

TRANSFORMASI EKONOMI LOKAL MELALUI BRANDING "KOPI KEBON WINDUAJI"

Ari Dwi Nurasih¹, Slamet Sulistiadi²

¹Fakultas Peternakan, Universitas Jenderal Soedirman

²Teknik Pertanian dan Biosistem, Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto

Article history

Received : November 12, 2025

Revised : January 14, 2026

Accepted : January 19, 2026

*Corresponding author

Email : sulistiadislamet22@gmail.com

Abstraksi

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan kewirausahaan anggota Pokdarwis Desa Winduaji melalui pengembangan produk kopi lokal, Kopi Kebon Winduaji. Metode pelaksanaan meliputi survei potensi dan pasar, pelatihan produksi, pengemasan, pemasaran, perizinan, serta pelatihan kewirausahaan. Survei menunjukkan bahwa Winduaji memiliki potensi sumber daya manusia dan alam yang mendukung pengembangan usaha kopi, serta akses pasar melalui warung kopi dan wisata lokal. Pelatihan produksi dilakukan dengan pengadaan alat seperti pulper MCP-250, grinder FFC-15, dan alat roasting rakitan. Pengemasan dan branding dilakukan untuk meningkatkan nilai jual, sementara pemasaran dilakukan melalui partisipasi dalam EXPO UNSOED 2019. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan literasi teknis dan kewirausahaan Pokdarwis, serta validasi awal terhadap produk kopi lokal. Temuan ini sejalan dengan teori kewirausahaan berbasis komunitas dan praktik pengabdian serupa di daerah lain, yang menekankan pentingnya integrasi hulu-hilir dan pendekatan partisipatif dalam pemberdayaan ekonomi desa.

Kata Kunci: Pokdarwis; Kopi Winduaji; kewirausahaan desa; pelatihan produksi; pengembangan produk lokal

Abstract

This community service program aims to enhance the entrepreneurial skills and capacities of Pokdarwis (Tourism Awareness Group) members in Winduaji Village through the development of a local coffee product, Kopi Kebon Winduaji. The implementation method includes potential and market surveys, training in production, packaging, marketing, licensing, and entrepreneurship. The surveys revealed that Winduaji possesses both human and natural resources conducive to coffee enterprise development, with market access through local coffee shops and tourism. Production training involved the procurement of equipment such as the MCP-250 pulper, FFC-15 grinder, and a custom-built roasting tool. Packaging and branding were designed to increase product value, while marketing was conducted through participation in the EXPO UNSOED 2019. The results indicate improved technical literacy and entrepreneurial awareness among Pokdarwis members, along with initial validation of the local coffee product. These findings align with community-based entrepreneurship theory and similar service programs in other regions, emphasizing the importance of upstream-downstream integration and participatory approaches in rural economic empowerment.

Keywords: Pokdarwis; Winduaji Coffee; rural entrepreneurship; production training; local product development

© 2025 Some rights reserved

PENDAHULUAN

Tren munculnya warung kopi di berbagai daerah, baik perkotaan maupun pedesaan (Putra dkk., 2024), menunjukkan bahwa budaya minum kopi semakin mengakar dan jumlah penikmatnya terus bertambah. Secara global, agroindustri kopi Indonesia juga memiliki daya tarik tersendiri

karena cita rasa khas yang membuat permintaan kopi terus meningkat. Jawa Tengah merupakan salah satu sentra produksi kopi terbesar di Pulau Jawa setelah Jawa Timur (Nasirudin dkk., 2022). Namun, pengelolaan perkebunan kopi di Jawa Tengah umumnya masih dilakukan secara tradisional, dengan kepemilikan lahan yang kecil



dan tersebar di tangan rakyat (Ifadloh, 2022). Kondisi ini membuat setiap wilayah memiliki kekhasan cita rasa, tetapi sekaligus menghadapi keterbatasan dalam hal produktivitas, akses pasar, dan pengelolaan usaha.

