bisa berubah-ubah mengikuti harga bahan baku, BOP dan biaya tenaga kerja langsung masing-masing daerah. Setelah produk kopi tersebut dikemas dan dihitung harga pokoknya, hal yang terpenting juga adalah pemasaran produk secara online. Dalam kegiatan PKM ini diselipkan materi mengenai pentingnya pemasaran dengan menggunakan media sosial, dikarenakan media sosial membantu menjangkau pemasaran yang lebih luas dari berbagai kalangan dan wilayah manapun sehingga sangat membantu meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat.

Secara umum, kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mengintegrasikan peningkatan kapasitas teknis pengolahan dan pengemasan kopi terbukti dapat meningkatkan daya saing produk lokal mulai dari manajemen produksi, pengolahan pasca panen dan pemasaran sehingga meningkatkan produktivitas dan nilai jual kopi secara signifikan sebagaimana dilakukan oleh (Agustin & Mutaqin, 2022; Bastomi et al., 2022; Rohmah & Wicaksono, 2023; Roz et al., 2022; Sari et al., 2023; Situmorang et al., 2024; Sundaygara & Kurniawati, 2023; Tasuib et al., 2024). Pendekatan partisipatif yang diterapkan dalam kegiatan ini dapat memperkuat modal sosial dan kapasitas sumber daya manusia di masyarakat lokal sehingga mereka bukan hanya menjadi penerima bantuan tetapi agen perubahan yang aktif.

Tahap terakhir dari kegiatan pengabdian ini adalah tahapan evaluasi yang dilaksanakan secara intensif oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Negeri Bali PSDKU Lombok Barat. Tahapan evaluasi dilaksanakan seiring dengan tahapan-tahapan kegiatan agar setiap terjadi kendala, maka tim pelaksana dapat menyelesaikan dengan efektif. Dalam tahapan ini, Tim PKM juga melaksanakan konsultasi melalui whatsapp untuk mengetahui kendala-kendala yang ditemukan ketika mengimplementasikan hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.



Gambar 10. Sesi foto bersama penutupan kegiatan pengabdian kepada masyarakat

Dampak positif yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini adalah peningkatan kualitas produk kopi melalui pengolahan yang standar dan pengemasan yang menarik, peningkatan pengetahuan teknis dan bisnis, serta tumbuhnya jejaring kerja sama antar pelaku UMKM dan sektor pariwisata lokal. Dari sisi ekonomi, adanya kemampuan promosi serta branding kopi khas Desa Wisata Bukit Tinggi membuka pasar baru khususnya di sektor pariwisata dan oleh-oleh, yang relevan dengan upaya diversifikasi usaha dan peningkatan pendapatan masyarakat. Ini menguatkan temuan di literatur pengembangan ekonomi lokal yang menyoroti pentingnya link antara produk unggulan daerah dan pengembangan wisata berbasis komunitas untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Perdana et al., 2019; Rahmadyanti et al., 2023). Dengan demikian, pelatihan pengolahan dan pengemasan kopi di Desa Wisata Bukit Tinggi tidak hanya berdampak pada peningkatan daya saing produk, tetapi juga berkontribusi pada proses pemberdayaan masyarakat yang kontekstual dan berkelanjutan sesuai dengan teori empowerment dan pengembangan ekonomi lokal berbasis kearifan lokal. Berikut ini perubahan-perubahan yang dialami sebelum dan sesudah mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat :

Tabel 1. Evaluasi Pelaksanaan Program Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Program	Indikator	Output
1	Pengolahan Kopi dengan mesin roasting dan grinder	Pokdarwis memahami secara teknis pengolahan kopi dengan mesin roasting dan grinder	Para Pokdarwis setempat bisa mengaplikasikan penggunaan mesin roasting dan grinder untuk mengolah kopi dengan modern
2	Logo dan Kemasan	Tersedianya Logo dan Kemasan dari produk olahan kopi	Produksi kopi yang dihasilkan oleh Desa Wisata Bukit Tinggi memiliki logo dan kemasan yang menarik sehingga mudah dikenal masyarakat luas
3	Digital Marketing	Produk kopi bisa dipasarkan lewat media sosial, website desa maupun marketplace	Pokdarwis dapat memasarkan produk kopi lewat media online seperti whatsapp bisnis, website desa, instagram sehingga orang yang mau memesan bisa mendapatkan produk tanpa menunggu lama
4	Perhitungan Harga Pokok Produksi	Pokdarwis memiliki pemahaman mengenai perhitungan harga pokok produksi	Pokdarwis bisa melakukan perhitungan harga pokok produksi dari kopi yang dihasilkan sehingga dapat menentukan harga jual yang layak dari produk kopi tersebut.

