

ISSN (Online) 3090-7284
Bakti Lestari
Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Berkelanjutan
Available online at: www.bakti.uniku.ac.id

Volume 1
Issue 2
Juni 2025

Penguatan UMKM Melalui Diversifikasi Produk Kopi Gula Aren untuk Meningkatkan Daya Saing Desa Giriharja

Muhamad Hildan Prayoga, Iman Jalaludin Rifa'i*, Aldi Anggraito, Alya Akmalinda Khameswara, Ayunindya Nathania Khairunnisa, Devi Dwi Nurmalia, Dody Suherman, Fina Saeila Azka, Givani Agustio Nugraha, Hilman Abdurrahman Fajri, Muhammad Muslim, Nadila Nopiawati, Nauval Azhar, Nurmayati, Rangga Dwicky Avrilieza, Ririn Meilasari, Rony Seftian, Shafta Arya Wijaya, Siti Nur Hayati, Vidia Siti Rohimah.

Universitas Kuningan, Kuningan, Indonesia

iman.jalaludin@uniku.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan oleh mahasiswa dalam program Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan tujuan mengembangkan inovasi pengelolaan kopi gula aren di Desa Giriharja. Kopi gula aren merupakan produk unggulan yang memadukan cita rasa kopi dengan keunikan gula aren, yang berpotensi meningkatkan nilai tambah dan daya saing di pasar. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan Project Based Learning dengan pengumpulan data melalui survei dan wawancara langsung kepada produsen kopi gula aren dan konsumen. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa upaya pendampingan dalam pengolahan pasca panen, pengemasan berkualitas, serta pendaftaran merek sebagai hak kekayaan intelektual memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan harga jual produk. Pengelolaan yang efisien dan inovatif terbukti dapat meningkatkan kualitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan memberikan nilai tambah pada harga jual. Program pengabdian ini merekomendasikan penerapan strategi pengelolaan terintegrasi untuk meningkatkan daya saing produk kopi gula aren sebagai solusi pemberdayaan masyarakat di Desa Giriharja.

Kata Kunci: Kopi Gula Aren; Produksi, Harga Jual.

ABSTRACTS

This community service activity was conducted by students during the Community Service Program (KKN) with the objective of developing management innovations for palm sugar coffee in Giriharja Village. Palm sugar coffee is a flagship product that combines coffee flavor with the uniqueness of palm sugar, which has the potential to increase added value and market competitiveness. The implementation method used a Project Based Learning approach with data collection through surveys and direct interviews with palm sugar coffee producers and consumers. The activity results show that mentoring efforts in post-harvest processing, quality packaging, and trademark registration as intellectual property rights provide significant contributions to increasing product selling prices. Efficient and innovative management has proven to improve product quality, expand market reach, and provide added value to selling prices. This community service program recommends implementing integrated management strategies to enhance the competitiveness of palm sugar coffee products as a community empowerment solution in Giriharja Village.

Keyword: Palm Sugar Coffee; Production, Selling Price

https://doi.org/10.25134/bakti.v1i2.54

PENDAHULUAN

Komoditas kopi menjadi bagian tak terpisahkan dari program peningkatan nilai ekonomi. pada bidang pertanian yang secara langsung menyentuh masyarakat umum karena mulai penanaman, pengolahan, serta

Copyright © 2025, The Author(s).
Published by Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Kuningan. This is an open access article under a Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

pemasarannya telah banyak dilakukan masyarakat secara mandiri. Berdasarkan hasil produksi, Indonesia termasuk salah satu negara produsen dan eksportir kopi di dunia dengan proyeksi pada tahun 2024 mencapai 361 ribu ton (dengan proyeksi konsumsi langsung kopi pada tahun yang sama mencapai 1.393.969 ton. Berdasarkan pada potensi ekonomi komoditas kopi tersebut, maka terdapat potensi peningkatan ekonomi masyarakat melalui komoditas kopi ini baik jumlah produksi maupun pemanfaatan nilai komoditas kopi pada masing-masing rantai nilai bisnis komoditas kopi(Dinnullah et al., 2022).