Kabupaten Brebes, meskipun termasuk wilayah penghasil kopi di Jawa Tengah, memiliki produksi yang relatif kecil. Salah satu desa yang memiliki sejarah panjang dengan kopi adalah Desa Winduaji, Kecamatan Paguyangan. Sejak pembangunan Waduk Penjalin pada tahun 1930 (Nurlela dkk., 2021), masyarakat setempat menanam kopi secara tumpangsari di kebun rumah. Hasil kopi diolah secara manual dan tradisional, serta lebih banyak digunakan untuk konsumsi pribadi atau jamuan tamu. Data Pokdarwis menunjukkan bahwa Kopi Kebon Winduaji memiliki cita rasa khas yang berpotensi dikembangkan sebagai produk unggulan lokal sekaligus mendukung pengelolaan wisata Waduk Penjalin.

Desa Winduaji sendiri memiliki posisi strategis karena terletak di perbatasan Kabupaten Brebes dan Banyumas serta dilalui jalur nasional, sehingga mudah diakses wisatawan. Pengelolaan wisata Waduk Penjalin dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang terdiri dari pemuda-pemudi desa (Kusumaningsih, 2022). Namun, mitra Pokdarwis menghadapi masalah utama berupa keterbatasan kapasitas dalam berwirausaha, rendahnya diversifikasi sumber pendapatan, serta ketergantungan pada pengelolaan wisata semata. Banyak anggota Pokdarwis yang juga mahasiswa dan menjadi tulang punggung keluarga, sehingga kebutuhan ekonomi mereka cukup tinggi. Kondisi ini menuntut adanya inovasi untuk memperluas sumber penghasilan sekaligus meningkatkan keterampilan kewirausahaan.

Melihat potensi kopi rakyat di Desa Winduaji, tim pengabdian masyarakat berupaya menjadikan Kopi Kebon Winduaji sebagai sarana pemberdayaan ekonomi melalui branding produk lokal. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kapasitas mitra Pokdarwis dalam hal keterampilan berwirausaha, manajemen usaha, dan pemasaran produk. Selain

itu mengembangkan Kopi Kebon Winduaji sebagai produk lokal yang memiliki nilai tambah ekonomi sekaligus memperkuat identitas desa serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengabdian masyarakat melalui praktik integrasi antara potensi agroindustri kopi dengan pengelolaan wisata berbasis komunitas.

Pengabdian ini tidak hanya berfokus pada peningkatan pendapatan mitra, tetapi juga pada perubahan kapasitas kelembagaan Pokdarwis, penguatan branding produk lokal, serta model integrasi kopi-wisata yang dapat direplikasi di daerah lain. Nilai tambah pengabdian terletak pada transformasi dari pengelolaan kopi tradisional untuk konsumsi pribadi menjadi produk agroindustri yang berdaya saing, sekaligus memperluas praktik pengabdian masyarakat dalam konteks pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal.

METODE PELAKSANAAN

Tahap-tahapan pelaksanaan kegiatan dilakukan secara sistematis dengan beberapa tahapan sebagai berikut :

1. Survei Potensi

Tujuan dilakukannya survei potensi adalah diperolehnya data akurat tentang kemampuan maksimal desa Winduaji dalam memproduksi Kopi. Survei dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung, observasi ke petani, dan wawancara kepada petani ataupun tokoh masyarakat serta penyebaran angket kepada beberapa sampel petani desa Winduaji.

2. Survei Pasar

Survei pasar dilakukan untuk mengetahui sasaran konsumen yang tepat dan mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang paling efisien. Melakukan riset dengan pengambilan sampel dari beberapa petani kopi di Winduaji. Melakukan studi kelayakan produksi kopi dan konsultasi dengan ahli kopi yang berkompeten di bidangnya serta menilik kebutuhan pasar kopi di Jawa Tengah dari segi konsumsi, peluang usaha maupun produktivitas sehingga goal yang di dapat nanti berupa produk kopi Winduaji yang berkualitas.

3. Pelatihan Produksi kopi

Pelatihan dilakukan secara langsung kepada masyarakat atau perwakilan dari Pokdarwis sebagai sasaran utama. Pelatihan produksi kopi ini bertujuan agar masyarakat dapat mengetahui cara pengolahan kopi dari mulai pemanenan hingga proses pengolahannya yang tidak dilakukan secara konvensional sehingga produksi kopi lebih efisien dan efektif.

