Copyright © 2026 pada penulis
***Madaniya*, Vol. 7, No. 4, November 2026**

Penguatan Pemasaran Digital, Tata Kelola Keuangan, dan Diversifikasi Produk dalam Pengembangan Agroedukasi Kopi Desa Kebondalem Kabupaten Semarang

Indah Anisykurlillah [1]*, Atik Ul Mussanadah [2], Ardhana Reswari Hasna Pratista [3], Muhammad Andi Auliya Hakim [4], Saptariana [5]

[1–5] Universitas Negeri Semarang

* indah_anis@mail.unnes.ac.id

Abstrak

Agroedukasi Kopi Desa Kebondalem, Kecamatan Jambu, Kabupaten Semarang memiliki potensi besar sebagai penggerak ekonomi masyarakat berbasis komoditas kopi. Namun, potensi tersebut belum dioptimalkan karena masih menghadapi berbagai permasalahan, antara lain pemasaran yang masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, pengelolaan media sosial yang belum optimal, pencatatan keuangan yang masih dilakukan secara manual, serta belum adanya diversifikasi produk olahan kopi yang bernilai tambah. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas Kelompok Tani Ngudi Rahayu II melalui penguatan aspek pemasaran, sumber daya manusia, dan produksi. Metode yang digunakan adalah *Participatory Rural Appraisal* (PRA) dengan lima tahapan, yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program. Program dilaksanakan dalam tiga kali pertemuan dengan puncak kegiatan pada 8 Juni 2026. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra berhasil menyusun identitas branding Agroedukasi Kopi, mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi, menerapkan sistem pencatatan keuangan sederhana berbasis Microsoft Excel, serta menghasilkan produk aromaterapi kopi keterampilan mitra, program ini juga memperkuat kapasitas kelembagaan kelompok tani dalam mengelola agroedukasi secara lebih profesional. Program pengabdian diharapkan mampu meningkatkan daya saing Agroedukasi Kopi Desa Kebondalem, memperluas akses pasar, serta menciptakan nilai tambah produk kopi yang mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *agroedukasi kopi, pemasaran digital, diversifikasi produk, participatory rural appraisal, pemberdayaan masyarakat*

Pendahuluan

Desa Kebondalem, Kecamatan Jambu, Kabupaten Semarang merupakan salah satu sentra produksi kopi rakyat di Kabupaten Semarang dengan luas lahan budidaya mencapai sekitar 50 hektare. Komoditas kopi menjadi sumber penghidupan utama

masyarakat dan dikelola secara aktif oleh Kelompok Tani Ngudi Rahayu II Dusun Kalibening (Sinaga et al., 2021). Kelompok tani tersebut berperan dalam pengembangan budidaya, pembibitan, serta pengolahan kopi lokal unggulan yang memiliki cita rasa khas, aroma kuat, dan kualitas biji yang baik (Maspul, 2023). Keberhasilan pengembangan kopi mendapat dukungan dari Pemerintah Desa Kebondalem sehingga menjadikan kopi sebagai salah satu produk unggulan desa yang memiliki potensi ekonomi dan pariwisata (Debra et al., 2025) .