Peningkatan nilai ekonomi pada setiap nilai ini didasarkan pula pada orientasi setiap komoditas yang berubah pada orientasi pasar. Hal ini didasarkan pada perubahan preferensi konsumen yang semakin menuntut atribut produk yang lebih rinci dan lengkap, sehingga harus mendorong sektor agribisnis ini untuk dapat berubah dari usaha tani menjadi petani pelaku yang berorientasi pada industri pengolahan sehingga tercipta mata rantai nilai yang menguntungkan bagi para petani atau setidaknya meningkatkan peluang untuk terbukanya usaha baru melalui rantai nilai yang diciptakan sehingga pengembangan sektor agribisnis yang modern dan berdaya saing akan menjadi penentu kegiatan pada subsistem pada komoditas ini dan selanjutnya akan menetukan subsistem agribisnis secara terintegrasi dari hulu sampai hilir(Perdana & Rahayu, 2022).

Peranan hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual (HaKI) menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat dan untuk mencegah kemungkinan adanya persaingan curang baik berupa peniruan, pembajakan, maupun pemanfaatan pemakaian Hak Atas Kekayaan Intelektual yang tanpa hak dari pemilik yang sebenarnya. Merek merupakan alat pembeda produk yang satu dengan produk lainnya juga sebagai petunjuk kualitas atas suatu produk disamping sebagai pengenal atau identitas yang akan memudahkan konsumen untuk menentukan pilihanny, merek telah digunakan sejak ratusan tahun untuk memberikan tanda dari produk yang dihasilkan dengan maksud menunjukkan asal usul barang (indication of origin) (Mega Jaya et al., 2022).

Hak atas merek diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Merek yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek yang selanjutnya disebut Undang-Undang Merek merupakan penyempurnaan dari Undang-Undang Nomor 19 tahun 1992 dan Undang-Undang Nomor 14 tahun 1997. Maka sudah jelaslah bahwa Indonesia telah memiliki suatu perlindungan hukum yang sah dan jelas terhadap Hak Milik Intelektual terutama dalam bidang Merek. Undang-undang merek menganut sistem konstitutif, yang artinya hak atas merek timbul karena adanya pendaftaran(Mega Jaya et al., 2022).

Seperti pada setiap nilai ini didasarkan pula pada orientasi setiap komoditas pada perubahan preferensi konsumen yang semakin menuntut atribut produk yang lebih rinci dan lengkap, Desa Giriharja Kecamatan Rancah Kabupaten Ciamis merupakan Desa yang penduduknya berjumlah 1.629 Jiwa dengan luas pemukiman 90,29 Hektar, tingkat pendidikan lulus sekolah dasar mencapai 190 Orang dan jumlah rata-rata usia penduduk berusia 18-55 Tahun, merupakan Desa pemekaran dari Desa Dadiharja yang awal mulanya ada tahun 1983 penduduk Desa Dadiharja sudah lebih dari 5000 (lima ribu) jiwa dan jumlah kepala keluarga telah mencapai lebih dari 1400 (seribu empat ratus), sehingga pelayanan terhadap masyarakat kurang maksimal, baik yang bersifat administratif, pelayanan umum, maupun pelaksanaan urusan pemerintahan.

Dengan pertimbangan tersebut para tokoh masyarakat Desa Dadiharja yang tergabung dalam Lembaga Musyawarah Desa (1.MD) yang diketuai Bapak Zaεναl Hakim memandang perlu adanya pemekaran agar pemerintahan Desa berjalan kondusif Para tokoh masyarakat Desa Dadiharja pada waktu itu sepakat agar Desa Dadiharja sebagai Desa induk dimekarkan menjadi 3 Desa yaitu Desa Patakaharja, Desa Jangalaharja, dan Desa Giriharja. yang berdiri sejak tahun 1983 dengan wilayah meliputi 3 Dusun yaitu Dusun Curug, Dusun Harumanjaya, dan Dusun Cisempu yang sudah beberapa kali mengalami pergantian pemimpin Desa. Desa yang sangat bersejarah bagi Kecamatan Rancah Kabupaten Ciamis salah satu desa yang memiliki potensi petani dan pelaku usaha agribisnis.