4. Pelatihan Pengemasan dan Branding Produk

Pelatihan pengemasan bertujuan untuk mengemas produk dengan kemasan yang menarik. Desain pengemasan kopi dirancang dan direkomendasikan oleh tim pengabdian. Kemasan terbuat dari greaseproof yang bertujuan menahan resapan minyak dengan jenis pengemasan standing pouch berbahan aluminium foil dengan bagian segel demi terjaganya cita rasa serta membantu kopi bisa terjaga lebih segar.

5. Pelatihan Pemasaran Produk

Pelatihan pemasaran dapat dilakukan dengan pengenalan sosial media sebagai sarana alternatif pemasaran produk. Akun kopi kebon winduaji pada berbagai media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter dapat dimanfaatkan sebagai langkah promosi yang tepat. Akun sosial media tersebut dapat menjadi jalan pusat informasi mengenai pemasaran produk secara berkala. Dengan pemaparan mengenai teknis pemasaran yang tepat, dapat menunjang kelancaran distribusi produk ke konsumen sehingga target pasar semakin meluas.

6. Pelatihan Kewirausahaan

Pelatihan akan dibarengi dengan sosialisasi mengenai pengetahuan dan informasi dari pihak yang berkompeten dibidangnya. Dua Narasumber yang akan dihadirkan adalah, Bapak Ardi selaku pemilik dua café di Bumiayu dan Ibu Larin Tikafebiyanti. Sosialisasi ini diharapkan mampu meningkatkan kinerja dalam berwirausaha guna meningkatkan kesadaran masyarakat dalam pentingnya tata kelola usaha kopi Winduaji.

7. Perizinan

Perijinan produksi dilakukan dengan cara mengajukan PIRT (Perizinan industri rumah tangga) ke dinas kesehatan dengan melengkapi dokumen dokumen yang telah di tentukan.

Perizinan ini dilakukan guna membuat produk Kopi Winduaji dapat diakui oleh masyarakat sebagai produk local yang sudah terdaftar sebagai suatu usaha oleh pemerintah setempat sehingga memiliki nilai kepercayaan lebih.

PEMBAHASAN

Peningkatan Kemampuan dan Keterampilan Wirausaha

a. Survei Potensi: Identifikasi Modal Sosial dan Ekonomi Lokal

Survei potensi dilaksanakan melalui observasi lapangan dan wawancara terstruktur terhadap petani kopi di Desa Winduaji, Kecamatan Paguyangan, Kabupaten Brebes. Instrumen yang digunakan berupa angket dan formulir pendataan yang mencakup aspek produksi, pemasaran, dan persepsi terhadap usaha kopi. Hasil survei menunjukkan bahwa Desa Winduaji memiliki jumlah penduduk sekitar 12.000 jiwa, dengan dominasi mata pencaharian di sektor pertanian dan perkebunan. Salah satu potensi wisata alam yang mendukung kegiatan ekonomi lokal adalah Waduk Penjalin, yang mencatat rata-rata kunjungan 50 orang per hari, terutama pada akhir pekan dan musim liburan.

Selain itu, terdapat indikasi pasar potensial melalui keberadaan warung kopi di wilayah sekitar seperti Bumiayu, Paguyangan, Pekuncen, Ajibarang, dan Gumelar. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Brebes (2023), jumlah warung kopi di wilayah ini meningkat sebesar 18% dalam dua tahun terakhir, seiring tren konsumsi kopi lokal yang terus berkembang. Hal ini menunjukkan adanya peluang strategis bagi Pokdarwis untuk mengembangkan produk kopi sebagai bagian dari ekowisata dan usaha kreatif desa.

Temuan ini sejalan dengan hasil pengabdian masyarakat oleh Pokdarwis Sewu Kembang di Tawangmangu, yang mengembangkan budidaya kopi sebagai produk unggulan berbasis kearifan lokal. Studi tersebut menekankan pentingnya pemetaan potensi sebagai langkah awal dalam merancang intervensi kewirausahaan berbasis komunitas (Widagdo dkk., 20230).

b. Survei Pasar: Validasi Produk dan Penguatan Literasi Wirausaha

Survei pasar dilaksanakan melalui kunjungan ke Due Café di Bumiayu, yang dikelola oleh praktisi sekaligus ahli kopi, Pak Ardi. Kegiatan ini tidak hanya berupa diskusi, tetapi juga praktik langsung mengenai jenis kopi arabika dan robusta, teknik pascapanen, serta metode roasting yang memengaruhi cita rasa dan nilai jual. Tim pengabdian membawa sampel Kopi Kebon Winduaji untuk diuji menggunakan mesin espresso, kemudian dilakukan uji organoleptik oleh tujuh pengunjung café.

