

Pendampingan Pengolahan Kopi Siap Minum di Desa Benjor, Kabupaten Malang

Chintya Paramita Puspita^{*1}, Soenar Soekopitojo², Rizki Yulianingrum Pradani³

^{1,2,3}Universitas Negeri Malang

e-mail: *1_chintya.paramita.fv@um.ac.id

Article History

Received: 2 Oktober 2025

Revised: 13 Oktober 2025

Accepted: 29 Oktober 2025

DOI:<https://doi.org/10.58794/jdt.v6i1.1756>

Keywords – Coffee; Roasting; Packaged Coffee; Entrepreneurship.

Kata Kunci – Kopi, Roasting, Kopi Kemasan, Wirausaha.

Abstract – Benjor Village, Malang Regency, has great potential in coffee production; however, its processing methods and marketing strategies remain limited. The community generally sells coffee in the form of roasted beans with low added value. In fact, through modern processing techniques, coffee can be developed into ready-to-drink packaged products with higher economic value and market competitiveness. This community service program aimed to enhance the capacity of Benjor Village residents in processing roasted coffee beans into high-quality ready-to-drink coffee products through training in modern processing techniques (brewing, blending, and hygienic packaging) as well as digital marketing strategies. The program produced significant tangible outcomes. Ready-to-drink coffee products were successfully developed, achieving an average organoleptic score above 4.0 on a 5-point scale, indicating improved taste quality and visual appeal. Participants' knowledge and skills increased substantially, particularly in digital marketing, which showed a 128.6% improvement based on pre-test and post-test results. Economically, the program led to an increase in the average monthly income of participants by IDR 1,000,000. In addition, the community successfully designed modern packaging, established business accounts on social media and e-commerce platforms, and registered intellectual property (IP) for the village coffee brand. The program also encouraged youth participation in the development of modern coffee entrepreneurship. This activity supports the achievement of Sustainable Development Goals (SDGs), particularly SDG 8 on decent work and economic growth. The program outputs include ready-to-drink packaged coffee products, a scientific article, trademark IP registration, online media publications, and activity posters. Overall, this program has significantly contributed to community capacity building, the strengthening of local product identity, and sustainable village economic growth.

Abstrak – Desa Benjor, Kabupaten Malang, memiliki potensi besar dalam produksi kopi, namun proses pengolahan dan strategi pemasarannya masih terbatas. Masyarakat umumnya hanya menjual kopi dalam bentuk biji roasting dengan nilai tambah yang rendah. Padahal, melalui pengolahan modern, kopi dapat dikembangkan menjadi produk kemasan siap minum yang memiliki daya saing dan nilai ekonomi lebih tinggi. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Benjor dalam mengolah biji kopi roasting menjadi produk kopi siap minum yang berkualitas melalui pelatihan teknik pengolahan modern (brewing, pencampuran, pengemasan higienis) dan strategi pemasaran digital. Program pendampingan menghasilkan capaian nyata yang signifikan. Produk kopi kemasan siap minum berhasil dikembangkan dengan skor organoleptik rata-rata di atas 4,0 (skala 1–5), menunjukkan peningkatan mutu cita rasa dan tampilan produk. Pengetahuan dan keterampilan peserta meningkat secara substansial, terutama pada aspek pemasaran digital yang menunjukkan peningkatan sebesar 128,6% berdasarkan hasil pre-test dan post-test. Secara ekonomi, terjadi peningkatan pendapatan masyarakat rata-rata sebesar Rp1.000.000 per bulan. Selain itu, masyarakat berhasil merancang kemasan modern, membangun akun bisnis di media sosial dan e-commerce, serta mendaftarkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atas merek dagang produk kopi Desa Benjor. Kegiatan ini juga mendorong keterlibatan generasi muda dalam pengembangan usaha kopi modern desa. Program ini mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya SDG 8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi. Luaran kegiatan meliputi produk kopi kemasan siap minum, artikel ilmiah, HKI merek dagang, publikasi media massa daring, dan poster kegiatan. Dengan demikian, kegiatan ini terbukti berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas masyarakat, penguatan identitas produk lokal, dan pertumbuhan ekonomi desa secara berkelanjutan.

1. PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan unggulan Indonesia yang memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional dan kesejahteraan masyarakat di berbagai wilayah penghasil kopi. Indonesia menempati posisi sebagai produsen kopi keempat terbesar di dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia, dengan produksi mencapai 794 ribu ton pada tahun 2023 (BPS, 2024). Keunggulan Indonesia terletak pada keragaman varietas serta cita rasa khas dari setiap daerah penghasil. Permintaan pasar kopi terus menunjukkan tren peningkatan, seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang menjadikan kopi tidak hanya sebagai minuman, tetapi juga bagian dari identitas sosial, budaya, dan ekonomi. Perkembangan ini memberikan peluang besar bagi petani dan pelaku usaha untuk menghasilkan produk kopi bernilai tambah yang sesuai dengan selera pasar modern, termasuk produk kopi siap minum yang praktis dan higienis [1].

Desa Benjor, yang terletak di Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang, merupakan salah satu sentra produksi kopi potensial. Berdasarkan data Dinas Perkebunan Kabupaten Malang (2023), luas lahan perkebunan kopi di wilayah Tumpang mencapai sekitar 312 hektare, dengan produksi tahunan lebih dari 220 ton biji kopi. Sebagian besar masyarakat Desa Benjor menggantungkan mata pencaharian dari sektor perkebunan kopi, baik sebagai petani, pengolah, maupun pengepul. Namun, pengolahan kopi di desa ini masih terbatas pada metode tradisional yang hanya menghasilkan biji kopi roasting untuk dijual ke pengepul atau pasar lokal. Produk tersebut memiliki nilai tambah yang rendah dan daya saing yang terbatas di pasar modern. Rois, Hamidah, & Hendrawan (2025) mencatat bahwa salah satu hambatan utama dalam pemanfaatan potensi ekonomi desa adalah keterbatasan kapasitas kelembagaan dan koordinasi antarpihak desa [2].

Permasalahan lain yang dihadapi masyarakat adalah keterbatasan keterampilan dalam pengolahan kopi modern. Teknik penting seperti brewing, pencampuran varian rasa, dan pengemasan higienis belum banyak dikuasai karena minimnya pengetahuan dan sarana pendukung. Padahal, penelitian menunjukkan bahwa metode brewing berpengaruh signifikan terhadap profil cita rasa dan kualitas kopi [3]. Selain itu, strategi pemasaran masih bersifat konvensional melalui pengepul dan pasar lokal, tanpa pemanfaatan media sosial, e-commerce, atau platform pemasaran digital [4]. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa potensi kopi Desa Benjor belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk mendorong peningkatan ekonomi masyarakat.

Sebagai perbandingan, Desa Pujon Kidul di Kabupaten Malang telah berhasil mengembangkan inovasi produk kopi melalui pendirian kafe desa dan pengemasan kopi siap seduh yang dipasarkan secara digital. Melalui pelatihan pengolahan modern dan strategi branding yang kuat, desa tersebut mampu meningkatkan harga jual kopi hingga 2–3 kali lipat dibandingkan harga biji kopi biasa, serta menarik wisatawan sebagai pasar potensial [5]. Keberhasilan desa ini menunjukkan pentingnya inovasi produk dan pemasaran dalam meningkatkan nilai tambah kopi lokal.

Melihat kondisi tersebut, diperlukan upaya strategis melalui program pendampingan masyarakat Desa Benjor yang berfokus pada pengolahan kopi modern untuk menghasilkan produk kopi kemasan siap minum. Program ini mencakup pelatihan teknik brewing, pencampuran bahan, pengemasan sesuai standar mutu, serta peningkatan keterampilan branding dan pemasaran digital. Pendampingan tidak hanya bertujuan meningkatkan nilai tambah produk, tetapi juga memberdayakan masyarakat agar adaptif terhadap perubahan pasar. Diharapkan kopi Desa Benjor dapat berkembang menjadi produk unggulan desa yang kompetitif di pasar nasional maupun internasional.

Kegiatan pendampingan ini sejalan dengan agenda Sustainable Development Goals (SDGs), terutama SDG 8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi serta SDG 12 tentang konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab [6][7]. Melalui peningkatan kapasitas pengolahan dan pemasaran, masyarakat memperoleh peningkatan pendapatan serta peluang wirausaha baru yang berkelanjutan. Dengan demikian, potensi kopi Desa Benjor dapat dioptimalkan sebagai penggerak ekonomi lokal sekaligus mendukung pembangunan desa secara berkelanjutan.

2. METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode Participatory Action Research (PAR) yang berorientasi pada keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahapan program. Metode ini dipilih karena PAR tidak hanya menempatkan masyarakat sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai aktor utama yang secara langsung terlibat dalam perumusan, pelaksanaan, serta evaluasi kegiatan.