Sesuai data statistik Kementrian dalam Negeri Direktorat Jenderal Bina Pemerintahan Desa Data Pokok Desa Giriharja bulan 10 tahun 2023 bahwa luas perkebunan didesa Giriharja seluas 20 hektar yang didalamnya memiliki ladang perkebunan kopi yang memiliki potensi yang menjanjikan sebagai agribisnis. Namun pengelolaannya belum dilakukan secara intensif, sehingga peluang untuk memperoleh nilai tambah serta pencapaian belum dilakukan secara optimal. Untuk peningkatan nilai jual dan nilai tambah ekonomi pada setiap nilai komoditas kopi, sehingga dibutuhkan analisis lebih lanjut mengenai nilai tambah disertai dengan pengembangan nilai pengelolaan lebih lanjut mengenai jual beli kopi desa Giriharja secara optimal bagi petani kopi yang ada di desa tersebutPendahuluan menguraikan latar belakang permasalahan yang diselesaikan, isu-

isu yang terkait dengan masalah yang diselesaikan, ulasan penelitan/pengabdian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh peneliti/pengabdi lain yang relevan dengan penelitian/pengabdian yang dilakukan.

METODE

Pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat sebagai subjek dalam setiap tahapan kegiatan. Metode ini menempatkan masyarakat Desa Giriharja tidak hanya sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai mitra dalam proses identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, hingga refleksi. Permasalahan yang dihadapi masyarakat, yaitu kopi dan gula aren yang selama ini dipasarkan secara terpisah, menjadi fokus utama untuk dirumuskan solusinya bersama. Melalui diskusi kelompok, masyarakat bersama tim pelaksana mengidentifikasi potensi serta hambatan yang ada, kemudian menyusun strategi pengembangan produk inovatif yang memberikan nilai tambah melalui kombinasi kopi dan gula aren.

Tahapan pelaksanaan PAR meliputi empat langkah utama, yaitu identifikasi masalah, perencanaan tindakan, implementasi, serta refleksi dan evaluasi. Pada tahap implementasi, dilakukan pelatihan dan pendampingan kewirausahaan yang menekankan pada penguatan mindset serta keterampilan dalam mengolah produk kopi gula aren. Hasil kegiatan kemudian dievaluasi bersama masyarakat untuk melihat keberhasilan, hambatan, dan peluang pengembangan usaha ke depan. Dengan pendekatan PAR, kegiatan pengabdian ini tidak hanya menghasilkan inovasi produk baru, tetapi juga menumbuhkan kesadaran kritis, kemandirian, serta keberlanjutan usaha masyarakat secara partisipatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberdayaan masyrakat merupakan salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat(Afriansyah, 2023). Ketiga unsur tridharma perguruan tinggi tersebut saling melengkapi dan sangat penting untuk dilakukan sinergi dari ketiga unsur tersebut, seperti pada Pengabdian Masyarakat yang dilakukan oleh kelompok 25 Universitas Kuningan di Desa Giriharja Kecamatan Rancah Kabupaten Ciamis. Kelompok 25 UNIKU melakukan kegiatan pengabdian masyarakat melalui Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan dasar program kerja yang didasari dari permasalahan yang ada.

Desa Giriharja merupakan desa yang sudah termasuk ke dalam desa yang mandiri. Desa Giriharja juga merupakan desa yang sudah memiliki kesadaran akan pentingnya kesehatan, terbukti dengan adanya Posyandu di Dusun Cisempu yang pernah masuk ke dalam juara 1 tingkat Provinsi dan kejuaraan lain-lainnya. Dari hal tersebut, Posyandu di Dusun Cisempu Desa Giriharja sudah bisa dikatakan baik dan berkompeten dalam bidang kesehatan. Terbukti pada tingkat stunting di Desa Giriharja sudah bisa dikatakan minim, dan dibuktikan dengan adanya Budidaya Ikan Lele di dalam Ember (Budikdamber) untuk menekan dan menurunkan angka stunting di desa ini. Sehingga pada saat ini sangat jarang ditemukan kasus stunting di Desa Giriharja. Pada bidang lain yaitu pemberian makanan tambahan (PMT) bagi ibu hamil yang sudah terjamin juga dan sangat membantu menurunkan angka Kekurangan Energi Kronis (KEK) dan diberikan selalu oleh ibu-ibu Kader Posyandu di Desa Giriharja.



