

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI KELOMPOK USAHA TANI KOPI NAGARI KOTO HILALANG

*Community Empowerment through the Nagari Koto Hilalang
Coffee Farming Business Group*

Fera Zora

Universitas Mahaputra Muhammad Yamin (UMMY), Solok, Indonesia
e-mail: ferazora1987@gmail.com

Helvita Roza

Universitas Mahaputra Muhammad Yamin (UMMY), Solok, Indonesia
e-mail: helvitaroza120385@gmail.com

Arfimasri

Universitas Mahaputra Muhammad Yamin (UMMY), Solok, Indonesia
e-mail: arfimasri76@gmail.com

Intan Putri Delima

Universitas Mahaputra Muhammad Yamin (UMMY), Solok, Indonesia
e-mail: delimaintanputri898@gmail.com

Adinda Putri Ellia

Universitas Mahaputra Muhammad Yamin (UMMY), Solok, Indonesia
e-mail: adindaputriellia@gmail.com

Abstract

This community service program aims to improve the institutional capacity and business management capabilities of the Nagari Koto Hilalang Coffee Farmers Group. The program was implemented in several stages: outreach to partners and stakeholders on May 18, 2025, business management and financial literacy training on May 23, 2025, and post-harvest coffee processing training on June 6, 2025. Methods used included lectures, discussions, demonstrations, and hands-on practice. The business management training materials covered business planning, organization, simple financial record keeping, and group institutional restructuring. The results of the program demonstrated an increase in group members' understanding of business governance, financial record keeping, and post-harvest coffee handling techniques, which is expected to improve the quality and economic value of the coffee produced. This activity also strengthened the synergy between the farmer group and stakeholders in supporting sustainable coffee business development.

Keywords-- Community Empowerment, Coffee, Post-Harvest, Farmer Group, Business Management.

1. PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan menjadi sumber pendapatan masyarakat pedesaan. Nagari Koto Hilalang memiliki potensi pengembangan kopi yang cukup besar, namun pengelolaan usaha dan penanganan hasil panen masih menghadapi berbagai kendala. Permasalahan yang dihadapi kelompok usaha tani antara lain; (1) **Produksi dan Pengolahan Kopi:** Kelompok usaha masih mengalami *keterbatasan sarana-prasarana pengolahan*; petani belum memiliki mesin pengupas kulit kopi (*Pulper*) atau fasilitas pascapanen memadai, sehingga proses pengolahan masih dilakukan secara manual.



Gambar 1. Proses Manual

Akibatnya, mutu biji kopi yang dihasilkan rendah dan harga jual di tingkat petani relatif rendah. Selain itu, *pengetahuan teknik pascapanen* petani masih kurang; minimnya pelatihan menyebabkan praktik pengolahan belum sesuai standar mutu. (2) **Pemasaran dan Penguatan Kelembagaan:** Kelompok usaha belum berfungsi sebagai lembaga ekonomi bersama; penjualan kopi masih bersifat individual kepada pengepul, sehingga *posisi tawar* petani sangat lemah. Selain itu, tidak ada mekanisme pembelian panen kolektif maupun pencatatan keuangan usaha, dan rantai pasok kopi dari hulu hingga hilir belum terintegrasi. Kondisi ini sejalan dengan data nasional yang menunjukkan bahwa sekitar 70% distribusi kopi dikuasai tengkulak, sehingga margin petani terpengkas.

Selain itu, kelembagaan kelompok usaha masih memerlukan penguatan agar mampu berfungsi sebagai lembaga ekonomi yang produktif dan berkelanjutan. Kondisi tersebut menyebabkan nilai tambah produk kopi yang dihasilkan belum maksimal. Berdasarkan permasalahan tersebut, tim pengabdian melaksanakan kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui Kelompok Usaha Tani Kopi Nagari Koto Hilalang dengan tujuan meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, memperkuat kelembagaan kelompok, serta meningkatkan kualitas hasil produksi kopi melalui penerapan teknik pengolahan pascapanen yang baik. Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan ini dirancang untuk menjawab permasalahan prioritas yang dihadapi Kelompok Usaha Kopi Nagari Koto Hilalang secara sistematis, terintegrasi, dan berkelanjutan. Pendekatan yang digunakan mengacu pada pemberdayaan ekonomi produktif berbasis potensi lokal dan kearifan lokal, sebagaimana ditegaskan dalam berbagai kajian ekonomi kreatif di Indonesia. Riset tim pengusul sebelumnya menunjukkan bahwa pemanfaatan budaya, tradisi, dan sumber daya lokal mampu menciptakan produk bernilai ekonomi tinggi serta memperkuat pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan [1].