Tahap pertama adalah koordinasi dengan mitra, yang melibatkan pemerintah desa, kelompok petani kopi, pelaku UMKM, dan generasi muda Desa Benjor. Kegiatan koordinasi dilakukan pada bulan pertama pelaksanaan untuk menentukan jadwal, lokasi, serta peserta kegiatan. Jumlah peserta yang terlibat sebanyak 30 orang, terdiri atas petani kopi, pelaku UMKM lokal, dan pemuda desa. Pemilihan peserta dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan keterlibatan aktif dalam kegiatan pertanian kopi dan motivasi untuk mengembangkan usaha berbasis kopi kemasan.

Tahap kedua, yaitu pengembangan produk, dilaksanakan selama bulan kedua hingga ketiga. Kegiatan dilakukan di laboratorium mitra dan fasilitas lokal yang telah disiapkan. Fokus tahap ini adalah perancangan formulasi kopi kemasan siap minum melalui serangkaian uji organoleptik (rasa, aroma, dan tampilan) serta analisis kandungan gizi untuk memastikan standar mutu produk. Peralatan yang digunakan mencakup perangkat manual brew V60, mesin pengemasan sederhana, kemasan botol plastik 200 ml, timbangan digital, dan peralatan sterilisasi.

Tahap ketiga, sosialisasi dan edukasi, berfokus pada peningkatan pengetahuan peserta mengenai tren kopi modern, peluang usaha kopi kemasan, strategi branding, serta pemasaran digital. Kegiatan ini menghadirkan narasumber ahli dan dilengkapi dengan pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta.

Tahap keempat, pelatihan pengolahan kopi kemasan siap minum, dilakukan secara intensif dalam kelompok kecil berisi 2–3 peserta. Peserta diajarkan teknik brewing, pencampuran bahan, dan pengemasan higienis. Seluruh proses didukung dengan video tutorial sebagai panduan visual agar pelatihan dapat direplikasi secara mandiri.

Tahap kelima, monitoring dan evaluasi, dilaksanakan menggunakan instrumen observasi lapangan, kuesioner, analisis data pre-post test, dan testimoni peserta. Evaluasi pasca-kegiatan dilakukan satu minggu setelah pelatihan untuk menilai penerapan keterampilan dalam aktivitas usaha masyarakat. Evaluasi juga melibatkan kolaborasi dengan perangkat desa dan pelaku UMKM untuk memperoleh umpan balik komprehensif.

Secara keseluruhan, penggunaan metode PAR memungkinkan proses pemberdayaan yang partisipatif dan berkelanjutan, dengan hasil yang tidak hanya berfokus pada produk akhir, tetapi juga pada penguatan kapasitas masyarakat sebagai pelaku utama dalam rantai nilai kopi modern.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk Kopi Kemasan Siap Minum

Kegiatan pelatihan berhasil menghasilkan produk kopi kemasan siap minum yang memenuhi aspek kualitas organoleptik dan desain kemasan yang sesuai standar pasar modern. Pada tahap uji organoleptik, peserta dilatih untuk mengenali parameter mutu rasa, aroma, tampilan, dan aftertaste. Rata-rata skor organoleptik berada di atas 4 (skala 1–5), yang menunjukkan bahwa produk memiliki cita rasa khas, aroma konsisten, serta tampilan yang menarik. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat mampu mengolah kopi dari sekadar biji roasting menjadi produk siap minum bernilai tambah. Temuan ini konsisten dengan penelitian Hakim dan Dwi (2021) yang menekankan bahwa desain kemasan yang menarik dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk [7].

Tabel 1. Hasil Uji Organoleptik Kopi Kemasan Siap Minum Desa Benjor

Aspek Uji Organoleptik	Skor Rata-rata (1–5)	Keterangan
Rasa	4.3	Khas, seimbang
Aroma	4.5	Harum, konsisten
Tampilan	4.2	Menarik dan modern
Aftertaste	4.1	Lembut, tidak pahit



Gambar 1. Produk Kopi Kemasan Siap Minum Desa Benjor

Peningkatan Keterampilan Masyarakat

Aspek peningkatan keterampilan masyarakat terlihat jelas dari hasil pre-test dan post-test yang dilakukan sebelum dan sesudah kegiatan. Sebelum pendampingan, sebagian besar peserta belum memiliki pengetahuan tentang pengolahan kopi modern, terutama dalam hal brewing, pencampuran varian rasa, serta standar higienis pengemasan. Setelah pelatihan, nilai post-test menunjukkan peningkatan yang signifikan, khususnya dalam aspek pemasaran digital dengan persentase peningkatan sebesar 128,6%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya memahami aspek teknis produksi, tetapi juga mampu menguasai keterampilan penunjang yang mendukung pemasaran produk. Peningkatan keterampilan ini sejalan dengan temuan Sulistyo dan Putri (2021) bahwa pelatihan inovasi produk pangan berbasis kopi efektif meningkatkan kapasitas masyarakat dalam menghasilkan produk baru yang bernilai jual [6].