Berdasarkan dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang sudah dilakukan, Pokdarwis memiliki kesan tersendiri : “sebagai bagian dari Pokdarwis, kami sangat mengapresiasi pendekatan partisipatif dalam pelatihan ini. Semua proses mulai dari survey hingga evaluasi melibatkan kami secara aktif sehingga hasilnya relevan dengan kondisi dan kebutuhan desa, pelatihan ini bukan hanya meningkatkan kemampuan teknis dalam mengolah kopi tetapi juga mengajarkan pentingnya branding dan pemasaran produk secara modern. Kami merasa lebih siap bersaing di pasar lokal dan nasional serta mampu membangun jejaring antar pelaku usaha dan wisata yang mendukung kemajuan desa salah satunya mampu menggerakkan ekonomi lokal melalui potensi unggulan kopi”.

## SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan di Aula Kantor Desa Bukit Tinggi Kecamatan Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat berjalan lancar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dibuka secara langsung oleh Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat. Peserta pengabdian kepada masyarakat ini adalah para Pokdarwis atau dikenal dengan kelompok sadar wisata selaku pengelola desa wisata di Desa Bukit Tinggi. Sebelum dilaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Politeknik Negeri Bali PSDKU Lombok Barat, diawali dulu dengan pemaparan materi dari narasumber/praktisi di bidang pariwisata tentang pengembangan desa wisata, pemetaan potensi desa, tour guide dan materi lainnya selama 4 hari. Kemudian dilanjutkan dengan pemaparan materi oleh Tim PKM Politeknik Negeri Bali PSDKU Lombok Barat yang mengangkat tema tentang pelatihan dan pengemasan kopi untuk meningkatkan daya saing produk lokal. Selain penyampaian materi juga dilakukan demonstrasi atau pelatihan mengenai pengolahan kopi mulai dari roasting biji kopi yang sudah dipilih sampai dengan dihasilkannya kopi bubuk ataupun biji kopi hasil dari proses roasting yang dikemas dan diberi label serta penentuan harga pokok produk sampai produk tersebut siap dipasarkan.

Hasil dari kegiatan PKM ini bahwa peserta pengabdian memiliki tambahan wawasan dan pengetahuan mengenai cara pengembangan desa wisata khususnya peningkatan kemampuan pokdarwis dalam mengelola proses pasca panen, roasting dan pengemasan kopi dengan standar yang sesuai pasar modern. Di sisi lain, kegiatan pelatihan ini mampu mendorong pengembangan kopi lokal dengan kemasan menarik dan konsep branding yang kuat sehingga memungkinkan menjadi oleh-oleh khas daerah yang pada akhirnya mampu meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat di Desa Wisata Bukit Tinggi. Kopi yang dihasilkan memiliki nilai jual yang layak setelah diketahui bagaimana cara perhitungan harga pokok produksi. Kegiatan pelatihan pengolahan dan pengemasan kopi ini mendemonstrasikan model pemberdayaan yang berkelanjutan, dimana masyarakat tidak sekedar menjadi penerima manfaat namun menjadi agen perubahan aktif dalam pengembangan ekonomi lokal. Kegiatan ini bisa diaplikasikan dan dikembangkan di desa wisata lain yang memiliki produk unggulan

serupa dalam upaya mendorong kemandirian ekonomi masyarakat serta meningkatkan nilai tambah produk lokal secara berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, N., & Mutaqin, E. Z. (2022). Pendampingan Pembuatan Kemasan Produk Dengan Tujuan Memperkuat Branding Wedang Djalong Di Banjarnegara. *Prosiding Kampelmas (Kampus Peduli Masyarakat)*, 517–527. <https://proceedings.uinsaizu.ac.id/index.php/kampelmas/article/view/65>
- Aizeindra. (2017). *Mengapa Biji Kopi Setelah Roasting Perlu Resting*. <https://Ottencoffee.Co.Id/Majalah/Mengapa-Biji-Kopi-Setelah-Roasting-Perlu-Resting?>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Kopi Indonesia 2023* (H. dan P. Direktorat Statistik Tanaman Pangan, Ed.; 8th ed., Vol. 8). Badan Pusat Statistik.
- Bastomi, M., Fadila, I., Nu'man, M. S., Putri, H. E., Zahro, A., Syamsudin, M. N., Aminudin, K., Mardiyah, M., & Hakim, T. (2022). Peningkatan Daya Saing Kopi Dengan Strategi Kemasan dan Pemasaran Di Dusun Borojabung. *Dinamis : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.33752/dinamis.v2i1.5867>
- Firmansyah, T., Kurniawan, R., & Hidayat, A. T. (2025). Klasifikasi Tingkat Kematangan Roasting Biji Kopi Berbasis Deep Learning dengan Arsitektur MobileNet. *Journal of Information System Research*, 6(2), 1432–1442. <https://doi.org/10.47065/josh.v6i2.6811>
- Komalasari, W. B. (2024). *Statistik Makro Sektor Pertanian 2024* (Saefuddin & S. Wahyuningsih, Eds.). Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian 2024.
- Novita, E., Suciati, L. P., Riawati, N., Andriyani, I., & Pradana, H. A. (2020). Pendampingan Pengembangan Produk Dan Metode Pemasaran Pada Agroindustri Kopi Wulan Kabupaten Bondowoso. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(5), 859–869. <https://doi.org/10.31764/jmm.v4i5.3027>
- Perdana, F. R., Masrukhan, Harjanta, S., & Utami, K. S. (2019). Pemberdayaan Kelompok Usaha Tani Dalam Rangka Peningkatan Daya Saing Hilirisasi Kopi Menoreh. *Seminar Nasional Abdimas II : Sinergi Dan Strategi Akademisi, Business Dan Government (ABG) Dalam Mewujudkan Pemberdayaan Masyarakat Yang Berkemajuan Di Era Industri 4.0*, 1058–1072. <https://prosiding.umy.ac.id/semnasppm/index.php/psppm/article/view/357/539>
- Rahmadyanti, E., Pritasari, O. K., & Refnitasari, L. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Kopi Ramah Lingkungan. *JPP IPTEK (Jurnal Pengabdian Dan Penerapan IPTEK)*, 7(2), 191–200. <https://doi.org/10.31284/j.jpp-iptek.2023.v7i2.4012>
- Rohmah, N. A., & Wicaksono, L. A. (2023). Pendampingan UMKM Dapur Prima Dalam Pengembangan Produk Orientasi Ekspor. *DIANDRA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2),