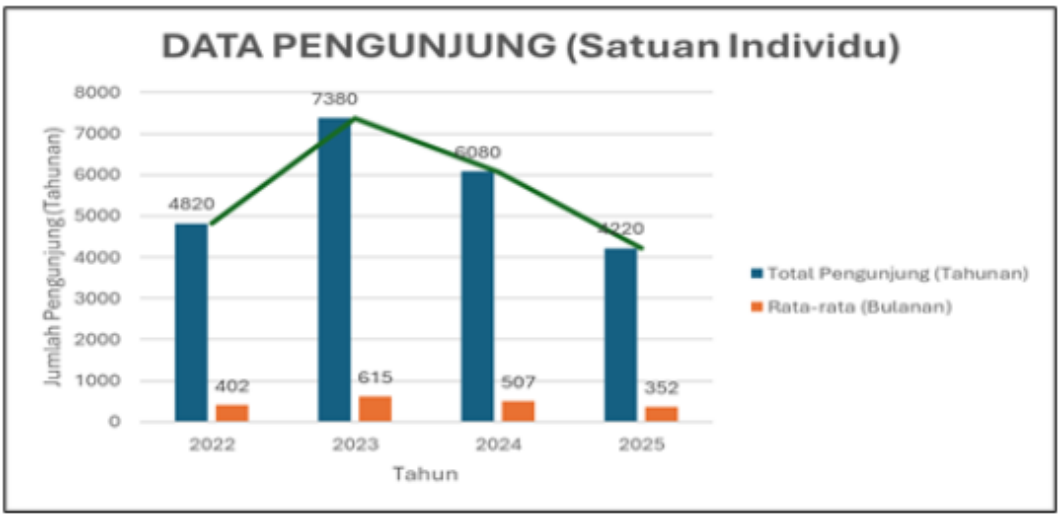
Potensi tersebut mendorong lahirnya inovasi berupa wisata agroedukasi kopi yang mengintegrasikan kegiatan pertanian dengan edukasi (de Lauwere et al., 2025; Kravchenko et al., 2025). Pengunjung memperoleh pengalaman langsung mengenai seluruh rantai produksi kopi, mulai dari pembibitan, budidaya, pemeliharaan, panen, hingga pengolahan pascapanen. Model agroedukasi ini memiliki nilai strategis karena tidak hanya meningkatkan nilai tambah komoditas kopi, tetapi juga berpotensi memperkuat ekonomi lokal, memperluas kesempatan kerja, serta menjadi media edukasi pertanian berbasis masyarakat (Anisykurlillah et al., 2021, 2022; Hakim et al., 2021). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pengembangan agrowisata mampu meningkatkan daya saing produk pertanian, memperkuat ekonomi desa, serta menciptakan sumber pendapatan baru bagi masyarakat melalui integrasi sektor pertanian dan pariwisata (Enjelia, 2025; Susilowati et al., 2026).

Hasil survei lapangan menunjukkan bahwa Kelompok Tani Ngudi Rahayu II memiliki kapasitas produksi kopi yang cukup besar setiap tahunnya dalam bentuk biji kopi maupun produk pascapanen. Produk kopi telah dipasarkan ke berbagai wilayah di Indonesia, termasuk Medan, Aceh, Lampung, dan beberapa daerah lainnya (Debra et al., 2025; Sipayung & Priyanto, 2019). Saat ini pemasaran dilakukan melalui penjualan langsung, WhatsApp Business, katalog elektronik Dinas Pertanian Kabupaten Semarang, serta platform e-Blangkon Jawa Tengah (Prayoga, 2021). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dan pemasaran berbasis internet mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing usaha mikro, serta membuka peluang ekspor produk pertanian (Anisykurlillah, Waluyo, et al., 2025; Mussanadah & Saputra, 2025).



***Gambar 1**. Kebun Kopi Tani Rahayu II*

Meskipun demikian, potensi yang dimiliki belum mampu menghasilkan peningkatan omzet dan kunjungan wisata secara berkelanjutan. Data kunjungan wisata agroedukasi selama empat tahun terakhir menunjukkan kecenderungan stagnan. Kondisi tersebut berdampak langsung terhadap penurunan omzet usaha. Pada tahun 2022 omzet tahunan tercatat sebesar Rp192.000.000, meningkat menjadi Rp292.000.000 pada tahun 2023, namun menurun menjadi Rp243.000.000 pada tahun 2024 dan kembali turun menjadi Rp169.000.000 pada tahun 2025. Tren penurunan ini menunjukkan bahwa potensi wisata agroedukasi belum didukung oleh strategi pengelolaan yang optimal sehingga diperlukan intervensi untuk meningkatkan daya tarik, jumlah kunjungan, dan keberlanjutan usaha.



***Gambar 2**. Pengunjung agroedukasi (Laporan Manajemen Kelompok Tani 2025)*

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan mitra, permasalahan utama yang dihadapi meliputi tiga aspek. Pertama, aspek pemasaran. Promosi masih didominasi metode dari mulut ke mulut dan WhatsApp Business, sedangkan akun media sosial Instagram belum dikelola secara profesional (Beltrán-Urvina et al., 2025; Debra et al., 2025). Frekuensi unggahan masih kurang dari dua konten setiap bulan, belum memiliki identitas visual yang konsisten, serta belum memanfaatkan strategi *digital branding* secara optimal. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan promosi terbatas dan rendahnya *engagement* calon pengunjung (Hanifa et al., 2026).

Kedua, aspek manajemen usaha. Pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual sehingga berpotensi menimbulkan kesalahan perhitungan, rendahnya akurasi laporan keuangan, serta lemahnya dokumentasi transaksi (Anisykurlillah, Latifah, et al., 2025; Anisykurlillah & Harjanto, 2019; Anisykurlillah & Rezqika, 2019; Ruben, 2023). Sistem administrasi yang sederhana juga menyulitkan kelompok tani dalam melakukan evaluasi usaha maupun penyusunan laporan pertanggungjawaban kepada berbagai pihak.

