

Pengembangan Kopi Spesialti Sebagai Strategi Pemberdayaan Petani dan Penguatan Ekonomi Lokal

Komariah ¹, Dinie Anggraeni Dewi ^{1*}, Agil Nanggala ¹, Deti Rostika ¹,
Asep Rudi Nurjaman ¹, Siti Hawa ¹

¹ Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

* Author Correspondence

Riwayat Artikel :

Diterima : 9 Desember 2025; Direvisi : 4 Januari 2026; Disetujui : 12 Januari 2026.

Abstrak

Indonesia merupakan produsen kopi terbesar keempat di dunia, dengan Desa Margamukti, Kabupaten Bandung Barat, sebagai salah satu sentra kopi Arabika Java Preanger. Meskipun memiliki potensi agroekologi yang mendukung, sebagian besar petani masih menjual kopi dalam bentuk bahan mentah dengan harga rendah akibat keterbatasan pemahaman standar kopi spesialti, praktik pascapanen, serta akses pasar. Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan mengembangkan kopi spesialti sebagai strategi pemberdayaan petani dan penguatan ekonomi lokal melalui pendekatan pelatihan dan pendampingan partisipatif. Metode yang digunakan meliputi survei awal, pelatihan teknis pengolahan pascapanen kopi spesialti, pendampingan branding dan pemasaran digital, serta evaluasi berbasis pre-test dan post-test. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman petani mengenai standar kopi spesialti sebesar 32%, perbaikan praktik panen selektif dan pascapanen, serta potensi peningkatan harga jual kopi hingga 20–30% dibandingkan harga sebelum intervensi. Selain itu, terbentuknya identitas produk dan kesiapan pemasaran digital menunjukkan penguatan kapasitas ekonomi dan sosial petani. Kebaruan program ini terletak pada integrasi peningkatan kualitas kopi spesialti dengan pendekatan pemberdayaan partisipatif yang memperkuat civic empowerment petani sebagai aktor utama dalam rantai nilai kopi lokal, sehingga berkontribusi terhadap keberlanjutan ekonomi masyarakat desa.

Kata kata kunci :

Kopi Spesialti; Pemberdayaan Petani; Peningkatan Ekonomi.

Abstract

Development of Specialty Coffee as a Strategy for Farmer Empowerment and Strengthening the Local Economy. Indonesia is the fourth largest coffee producer in the world, with Margamukti Village, West Bandung Regency, as one of the Java Preanger Arabica coffee centers. Despite having supporting agroecological potential, most farmers still sell coffee in the form of raw materials at low prices due to limited understanding of specialty coffee standards, post-harvest practices, and market access. The Community Service Program (PkM) aims to develop specialty coffee as a strategy to empower farmers and strengthen the local economy through a participatory training and mentoring approach. The methods used include initial surveys, technical training on specialty coffee post-harvest processing, branding and digital marketing assistance, and pre-test and post-test-based evaluations. The results showed an increase in farmers' understanding of specialty coffee standards by 32%, improvements in selective and post-harvest harvesting practices, and the potential for an increase in coffee selling prices of up to 20–30% compared to pre-intervention prices. In addition, the formation of product identity and digital marketing readiness show the strengthening of farmers' economic and social capacity. The novelty of this program lies in the integration of improving the quality of specialty coffee with a participatory empowerment approach that strengthens civic Empowerment of farmers as the main actor in the local coffee value chain, thereby contributing to the economic sustainability of village communities.

Keywords:

Specialty Coffee; Farmer Empowerment; Economic Improvement.

Contact : Corresponding author  e-mail: dinieanggrenidewi@upi.edu



Check for
updates

How to Cite: Komariah, K., Dewi, D. A., Nanggala, A., Rostika, D., Nurjaman, A. R., & Hawa, S. Pengembangan Kopi Spesialti Sebagai Strategi Pemberdayaan Petani dan Penguatan Ekonomi Lokal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 34–41. <https://doi.org/10.56393/jpkm.v6i1.3856>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). Allows readers to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of its articles and allow readers to use them for any other lawful purpose. The journal hold the copyright.