- Roz, K., Sa'diyah, C., & Novianti, K. R. (2022). Pendampingan Branding dan Packaging Usaha Mikro Kopi Surodinawan Mojokerto. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks Soliditas*, 5(2), 339–345. <https://doi.org/10.31328/js.v5i2.4073>
- Sari, T. W. P., Salsabila, M., Baramita, B., Adhi, N. C., Diana, A. D., Khasanah, A. N., Hapsari, J. L., & Muhammad, D. R. A. (2023). Pengembangan Branding dan Kemasan Produk Kopi Tagar di Dusun Semagar Duwur, Desa Semagar, Girimarto, Wonogiri. *Seminar Nasional Pengabdian dan CSR Ke-3*, 1–7. <https://proceeding.uns.ac.id/pengabdianfp/article/view/368>
- Sarmo, Uhwaniah, F., Nurazizah, & Septani, U. (2022). Pendampingan Pengolahan Kopi Sebagai Sektor Perekonomian Di Desa Legok Kecamatan Bantarkawung Kabupaten Brebes. *Prosiding Kampelmas (Kampus Peduli Masyarakat)*, 2, 983–994. <https://proceedings.uinsaizu.ac.id/index.php/kampelmas/article/view/602>
- Situmorang, H. N., Ginting, L. M., Pratiwi, C., & Haryana, N. R. (2024). Pendampingan Penambahan Rasa dan Kemasan pada Produk Kopi Karo Cap Uang Kuno. *Madaniya*, 5(3), 893–903. <https://doi.org/https://doi.org/10.53696/27214834.857>
- Sundaygara, C., & Kurniawati, M. (2023). Upaya Peningkatan Kualitas Kemasan Produk Kopi Bubuk Asli Gunung Kawi Berbasis Teknologi Tepat Guna. *Jurnal Parahita Abdimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 1–6. <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/parahita>
- Susanti, A., Liliyan, A., & Irdianty, M. S. (2021). Pemberdayaan UMKM Kopipa.Id Melalui Limbah Kopi Menjadi Teh Kemasan Di Surakarta. *Prosiding Sembadha*, 329–334. <https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/sembadha/article/view/1473/780>
- Tasuib, M. J., Indarto, B. A., Ariyanto, A., Kusumaningrum, A. D. W., Putri, M. K., Wulandari, W., Nurhidayah, L., Agata, E., Fathoni, M. N. K., Afni, M. D. N., & Septiya, T. L. (2024). Pemberdayaan Dan Branding Produk/Packaging Kemasan UMKM Kopi Wates. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Indonesia*, 7, 2621–1254. <https://doi.org/https://doi.org/10.35473/jpmmi.v7i2.474>
- Wahyudi. (2024, August 20). *Sektor Pertanian Menjadi Faktor Kuat Tumbuhnya Ekonomi Indonesia Triwulan II 2024*. <https://Pangannews.Id/Berita/1724124988/Sektor-Pertanian-Menjadi-Faktor-Kuat-Tumbuhnya-Ekonomi-Indonesia-Triwulan-Ii-2024>.
- Widianty, D., Andayani, D. S., Nardi, F. A., Elsamayori, J., Mawaddah, M., & Anggraini, T. (2022). Potensi Kawasan Wisata Sebagai Daya Tarik Wisatawan Di Desa Bukit Tinggi Kecamatan Gunungsari Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Bakti Nusa*, 3(1), 26–34. <https://doi.org/10.29303/baktinusa.v3i1.50>