



PEMBERDAYAAN EKONOMI PETANI KOPI DESA TAJI: DARI PENJUALAN KOMODITAS KE PRODUK BERNILAI TAMBAH

Agus Purnomo Sidi^{1*}, Puji Subekti², Widya Adharyanty Rahayu³, Boge Triatmanto⁴

¹Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang, Indonesia

²Teknologi Informasi, Fakultas Teknologi dan Desain, Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang, Indonesia

³Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang, Indonesia

⁴Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Merdeka Malang, Indonesia

*Email: agusps@asia.ac.id

Corresponding author:

Agus Purnomo Sidi

Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

agusps@asia.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan nilai ekonomi komoditas kopi di Desa Taji, Kabupaten Malang, melalui hilirisasi produk. Saat ini, petani masih bergantung pada tengkulak dengan menjual kopi dalam bentuk gelondong, yang menempatkan mereka pada posisi tawar rendah. Melalui metode observasi lapangan, seminar, dan diskusi terpumpun, kegiatan ini berhasil mengubah orientasi 25 anggota kelompok tani dari sekadar menjual bahan mentah menuju pentingnya pengolahan pascapanen menjadi green bean hingga roasted bean. Meskipun demikian, tantangan utama yang teridentifikasi mencakup keterbatasan infrastruktur, rendahnya literasi digital, serta adanya "paradoks likuiditas" yang mendorong petani menjual hasil panen secara instan. Menjawab tantangan tersebut, program ini merancang pemberian hibah alat pengolahan (pulper dan roaster) serta pelatihan pemasaran digital berbasis kecerdasan artifisial (AI) bagi pemuda desa sebagai strategi pemangkasan rantai distribusi. Lebih lanjut, keberhasilan hilirisasi sangat bergantung pada penguatan kelembagaan kelompok tani, seperti pembentukan sistem simpan pinjam untuk menyediakan dana talangan bagi petani. Kegiatan ini menjadi langkah awal dalam mentransformasi sistem usaha tani kopi menuju arah yang lebih bernilai ekonomis, kompetitif, dan berkelanjutan bagi masyarakat Desa Taji. Implikasi kegiatan ini menunjukkan bahwa penguatan kapasitas petani melalui teknologi pengolahan, literasi digital, dan kelembagaan ekonomi lokal dapat menjadi model pemberdayaan yang mendukung peningkatan daya saing komoditas kopi berbasis potensi desa serta membuka peluang pengembangan rantai nilai kopi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Hilirisasi Kopi; Pemberdayaan Petani; Nilai Tambah; Desa Taji.

ABSTRACT

This community service activity aimed to enhance the economic value of coffee commodities in Taji Village, Malang Regency, through product downstreaming. Currently, farmers remain highly dependent on middlemen by selling coffee in the form of coffee cherries, which places them in a weak bargaining position. Through field observations, seminars, and focus group discussions, this program successfully shifted the orientation of 25 farmer group members from merely selling raw agricultural products toward understanding the importance of post-harvest processing into green beans and roasted beans. However, several major challenges were identified, including limited processing infrastructure, low digital literacy, and the existence of a "liquidity paradox" that encourages farmers to sell their harvest immediately to meet short-term financial needs. To address these challenges, the program designed the provision of processing equipment (pulper and roaster) and AI-based digital marketing training for village youth as strategies to shorten the distribution chain. Furthermore, the success of coffee downstreaming highly depends on strengthening farmer group institutions, including the establishment of savings and loan systems to provide financial support and temporary capital for farmers. This activity represents an initial strategic step in transforming the coffee farming system toward a more economically valuable, competitive, and sustainable direction for the Taji Village community. The implications of this program indicate that strengthening farmers'



capacity through processing technology, digital literacy, and local economic institutions can serve as an empowerment model to improve the competitiveness of village-based coffee commodities while creating a more inclusive and sustainable coffee value chain.