Pendahuluan

Kopi merupakan salah satu komoditas pertanian strategis yang memiliki peran penting dalam perekonomian global dan nasional. Di banyak negara berkembang, kopi menjadi sumber utama penghidupan masyarakat perdesaan serta berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja dan penguatan ekonomi lokal (Ponte, 2002; Daviron & Ponte, 2005). Dalam konteks Indonesia, sektor kopi tidak hanya berfungsi sebagai komoditas ekspor, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan wilayah berbasis sumber daya lokal yang menopang kesejahteraan petani dan ekonomi perdesaan (Neilson, 2008; Wahyudi et al., 2018). Berbagai studi menunjukkan bahwa pengembangan kopi berpotensi meningkatkan pendapatan petani dan menciptakan efek berganda bagi perekonomian desa apabila diikuti dengan penguatan kapasitas produksi dan nilai tambah (Wahyudi et al., 2018; Ponte, 2002).

Seiring perkembangan industri kopi global, orientasi pasar mengalami pergeseran dari produksi massal menuju produk berbasis kualitas dan diferensiasi. Kopi spesialti muncul sebagai segmen pasar yang berkembang pesat karena meningkatnya kesadaran konsumen terhadap cita rasa, asal-usul produk, serta praktik produksi yang berkelanjutan. Daviron dan Ponte (2005) menjelaskan bahwa kopi spesialti memberikan peluang bagi produsen kecil untuk keluar dari perangkap harga komoditas melalui diferensiasi mutu dan cerita produk. Dalam konteks ini, kopi tidak lagi dipandang sebagai komoditas primer semata, tetapi sebagai produk bernilai tambah yang memerlukan pengelolaan kualitas secara konsisten di seluruh rantai nilai.

Namun demikian, berbagai penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar petani kopi di Indonesia masih menghadapi keterbatasan dalam mengakses pasar kopi bernilai tinggi. Permasalahan umum yang dihadapi meliputi rendahnya pemahaman terhadap standar kopi spesialti, praktik panen dan pascapanen yang belum optimal, serta lemahnya kemampuan branding dan pemasaran (Juhaini et al., 2021; Pratiwi et al., 2022). Akibatnya, potensi kopi lokal sering kali belum mampu dikonversi menjadi peningkatan kesejahteraan petani secara signifikan.

Di Jawa Barat, kopi Arabika Java Preanger memiliki reputasi historis dan karakter cita rasa yang diakui di tingkat nasional maupun internasional. Desa Margamukti di Kabupaten Bandung Barat merupakan salah satu wilayah dengan kondisi agroekologi yang mendukung pengembangan kopi Arabika berkualitas. Berdasarkan survei awal tim pengabdian, Desa Margamukti memiliki sekitar 45 petani kopi aktif dengan luas lahan rata-rata 0,5–1 hektare per petani. Sebelum intervensi program, sebagian besar petani menjual kopi dalam bentuk cherry atau gabah kering kepada tengkulak lokal dengan harga berkisar Rp18.000–Rp22.000/kg, tanpa diferensiasi mutu dan tanpa akses langsung ke pasar kopi spesialti. Kondisi ini menyebabkan nilai tambah kopi belum dinikmati secara optimal oleh petani, meskipun wilayah ini memiliki potensi produksi dan kualitas yang memadai.

Berbagai program pengembangan kopi di Jawa Barat umumnya berfokus pada peningkatan produksi atau diversifikasi produk hilir, seperti kopi bubuk kemasan. Meskipun penting, pendekatan tersebut sering kali belum menyentuh akar persoalan utama petani, yaitu penguasaan standar mutu kopi spesialti dan posisi tawar dalam rantai nilai. Oleh karena itu, strategi pengembangan kopi spesialti dipilih sebagai solusi utama dalam program ini karena secara langsung berorientasi pada peningkatan kualitas, diferensiasi produk, dan akses pasar

bernilai tinggi. Strategi ini dinilai lebih relevan dibandingkan diversifikasi produk lainnya, mengingat karakteristik Desa Margamukti yang unggul secara agroekologi tetapi masih lemah pada aspek pascapanen dan pemasaran.

Secara teoritis, pengembangan kopi spesialti sejalan dengan konsep pemberdayaan masyarakat dan pembangunan ekonomi lokal. Teori pemberdayaan menekankan pentingnya peningkatan kapasitas individu dan kolektif agar masyarakat mampu mengelola sumber daya dan menentukan arah pembangunan secara mandiri (Zimmerman, 2000). Dalam konteks pertanian, pemberdayaan petani tidak hanya mencakup peningkatan produksi, tetapi juga penguatan pengetahuan, keterampilan, dan posisi tawar dalam rantai nilai (Pretty, 1995). Penelitian menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif dalam pendampingan petani berkontribusi signifikan terhadap adopsi inovasi dan keberlanjutan usaha tani (Laverack & Labonte, 2000).