Solusi difokuskan pada dua bidang utama, yaitu (1) produksi dan pengolahan kopi, serta (2) pemasaran dan penguatan kelembagaan usaha, yang saling terkait dari hulu hingga hilir. Solusi Permasalahan Produksi dan

Pengolahan Kopi. Permasalahan utama pada aspek produksi adalah rendahnya mutu kopi akibat keterbatasan pengetahuan pascapanen dan ketiadaan peralatan pengolahan. Untuk mengatasi hal tersebut di perlukan Rekayasa Teknologi, solusi yang ditawarkan meliputi:

1. Pelatihan pengolahan kopi pascapanen Berbasis Standar mutu. Pelatihan ini bertujuan meningkatkan kualitas biji kopi agar memiliki nilai jual lebih tinggi [2]. Pendekatan pelatihan mengintegrasikan pengetahuan teknis dengan kearifan lokal masyarakat dalam mengelola hasil pertanian.
2. Penyediaan Mesin *Pulper* Kopi Basah dan Kering. Teknologi tepat guna terbukti mampu meningkatkan efisiensi kerja dan kualitas produk kopi rakyat [3]. Pendampingan dilakukan agar alat dapat digunakan dan dirawat secara berkelanjutan oleh kelompok usaha.
3. Pengembangan produk kopi bernilai tambah berbasis lokal. Kelompok usaha didorong untuk menghasilkan produk turunan seperti *green bean* khas Nagari Koto Hilalang. Strategi ini sejalan dengan konsep ekonomi kreatif berbasis sumber daya lokal yang mampu meningkatkan nilai tambah produk pertanian [4].

Sedangkan solusi pemasaran dan penguatan kelembagaan usaha dengan cara penguatan kelembagaan dan digitalisasi ekonomi kreatif:

1. Branding dan Pemasaran Digital Berbasis Kearifan Lokal. Strategi ini melibatkan pembuatan merek yang terdaftar, desain kemasan yang menarik, serta pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce untuk promosi [4].
2. Pelatihan Manajemen Usaha dan Literasi Keuangan. Untuk menjamin akuntabilitas, pengurus kelompok diberikan pelatihan pencatatan keuangan sederhana [5].
3. Restrukturisasi Kelembagaan Kelompok Usaha. Pembentukan struktur organisasi yang lengkap dan fungsional, di mana kelompok usaha bertindak sebagai lembaga ekonomi bersama [6].

Untuk mengatasi permasalahan yang kompleks, dirancang sebuah paket solusi yang terintegrasi dan sistematis. Pendekatan ini mengacu pada prinsip pemberdayaan ekonomi produktif berbasis potensi lokal, di mana teknologi digunakan untuk memperkuat kearifan lokal, bukan menggantikannya [1]. Solusi ini difokuskan pada peningkatan nilai tambah produk melalui mekanisasi dan pembangunan ekosistem usaha yang mandiri.

a. Inovasi Teknologi Pascapanen dan Standarisasi Mutu

Solusi utama untuk mengatasi kendala produksi adalah melalui transfer teknologi tepat guna yang dirancang khusus untuk kebutuhan kelompok usaha tani. Penggunaan mesin pengolahan fisik akan menciptakan rantai nilai yang utuh di tingkat nagari, mulai dari buah merah hingga menjadi biji kopi siap jual (*green bean*) [7].