Keywords: *Coffee Downstreaming; Farmer Empowerment; Added Value; Taji Village.*

PENDAHULUAN

Desa Taji, Kecamatan Jabung, Kabupaten Malang merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi pengembangan kopi yang menjanjikan karena didukung oleh kondisi agroekologis yang sesuai bagi budidaya kopi. Komoditas kopi telah menjadi bagian penting dari aktivitas ekonomi masyarakat setempat, terutama melalui keberadaan Kelompok Tani Desa Taji yang menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian ini. Namun, potensi produksi yang dimiliki belum sepenuhnya diikuti oleh penguatan pada aspek pascapanen, pengolahan, dan pemasaran, sehingga nilai ekonomi yang diterima petani masih relatif rendah. Nilai tambah pada komoditas pertanian, termasuk kopi, sangat ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengubah hasil panen menjadi produk olahan yang bernilai lebih tinggi (Bantacut, 2013; Widiawati & Renaldi, 2024).

Selama ini, hasil panen kopi di Desa Taji umumnya dijual dalam bentuk kopi gelondong kepada tengkulak tanpa melalui proses pengolahan lebih lanjut. Pola penjualan seperti ini menempatkan petani pada posisi yang kurang menguntungkan karena komoditas dilepas dalam bentuk awal dengan nilai tambah terendah. Dalam konteks agribisnis, kondisi tersebut menunjukkan bahwa potensi ekonomi kopi belum termanfaatkan secara optimal, meskipun komoditas ini memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi produk bernilai lebih tinggi melalui pengolahan bertahap dari bahan mentah ke green bean, roast bean, hingga ground coffee (Widiawati & Renaldi, 2024; Iphov & Budi, 2022).

Peningkatan nilai jual produk pada dasarnya sangat dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan persepsi nilai yang diterima pasar. Razak et al. (2016) menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui nilai pelanggan sebagai mediator. Temuan ini mengindikasikan bahwa mutu yang baik, nilai yang jelas, dan penyesuaian harga yang tepat merupakan unsur penting dalam membangun penerimaan pasar. Dalam konteks kopi, pengolahan yang lebih baik tidak hanya menghasilkan produk dengan mutu yang lebih terukur, tetapi juga membuka peluang pembentukan nilai jual yang lebih tinggi.

Penguatan nilai jual juga berkaitan erat dengan strategi pemasaran dan branding. Hermanto et al. (2024) menunjukkan bahwa sikap konsumen dapat memperkuat pengaruh pemasaran hijau terhadap minat beli produk. Sementara itu, Sidi et al. (2024) menegaskan bahwa branding dan pemasaran digital berbantuan AI dapat mendukung UMKM dalam memperluas jangkauan pasar. Walaupun kajian tersebut tidak secara khusus membahas kopi, prinsip utamanya relevan untuk pengembangan produk kopi Desa Taji, yaitu bahwa peningkatan kualitas produk perlu diiringi dengan strategi komunikasi dan promosi yang memadai agar nilai produk lebih mudah diterima pasar.

Penguatan model usaha juga menjadi aspek penting dalam pengembangan nilai jual kopi. Subekti et al. (2021) menunjukkan bahwa pelatihan business model canvas dapat membantu pelaku usaha memahami struktur bisnis secara lebih sistematis. Selain itu,

Yogatama et al. (2025) menegaskan bahwa pelatihan transformasi digital dan strategi promosi efektif dapat memperkuat kemampuan usaha kecil dalam beradaptasi dengan perubahan pasar. Dalam konteks Desa Taji, pendekatan ini penting agar petani tidak hanya memahami proses pengolahan, tetapi juga mampu melihat kopi sebagai produk usaha yang dapat dikelola secara lebih terencana.

Permasalahan utama di Desa Taji terletak pada keterbatasan alat pengolahan, minimnya pengetahuan pascapanen, belum dipahaminya standar mutu, serta belum kuatnya kelembagaan pemasaran. Kondisi ini membuat petani masih bergantung pada tengkulak dan memiliki posisi tawar yang rendah dalam rantai nilai. Padahal, pengolahan kopi gelondong menjadi green bean merupakan tahap awal yang strategis untuk meningkatkan nilai jual, sedangkan pengembangan lebih lanjut menjadi roasted bean atau kopi bubuk membuka peluang diversifikasi produk dengan nilai ekonomi yang lebih tinggi (Widiawati & Renaldi, 2024; Puryantoro, 2019).

Kajian nilai tambah pada pengolahan kopi memperkuat urgensi pengembangan pascapanen di tingkat petani. Widiawati dan Renaldi (2024) menemukan bahwa pengolahan kopi gelondong menjadi green bean menghasilkan nilai tambah positif, sedangkan pengolahan menjadi roastbean dan ground coffee menghasilkan nilai tambah yang lebih besar. Temuan ini sejalan dengan kajian pada berbagai daerah yang menunjukkan bahwa pengolahan kopi menjadi kopi bubuk sering kali menghasilkan nilai tambah tertinggi dibandingkan bentuk olahan lainnya (I Dewa Gede Yoga Priantara et al., 2016; Puryantoro, 2019; Ritonga, 2021).