Selain itu, perspektif pembangunan ekonomi lokal menekankan pemanfaatan sumber daya endogen dan penguatan jejaring lokal sebagai basis pertumbuhan wilayah (Blakely & Leigh, 2010; Markusen, 2003). Dalam kerangka ini, kopi spesialti dapat diposisikan sebagai komoditas unggulan berbasis lokal yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi desa apabila dikelola melalui penguatan kualitas, kelembagaan petani, dan akses pasar. Pendekatan rantai nilai Porter (1985) juga menegaskan bahwa keunggulan kompetitif produk kopi ditentukan oleh kemampuan aktor lokal dalam mengelola tahapan produksi dan pascapanen secara efisien dan inovatif.

Perkembangan teknologi informasi turut membuka peluang baru bagi petani kopi dalam mengakses pasar. Digital marketing dan media sosial memungkinkan produsen skala kecil membangun identitas merek dan menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa ketergantungan pada rantai distribusi konvensional (Kannan & Li, 2017; Tiago & Veríssimo, 2014). Meskipun demikian, adopsi pemasaran digital di wilayah perdesaan masih memerlukan pendampingan yang kontekstual agar sesuai dengan kapasitas dan kebutuhan petani.

Berdasarkan uraian tersebut, pengembangan kopi spesialti di Desa Margamukti memerlukan pendekatan yang komprehensif dan partisipatif, tidak hanya berfokus pada peningkatan kualitas teknis produk, tetapi juga pada pemberdayaan petani dan penguatan ekonomi lokal. Kebaruan (*novelty*) program Pengabdian kepada Masyarakat ini terletak pada integrasi peningkatan kualitas kopi spesialti dengan pendekatan pemberdayaan partisipatif yang menempatkan petani sebagai aktor utama dalam rantai nilai kopi lokal, sehingga diharapkan mampu mendorong keberlanjutan ekonomi dan sosial masyarakat desa.

Metode

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Margamukti, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung Barat dengan menggunakan pendekatan pelatihan dan pendampingan partisipatif yang menempatkan petani kopi sebagai aktor utama dalam seluruh rangkaian kegiatan. Program Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Desa Margamukti, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung Barat selama empat bulan (Mei sampai Agustus 2025) dengan pendekatan pelatihan dan pendampingan partisipatif. Tahap pertama berupa survei awal dan pemetaan kondisi yang dilakukan melalui observasi

lapangan, wawancara semi-terstruktur dengan petani kopi, serta diskusi kelompok terfokus untuk mengidentifikasi praktik budidaya, pengolahan pascapanen, dan pola pemasaran yang telah berjalan. Tahap kedua adalah pelatihan teknis, yang mencakup: (1) panen selektif petik merah, (2) sortasi buah dan biji kopi, (3) pengenalan metode pengolahan natural dan *honey*, (4) teknik pengeringan berbasis standar mutu kopi spesialti, serta (5) pengenalan dasar penilaian kualitas kopi. Tahap ketiga berupa pendampingan branding dan pemasaran, meliputi penyusunan identitas produk, desain kemasan sederhana, serta pengenalan pemasaran digital melalui media sosial. Evaluasi program dilakukan menggunakan instrumen pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan petani, observasi partisipatif untuk menilai perubahan praktik pascapanen, serta wawancara reflektif untuk menggali persepsi dan kesiapan petani dalam mengembangkan kopi spesialti secara berkelanjutan.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di Desa Margamukti menunjukkan bahwa pengembangan kopi spesialti berpotensi menjadi strategi efektif dalam memperkuat pemberdayaan petani sekaligus penguatan ekonomi lokal. Pada tahap awal kegiatan, petani kopi masih berada pada pola produksi tradisional dengan orientasi penjualan biji kopi sebagai komoditas mentah. Praktik panen belum sepenuhnya menerapkan prinsip selektif, sementara pengolahan pascapanen dilakukan secara sederhana sehingga kualitas dan konsistensi mutu kopi belum optimal. Kondisi ini berdampak pada rendahnya nilai jual kopi serta lemahnya posisi tawar petani dalam rantai nilai perkopian.