Gambar 1. Foto bersama di Posyandu Cempaka 3 Dusun Cisempu

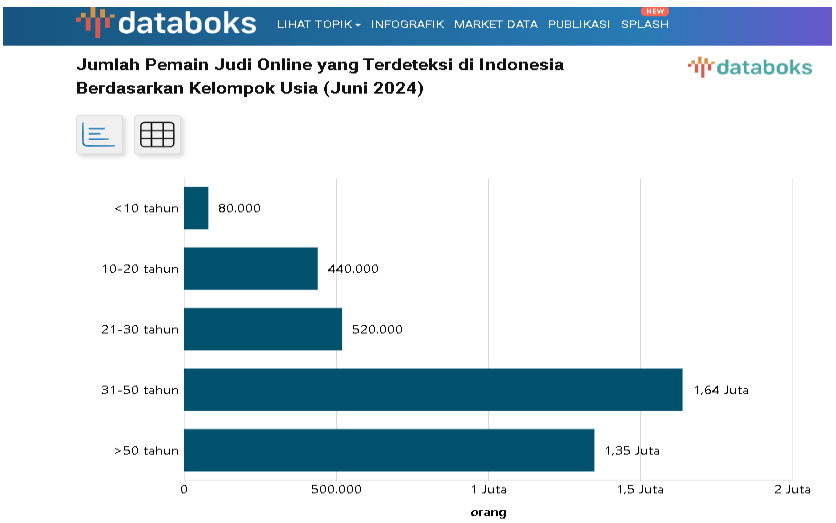
Dilihat dari segi kesehatan, Desa Giriharja sangat minim akan adanya permasalahan. Maka dari itu mahasiswa mengidentifikasi kembali dan mengembangkan beberapa permasalahan untuk dikaji yang buat menjadi solusi yang dikemas dalam bentuk beberapa program kerja yang mahasiswa kembangkan, salah satunya pada bidang IT dan yang utama yaitu tentang pengenalan dasar teknologi. Dengan dasar permasalahannya adalah kurangnya kesadaran akan pentingnya teknologi dimasa sekarang untuk digunakan kearah yang lebih positif, pemahaman tentang pemanfaatan teknologi, dan penggunaan teknologi yang baik dan benar.



Gambar 2. lebih memilih aplikasi dari pada literasi

Berdasarkan data wawancara bersama dengan pemerintah Desa Giriharja, bahwa di Desa Giriharja masih kurang memiliki kesadaran akan literasi terutama pada anak-anak. Anak-anak biasa lebih fokus kepada permainan, aplikasi yang ada di gadget dibandingkan literasi. Oleh karena anak-anak akan menjadi generasi penerus bangsa, sangat disayangkan apabila anak-anak terlalu fokus kepada gadget. Terlebih dampak gadget kepada anak-anak sangat banyak sekali, misalnya dapat membuat mata menjadi minus, kurang fokus, dan lain-lain. Pada intinya alangkah lebih baik apabila gadget digunakan secara baik dan benar sesuai dengan kebutuhan usianya. Maka dari itu mahasiswa fokus untuk mengembangkan dan menumbuhkan semangat anak-anak di Desa Giriharja untuk meningkatkan Literasi dengan sasaran anak-anak SDN 1 Giriharja melalui program kerja di SDN 1 Giriharja setiap hari Rabu selama 1 (satu) bulan berturut-turut.

Program kerja lainnya yang menjadi fokus pembahasan mahasiswa yaitu pencegahan akan maraknya judi online dan pinjaman online ilegal terutama dikalangan masyarakat desa Giriharja baik usia dewasa sampai tua, yang mana program ini merupakan salah satu keresahan pemerintahan desa Giriharja akan masyarakatnya yang diduga marak menggunakan situs judi online dengan harapan dapat secara instan meningkatkan dan membantu perekonomian. Seperti berdasarkan data yang bersumber dari databoks bahwa pemain judi online tidak hanya oleh orang tua bahkan sudah menyentuh kepada remaja dan dewasa.