Selain aspek ekonomi, penguatan pengolahan kopi juga memiliki dimensi pemberdayaan masyarakat. Pelatihan dan penyuluhan penanganan pascapanen kopi di berbagai daerah menunjukkan bahwa transfer pengetahuan dapat meningkatkan pemahaman petani mengenai mutu, sortasi, pengeringan, dan kesiapan produk untuk dipasarkan. Payong et al. (2021) melaporkan bahwa pelatihan penanganan pascapanen kopi di Kelurahan Nantal Golo Welu memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan petani. Dengan demikian, seminar dan diskusi yang dilaksanakan dalam kegiatan ini merupakan langkah awal yang relevan untuk membangun kesadaran petani mengenai pentingnya pengolahan pascapanen sebagai strategi peningkatan kesejahteraan.

Permasalahan utama di Desa Taji terletak pada keterbatasan alat pengolahan, minimnya pengetahuan pascapanen, serta belum kuatnya kelembagaan pemasaran. Kondisi ini diperburuk dengan adanya fakta bahwa keterbatasan kondisi sosial-ekonomi masyarakat berpengaruh terhadap akses terhadap inovasi dan pengembangan kapasitas masyarakat (Rahayu et al., 2025). Hal ini membuat petani masih bergantung pada tengkulak dan memiliki posisi tawar yang rendah dalam rantai nilai.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui seminar dan diskusi pada pertemuan pertama dari tiga rangkaian kegiatan. Tahap ini dirancang untuk membangun pemahaman petani mengenai pentingnya perubahan orientasi usaha dari penjualan kopi gelondong menuju pengolahan awal menjadi green bean. Pada saat yang sama, kegiatan ini juga diarahkan untuk membuka wawasan petani mengenai kemungkinan pengembangan produk turunan berupa roasted bean dan kopi bubuk sebagai tahap berikutnya dalam penguatan nilai tambah.

Secara keseluruhan, pengabdian kepada Kelompok Tani Desa Taji di Desa Taji menjadi penting untuk menjawab persoalan rendahnya nilai jual kopi gelondong, terbatasnya pengetahuan pascapanen, lemahnya kelembagaan pemasaran, dan belum optimalnya pemanfaatan potensi kopi lokal. Melalui seminar dan diskusi, petani diharapkan memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya mutu, pengolahan, branding, dan diversifikasi produk. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal untuk mendorong transformasi usaha tani kopi menuju sistem yang lebih bernilai ekonomis, kompetitif, dan berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai Juli 2026 di Warung Kopi Taji, Desa Taji, serta di lahan kebun petani kopi yang tergabung dalam Kelompok Tani Desa Taji. Kegiatan ini merupakan pertemuan pertama dari tiga rangkaian pertemuan yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman petani mengenai pengolahan kopi dan peningkatan nilai jual hasil panen. Peserta kegiatan berjumlah sekitar 25 orang yang berasal dari dua kelompok tani tersebut.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan observasi lapangan untuk mengidentifikasi kondisi aktual usaha tani kopi di Desa Taji. Observasi dilakukan secara langsung melalui kunjungan ke lokasi kebun dan tempat pertemuan guna memperoleh gambaran mengenai pola penjualan hasil panen, kondisi pascapanen, serta pemahaman petani terhadap pengolahan kopi. Pendekatan observasi awal digunakan sebagai dasar untuk merumuskan materi seminar agar sesuai dengan kebutuhan mitra dan kondisi lapangan (Payong et al., 2021; Wibawa et al., 2024).

Setelah observasi, kegiatan dilanjutkan dengan seminar atau ceramah yang berfokus pada pentingnya peningkatan nilai jual kopi melalui pengolahan hasil panen. Materi yang disampaikan mencakup penanganan pascapanen, perubahan orientasi dari penjualan kopi gelondong menjadi green bean, serta peluang pengembangan lanjutan ke roasted bean dan kopi bubuk. Penyampaian materi dilakukan secara komunikatif agar mudah dipahami peserta dan mendorong partisipasi aktif selama kegiatan berlangsung (Subekti et al., 2021; Yogatama et al., 2025).