Ketiga, aspek produksi. Lebih dari 70% hasil panen kopi masih dipasarkan dalam bentuk bahan mentah sehingga nilai tambah ekonomi yang diperoleh petani relatif rendah. Produk kopi yang tidak memenuhi standar mutu pasar juga belum dimanfaatkan menjadi produk turunan yang bernilai ekonomi lebih tinggi (Soetanto et al., 2023). Padahal, berbagai penelitian menunjukkan bahwa diversifikasi produk dan inovasi pascapanen mampu meningkatkan nilai tambah komoditas, memperluas segmen pasar, meningkatkan

daya saing usaha, serta memperkuat keberlanjutan ekonomi petani (Estrella et al., 2022; Kumar et al., 2021; Rahmasari & Abidin, 2025).

Berdasarkan permasalahan tersebut, program pengabdian ini menawarkan solusi terpadu melalui penguatan kapasitas sumber daya manusia, pemasaran digital, dan diversifikasi produk kopi. Program yang akan dilaksanakan meliputi: (1) penyusunan strategi *branding* dan *digital marketing* agroedukasi kopi melalui optimalisasi media sosial dan konten promosi digital; (2) pelatihan manajemen usaha dan digitalisasi pencatatan keuangan untuk meningkatkan akuntabilitas pengelolaan kelompok tani; (3) pelatihan diversifikasi produk kopi berbasis hasil panen lokal sehingga mampu menghasilkan produk bernilai tambah; serta (4) pendampingan implementasi strategi pemasaran dan pengembangan paket wisata edukasi yang lebih inovatif.

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kapasitas Kelompok Tani Ngudi Rahayu II dalam pengelolaan agroedukasi kopi melalui penguatan pemasaran digital, peningkatan kompetensi manajemen usaha, dan pengembangan diversifikasi produk kopi sehingga mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisata, memperluas pasar, meningkatkan omzet, serta memperkuat keberlanjutan usaha kelompok tani. Manfaat yang diharapkan adalah terciptanya model pengelolaan agroedukasi kopi yang lebih profesional, meningkatnya nilai tambah produk kopi lokal, bertambahnya peluang kerja bagi masyarakat desa, serta meningkatnya kesejahteraan petani melalui penguatan ekonomi berbasis potensi lokal. Program ini juga mendukung Indikator Kinerja Utama (IKU) Diktisaintek, pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) terutama tujuan 1, 4, 8, 12, dan 17, serta sejalan dengan Asta Cita dan fokus Rencana Induk Riset Nasional (RIRN) di bidang pangan, ekonomi kreatif, dan ekonomi hijau.