Hasil uji rasa memperlihatkan variasi persepsi terhadap kualitas kopi Winduaji. Tiga responden menilai rasa terlalu pahit atau menyerupai daun jambu, dua responden menyatakan cukup enak dan nyaman, sementara dua lainnya memberikan masukan teknis terkait tingkat kekeringan dan preferensi roasting dark untuk arabika. Temuan ini menegaskan bahwa literasi rasa dan keterampilan teknis pengolahan masih menjadi tantangan utama dalam pengembangan kopi lokal. Dari perspektif kewirausahaan, kegiatan ini berfungsi sebagai proses validasi produk yang krusial dalam siklus pengembangan usaha. Sesuai dengan teori Lean Startup (Sutaguna dkk., 2023), feedback konsumen pada tahap awal memungkinkan pelaku usaha melakukan iterasi dan perbaikan sebelum masuk ke produksi massal. Hal ini diperkuat oleh hasil pengabdian di Desa Sukajadi, Bogor, yang menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung mampu meningkatkan pengetahuan dan sikap wirausaha Pokdarwis secara signifikan. Dampak dan perubahan yang dapat ditemukan pada mitra antara lain peningkatan literasi rasa yang mulai anggota Pokdarwis mulai memahami standar kualitas kopi yang diharapkan konsumen. Pokdarwis juga sudah memiliki keterbukaan terhadap kritik. Mitra menunjukkan sikap reflektif, menerima masukan teknis, dan menyadari pentingnya perbaikan berkelanjutan. Upaya penguatan kapasitas teknis juga mampu menumbuhkan kesadaran bahwa pengolahan pascapanen dan roasting adalah faktor penentu daya saing. Perubahan mindset wirausaha yang dimiliki oleh Pokdarwis semakin meningkat, mitra tidak lagi hanya berfokus pada produksi, tetapi mulai melihat pentingnya validasi pasar sebagai bagian dari strategi usaha.

Survei pasar tidak sekadar menghasilkan data empiris, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran kewirausahaan yang nyata. Melalui keterlibatan langsung dalam observasi, diskusi dengan ahli, dan uji produk, anggota Pokdarwis memperoleh pengalaman praktis tentang bagaimana mengelola usaha berbasis potensi lokal. Kegiatan ini berkontribusi pada peningkatan keterampilan teknis, pemahaman pasar, serta pembentukan pola pikir wirausaha yang lebih adaptif. Pendekatan partisipatif dan berbasis data ini menunjukkan bahwa pengembangan Kopi Kebon Winduaji dapat menjadi wahana pemberdayaan ekonomi desa sekaligus memperkuat kapasitas kewirausahaan komunitas wisata.

Pengembangan produk Kopi Kebon Winduaji

a. Pelatihan Produksi Kopi: Transfer Teknologi dan Efisiensi Modal

Pelatihan produksi kopi dilaksanakan secara langsung kepada anggota Pokdarwis Winduaji sebagai bagian dari upaya peningkatan kapasitas teknis dan kewirausahaan. Tim pengabdian Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto mengalokasikan anggaran sebesar Rp12.000.000 untuk pengadaan alat produksi utama, yaitu mesin pulper, grinder, dan alat roasting. Strategi efisiensi diterapkan dengan merakit sendiri alat roasting berbahan stainless steel berukuran panjang 50 cm dan diameter 30 cm, dilengkapi corong serta saluran pengeluaran kopi. Desain ini disesuaikan dengan kebutuhan skala rumah tangga dan kapasitas produksi komunitas, sehingga lebih relevan dengan kondisi mitra.