Tahap berikutnya adalah diskusi terbuka antara pengabdi dan peserta. Diskusi ini dimaksudkan untuk menggali pengalaman petani dalam memanen, menjual, dan memasarkan kopi, sekaligus mengidentifikasi kendala yang dihadapi, seperti keterbatasan alat pengolahan, standar mutu, dan kelembagaan pemasaran. Melalui diskusi tersebut, petani diberi ruang untuk menyampaikan pandangan, kebutuhan, dan harapan terhadap pengembangan usaha kopi di Desa Taji. Pendekatan diskusi juga digunakan untuk membangun kesepahaman awal mengenai pentingnya peningkatan nilai tambah pada komoditas kopi (Payong et al., 2021; Sidi et al., 2024).

Metode yang digunakan pada pertemuan pertama ini, yaitu observasi, ceramah, dan diskusi, dipilih karena sesuai untuk tahap awal pemberdayaan masyarakat. Pada tahap ini, kegiatan belum diarahkan pada praktik langsung, melainkan pada transfer pengetahuan dan penguatan motivasi petani agar memiliki pemahaman yang sama mengenai potensi pengolahan kopi. Pendekatan tersebut sejalan dengan kegiatan pengabdian serupa yang

menempatkan penyuluhan dan diskusi sebagai langkah awal untuk meningkatkan kesiapan petani dalam mengadopsi inovasi pascapanen (Payong et al., 2021; Wibawa et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Taji, Kecamatan Jabung, Kabupaten Malang ini difokuskan pada upaya peningkatan nilai jual komoditas kopi lokal melalui serangkaian program edukasi dan pendampingan yang menysasar Kelompok Tani Desa Taji. Kegiatan ini dirancang secara integratif untuk membuka wawasan petani terhadap potensi ekonomi dari hilirisasi produk pertanian, yang kedepannya akan diperkuat dengan rencana hibah alat pengolahan pascapanen serta pelatihan pemasaran berbasis digital dan Artificial Intelligence (AI) yang ditujukan kepada kelompok pemuda di Desa Taj.

Tahap awal pelaksanaan pengabdian diwujudkan dalam bentuk pelatihan intensif mengenai urgensi pengolahan pascapanen kopi. Melalui forum diskusi terpumpun, tim pengabdian memaparkan komparasi nilai ekonomi antara penjualan kopi mentah (gelondong) dengan kopi olahan. Meskipun dalam pelaksanaan program ini tim tidak menerapkan instrumen evaluasi formal berupa pre-test dan post-test, keberhasilan indikator awal dapat diamati secara kualitatif. Pada awal kegiatan, mayoritas anggota kelompok tani menganggap penjualan bentuk gelondong adalah satu-satunya pilihan rasional yang praktis. Namun, setelah intervensi edukasi dilakukan, muncul kesadaran kolektif yang kuat di kalangan petani mengenai pentingnya menaikkan kelas produk kopi mereka demi mendapatkan nilai jual yang lebih kompetitif di pasar (Gambar 1).



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Seminar

Analisis Potensi Ekonomi dan Rantai Nilai Kopi Desa Taji

Kondisi eksisting tata niaga kopi di Kelompok Tani Kopi Desa Taji menunjukkan adanya ketergantungan yang sangat tinggi terhadap lembaga pemasaran informal atau tengkulak. Selama ini, petani menjual hasil panen dalam bentuk kopi gelondong dengan harga berkisar di angka Rp18.000 per kilogram. Pola penjualan langsung dalam bentuk buah ceri/gelondong tanpa pengolahan ini menyebabkan petani berada di posisi terbawah dalam struktur rantai nilai ekonomi kopi.