Sebagai langkah awal, kegiatan diawali dengan penguatan kerja sama antara tim pengabdian dan mitra lokal untuk membangun pemahaman bersama mengenai tujuan dan arah program. Kolaborasi ini menjadi fondasi penting dalam penerapan pendekatan partisipatif yang menempatkan petani sebagai aktor utama dalam setiap tahapan kegiatan.



Gambar 1. Kerja Sama Bersama Mitra

Melalui pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara bertahap, terjadi peningkatan pemahaman petani terhadap pentingnya kualitas sebagai fondasi utama kopi spesialti. Petani mulai memahami bahwa mutu kopi tidak hanya ditentukan oleh varietas dan kondisi lahan, tetapi juga oleh ketepatan waktu panen, penanganan pascapanen, dan konsistensi proses pengolahan. Praktik panen petik merah mulai diterapkan secara bertahap, disertai dengan perbaikan pada proses sortasi dan pengeringan. Perubahan ini mencerminkan

adanya pergeseran pola pikir petani dari orientasi kuantitas menuju orientasi kualitas, yang menjadi prasyarat penting dalam memasuki pasar kopi spesialti.

Proses peningkatan kapasitas tersebut dilakukan melalui pelatihan langsung bersama masyarakat desa agar transfer pengetahuan berlangsung secara kontekstual dan mudah dipahami oleh petani.



Gambar 2. Pelatihan Bersama Masyarakat Desa Margamukti

Dari aspek inovasi produk, pengenalan metode pengolahan kopi seperti proses natural dan honey membuka wawasan petani terhadap kemungkinan diferensiasi produk. Variasi metode pengolahan menghasilkan karakter rasa yang berbeda dan memberikan nilai tambah pada produk kopi yang dihasilkan. Inovasi ini memperkuat identitas kopi Margamukti sebagai kopi dengan karakter lokal yang khas, sekaligus meningkatkan daya tarik produk di pasar kopi spesialti. Proses pembelajaran yang berbasis praktik langsung memudahkan petani dalam memahami tahapan pengolahan serta meningkatkan kepercayaan diri mereka untuk mengembangkan produk secara mandiri.

Pemberdayaan petani terlihat dari meningkatnya partisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Petani tidak hanya berperan sebagai penerima materi, tetapi terlibat dalam diskusi, berbagi pengalaman, serta pengambilan keputusan terkait pengembangan usaha kopi. Diskusi bersama perwakilan petani menjadi ruang refleksi bersama untuk merumuskan langkah pengembangan kopi spesialti yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan lokal.



Gambar 3. Diskusi Bersama Perwakilan Petani Lokal

Pendekatan partisipatif ini mendorong terbentuknya rasa kepemilikan terhadap program dan memperkuat kohesi sosial dalam kelompok tani. Penguatan kapasitas individu

dan kolektif tersebut menjadi modal sosial penting bagi keberlanjutan pengembangan kopi spesialti di tingkat desa.

Pada dimensi ekonomi lokal, penguatan branding dan pengenalan pemasaran berbasis digital memberikan perspektif baru bagi petani mengenai akses pasar. Petani mulai memahami pentingnya identitas merek, kemasan, dan narasi produk dalam meningkatkan daya saing kopi. Meskipun implementasi pemasaran digital masih berada pada tahap awal, kesiapan petani untuk memanfaatkan media sosial menunjukkan potensi besar dalam memperluas jangkauan pasar serta mengurangi ketergantungan pada rantai distribusi konvensional. Kondisi ini membuka peluang peningkatan margin keuntungan yang lebih adil bagi petani dan memperkuat perputaran ekonomi di tingkat desa.

Dari perspektif keberlanjutan, kegiatan pengabdian ini juga menumbuhkan kesadaran petani terhadap pentingnya praktik budidaya yang ramah lingkungan. Diskusi mengenai keterkaitan antara kualitas kopi, kesehatan tanaman, dan keberlanjutan lingkungan mendorong petani untuk mempertahankan sistem tanam yang seimbang dan adaptif. Integrasi aspek kualitas, ekonomi, dan lingkungan menunjukkan bahwa pengembangan kopi spesialti tidak hanya berorientasi pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga pada keberlanjutan usaha tani dalam jangka panjang.