1. Implementasi Mesin *Pulper* Kopi Basah. Mesin ini digunakan untuk mengupas kulit buah kopi merah segar segera setelah panen secara mekanis. Dengan kapasitas mencapai 300 kg/jam, teknologi ini akan

meningkatkan efisiensi waktu kerja petani secara drastis dibandingkan dengan cara manual. Penggunaan bahan *stainless steel* pada silinder pengupas menjamin kebersihan dan mencegah kontaminasi pada biji kopi. Hal ini sangat penting karena keterlambatan dalam pengupasan kulit buah dapat memicu proses fermentasi yang tidak diinginkan, yang berakibat pada penurunan cita rasa.

2. Implementasi Mesin Huller Kopi Kering: Untuk menghasilkan *green bean* standar industri, diperlukan proses pemisahan kulit tanduk atau kulit ari dari biji kopi yang telah kering. Mesin huller dengan penggerak engine bensin 7 HP memungkinkan mitra memproduksi biji kopi bersih dengan kapasitas 250 kg/jam. Inovasi ini memberikan kemampuan bagi kelompok usaha untuk menjual produk akhir dengan harga yang jauh lebih tinggi dibandingkan menjual kopi dalam bentuk gelondongan mentah kepada tengkulak.
3. Pelatihan Pascapanen Berbasis Standar Mutu SNI: Teknologi mesin harus didukung oleh pengetahuan operasional yang benar. Pelatihan difokuskan pada teknik sortasi, fermentasi yang terkontrol, pencucian, hingga pengeringan yang optimal. Indikator keberhasilan pelatihan ini adalah kemampuan petani untuk meminimalkan nilai cacat biji sesuai dengan SNI 01-2907-2008, yang mencakup parameter kadar air, kebersihan dari serangan, dan ukuran biji yang seragam.

b. Penguatan Kelembagaan dan Digitalisasi Ekonomi Kreatif

Pilar kedua bertujuan untuk membangun sistem manajemen dan pemasaran yang mampu mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

1. Restrukturisasi Kelembagaan Kelompok Usaha: Solusi ini melibatkan pembentukan struktur organisasi yang lengkap dan fungsional, di mana kelompok usaha bertindak sebagai lembaga ekonomi bersama. Kelompok akan mengelola pembelian panen kolektif dari anggota, sehingga posisi tawar petani meningkat dan ketergantungan pada tengkulak dapat dikurangi secara bertahap. Penguatan kelembagaan ini juga mencakup aspek legalitas usaha, seperti pendaftaran NIB atau persiapan menuju bentuk koperasi [8].
2. Pelatihan Manajemen Usaha dan Literasi Keuangan: Untuk menjamin akuntabilitas, pengurus kelompok diberikan pelatihan pencatatan keuangan sederhana. Hal ini mencakup pembuatan buku kas, laporan laba-rugi sederhana, dan manajemen modal usaha [9]. Literasi keuangan yang baik adalah prasyarat utama bagi UMKM untuk dapat naik kelas dan mengakses dukungan finansial lebih lanjut.
3. Branding dan Pemasaran Digital Berbasis Kearifan Lokal: Mengintegrasikan hasil riset tim pengusul mengenai pentingnya identitas budaya dalam ekonomi kreatif, produk kopi Koto Hilalang akan dikemas dengan narasi lokal yang kuat. Strategi ini melibatkan pembuatan merek yang terdaftar, desain kemasan yang menarik, serta pemanfaatan media sosial dan *platform e-commerce* untuk promosi. Transformasi digital ini memungkinkan produk kopi lokal dijangkau oleh konsumen di seluruh Indonesia, bahkan mancanegara, tanpa harus melalui banyak perantara [10].

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode pelatihan dan pendampingan [11]. Metode Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat Kelompok Usaha Kopi Koto Hilalang. Kelompok Usaha Kopi Koto Hilalang menghadapi dua masalah utama: peningkatan produksi dan kualitas pengolahan kopi, serta pengembangan pemasaran dan kelembagaan usaha. Program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk mengatasi masalah tersebut melalui lima tahapan pelaksanaan yang berkelanjutan: sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program. Setiap tahapan ditekankan secara konkrit untuk menanggulangi permasalahan di bidang produksi/pengolahan kopi dan pemasaran/kelembagaan. Mitra (anggota kelompok kopi) dilibatkan aktif sejak awal; surat kesediaan mitra menyatakan komitmen partisipasi aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan keberlanjutan program.