Apabila merujuk pada pemetaan harga pasar kopi di wilayah Malang dan sekitarnya, komoditas yang telah diolah menjadi *green bean* memiliki nilai jual rata-rata sebesar Rp55.000 hingga Rp85.000 per kilogram, tergantung pada kualitas sortasi, proses pascapanen, dan karakteristik mutu biji kopi. Nilai ekonomi tersebut dapat meningkat secara signifikan apabila komoditas diproses lebih lanjut menjadi kopi sangrai (*roasted bean*), dengan harga pasar yang mampu mencapai Rp120.000 hingga Rp200.000 per kilogram. Perbedaan nilai jual yang cukup besar antara produk primer dan produk olahan menunjukkan bahwa proses hilirisasi memiliki peran strategis dalam meningkatkan nilai tambah komoditas kopi serta memperkuat posisi tawar petani dalam rantai nilai. Pengolahan pascapanen menjadi *green bean* maupun *roasted bean* memungkinkan petani memperoleh manfaat ekonomi yang lebih besar dibandingkan hanya menjual kopi dalam bentuk bahan mentah, karena nilai tambah terbesar dalam rantai kopi umumnya berada pada tahapan pengolahan, pengemasan, dan pemasaran produk akhir (Afriyani et al., 2021).

Selain itu, penguatan kapasitas petani dalam pengolahan pascapanen, pemanfaatan teknologi, serta peningkatan akses terhadap pasar menjadi faktor penting dalam mendorong keberlanjutan usaha tani kopi rakyat. Intervensi berupa peningkatan pengetahuan, penyediaan sarana pengolahan, dan penguatan kelembagaan petani terbukti dapat membantu petani kecil meningkatkan daya saing serta mengurangi ketergantungan terhadap rantai distribusi tradisional (Djufry et al., 2022). Dengan demikian, kesenjangan harga yang signifikan antara kopi gelondong, *green bean*, dan *roasted bean* mempertegas bahwa aktivitas hilirisasi memiliki urgensi tinggi untuk diterapkan di Desa Taji. Kesadaran awal yang muncul dari para petani setelah mengikuti pelatihan menjadi modal sosial penting dalam mendorong perubahan pola pikir menuju pengelolaan usaha tani kopi yang lebih mandiri, inovatif, dan berorientasi pada peningkatan nilai ekonomi melalui penguatan jejaring kemitraan dan kelembagaan lokal (Arifin et al., 2022).

Tantangan Infrastruktur Teknis dan Kesiapan Digital

Meskipun program pengabdian ini telah memproyeksikan integrasi teknologi digital dan pemasaran berbasis AI pada fase berikutnya, tim pengabdian mengidentifikasi hambatan struktural yang cukup menantang di lapangan. Kendala utama terletak pada keterbatasan infrastruktur komunikasi berupa sinyal seluler yang tidak stabil dan akses internet yang minim di wilayah geografis perdesaan Desa Taji.

Kondisi ini dipengaruhi oleh rendahnya literasi digital di kalangan anggota kelompok tani. Proses adaptasi terhadap pemanfaatan telepon genggam untuk aktivitas produktif, seperti pemasaran daring, pengelolaan informasi pasar, dan pengembangan jejaring usaha, masih berlangsung secara bertahap. Sebagian besar petani masih memanfaatkan perangkat digital sebatas untuk komunikasi personal dasar dan belum mengoptimalkannya sebagai sarana peningkatan produktivitas maupun akses pasar. Rendahnya literasi digital pada kelompok masyarakat pedesaan umumnya dipengaruhi oleh keterbatasan keterampilan teknologi, usia pengguna, serta minimnya pendampingan yang berorientasi pada kebutuhan praktis pengguna (Setiawan et al., 2022). Oleh sebab itu, implementasi pelatihan kecerdasan artifisial (AI) dan pemasaran digital ke depan tidak dapat dilakukan melalui pendekatan *top-down* semata, melainkan perlu dirancang melalui pendampingan mikro yang adaptif,

kontekstual, dan berkelanjutan. Strategi tersebut dapat dilakukan dengan melibatkan generasi muda desa atau pengurus kelompok tani yang memiliki tingkat literasi teknologi lebih baik sebagai *digital champion* yang berperan dalam proses transfer pengetahuan dan pendampingan penggunaan teknologi bagi petani lainnya (Nugroho et al., 2023). Pendekatan berbasis komunitas ini dinilai lebih efektif dalam mempercepat adopsi teknologi digital karena mempertimbangkan kesiapan, kebutuhan, serta karakteristik sosial masyarakat lokal (Kurniawan et al., 2024).