Spesifikasi teknis alat menunjukkan kesesuaian dengan kebutuhan produksi mikro. Mesin pulper model MCP-250 memiliki kapasitas 174 kg/jam, sedangkan grinder FFC-I5 berputar pada 9000 rpm dengan daya 1,1 kW. Pemilihan alat ini mencerminkan penerapan teknologi tepat guna, sebagaimana disarankan oleh Dharma dkk. (2023), bahwa keberhasilan UMKM pertanian sangat dipengaruhi oleh ketersediaan alat produksi yang efisien dan mudah dioperasikan masyarakat. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga memperkenalkan prinsip dasar manajemen produksi, seperti pengendalian mutu dan efisiensi biaya. Hal ini sejalan dengan temuan

pengabdian Universitas Brawijaya di Desa Sumbermanjing, yang menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung mampu meningkatkan produktivitas UMKM kopi hingga 35% dalam enam bulan (Nailul, 2024).

Dampak dan perubahan pada mitra dapat diketahui dengan adanya peningkatan kapasitas teknis. Anggota Pokdarwis kini mampu mengoperasikan mesin pulper, grinder, dan roasting secara mandiri. Terjadi juga peningkatan efisiensi produksi dengan memanfaatkan teknologi tepat guna, waktu dan biaya produksi lebih terkendali dibanding metode tradisional. Mitra mulai memahami kedarasan mutu terkait pentingnya konsistensi kualitas produk melalui pengendalian mutu sederhana. Perubahan mindset usaha diketahui dari sekadar petani kopi, mitra bertransformasi menjadi produsen kopi dengan orientasi bisnis dan keberlanjutan. Sehingga kepercayaan diri meningkat dan mitra merasa lebih siap bersaing karena memiliki keterampilan teknis dan alat produksi yang sesuai kebutuhan.

b. Pelatihan Pengemasan dan Branding: Diferensiasi Produk dan Nilai Tambah

Pelatihan pengemasan dilaksanakan bersamaan dengan proses produksi, dengan tujuan memperkenalkan pentingnya estetika kemasan dan identitas merek dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Dalam kegiatan ini, produk kopi dikemas dalam dua ukuran, yaitu 50 gram dan 100 gram, menggunakan desain label yang dirancang untuk merepresentasikan identitas lokal Winduaji (Gambar 1). Dari 500 gram bubuk kopi medium roast yang telah diproses, diperoleh tujuh bungkus kemasan berukuran 50 gram. Jumlah yang sama juga dihasilkan dari kopi dark roast, sementara sisa bubuk yang tidak terkemas dicampur kembali dan menghasilkan 35,8 gram. Selanjutnya, pengemasan lanjutan dilakukan terhadap kopi hasil roasting menggunakan mesin profesional di Due Café, sehingga diperoleh tiga bungkus kemasan berukuran 100 gram.

Pelatihan menghasilkan sejumlah perubahan signifikan pada praktik dan pemahaman Pokdarwis. Sebelum pelatihan, pengemasan dilakukan secara manual dengan variasi berat yang tidak konsisten. Setelah pelatihan, peserta

memahami pentingnya akurasi timbangan sehingga setiap kemasan memiliki bobot yang seragam. Kemasan awal cenderung polos dan kurang menarik. Dengan adanya label baru yang menonjolkan identitas Winduaji, produk memperoleh citra yang lebih profesional dan layak bersaing di pasar oleh-oleh. Kondisi awal kopi hanya dijual dalam kemasan besar tanpa mempertimbangkan preferensi konsumen. Kini tersedia pilihan ukuran 50 gram untuk pasar wisatawan (praktis dan terjangkau) serta 100 gram untuk konsumen reguler. Proses roasting menggunakan mesin profesional mempercepat waktu produksi dan menghasilkan kualitas yang lebih konsisten dibandingkan metode manual juga sudah dipahami oleh mitra. Selain itu, Pokdarwis menyadari bahwa kemasan yang informatif dan estetis dapat meningkatkan persepsi nilai produk hingga 40%, sesuai dengan pandangan Kotler dan Keller (2016). Dengan adanya perubahan tersebut, Pokdarwis tidak hanya memperoleh keterampilan teknis dalam pengemasan, tetapi juga wawasan strategis mengenai branding dan diferensiasi produk. Hal ini memperkuat posisi kopi Winduaji sebagai produk lokal yang memiliki nilai tambah dan daya tarik di pasar ritel maupun wisata