Metode Pelaksanaan

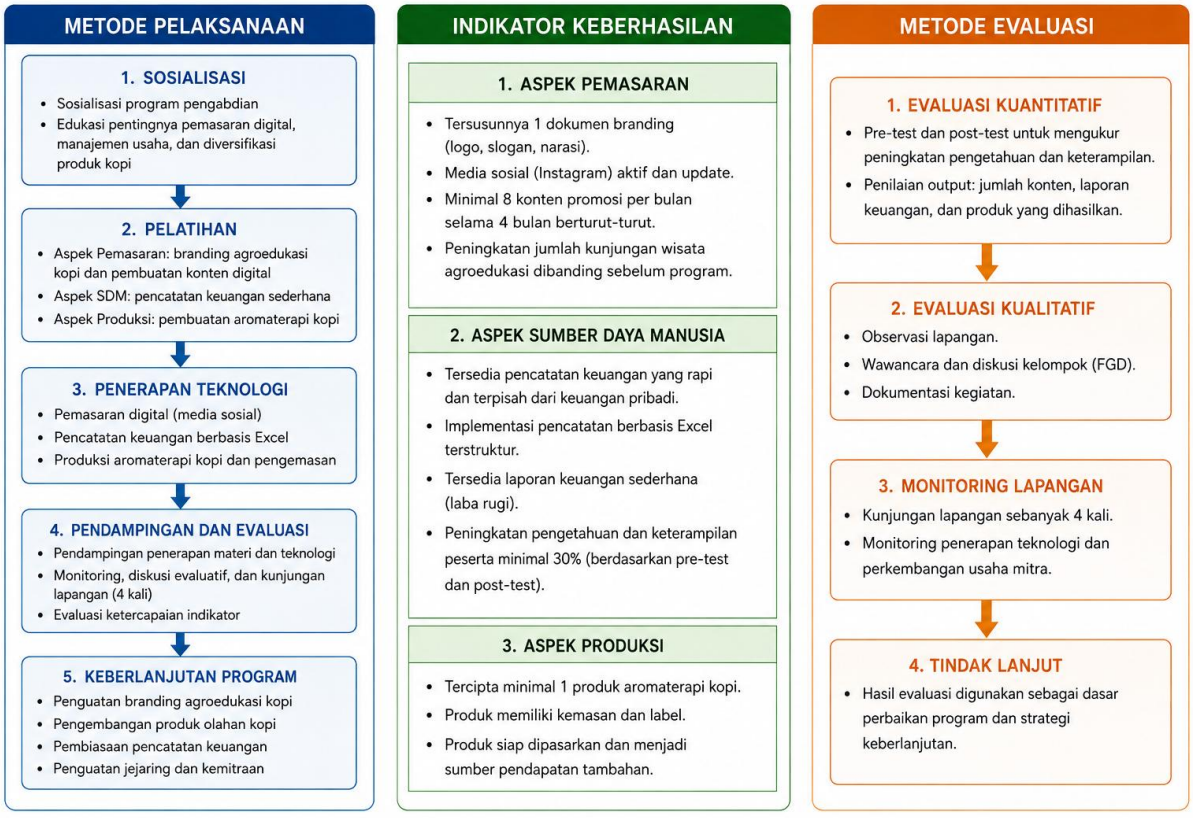
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Kelompok Tani Ngudi Rahayu II, Dusun Kalibening, Desa Kebondalem, Kecamatan Jambu, Kabupaten Semarang. Mitra dipilih secara *purposive* karena merupakan pengelola utama Agroedukasi Kopi Desa Kebondalem yang memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi berbasis kopi, namun masih menghadapi berbagai kendala pada aspek pemasaran, sumber daya manusia, dan produksi. Kegiatan dilaksanakan selama delapan bulan dengan menggunakan pendekatan *Participatory Rural Appraisal* (PRA). Pendekatan PRA dipilih karena menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi permasalahan, perencanaan program, pelaksanaan, evaluasi, hingga penyusunan strategi keberlanjutan (Fathurohman et al., 2025; Puspaningrum & Agustina, 2017). Dalam pendekatan ini, tim pengabdian berperan sebagai fasilitator, sedangkan mitra menjadi aktor utama dalam setiap proses sehingga solusi yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan lapangan dan dapat diimplementasikan secara mandiri.

Pelaksanaan program dilakukan melalui lima tahapan utama, yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program. Tahap pertama adalah sosialisasi yang bertujuan membangun pemahaman dan komitmen mitra terhadap pentingnya pengembangan Agroedukasi Kopi melalui pemanfaatan teknologi dan inovasi usaha. Kegiatan sosialisasi mencakup penyampaian materi mengenai pemasaran digital, penguatan *branding*, peluang diversifikasi produk

kopi, serta pentingnya tata kelola usaha yang baik. Pada tahap ini dilakukan diskusi bersama untuk menyamakan persepsi mengenai permasalahan prioritas dan rencana implementasi program.

Tahap kedua adalah pelatihan yang difokuskan pada peningkatan kapasitas mitra dalam tiga aspek utama. Pada aspek pemasaran dilaksanakan pelatihan *branding* Agroedukasi Kopi Desa Kebondalem untuk membangun identitas destinasi wisata yang memiliki karakteristik dan nilai jual yang kuat, disertai pelatihan pembuatan konten promosi digital berbasis media sosial. Pada aspek sumber daya manusia diberikan pelatihan pencatatan keuangan sederhana yang meliputi pencatatan transaksi, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta penyusunan laporan laba-rugi sederhana. Selanjutnya, pada aspek produksi dilaksanakan pelatihan pembuatan aromaterapi kopi sebagai bentuk diversifikasi produk berbasis hasil panen kopi yang belum termanfaatkan secara optimal sehingga memiliki nilai tambah ekonomi.

Tahap ketiga merupakan penerapan teknologi sebagai implementasi hasil pelatihan. Pada aspek produksi diterapkan teknologi sederhana dalam proses pembuatan aromaterapi kopi mulai dari pemilihan bahan baku, formulasi, proses produksi, hingga teknik pengemasan produk. Pada aspek pemasaran diterapkan strategi *digital marketing* melalui optimalisasi media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business sebagai media promosi Agroedukasi Kopi dan produk kopi. Pada aspek manajemen diterapkan sistem pencatatan keuangan berbasis Microsoft Excel menggunakan *template* pembukuan yang disusun oleh tim pengabdian sehingga laporan keuangan dapat disusun secara lebih sistematis, transparan, dan akuntabel.