1. Metode tahapan pelaksanaan pengabdian kepada kelompok usaha kopi Koto Hilalang sebagai berikut:

- a. *Sosialisasi*

Pada tahap sosialisasi, tim pelaksana mengadakan kegiatan pengenalan program kepada seluruh anggota Kelompok Kopi Koto Hilalang. Kegiatan ini meliputi rapat awal dengan pengurus kelompok, presentasi tujuan program, identifikasi kebutuhan mitra, dan penggalangan dukungan stakeholder petani, wali nagari Koto Hilalang Pendekatan melalui ketua kelompok terbukti efektif: sosialisasi yang dilakukan melalui ketua kelompok menumbuhkan pemahaman anggota tentang peran dan kontribusi yang diharapkan, serta meningkatkan rasa tanggung jawab kolektif. Mitra menyatakan kesiapan tinggi untuk berpartisipasi dalam pelatihan dan pendampingan berikutnya, bahkan tanpa kehadiran penuh tim pengabdian. Partisipasi aktif mitra dibangun sejak fase ini – misalnya, melalui penandatanganan Nota Kesepahaman (MoU) dan surat komitmen kerja sama – sehingga mitra terlibat dalam semua tahap kegiatan.



Gambar 2. Foto bersama menjelang kegiatan sosialisasi



Gambar 3. Kegiatan sosialisasi

**Gambar 4.** Sesudah Sosialisasi**Gambar 5.** Diskusi kegiatan berikutnya

b. Pelatihan

Pada tahap pelatihan, tim menyelenggarakan lokakarya dan demo lapangan untuk meningkatkan kapasitas mitra. Materi pelatihan dibagi dua bidang: (a) Produksi dan Pengolahan Kopi: Topik meliputi teknik budidaya dan pemeliharaan tanaman kopi yang baik (pengendalian hama terpadu, penggunaan pupuk organik), proses pascapanen (penjemuran, fermentasi, pemanggangan), dan pengolahan nilai tambah kopi (diversifikasi produk olahan). Selama pelatihan ini, dosen Pendidikan Biologi memberikan penyuluhan praktis di lapangan tentang cara meningkatkan hasil panen dan mutu biji kopi, termasuk praktek menjaga kebersihan kebun dan kualitas air. (b) Pemasaran dan Kelembagaan: Materi mencakup pembinaan kelembagaan usaha (struktur organisasi kelompok, tata kelola internal, dan manajemen keuangan sederhana) serta strategi pemasaran modern. Pelatihan manajemen organisasi dan keuangan diperuntukkan untuk pengurus kelompok agar mampu merencanakan, menganggarkan, dan mengevaluasi program kerja kelompok. Selain itu, diberikan pelatihan pemasaran digital dan branding produk kopi (pengemasan, label, promosi media sosial) yang telah terbukti memperluas akses pasar petani kopi. Selama pelatihan ini, ketua tim (dosen Pendidikan Ekonomi) dan dosen manajemen menyampaikan materi strategi pemasaran, teknik pemasaran online, serta pembukuan usaha kecil; dosen biologi fokus pada aspek teknis kopi. Mahasiswa pendamping membantu dalam penyusunan materi dan praktikum, sambil belajar terlibat langsung di lapangan. Hasil pelatihan diharapkan meningkatkan pengetahuan teknis kopi mitra dan keterampilan manajerial untuk menunjang kemandirian usaha.