c. Pelatihan Pemasaran: Eksposur Produk dan Validasi Pasar

Pelatihan pemasaran dilakukan melalui partisipasi aktif dalam EXPO UNSOED, sebuah ajang tahunan yang mempertemukan inovasi mahasiswa dengan masyarakat umum. Dalam kegiatan ini, Pokdarwis memasarkan produk kopi dalam tiga varian kemasan, yaitu 50 gram (Rp15.000), 100 gram (Rp30.000), dan 125 gram (Rp35.000). Selama empat hari pameran, tercatat penjualan sebanyak sembilan bungkus kopi dengan total pendapatan Rp170.000. Meskipun volume penjualan masih terbatas, kegiatan ini memberikan pengalaman nyata dalam promosi, interaksi dengan konsumen, dan pengujian harga pasar. Menurut pendekatan experiential learning (Azahra dkk., 2025), pengalaman langsung seperti ini sangat efektif dalam membentuk keterampilan wirausaha, karena memungkinkan peserta belajar dari umpan balik nyata dan refleksi atas proses yang dijalani.

Perubahan pada mitra dapat diketahui dari hal seperti peningkatan kepercayaan diri yang mana sebelum pelatihan, mitra cenderung ragu dalam menawarkan produk. Setelah mengikuti EXPO, mereka lebih berani melakukan komunikasi langsung dengan konsumen. Mitra menyadari bahwa variasi ukuran dan harga kemasan membuka peluang menjangkau segmen pasar yang berbeda, mulai dari wisatawan hingga konsumen reguler. Dari interaksi selama pameran, mitra memperoleh wawasan mengenai varian rasa dan ukuran kemasan yang lebih diminati. Mitra mulai melihat pemasaran bukan sekadar menjual produk, tetapi juga membangun citra, relasi, dan kepercayaan konsumen. Dengan adanya penjualan meski terbatas, mitra memperoleh bukti bahwa produk kopi Winduaji memiliki potensi diterima masyarakat, sekaligus masukan untuk perbaikan kualitas dan strategi promosi. Dengan demikian, pelatihan pemasaran tidak hanya memberikan keterampilan teknis dalam menjual produk, tetapi juga mendorong transformasi mindset mitra menuju orientasi pasar yang lebih strategis dan berkelanjutan.



Gambar 1. Desain Kemasan Kopi Kebon Winduaji

d. Perizinan: Legalitas Produk sebagai Prasyarat Akses Pasar

Langkah strategis dalam pengembangan usaha dilakukan melalui pengurusan izin Produk Industri Rumah Tangga (PIRT) yang difasilitasi oleh Dinas Kesehatan. Proses ini sedang berlangsung, dengan tim Pokdarwis melengkapi dokumen administratif sesuai persyaratan yang berlaku. Legalitas produk menjadi aspek penting dalam membangun kepercayaan konsumen

sekaligus memperluas distribusi, terutama ke pasar modern dan platform daring.

Studi oleh Kementerian Koperasi dan UKM (2022) menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki izin PIRT dan label halal mengalami peningkatan omzet rata-rata sebesar 27% dalam satu tahun. Hal ini menegaskan bahwa legalitas bukan sekadar formalitas, melainkan instrumen strategis untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Pelatihan dan pendampingan dalam pengurusan PIRT menghasilkan sejumlah perubahan nyata seperti sekarang mitra memahami pentingnya aspek legal sebagai syarat masuk ke pasar yang lebih luas. Proses pengurusan dokumen melatih mitra dalam mengelola berkas, melengkapi persyaratan, dan berinteraksi dengan instansi pemerintah. Mitra mulai menargetkan distribusi ke toko modern, pusat oleh-oleh, dan platform daring, bukan hanya penjualan lokal. Dengan adanya proses legalisasi, mitra menyadari bahwa konsumen lebih percaya pada produk yang memiliki izin resmi dan label halal. Mitra tidak lagi melihat usaha kopi hanya sebagai aktivitas produksi, tetapi sebagai bisnis yang harus memenuhi standar regulasi untuk bertahan dan berkembang.

e. Pelatihan Kewirausahaan: Integrasi Hulu-Hilir dan Penguatan Mindset Usaha

Pelatihan kewirausahaan yang dilaksanakan di Dusun Karanganyar menghadirkan dosen Agroteknologi UNU Purwokerto bersama praktisi kopi dari Due Café sebagai fasilitator (Gambar 2). Materi yang diberikan tidak berhenti pada aspek teknis budidaya dan pengolahan pascapanen, tetapi diperluas hingga strategi integrasi hulu-hilir dalam rantai nilai kopi. Pendekatan ini menekankan bahwa kewirausahaan bukan sekadar aktivitas produksi, melainkan sebuah sistem yang menuntut pemahaman terhadap dinamika pasar, keberlanjutan usaha, serta posisi tawar pelaku di dalam ekosistem agribisnis.