***Gambar 3**. Framework Diagram Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat*

Tahap keempat adalah pendampingan dan evaluasi. Pendampingan dilakukan secara intensif untuk memastikan seluruh materi pelatihan dan teknologi yang telah diberikan dapat diterapkan secara konsisten oleh mitra. Pendampingan meliputi implementasi *branding* dan pemasaran digital, penggunaan sistem pencatatan keuangan berbasis Excel, serta proses produksi aromaterapi kopi. Selama pelaksanaan program dilakukan empat kali kunjungan lapangan sebagai bagian dari monitoring dan evaluasi. Evaluasi dilakukan melalui observasi, diskusi evaluatif, serta penilaian terhadap ketercapaian indikator keberhasilan. Keberhasilan program diukur berdasarkan peningkatan kompetensi peserta melalui pre-test dan post-test, tersusunnya dokumen *branding* Agroedukasi Kopi, meningkatnya aktivitas promosi digital, tersedianya laporan keuangan yang sistematis, serta dihasilkannya produk aromaterapi kopi sebagai produk diversifikasi.

Tahap terakhir adalah keberlanjutan program yang bertujuan memastikan manfaat kegiatan tetap berlangsung setelah program pengabdian selesai. Strategi keberlanjutan dilakukan melalui penguatan branding Agroedukasi Kopi sebagai identitas ekonomi lokal Desa Kebondalem, optimalisasi pemasaran digital secara berkelanjutan, pembiasaan penggunaan sistem pencatatan keuangan dalam pengelolaan kelompok tani, pengembangan produk olahan kopi secara berkelanjutan, serta penguatan jejaring dengan Pemerintah Desa Kebondalem, Dinas Pertanian Kabupaten Semarang, dan berbagai pemangku kepentingan lainnya. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan kemandirian kelompok tani dalam mengelola Agroedukasi Kopi sekaligus memperkuat daya saing usaha berbasis potensi lokal.

Keberhasilan kegiatan dievaluasi menggunakan indikator kuantitatif dan kualitatif. Indikator kuantitatif meliputi tersusunnya satu dokumen branding Agroedukasi Kopi, publikasi minimal delapan konten promosi setiap bulan selama empat bulan berturut-turut, tersedianya sistem pencatatan keuangan digital beserta laporan keuangan sederhana, serta dihasilkannya minimal satu produk aromaterapi kopi yang siap dipasarkan. Indikator kualitatif diukur melalui peningkatan kemampuan mitra dalam pemasaran digital, pengelolaan administrasi keuangan, dan diversifikasi produk yang diperoleh dari hasil observasi lapangan, wawancara, diskusi kelompok, serta tingkat adopsi teknologi oleh mitra selama program berlangsung.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan sebanyak tiga kali pertemuan dengan puncak kegiatan pada 8 Juni 2026 di Dusun Kalibening, Desa Kebondalem, Kecamatan Jambu, Kabupaten Semarang. Kegiatan diikuti oleh pengurus dan anggota Kelompok Tani Ngudi Rahayu II, pemerintah desa, serta mahasiswa yang terlibat dalam program pengabdian. Pelaksanaan kegiatan difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu pemasaran, sumber daya manusia, dan produksi sebagai solusi atas permasalahan yang telah diidentifikasi pada tahap awal.

Penguatan Aspek Pemasaran

Kegiatan pertama difokuskan pada penguatan kapasitas mitra dalam pemasaran digital melalui sosialisasi, pelatihan *branding* Agroedukasi Kopi, serta praktik pembuatan konten promosi digital. Mitra memperoleh pemahaman mengenai pentingnya membangun

identitas merek (*branding*), menentukan *unique selling proposition*, menyusun narasi promosi, serta mengelola media sosial secara konsisten. Selain itu, peserta diberikan pelatihan pembuatan foto dan video promosi menggunakan telepon pintar sehingga mampu menghasilkan konten yang lebih menarik dan informatif.



***Gambar 4**. Sosialisasi Penguatan Aspek Pemasaran Digital*

Pelatihan ini menghasilkan identitas visual Agroedukasi Kopi Desa Kebondalem berupa logo, slogan, serta konsep promosi digital yang mulai diterapkan pada akun media sosial kelompok tani. Pengurus juga mulai menyusun kalender konten sehingga aktivitas promosi menjadi lebih terjadwal dibandingkan sebelumnya yang masih bersifat insidental. Kondisi ini menunjukkan adanya perubahan perilaku pemasaran dari metode konvensional menuju pemasaran digital yang lebih sistematis.