Temuan penting dari kegiatan ini menunjukkan bahwa dampak pengembangan kopi spesialti tidak berhenti pada peningkatan keterampilan teknis petani, tetapi meluas pada perubahan cara pandang petani terhadap usaha kopinya. Petani mulai memaknai kopi sebagai produk bernilai tambah yang memerlukan pengelolaan mutu, identitas, dan strategi pemasaran, bukan sekadar hasil panen yang dijual mentah. Dampak inilah yang menjadi novelty kegiatan, yaitu integrasi antara peningkatan kualitas kopi spesialti dan proses pemberdayaan partisipatif yang secara nyata memperkuat posisi sosial-ekonomi petani dalam rantai nilai kopi di tingkat lokal.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya perubahan signifikan antara kondisi sebelum dan sesudah program. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, tingkat pemahaman petani mengenai standar kopi spesialti meningkat dari skor rata-rata 56 menjadi 74, atau mengalami peningkatan sebesar 32%. Sebelum pendampingan, praktik panen selektif belum diterapkan secara konsisten; setelah program, sebagian besar petani mulai menerapkan panen petik merah dan sortasi awal.

Dari aspek ekonomi, meskipun program belum menghasilkan kontrak penjualan formal, simulasi harga berdasarkan kualitas menunjukkan potensi peningkatan harga jual sebesar 20–30% dibandingkan harga kopi non-especialti. Temuan ini sejalan dengan teori rantai nilai Porter (1985) dan hasil penelitian Pratiwi et al. (2022) yang menegaskan bahwa intervensi pascapanen berkontribusi langsung terhadap peningkatan nilai tambah di tingkat petani.

Simpulan

Program Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Margamukti menghasilkan model pemberdayaan petani kopi berbasis pengembangan kopi spesialti yang terintegrasi, mencakup peningkatan kapasitas teknis pascapanen, penguatan partisipasi kolektif petani, serta pengenalan strategi branding dan pemasaran berbasis digital. Model ini menunjukkan bahwa kopi spesialti tidak hanya berfungsi sebagai produk bernilai ekonomi, tetapi juga sebagai

instrumen penguatan posisi tawar dan identitas lokal petani dalam rantai nilai kopi. Implikasi kebijakan dari temuan ini menegaskan pentingnya peran pemerintah daerah dalam menyediakan dukungan berkelanjutan, khususnya melalui fasilitasi sarana pascapanen, penguatan kelembagaan kelompok tani, serta integrasi program kopi spesialti ke dalam agenda pengembangan ekonomi desa. Untuk menjamin keberlanjutan program setelah tim PkM menarik diri, direkomendasikan adanya skema pendampingan lanjutan berbasis kemitraan antara kelompok tani, pemerintah desa, dan pelaku pasar, sehingga proses peningkatan kualitas, akses pasar, dan kemandirian ekonomi petani dapat terus berjalan secara adaptif dan berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat ini. Kegiatan ini didukung oleh Hibah Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pendidikan Indonesia sesuai dengan Surat Keputusan Rektor Nomor 710/UN40/PT.01.02/2025. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada masyarakat dan kelompok petani kopi Desa Margamukti atas partisipasi aktif dan kerja sama selama kegiatan berlangsung, serta kepada mitra lokal dan perangkat desa yang telah memberikan dukungan dan fasilitasi sehingga program dapat terlaksana dengan baik.