**Gambar 6.** Sebelum mulai acara**Gambar 7.** Pemateri dari ketua TIM



Gambar 8. Sesi diskusi dan Tanya jawab



Gambar 9. Setelah selesai acara

c. Penerapan Teknologi

Tahap penerapan teknologi bertujuan mentransfer alat dan metode teknologi tepat guna kepada kelompok kopi. Tim menyediakan dan melatih mitra dalam penggunaan peralatan pengolahan kopi modern, yang dapat meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi pascapanen. Penerapan meliputi pemberian alat dan pendampingan pemeliharaan serta operasi alat tersebut. Selain itu, diperkenalkan pula teknologi sederhana lainnya, seperti penggunaan handphone pintar dan komputer untuk pencatatan produksi dan pemasaran, serta pemanfaatan aplikasi berbasis web/ media sosial dalam promosi. Misalnya, pembuatan profil video dan konten promosi digital akan mendorong eksposur produk kopi ke pasar lebih luas. Dengan demikian, penerapan teknologi ini langsung ditujukan untuk mengatasi kendala produksi (kualitas pengolahan) dan memperluas pangsa pasar (digitalisasi pemasaran).



Gambar 10. Tim PKM



Gambar 11. Pelatihan pengolahan kopi pascapanen



Gambar 11. Sesi Tanya jawab dan diskusi



Gambar 12. Materi 1

**Gambar 13.** Materi 2**Gambar 14.** Pelatihan Uji coba alat**Gambar 15.** Penggilingan cery kering**Gambar 16.** Pemisahan ceri dan biji kering

2. Partisipasi Mitra (Kelompok Usaha Kopi Koto Hilalang) dalam Pelaksanaan Program

Kelompok Usaha Kopi Koto Hilalang dilibatkan secara aktif sejak tahap perencanaan hingga evaluasi program. Pada sosialisasi awal, mitra membantu menyusun rencana kerja, memetakan peserta sasaran (anggota kelompok dan petani kopi) serta mengadakan pertemuan dengan pemangku kepentingan desa untuk mengenalkan program. Selama pelatihan teknis dan demonstrasi lapangan, mitra menyediakan sarana/prasarana seperti kebun kopi, peralatan pengolahan, dan ruang diskusi; anggota kelompok turut mendampingi peserta praktek budidaya dan pascapanen. Mitra juga berperan dalam pendampingan pascapanen dan usaha, misalnya menerapkan teknik pengeringan biji kopi yang tepat dan berbagi pengalaman pemasaran produk. Beberapa bentuk keterlibatan mitra sepanjang tahapan program antara lain:

- a. Perencanaan dan Sosialisasi: Mitra bersama tim pengabdian merumuskan agenda kegiatan dan menyebarkan informasi program kepada masyarakat petani (misal melalui pertemuan di balai desa atau diskusi kelompok).
- b. Pelatihan Lapangan dan Demonstrasi Teknis: Mitra memfasilitasi lokasi (kebun kopi, balai pelatihan) serta mendukung peserta dalam kegiatan pembelajaran praktek pertanian dan pascapanen. Mitra menyediakan lahan kebun sebagai tempat praktek pemangkasan tanaman kopi atau pengolahan biji kopi setelah panen.
- c. Pendampingan Pascapanen: Setelah panen, mitra bekerja sama dalam menerapkan teknologi pascapanen (misalnya penggunaan mesin pengering atau fermentasi) dan mengelola mutu produk. Mitra juga membantu penyusunan rencana pemasaran hasil kopi, sehingga ilmu dari pelatihan langsung diterapkan dalam bisnis mereka.
- d. Penguatan Kelembagaan dan Evaluasi Lapangan: Kelompok usaha Kopi Koto Hilalang memperkuat struktur internal dengan menggelar

rapat rutin, merumuskan prosedur pengelolaan produksi, dan membangun jejaring dengan pemangku kepentingan desa (pemerintah nagari, penyuluh pertanian, kelompok tani lain). Mitra dilibatkan dalam proses evaluasi lapangan, memberikan umpan balik atas pelaksanaan program. Umpan balik ini digunakan untuk penyempurnaan pelatihan dan rencana kerja selanjutnya.