Hasil tersebut sejalan dengan berbagai penelitian yang menyatakan bahwa *digital marketing* mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta memperkuat daya saing UMKM. Pemerintah juga menempatkan pemasaran digital sebagai salah satu strategi utama peningkatan daya saing usaha mikro melalui penguatan kapasitas pelaku usaha dalam mengelola media sosial, membangun audiens, dan memperluas akses pasar.

Penguatan Kapasitas Sumber Daya Manusia

Kegiatan kedua diarahkan pada peningkatan kompetensi pengurus dalam pengelolaan administrasi dan keuangan usaha. Sebelum kegiatan, pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual menggunakan buku tulis sederhana tanpa pemisahan antara keuangan usaha dan keuangan pribadi. Kondisi tersebut menyulitkan pengurus dalam melakukan evaluasi usaha maupun menghitung keuntungan secara akurat.

Melalui pelatihan dan pendampingan, mitra memperoleh keterampilan menyusun pencatatan transaksi harian, melakukan klasifikasi penerimaan dan pengeluaran, serta menyusun laporan laba-rugi sederhana menggunakan *template* berbasis Microsoft Excel.

Pendampingan dilakukan secara bertahap hingga seluruh transaksi usaha dapat didokumentasikan secara lebih sistematis.



***Gambar 5**. Sosialisasi Pengelolaan Administrasi dan Keuangan Usaha*

Implementasi sistem pencatatan keuangan sederhana memberikan manfaat nyata bagi kelompok tani, yaitu meningkatnya transparansi pengelolaan keuangan, kemudahan dalam memantau arus kas, serta tersedianya informasi keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha. Peningkatan kapasitas manajerial ini menjadi fondasi penting dalam mendukung keberlanjutan pengelolaan Agroedukasi Kopi.

Diversifikasi Produk melalui Aromaterapi Kopi

Kegiatan ketiga difokuskan pada aspek produksi melalui pelatihan pembuatan aromaterapi kopi sebagai bentuk diversifikasi produk berbasis limbah dan kopi yang belum memenuhi standar pasar. Pelatihan meliputi pemilihan bahan baku, proses formulasi, teknik produksi, pengemasan, serta strategi pemasaran produk. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra berhasil menghasilkan prototipe produk aromaterapi kopi yang memiliki aroma khas dan dikemas dalam bentuk sederhana sehingga siap dipasarkan sebagai produk pendukung Agroedukasi Kopi.

Diversifikasi produk ini memberikan alternatif pemanfaatan hasil panen yang sebelumnya belum memiliki nilai ekonomi tinggi. Selain meningkatkan nilai tambah komoditas kopi, inovasi tersebut juga memperluas peluang usaha kelompok tani melalui pengembangan produk nonminuman berbasis kopi. Temuan ini mendukung berbagai penelitian yang menyatakan bahwa inovasi produk dan diversifikasi pascapanen merupakan strategi efektif untuk meningkatkan nilai tambah komoditas pertanian sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat berbasis sumber daya lokal.

Kebermanfaatan Program bagi Mitra

Secara umum, kegiatan pengabdian memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas kelembagaan Kelompok Tani Ngudi Rahayu II. Dari aspek pemasaran, mitra

mulai mengelola media sosial secara lebih aktif dengan menerapkan konsep *branding* yang lebih konsisten. Dari aspek sumber daya manusia, pengurus telah mampu menerapkan pencatatan keuangan berbasis Excel sehingga laporan keuangan menjadi lebih rapi, transparan, dan mudah dipahami. Dari aspek produksi, kelompok tani memperoleh pengetahuan baru mengenai diversifikasi produk melalui pembuatan aromaterapi kopi yang berpotensi menjadi sumber pendapatan tambahan.



***Gambar 6**. Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat*

Keberhasilan program tidak hanya ditunjukkan melalui peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, tetapi juga melalui meningkatnya kesiapan mitra dalam mengembangkan Agroedukasi Kopi sebagai destinasi edukasi berbasis kopi yang lebih profesional. Pendekatan partisipatif yang digunakan selama pelaksanaan kegiatan mendorong keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahapan program sehingga seluruh inovasi yang diperkenalkan memiliki peluang lebih besar untuk diadopsi secara berkelanjutan.