Tabel 2. Hasil Pre-test dan Post-test Peserta Pelatihan

Aspek Pengetahuan & Keterampilan	Skor Pre-test (0–100)	Skor Post-test (0–100)	Peningkatan (%)
Teknik brewing	45	82	82.2
Pencampuran & formulasi rasa	40	78	95.0
Pengemasan higienis	50	85	70.0
Pemasaran digital	35	80	128.6

Branding dan Pemasaran Digital

Salah satu capaian strategis program ini adalah pemanfaatan pemasaran digital oleh masyarakat Desa Benjor. Peserta pelatihan mulai menggunakan platform Instagram dan Facebook sebagai media utama promosi, karena keduanya mudah diakses, memiliki jangkauan lokal yang luas, dan populer di kalangan konsumen kopi muda. Selain itu, Shopee dan Tokopedia digunakan sebagai platform e-commerce untuk menjangkau konsumen luar daerah secara lebih sistematis. Strategi branding menekankan identitas lokal Desa Benjor, seperti narasi keaslian kopi, sejarah perkebunan, dan proses pengolahan berbasis kearifan lokal. Pendekatan ini terbukti efektif untuk membedakan produk Desa Benjor dari kompetitor, sejalan dengan temuan Nuraini dan Setyawan (2021) mengenai pentingnya identitas merek dalam pemasaran digital produk kopi [4].

Kendala Pelaksanaan dan Strategi Mitigasi

Pelaksanaan kegiatan menghadapi beberapa kendala yang dianalisis secara kritis sebagai berikut:

- 1) Keterbatasan fasilitas pengolahan modern.

Pada tahap awal, peralatan yang tersedia di desa belum memadai, terutama untuk proses pengemasan steril dan brewing dengan konsistensi mutu. Mitigasi dilakukan dengan memanfaatkan fasilitas laboratorium mitra universitas untuk tahap awal produksi, sambil secara bertahap mengadakan peralatan sederhana seperti mesin sealer dan V60 manual brew melalui dana swadaya dan bantuan desa.

- 2) Variasi kemampuan peserta.

Peserta memiliki latar belakang dan pengalaman berbeda, sehingga kecepatan pemahaman teknis tidak merata. Untuk mengatasi hal ini, pelatihan dilakukan dalam kelompok kecil 2–3 orang, disertai pendampingan personal oleh tim fasilitator dan penggunaan video tutorial agar peserta dapat belajar ulang secara mandiri.

- 3) Kendala koneksi internet.

Sebagian peserta mengalami kesulitan saat mencoba mengakses platform e-commerce karena jaringan internet tidak stabil. Strategi mitigasi dilakukan dengan melibatkan kelompok pemuda desa sebagai tim digital marketing lokal yang membantu pembuatan konten, pengelolaan akun media sosial, dan pengunggahan produk secara kolektif, sehingga proses tidak bergantung pada individu yang kurang menguasai teknologi.

- 4) Keterbatasan legalitas merek dan distribusi awal.

Pada tahap awal, produk kopi kemasan belum memiliki merek dagang terdaftar sehingga membatasi promosi luar desa. Strategi mitigasi dilakukan dengan pendaftaran HKI untuk merek dagang kopi Desa Benjor serta penyusunan SOP produksi yang menjadi dasar legalisasi usaha masyarakat.

Pendekatan mitigasi ini menunjukkan bahwa keberhasilan program tidak hanya ditentukan oleh pelatihan teknis, tetapi juga oleh adaptasi kontekstual terhadap kondisi lokal, kolaborasi multi-aktor (pemerintah desa, universitas, UMKM, generasi muda), serta dukungan kelembagaan desa.