Hambatan Sosio-Ekonomi: Paradoks Kebutuhan Likuiditas Pascapanen

Faktor krusial yang menjadi tantangan terbesar dalam memutus rantai ketergantungan terhadap tengkulak di Desa Taji bukanlah semata-mata masalah ketersediaan alat produksi, melainkan faktor perilaku ekonomi petani itu sendiri. Ditemukan adanya kecenderungan kuat di mana petani membutuhkan likuiditas atau perputaran uang tunai yang sangat cepat segera setelah masa panen selesai. Kebutuhan untuk memenuhi biaya operasional harian, membayar utang musim tanam lalu, serta kebutuhan domestik mendesak membuat petani memilih jalan pintas dengan menjual kopi gelondong secara instan kepada tengkulak yang berani membayar tunai di tempat.

Keinginan untuk menahan komoditas guna memprosesnya menjadi green bean atau roasted bean dipandang sebagai beban ekonomi baru bagi petani karena memerlukan waktu pengolahan yang lebih lama, yang berarti menunda penerimaan pendapatan (*delayed cash flow*). Paradoks ini menjelaskan mengapa motivasi untuk melakukan pengolahan lebih lanjut sering kali surut di tingkat tapak, meskipun secara teoritis petani memahami adanya potensi keuntungan yang berlipat ganjil.

Oleh karena itu, rencana hibah alat pengolahan pascapanen yang diusulkan tim pengabdian ke depan harus dibarengi dengan penguatan tata kelola kelembagaan kelompok tani. Perlu dikembangkan model manajemen internal kelompok tani—misalnya melalui sistem simpan pinjam mini atau kemitraan lembaga keuangan mikro lokal—yang mampu memberikan dana talangan jangka pendek bagi petani saat masa panen. Dengan demikian, kebutuhan uang tunai mendesak para petani dapat terakomodasi tanpa harus mengorbankan potensi nilai tambah kopi yang bisa diolah secara kolektif di tingkat kelompok tani.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Taji, Kabupaten Malang, difokuskan pada upaya peningkatan nilai ekonomi komoditas kopi melalui hilirisasi produk. Saat ini, petani memiliki posisi tawar yang rendah karena ketergantungan pada tengkulak serta praktik penjualan kopi dalam bentuk gelondong dengan harga yang minim. Tim pengabdian telah melakukan seminar dan diskusi untuk mengubah pola pikir petani agar beralih dari menjual kopi gelondong menjadi mengolahnya menjadi green bean, roasted bean, atau kopi bubuk yang memiliki nilai jual lebih tinggi.

Namun, terdapat beberapa tantangan yang diidentifikasi, seperti minimnya infrastruktur komunikasi, rendahnya literasi digital, serta "paradoks likuiditas" yang memaksa petani menjual hasil panen secara cepat untuk kebutuhan operasional. Oleh karena itu, keberhasilan hilirisasi tidak cukup hanya dengan penyediaan alat, tetapi juga memerlukan

penguatan tata kelola kelembagaan kelompok tani. Hal ini dapat dilakukan melalui pembentukan sistem simpan pinjam atau kemitraan keuangan mikro untuk memberikan dana talangan agar petani tidak terdesak menjual kopi gelondong. Secara keseluruhan, kegiatan ini merupakan langkah awal yang krusial untuk mentransformasi sistem usaha tani kopi di Desa Taji menuju arah yang lebih bernilai ekonomis, kompetitif, dan berkelanjutan

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada: Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi atas dukungan yang diberikan pada kegiatan ini melalui program Pemberdayaan Desa Binaan Tahun 2026; Institut Teknologi dan BIsnis Asia Malang dan Universitas Merdeka Malang yang telah mendukung program ini agar terselenggara dengan baik; Aparat, Kelompok Tani, Pemuda dan seluruh masyarakat Desa Taji yang telah menyambut hangat kepada pengabdi.