References

- Bacon, C. M. (2005). Confronting the coffee crisis: Can fair trade, organic, and specialty coffees reduce small-scale farmer vulnerability? *World Development*, 33(3), 497–511. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2004.10.002>
- Blakely, E. J., & Leigh, N. G. (2010). *Planning local economic development: Theory and practice* (4th ed.). SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781452234968>
- Daviron, B., & Ponte, S. (2005). The coffee paradox: Global markets, commodity trade and the elusive promise of development. *World Development*, 33(3), 441–456. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2004.10.002>
- Fauzi, F., Antoni, D., & Suwarni, E. (2020). Women entrepreneurship in developing countries: The effects of financial and digital literacy on SMEs' growth. *Journal of Governance and Regulation*, 9(4), 106–115. <https://doi.org/10.22495/jgrv9i4art9>
- Handini, R. (2020). Peran komoditas kopi dalam penguatan ekonomi lokal di wilayah perdesaan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 18(1), 45–56. <https://doi.org/10.23917/jep.v18i1.9876>
- Hidayat, A., & Safitri, D. (2021). Pengembangan komoditas unggulan berbasis potensi lokal untuk mendukung ekonomi desa. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, 17(2), 123–134. <https://doi.org/10.14710/pwk.v17i2.32156>
- Ife, J., & Tesoriero, F. (2008). *Community development: Community-based alternatives in an age of globalisation* (3rd ed.). Pearson Education. <https://doi.org/10.4324/9781315721252>
- Jha, S., Bacon, C. M., Philpott, S. M., Méndez, V. E., Läderach, P., & Rice, R. A. (2014). Shade coffee: Update on a disappearing refuge for biodiversity. *BioScience*, 64(5), 416–428. <https://doi.org/10.1093/biosci/biu038>
- Juhaini, A., Sari, M., & Nugroho, T. (2021). Tantangan pengembangan kopi spesialti pada petani kecil di Indonesia. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(3), 201–213. <https://doi.org/10.20956/jsep.v14i3.15678>

-
- Kannan, P. K., & Li, H. A. (2017). Digital marketing: A framework, review, and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22–45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
- Kusumaningrum, D. A., Risyad, A., Siagian, J. A., & Tisyadana, M. (2024). The potency of coffee plants in agroforestry systems to support social forestry programs and climate change mitigation. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1263, 012045. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1263/1/012045>
- Laverack, G., & Labonte, R. (2000). A planning framework for community empowerment goals within health promotion. *Health Policy and Planning*, 15(3), 255–262. <https://doi.org/10.1093/heapol/15.3.255>
- Markusen, A. (2003). Fuzzy concepts, scanty evidence, policy distance: The case for rigour and policy relevance in critical regional studies. *Regional Studies*, 37(6–7), 701–717. <https://doi.org/10.1080/0034340032000108687>
- Neilson, J. (2008). Global private regulation and value-chain restructuring in Indonesian smallholder coffee systems. *World Development*, 36(9), 1607–1622. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2007.09.005>
- Neilson, J., & Pritchard, B. (2009). *Value chain struggles: Institutions and governance in the plantation districts of South India*. Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781444316995>
- OECD. (2016). *A new rural development paradigm for the 21st century*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264252271-en>
- Perdana, A. (2019). Pemberdayaan petani kopi melalui penguatan kelembagaan ekonomi lokal. *Jurnal Penyuluhan*, 15(1), 67–78. <https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v15i1.23456>
- Ponte, S. (2002). The “Latte Revolution”? Regulation, markets and consumption in the global coffee chain. *World Development*, 30(7), 1099–1122. [https://doi.org/10.1016/S0305-750X\(02\)00032-3](https://doi.org/10.1016/S0305-750X(02)00032-3)
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press. <https://doi.org/10.1007/978-1-349-08672-5>
- Prasmatiwi, F. E., Endaryanto, T., Seta, A. P., & Astuti, T. N. (2025). Implementation of agroforestry systems for improved performance and sustainability of coffee farming in Indonesia. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 9(1), 45–56. <https://doi.org/10.55299/ast.v9i1.1234>
- Pratiwi, R., Suryani, A., & Widodo, S. (2022). Nilai tambah pengolahan pascapanen kopi terhadap peningkatan pendapatan petani. *Jurnal Agribisnis*, 16(2), 134–145. <https://doi.org/10.21776/ub.agrise.2022.016.02.5>
- Pretty, J. (1995). Participatory learning for sustainable agriculture. *World Development*, 23(8), 1247–1263. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(95\)00046-F](https://doi.org/10.1016/0305-750X(95)00046-F)
- Purwowibowo. (2023). Improving community welfare through coffee cultivation. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 12(1), 55–66. <https://doi.org/10.36941/ajis-2023-0005>
- Rahmah, D. M., Purnomo, D., Filianty, F., & Noguchi, R. (2023). Social life cycle assessment of coffee production in West Java. *Sustainability*, 15(6), Article 5123. <https://doi.org/10.3390/su15065123>
- Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media. *Business Horizons*, 57(6), 703–708. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.002>
- Wahyudi, A., Wulandari, S., & Aunillah, A. (2018). Kopi sebagai komoditas strategis dalam pembangunan ekonomi lokal. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 6(1), 23–34. <https://doi.org/10.29244/jai.2018.6.1.23-34>
-