Gambar 17. Terbangunnya kerjasama dengan mitra



Gambar 18. Mesin *Pulper* Kopi Basah dan kering

3. Pendampingan dan Evaluasi

Setelah pelatihan dan penerapan teknologi, tim melakukan pendampingan lapangan secara periodik. Dalam pendampingan ini, tim bersama mitra memantau implementasi teknik baru (yang terkait budidaya, pengolahan, maupun pemasaran) dan membantu menyelesaikan kendala operasional. Pelaksanaan program dievaluasi secara berkala untuk memastikan tujuan tercapai dan kendala dapat diatasi segera. Monitoring dilaksanakan kontinu dan situasional, dengan tahapan evaluasi sebagai berikut: (1) **Evaluasi Perencanaan vs Realisasi:** meninjau kesesuaian antara rencana kerja dan realisasi kegiatan, termasuk tingkat keterlibatan mitra. (2) **Evaluasi Indikator dan Dampak:** mengukur capaian program terhadap peserta, misalnya peningkatan pengetahuan atau keterampilan petani kopi, melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam. (3) **Evaluasi Dampak pada Mitra:** menilai efek program terhadap mitra itu sendiri, misalnya peningkatan kapasitas usaha atau kualitas produk kopi mereka. Hasil evaluasi ini dibahas bersama mitra untuk perbaikan program berikutnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan pada 18 Mei 2025 dihadiri oleh anggota kelompok usaha tani dan stakeholder terkait. Pada kegiatan ini disampaikan tujuan program, manfaat kegiatan, serta peran masing-masing pihak dalam mendukung pengembangan usaha kopi di Nagari Koto Hilalang. Melalui kegiatan tersebut terbangun komunikasi dan kerja sama yang baik antara kelompok tani dengan berbagai pihak sehingga mendukung keberhasilan program pemberdayaan masyarakat.

3.2 Pelatihan Manajemen Usaha dan Literasi Keuangan

Pelatihan dilaksanakan pada tanggal 23 Mei 2025. Peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya perencanaan usaha, pengorganisasian kelompok, pelaksanaan kegiatan usaha, serta pengawasan terhadap aktivitas kelompok. Selain itu, peserta juga diberikan pelatihan pencatatan keuangan sederhana berupa:

- a. Buku kas masuk;
- b. Buku kas keluar;
- c. Pencatatan utang dan piutang;
- d. Penyusunan laporan keuangan sederhana.

Pelatihan ini juga mendorong terbentuknya struktur organisasi kelompok yang lebih jelas sehingga setiap anggota memiliki tugas dan tanggung jawab yang terdefinisi dengan baik.

3.3 Pelatihan Pengolahan Kopi Pascapanen dan Penerapan Teknologi

Pelatihan pengolahan kopi pascapanen dilaksanakan pada tanggal 20 Juni 2025. Kegiatan difokuskan pada peningkatan kualitas bahan baku kopi melalui proses sortasi buah. Tahapan yang diajarkan meliputi:

1. Pemisahan daun, ranting, batu, dan benda asing lainnya.
2. Seleksi buah merah matang sebagai bahan baku utama.
3. Pemisahan buah hijau dan buah cacat.
4. Uji apung untuk mengidentifikasi kualitas buah kopi.

Melalui pelatihan tersebut peserta memahami pentingnya penanganan pascapanen dalam menghasilkan biji kopi yang bermutu tinggi. Pengetahuan ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk kopi Nagari Koto Hilalang.

3.4 Dampak Kegiatan

Kegiatan pengabdian memberikan beberapa manfaat, antara lain:

1. Meningkatnya pengetahuan masyarakat mengenai pengelolaan usaha kopi.
2. Meningkatnya kemampuan pencatatan keuangan kelompok.
3. Menguatnya struktur kelembagaan kelompok usaha tani.
4. Meningkatnya pemahaman tentang teknik pengolahan kopi pascapanen.
5. Terbangunnya kerja sama antara kelompok tani dan stakeholder dalam pengembangan usaha kopi.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat disimpulkan bahwa:

1. Program pemberdayaan masyarakat melalui Kelompok Usaha Tani Kopi Nagari Koto Hilalang telah terlaksana dengan baik.
2. Sosialisasi kepada mitra dan stakeholder mampu meningkatkan dukungan terhadap pengembangan usaha kopi.
3. Pelatihan manajemen usaha dan literasi keuangan meningkatkan kemampuan kelompok dalam mengelola usaha dan administrasi keuangan.
4. Pelatihan pengolahan kopi pascapanen meningkatkan pemahaman peserta mengenai teknik penanganan hasil panen untuk menghasilkan kopi berkualitas.
5. Program ini berkontribusi dalam memperkuat kelembagaan dan meningkatkan potensi ekonomi masyarakat Nagari Koto Hilalang.