Workshop dan sosialisasi yang dilakukan memperlihatkan bagaimana Pokdarwis mulai menginternalisasi gagasan bahwa usaha kopi harus dikelola secara menyeluruh, dari kebun hingga kemasan. Proses ini menumbuhkan kesadaran baru bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi

juga oleh kemampuan membangun jaringan, membaca tren konsumen, dan menjaga konsistensi mutu di setiap tahapan rantai nilai. Perubahan yang terjadi pada mitra dapat diidentifikasi dalam beberapa dimensi. Pertama Mitra yang sebelumnya berorientasi pada produksi semata kini mulai menempatkan pemasaran, branding, dan distribusi sebagai bagian integral dari strategi usaha. Kedua penguatan kapasitas teknis dan manajerial. Dimana selain keterampilan budidaya dan pengolahan, mitra memperoleh pemahaman tentang pentingnya pencatatan, perencanaan, dan evaluasi usaha. Ketiga pelatihan menumbuhkan pemahaman bahwa usaha kopi harus dijalankan dengan prinsip keberlanjutan, baik dari sisi lingkungan maupun sosial-ekonomi komunitas. Dengan pengetahuan baru tentang rantai nilai, mitra lebih percaya diri dalam bernegosiasi dengan pembeli dan lebih siap memasuki pasar yang lebih luas.

Temuan ini sejalan dengan hasil pengabdian Universitas Gadjah Mada di Kulon Progo, yang menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan berbasis rantai nilai mampu memperkuat keberlanjutan usaha kopi rakyat sekaligus meningkatkan daya tawar petani di pasar lokal. Dengan demikian, pelatihan yang dilakukan tidak hanya berfungsi sebagai transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai katalis perubahan pola pikir dan praktik usaha Pokdarwis menuju model kewirausahaan yang lebih komprehensif dan berorientasi jangka panjang.



Gambar 2. Workshop dan Sosialisasi kopi di Dusun Karanganyar

Tabel 1 berikut ini merupakan pelaksanaan program menurut pencapaian indikator-

indikator yang sudah ditetapkan. Serta evaluasi dan keberlanjutan untuk setiap kegiatan dapat dilihat dari table berikut:

Tabel 1 Evaluasi dan Pencapaian Indikator

	Pelaksanaan Program	Pencapaian Indikator	Kendala	Solusi
1.	Survei Potensi	Tersedianya pusat informasi mengenai kopi Winduaji	Pada saat pengambilan sample untuk persiapan survei pasar, kebanyakan kopi pada saat itu tengah mengalami masa berbunga dan belum berbuah	Dipetiknnya kopi sisa pasca panen langsung di ladang petani.
2.	Survei Pasar	Analisis SWOT, Studi kelayakan kewirausahaan, penyediaan ahli kopi.	Produktivitas kopi yang masih berjalan apa adanya tergantung dengan alam sehingga produksi belum maksimal	Perlu adanya tata kelola dari hulu ke hilir sehingga proses produksi kopi dari pebibitan hingga menjadi penyajian terjadi kesinambungan
3.	Pelatihan produksi kopi, pengemasan dan branding	Keaktifan Pokdarwis dalam kegiatan	Seluruh piranti produksi yang belum seluruhnya bisa digunakan karena masih dalam tahap penyelesaian	Penggunaan piranti secara konvensional
4.	Pelatihan pemasaran	Final desain kemasan produk kopi.	Bahan kemasan yang sulit didapatkan sehingga harus dilakukan jauh-jauh hari dalam	Menggunakan bahan alternative lain yang memperhatikan kualitas dan nilai estetika.
5.	Pelatihan kewirausahaan	Informasi dan kesadaran masyarakat akan pentingnya tata kelola	Masih banyak masyarakat yang belum berpartisipasi dalam kegiatan	Melalui usaha yang dibentuk Pokdarwis, diharapkan dengan adanya unit

		produksi kopi.		usaha kopi ini akan membuat antusiasme masyarakat dalam menjaga kualitas produk
6.	Persiapan produksi dan perizinan	Kerjasama dengan ahli kopi dan Perizinan PIRT (Produk Industri Rumah Tangga)	Proses perizinan yang tidak langsung jadi sehingga menunggu beberapa waktu dan beberapa proses panjang.	Mulai mendorong masyarakat untuk memperbaiki produktivitas kopi sehingga melatih <i>soft skill</i> .