Dengan demikian, program pengabdian ini berhasil menjawab permasalahan utama yang dihadapi mitra melalui integrasi penguatan pemasaran digital, peningkatan kapasitas manajerial, dan diversifikasi produk. Sinergi ketiga aspek tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing Agroedukasi Kopi Desa Kebondalem sekaligus mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan ekonomi berbasis potensi lokal.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada Kelompok Tani Ngudi Rahayu II, Desa Kebondalem, Kecamatan Jambu, Kabupaten Semarang berhasil meningkatkan kapasitas mitra dalam aspek pemasaran, sumber daya manusia, dan produksi melalui pendekatan *Participatory Rural Appraisal* (PRA). Program yang dilaksanakan melalui tahapan sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan,

dan evaluasi mampu menjawab permasalahan utama yang dihadapi mitra, yaitu rendahnya optimalisasi pemasaran digital, belum tertatanya sistem pencatatan keuangan, serta belum adanya diversifikasi produk olahan kopi.

Pada aspek pemasaran, mitra berhasil menyusun identitas *branding* Agroedukasi Kopi serta meningkatkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Pada aspek sumber daya manusia, mitra telah mampu menerapkan sistem pencatatan keuangan sederhana berbasis Microsoft Excel sehingga pengelolaan keuangan menjadi lebih tertib, transparan, dan akuntabel. Sementara itu, pada aspek produksi, kegiatan pelatihan menghasilkan inovasi produk aromaterapi kopi sebagai bentuk diversifikasi usaha yang berpotensi meningkatkan nilai tambah komoditas kopi dan menjadi sumber pendapatan baru bagi kelompok tani. Secara keseluruhan, program pengabdian memberikan manfaat nyata berupa peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kapasitas kelembagaan Kelompok Tani Ngudi Rahayu II dalam mengelola Agroedukasi Kopi secara lebih profesional.

Keberhasilan program diharapkan menjadi fondasi bagi pengembangan agroedukasi kopi yang berkelanjutan serta memperkuat daya saing produk kopi lokal dalam mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Kebondalem. Sebagai tindak lanjut, diperlukan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan konsistensi penerapan pemasaran digital, pengelolaan keuangan berbasis teknologi, serta pengembangan diversifikasi produk kopi agar dampak program dapat terus berkembang dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Semarang (UNNES) atas dukungan pendanaan dan fasilitasi sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kelompok Tani Ngudi Rahayu II, Pemerintah Desa Kebondalem, Kecamatan Jambu, Kabupaten Semarang, serta seluruh pihak yang telah berpartisipasi dan memberikan dukungan selama proses pelaksanaan kegiatan, sehingga seluruh rangkaian program pengabdian dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

Referensi

Anisykurlillah, I., & Harjanto, A. (2019). *Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis Excel*. Jurusan Akuntansi FEB UNNES.

Anisykurlillah, I., Latifah, L., Fachrurrozie, F., & Permatasari, Y. (2025). Penguatan pelaporan keuangan Koperasi Wanita Sri Rejeki Berbasis General Ledger. *Jurnal Bina Desa*.

Anisykurlillah, I., Latifah, L., Mahmud, A., Susilowati, N., & Saputra, A. M. (2022). Penguatan Manajerial Pengurus BUMDes Asung Daya Dalam Penentuan Penyusutan Aset Tetap. *Madaniya*, *3*(4), 901–913.

Anisykurlillah, I., Mahmud, A., Susilowati, N., Mukhibad, H., & Hayati, N. (2021). Capability Development Of Bumdes "Asung Daya" in Presenting Asset Value. *Indonesian Journal of Devotion and Empowerment*, *3*(2), 24–30.

Anisykurlillah, I., & Rezqika, B. (2019). Faktor yang mempengaruhi implementasi SAK ETAP pada UMKM dengan ketidakpastian lingkungan sebagai variabel moderasi. *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, *5*(1).

Anisykurlillah, I., Waluyo, K., Harjanto, A., Mussanadah, A. U., & Hadi, C. (2025). *Digitalisasi Bukti Transaksi Akuntansi:Pendekatan Berbasis Excel*. Jurusan Akuntansi FEB UNNES.

Beltrán-Urvina, L. I., Acosta-Andino, B. F., Gallegos-Varela, M. C., & Vallejos-Orbe, H. M. (2025). Intellectual property as a strategy for business development. *Laws*, *14*(2), 18.

de Lauwere, C., Smits, M.-J., Dijkshoorn-Dekker, M., Brummelhuis, A. K., & Polman, N. (2025). Understanding circular and nature-inclusive agricultural business models. *Circular Economy and Sustainability*, *5*(1), 161–192.