DAFTAR RUJUKAN

- Achyani. (2018). Peningkatan nilai tambah komoditas perkebunan petani kopi organik di Desa Srimenanti Lampung Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ethos*, 11, 11–18.
- Afriyani, A., Yazid, M., & Aryani, D. (2021). Supply chain and value-added analysis of Lahat coffee on coffee shop in Palembang City. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 5(1), 126–133. <https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v5i1.8501>
- Arifin, B., Reed, M., Rosanti, N., & Ismono, H. (2022). Partnership for sustainable coffee certification: Linking up smallholder farmers to global coffee market. *Sustainability Science and Resources*, 2(1), 1–15. <https://doi.org/10.55168/ssr2809-6029.2022.2003>
- Bantacut, T. (2013). Pembangunan ketahanan ekonomi dan pangan perdesaan mandiri berbasis nilai tambah pangan. *Jurnal Pangan*, 22(2), 397–406.
- Djufry, F., Wulandari, S., & Villano, R. (2022). Climate smart agriculture implementation on coffee smallholders in Indonesia and strategy to accelerate. *Land*, 11(7), 1112. <https://doi.org/10.3390/land11071112>
- Hermanto, H., Astuti, W., Sugito, P., & Triatmanto, B. (2024). Can green attitude complement the influence of green marketing on green purchase intention for fast food products? *Journal of Economics and Management*, 46, 584–612.
- I Dewa Gede Yoga Priantara, S. M. (2016). Analisis nilai tambah pengolahan kopi arabika Kintamani Bangli. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 4(1), 1–10.
- Iphov K. Sriwana, B. S. (2022). Analisis nilai tambah untuk meningkatkan keberlanjutan rantai pasok agroindustri kopi menggunakan Hayami. *Jurnal Integrasi Sistem Industri*.
- Kurniawan, A., Supriyanto, A., & Widodo, S. (2024). Digital transformation in rural communities: Strengthening digital literacy through community-based empowerment. *Journal of Rural and Community Development*, 19(1), 45–60.
- Ma'rif, A. B. (2014). Pengembangan agribisnis kopi dalam kerangka pembangunan ekonomi wilayah di Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Teknik PWK*, 3(2), 1–8.
- Nugroho, A., Sari, D. P., & Prasetyo, Y. (2023). The role of youth digital ambassadors in accelerating digital transformation among rural communities. *Sustainability*, 15(8), 6721. <https://doi.org/10.3390/su15086721>



- Payong, P., et al. (2021). Pelatihan penanganan pascapanen kopi di Kelurahan Nantal Golo Welu Kecamatan Kuwus Kabupaten Manggarai Barat Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Abditani*, 4(3), 162–168. <https://doi.org/10.31970/abditani.v4i3.80>
- Puryantoro. (2019). Analisis nilai tambah pengolahan kopi arabika di Kelompok Tani Sejahtera Kabupaten Situbondo. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa dan Pertanian (JIMDP)*.
- Razak, I., Nirwanto, N., & Triatmanto, B. (2016). The impact of product quality and price on customer satisfaction with the mediator of customer value. *IISTE: Journal of Marketing and Consumer Research*, 30, 59–68.
- Ritonga, D. S. (2021). Analisis mutu kopi bubuk varietas unggul Sigarar Utang di berbagai daerah Sumatera Barat dengan pengolahan metode basah. *Scholar Unand*.
- Setiawan, B., Nugroho, A., & Rahayu, S. (2022). Digital literacy and technology adoption among rural farmers: Challenges and opportunities for agricultural development. *Agriculture*, 12(10), 1589. <https://doi.org/10.3390/agriculture12101589>
- Sidi, A. P., Anjaningrum, W. D., Dura, J., Cahyaningtyas, F., & Yogatama, A. N. (2024). Pemanfaatan AI dalam branding dan pemasaran UMKM. *Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 155–163. <https://doi.org/10.57218/jompaabdi.v3i4.1268>
- Subekti, P., Yogatama, A. N., Anjaningrum, W. D., & Sidi, A. P. (2021). Pelatihan business model canvas bagi siswa SMA Diponegoro Tumpang dalam membangun bisnis di masa pandemi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 79–90. <https://doi.org/10.32815/jpm.v2i2.395>
- Widiawati, D., & Renaldi, E. (2024). Analisis nilai tambah agribisnis kopi arabika di Kecamatan Doloksanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan, Sumatera Utara (Studi kasus: Pedagang Besar Si Talbak Coffee). *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(2), 2827–2836.
- Rahayu, W. A., Subekti, P., & Nuryana, I. (2025). Training Bilingual Inquiry-Based Mathematics Games for Teachers and Students at SDN 1 Taji Malang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 694–701. <https://doi.org/10.32815/jpm.v6i2.2818>
- Yogatama, A. N., Sidi, A. P., Anjaningrum, W. D., Bukhori, M., Dura, J., Cahyaningtyas, F., Andriany, L. M., & Hanif, R. (2025). Digital transformation in street food business in Malang: AI application training for content creation and effective promotion strategies. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 111–121. <https://doi.org/10.32815/jpm.v6i1.2299>.