5. SARAN

Perlu dilakukan pendampingan secara berkelanjutan agar kemampuan kelompok usaha tani semakin meningkat. Selain itu, diperlukan pengembangan pemasaran produk dan diversifikasi olahan kopi sehingga dapat memberikan nilai tambah yang lebih besar bagi masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kelompok Usaha Tani Kopi Nagari Koto Hilalang, pemerintah nagari, stakeholder terkait, serta seluruh pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ramayani, N., Mahdalena, Z., Juandri, R. P., & Zora, F. *Pemanfaatan Kearifan Lokal dalam Pengembangan Produk Ekonomi Kreatif di Indonesia*. PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora, vol. 4, no. 4, 2025. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i4.9791>
- [2] Mayrowani, H. (2013, May). Kebijakan penyediaan teknologi pascapanen kopi dan masalah pengembangannya. In *Forum Penelitian Agro Ekonomi* (Vol. 31, No. 1, pp. 31- 49). <https://epublikasi.pertanian.go.id/berkala/index.php/fae/article/view/1879/1865>
- [3] Rahardjo, P. (2021). *Panduan Berkebun Kopi*. Penebar Swadaya Grup. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=-c9AEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=Panduan+Lengkap+Budidaya+dan+Pengolahan+n+Kopi.+&ots=cwLu7cUfhS&sig=Nku-udV7znfxAxuWpdsUGqhU5Q&redir_esc=y#v=onepage&q=Panduan%20Lengkap%20Budidaya%20dan%20Pengolahan%20Kopi.&f=false
- [4] Febriosa, S., et al. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Penguatan Kearifan Lokal di Daerah Wisata*. PESHUM, 2025.

<https://doi.org/10.56799/peshum.v4i6.10675>

- [5] Hamid, H. (2018). Manajemen pemberdayaan masyarakat. Makasar: DeLaMacca.
<http://eprints.ipdn.ac.id/5504/1/Buku%20Manajemen%20Pemberdayaan%20Masyarakat%20PDF.pdf>
- [6] Holle, Y. (2022). Penguatan kelembagaan kelompok tani untuk meningkatkan posisi tawar petani. *Sosio Agri Papua*, 11(01), 35-40.
<https://pdfs.semanticscholar.org/ec3a/525735144232259f3fce23ff1e9009c00563.pdf>
- [7] Yusup, M., Ariq, M. F., Nasution, E. J. A. H., Fahreza, A. Z., & Edwards, J. (2025). Digital transformation and branding for empowering the creative economy based on local wisdom: Transformasi digital dan branding untuk pemberdayaan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 6(1), 45-54. <https://doi.org/10.34306/abdi.v6i1.1228>
- [8] Murtiyani, S. (2016). Restrukturisasi Sistem Dan Optimalisasi Program Pemberdayaan Masyarakat Miskin pada Sektor Mikro. *At-Tauzi: Jurnal EkonomiIslam*, 15(1), 1-16.
<http://jurnalhamfara.ac.id/index.php/attaui/article/view/109/50>
- [9] Afrimasri. (2019). Manajemen Bisnis. Solok: CV. Insan Cendikia Mandiri.
https://drive.google.com/file/d/17yCRnxqMA54ChBCNwAb_U7MQ5NjzVIHz/view
- [10] Priyatama, A., Lazuardi, A., Ramadhan, A. R. A., Nugroho, E. A., & Sipasulta, N. P. (2024). Pelatihan Strategi Branding Untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin*, 3(3), 98-103.
<https://doi.org/10.56127/jammu.v3i3.1914>
- [11] Dewi, R. K., Roza, H., Afrahmiryano, A., Hanafi, I., Wati, D. D. E., & Amri, C. (2023). Budidaya Mawar sebagai Tanaman Hias Komersial. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Mahaputra Muhammad Yamin*, 2(2), 125-135.