Debra, M., Wulanningrum, H., Suranto, A., Furoida, A. N., & Susilowati, I. (2025). *Rantai Nilai Kopi Robusta pada Kelompok Tani Ngudi Rahayu XI Desa Kebondalem, Kecamatan Jambu, Kabupaten Semarang*.

Enjelia, S. (2025). Income, Welfare, and Food Security of Coffee Farmer Households. *Indonesian Journal of Small Scale Farming*, *1*(1), 28–41.

Estrella, A., Navichoc, D., Kilian, B., & Dietz, T. (2022). Impact pathways of voluntary sustainability standards on smallholder coffee producers in Honduras: Price premiums, farm productivity, production costs, access to credit. *World Development Perspectives*, *27*, 100435.

Fathurohman, I., Nugraheni, L., Rondli, W. S., Wijayanto, W., & Hariyadi, A. (2025). Empowering the Community of Japan Village through the Development of Coffee-Based Ecotourism and Local Culture. *PAKDEMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(1), 21–32.

Hakim, M. A. A., Suryantoro, A., & Rahardjo, M. (2021). Analysis of the influence of tourism growth on economic growth and human development index in West Java Province 2012-2018. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal), 4*(1), 160–169.

Hanifa, R. S. H. S., Sjah, T., & Budastra, K. (2026). Analisis sinergi kolaboratif antara petani, industri pengolahan, dan distributor dalam rantai nilai agribisnis untuk meningkatkan daya saing komoditas kopi. *Jurnal Economina*, *5*(1), 487–499.

Kravchenko, S., Malik, M., & Shpykuliak, O. (2025). Development of integration structures in the agricultural sector of the economy in wartime conditions. *Ekonomika APK*, *32*(2), 10–27.

Kumar, A., Kumar, S., Komal, Ramchiary, N., & Singh, P. (2021). Role of traditional ethnobotanical knowledge and indigenous communities in achieving sustainable development goals. *Sustainability*, *13*(6), 3062.

Maspul, K. A. (2023). A harmonious symphony of fourth-wave coffee culture: How the relationship between coffee and local wisdom contributes to sustainability and ethical practices in community. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *2*(5), 1896–1922.

Mussanadah, A. U., & Saputra, M. A. (2025). Is Papuan Local Governments' digital transformation encouragement for the greater good? An Indigenous youth perspective. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 1–13.

Prayoga, K. (2021). Hubungan frekuensi penggunaan whatsapp terhadap keberhasilan pemasaran kopi di Gapoktan Gunung Kelir Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. *Agroland: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*.

Puspaningrum, D., & Agustina, T. (2017). Pendekatan Pra (Participatory Research Appraisal) Dalam Pengembangan Kopi Arabika Specialty Ketinggian Sedang Berbasis Kawasan Di Kabupaten Jember. *Jurnal Agribest*, *1*(2), 273985.

Rahmasari, L., & Abidin, Z. (2025). Product diversification strategy in agribusiness to increase farmers' profits and economic stability. *International Journal of Economics (IJEC)*, *4*(1), 483–498.

Ruben, R. (2023). Why do coffee farmers stay poor? *Journal of Fair Trade*, *4*(2), 11–30.

Sinaga, H. Y., Gayatri, S., & Satmoko, S. (2021). Pengaruh Peran Modal Sosial Terhadap Loyalitas Anggota Kelompok Tani Alpukat Ngudi Rahayu 2 Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. *Agrol. J. Ilmu-Ilmu Pertan.*, *28*, 32.

Sipayung, E., & Priyanto, S. H. (2019). Analisis Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Pengunjung (Studi Pada Kampoeng Kopi Banaran, Pt. Perkebunan Nusantara Ix Kabupaten Semarang). *Jurnal Ilmiah Agrineca*, *19*(2), 55–65.

Soetanto, H., Aprilia, R. M., Huda, A. N., Ritonga, A. S., & Hendrawan, V. F. (2023). Community Education on Coffee Pulp Utilization for the Benefits of Green Economy Improvement. *International Journal of Community Service Learning*, *7*(3), 333–343.

Susilowati, N., Paranti, L., Adzim, F., & Fatimah, S. (2026). Revitalisasi Kelembagaan Dan Daya Tarik Wisata Curug Lawe Benowo Sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Kalisidi Berbasis Digital Ecotourism. *Jurnal Bina Desa*, *8*(1), 35–42.