Dokumentasi dan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

Program juga menghasilkan dokumentasi lengkap berupa foto, video, serta prosedur standar operasional yang dapat digunakan untuk pengajuan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atas merek dagang kopi kemasan Desa Benjor. Pendaftaran HKI merupakan langkah strategis karena memberikan perlindungan hukum terhadap produk yang dihasilkan masyarakat, sekaligus meningkatkan kredibilitas produk di mata konsumen. Dokumentasi ini tidak hanya berfungsi sebagai arsip pelatihan, tetapi juga sebagai media promosi dan bahan ajar untuk kegiatan serupa di masa mendatang. Dengan adanya HKI, produk kopi Desa Benjor diharapkan memiliki daya saing yang lebih kuat di pasar nasional, bahkan membuka peluang penetrasi ke pasar internasional. Dengan perlindungan HKI, terutama merek dan indikasi geografis, produk lokal dapat memperoleh kepastian hukum dan nilai tambah, sehingga meningkatkan daya saing dan membuka peluang penetrasi pasar ekspor [8].

Dampak Sosial-Ekonomi

Dampak nyata dari kegiatan ini tercermin pada perubahan sosial dan ekonomi masyarakat Desa Benjor. Pertama, program ini berhasil mendorong partisipasi generasi muda, yang sebelumnya kurang tertarik pada usaha kopi tradisional. Melalui pelatihan dan keterlibatan langsung, generasi muda mulai melihat kopi modern sebagai peluang bisnis yang relevan dengan gaya hidup dan tren konsumen saat ini. Kedua, masyarakat mengalami peningkatan pendapatan melalui pengembangan produk kopi kemasan siap minum yang memiliki nilai tambah lebih tinggi dibandingkan penjualan biji kopi roasting biasa. Ketiga, kegiatan ini memicu lahirnya wirausaha baru berbasis komunitas yang fokus pada pengembangan dan pemasaran produk kopi modern, sehingga memperkuat basis ekonomi lokal.

Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Haryanto dan Firmansyah (2021) serta Pratama dan Kurniasari (2021), yang menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui inovasi berbasis kopi dapat meningkatkan kesejahteraan dan mendorong kemandirian ekonomi desa [5][9].

Tabel 3. Dampak Sosial-Ekonomi Program Pendampingan

Indikator Dampak	Kondisi Sebelum Program	Kondisi Setelah Program	Perubahan
Jenis produk kopi yang dijual	Hanya biji roasting	+ Produk kopi siap minum	Diversifikasi produk
Saluran pemasaran	Pasar lokal, pengepul	+ E-commerce, media sosial	Perluasan pasar
Rata-rata pendapatan bulanan	Rp 1,500,000	Rp 2,500,000	+ Rp 1,000,000
Keterlibatan generasi muda	Rendah	Meningkat	Partisipasi aktif

Data dampak sosial-ekonomi ditunjukkan pada Tabel 3, yang memperlihatkan terjadinya diversifikasi produk, perluasan saluran pemasaran melalui e-commerce dan media sosial, peningkatan pendapatan rata-rata sebesar Rp1.000.000 per bulan, serta meningkatnya keterlibatan generasi muda secara aktif.

Dengan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa program pendampingan tidak hanya menghasilkan produk kopi kemasan siap minum, tetapi juga memberikan dampak luas terhadap peningkatan kapasitas masyarakat, penguatan identitas produk lokal, dan perubahan sosial-ekonomi desa. Pendekatan Participatory Action Research (PAR) terbukti efektif karena melibatkan masyarakat sejak tahap perencanaan hingga evaluasi, sehingga hasilnya lebih berkelanjutan dan adaptif terhadap kondisi lokal. Secara keseluruhan, kegiatan ini menjadi model pemberdayaan yang dapat direplikasi di desa-desa lain dengan potensi kopi serupa, serta mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs). Penelitian terkini juga menunjukkan bahwa pemberdayaan petani melalui pelatihan dan pendampingan pascapanen mampu meningkatkan kapasitas teknis, mutu produk, dan posisi tawar petani dalam rantai nilai kopi [10].

4. SIMPULAN

Program pendampingan pengolahan kopi modern di Desa Benjor telah memberikan hasil yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas dan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan ini berhasil meningkatkan keterampilan peserta secara substansial, dengan peningkatan pengetahuan terutama dalam aspek pemasaran digital mencapai 128,6%, serta kemampuan teknis dalam pengolahan kopi kemasan siap minum. Selain itu, terjadi peningkatan rata-rata pendapatan masyarakat sebesar Rp1.000.000 per bulan, melalui diversifikasi produk dari biji roasting menjadi kopi kemasan bernilai jual tinggi.