KESIMPULAN

Berbagai kegiatan berdasarkan metode pelaksanaan sebagian besar berjalan sesuai agenda yang dilaksanakan. Tercapainya keberhasilan program dilihat dari antusiasnya Pokdarwis dalam setiap kegiatan. Keaktifan Pokdarwis dalam mengikuti kegiatan bersama tim PENGABDIAN menjadi sasaran pencapaian yang diTindak lanjut kegiatan diharapkan mampu mengembangkan dan meneruskan unit usaha kopi yang dijalankan Pokdarwis. Saat proses revitalisasi Waduk Penjali selesai, diharapkan sasaran pemasaran di Waduk Penjalin akan berjalan lancar dan menjadi unit usaha Pokdarwis dan masyarakat sekitar guna meningkatkan pendapatan, perekonomian, serta memperkenalkan produk kopi dengan branding lokal. Untuk keberlanjutan program, produksi kopi diharapkan mampu mengalami berbagai inovasi dan perkembangan produk yang dapat bersaing di pasaran. Dengan menerapkan kreatifitas pokdarwis, produk kopi juga dapat menjadi produk tetap dalam setiap even atau kegiatan yang dilaksanakan. Baik kegiatan internal atau eksternal dari Pokdarwis Waduk Penjalin.

DAFTAR PUSTAKA

Azahra, A. S., Sepha, D. P., Septiani, N., Nurwahyudin, R. M., Hidayah, S., & Mangundjaya, W. L. (2025). Mengembangkan Kompetensi Bisnis Mahasiswa Melalui

Implementasi Langsung. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 3(2), 76-82.

Darma, R., Tenriawaru, N., Jamil, M. H., Rukka, M. R., & Ami, A. A. (2023). *Agribisnis Padi: Kinerja Usaha Pada Sub-Sistem Agribisnis*. Unhas Press.

Ifadloh, A. N. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Kedai Kopi Ishpot Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. *Universitas Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri, Purwokerto*.

Nailul, M. (2024). Implementasi Sistem Manajemen Mutu Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Umkm Kopi Di Area Sumbermanjing Wetan. *Indonesian Journal of Community Dedication*, 2(2), 252-257.

Nasirudin, F., Pindianti, M., Said, D. I. S., & Widodo, E. (2022). Peramalan jumlah produksi kopi di jawa timur pada tahun 2020-2021 menggunakan metode seasonal autoregressive integrated moving average (sarima). *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 25(1), 34-43.

Nurlaela, N., Haryono, S., & Ismanti, K. (2021). Pengaruh Keberadaan Waduk Penjalin Terhadap Perekonomian Umkm dan Sosial Budaya Masyarakat Kelurahan Winduaji. *Jurnal Usaha*, 2(1), 1-8.

Kusumaningsih, O. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus Di Desa Wisata Winduaji Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes). *Dinamika Governance: Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 12(3).

Putra, D. Z., Sudiantini, D., Maulana, D. D., Saputra, R., & Hotasi, S. (2024). Persaingan Antar Warung Kopi Berakibat Warung Kopi Gaul Secara Bertahap Mengalami Penurunan Profitabilitas Usaha. *HUMANITIS: Jurnal Homaniora, Sosial dan Bisnis*, 2(7), 753-758.

Sutaguna, I. N. T., Par, S. S., Par, M., Sudarwadi, D., Deni, A., Hamidi, D. Z., ... & Triantoro, I. T. (2023). Pengembangan Produk. *Cendikia Mulia Mandiri*.

Widagdo, Y. M. (2023). Tata Kelola Budidaya Kopi Sebagai Upaya Peningkatan Produk Kearifan Lokal Di Kampung Wisata Sewu Kembang Nglurah, Tawangmangu Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Edukasi Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 172-178.