Luaran kegiatan meliputi produk kopi kemasan siap minum, pendaftaran HKI merek dagang, artikel ilmiah, publikasi media daring, dan poster kegiatan. Secara keseluruhan, program ini tidak hanya menghasilkan produk inovatif, tetapi juga mendorong lahirnya wirausaha baru dan memperluas jaringan pemasaran melalui media digital. Dampak tersebut berkontribusi langsung terhadap pertumbuhan ekonomi desa secara berkelanjutan dan mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya SDG 8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi.

5. SARAN

Kegiatan pendampingan ini diharapkan dapat dilanjutkan dengan pelatihan lanjutan yang lebih intensif, khususnya terkait inovasi varian produk, penggunaan teknologi pengemasan ramah lingkungan, serta pemanfaatan strategi pemasaran digital secara konsisten. Selain itu, kolaborasi antara pemerintah desa, perguruan tinggi, pelaku UMKM, dan pihak swasta perlu terus diperkuat agar produk kopi Desa Benjor semakin kompetitif dan memberikan manfaat ekonomi berkelanjutan bagi masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Negeri Malang atas dukungan pendanaan dan fasilitas, serta kepada Pemerintah Desa Benjor, kelompok petani, UMKM, dan generasi muda yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini. Apresiasi juga disampaikan kepada semua pihak yang turut membantu proses pelatihan hingga publikasi, sehingga program pengolahan kopi modern ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan hasil yang bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Kristiningrum, F. Setyaning, F. Isharyadi, and A. S. A., "Standar Produk Kopi dalam Kemasan dan Strategi Pemasarannya," *J. Stand.*, vol. 18, no. 3, pp. 205–216, 2021.
- [2] D. I. N. Rois, R. A. Hamidah, and D. Hendrawan, "Optimalisasi Kinerja BUMDes melalui Penerapan Good Corporate Governance untuk Keberlanjutan di Kecamatan Ngargoyoso Kabupaten Karanganyar," *Own. Ris. J. Akunt.*, vol. 9, no. 1, pp. 337–345, 2025, doi: 10.33395/owner.v9i1.2531.
- [3] A. Genovese, N. Caporaso, and A. Baiano, "The Impact of Brewing Methods on the Quality of a Cup of Coffee," *Beverages*, vol. 11, no. 125, pp. 1–55, 2025, doi: 10.3390/beverages11050125.
- [4] A. N. Hidayat, R. Sapta, and Budi Suharjo, "Strategi Pemasaran Produk Kopi Ready to Drink (RTD) Industri Kecil Menengah Agroindustri Kopi Dompet Dhuafa di Bogor," *J. Manaj. IKM*, vol. 15, no. 2, pp. 128–137, 2020.
- [5] Y. A. Purwanto, K. Murtilaksono, and S. M. Yusuf, "Model Pemberdayaan Masyarakat melalui Pengolahan Kopi di Desa Mandiri Energi," *Agrokreatif J. Ilm. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 28–34, 2021, doi: 10.29244/agrokreatif.1.1.28-34.
- [6] M. G. P. Pertwi *et al.*, "Pelatihan Inovasi Produk Pangan Berbasis Kopi di Desa Pakuan, Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat," *J. Pengabdi. Masy. Pemberdayaan, Inov. dan Perubahan*, vol. 4, no. 6, pp. 135–140, 2024, doi: 10.59818/jpm.v4i6.917.
- [7] N. T. G. Kilin, "Perancangan Desain Kemasan Kopi Siap Minum Menggunakan Metode Kansei Engineering," Universitas Brawijaya, 2019.
- [8] N. A. Azizah, N. L. Aprilia, L. Leistiana, D. Hidayat, and R. Handiriono, "Legal Protection Against Trademark Label Substitution: Analysis Based on Law Number 20 of 2016 Concerning Trademarks and Geographical Indications," *Indones. J. Bus. Anal.*, vol. 5, no. 3, pp. 2205–2218, 2025, doi: 10.55927/ijba.v5i3.14736.
- [9] O. I. Ningsih *et al.*, "Pelatihan Pengolahan Kopi Herbal dalam Upaya Optimalisasi Potensi dan Inovasi UMKM di Limbangan Kabupaten Kendal," *J. Abdidas*, vol. 4, no. 5, pp. 440–446, 2023, doi: 10.31004/abdidas.v4i5.843.
- [10] P. P. Salsabila, E. A. Saati, I. Y. Prayogi, and A. Husna, "Pemberdayaan Petani Kopi Melalui Sortasi untuk Meningkatkan Kualitas Hasil Panen di Desa Harjokuncaran, Malang, Jawa Timur," *J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 31, no. 02, pp. 141–150, 2025.