Gambar 4. databoks pemain judi online

Terlepas dari jeratan masalah judi online dan pinjaman online ilegal yang disinyalir oleh masyarakat dapat membantu meningkatkan perekonomian, mahasiswa menawarkan jawaban berupa benang merah dari permasalahan tersebut untuk menjembatani jalan keluar dengan mengadakan kegiatan seminar dan pelatihan tentang teknologi sebagai opsi sarana sumber mata pencaharian lain yang efektif dibandingkan judi online dan pinjaman online ilegal.

Apabila dikaji lebih lanjut mengenai mata pencaharian, mahasiswa menemukan bahwa di desa Girharja terdapat beberapa jenis UMKM yang juga menjadi bagian dari mata pencaharian masyarakat, diantaranya gula aren, bolu kijing, opak ketan, tusuk sate, wajit, samak dari daun pandan, dan hidroponik sayuran. Akan tetapi terdapat keresahan dan kebingungan dari para pengusahanya, diantaranya yaitu pelaku usaha masih berbisnis hanya untuk mengisi waktu kosong dan tidak memiliki fokus yang lebih akan edukasi dibidang bisnisnya.



Gambar 3. Foto bersama salah satu pemilik UMKM di Cisempu



Gambar 4. Kebun kopi milik bapak Umar



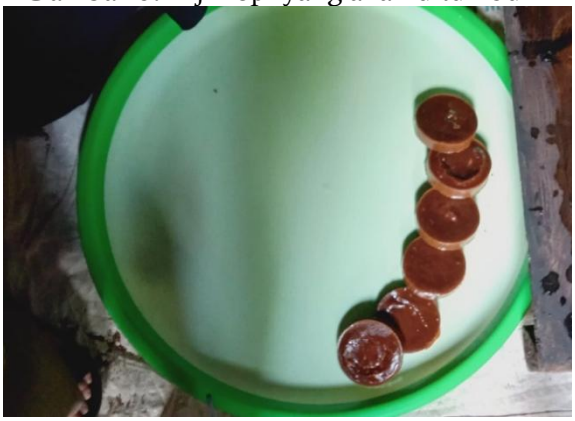
Gambar 5. Hasil biji kopi yang sudah disangrai



Gambar 6. Biji kopi yang akan ditumbuk



Gambar 7. Pemilihan biji kopi yang akan disangrrai



Gambar 8. Gula yang sudah dicetak

Mengenai bisnis di desa Giriharja, data dalam foto menunjukan bahwa setelah meneliti dan mencari potensi yang ada di Desa Giriharja mahasiswa menemukan potensi lain dibidang agribisnis yaitu biji kopi dan gula aren yang dijual secara utuh dan terpisah dengan nilai jual biji kopi perkilo Rp 75.000 dan gula aren persatuan Rp 2.500, alasan awal mahasiswa tergerak untuk mengolah lebih lanjut menjadi bubuk kopi dipadukan dengan gula aren, mengingat tren kopi pada hari ini yaitu kopi gula aren.

Sebelum lebih jauh membahas mengenai tujuan utama yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu mengenai pengelolaan lanjutan kopi gula aren di desa giriharja oleh Mahasiswa KKN Uniku Kelompok 25, berdasarkan pemaparan-pemaparan sebelumnya mengenai rancangan dasar permasalahan. Untuk menemukan jalan keluar tersebut terdapat beberapa solusi yang mahasiswa lakukan yang dikemas dalam bentuk program kerja salah satunya adalah seminar pengenalan dasar teknologi, didasarkan oleh 2 masalah yaitu yang pertama karena anak-anak tingkat Sekolah Dasar yang sudah mengguanakan teknologi dikehidupan sehari-hari dan yang kedua karena anak-anak tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) yang mau tidak mau diharuskan untuk pergi merantau dengan tujuan dan harapan dapat memperbaiki ekonomi keluarga.

Oleh karena itu diadakannya seminar pengenalan teknologi yang bertujuan untuk membantu mengarahkan anak-anak muda di desa Giriharja untuk menggunakan teknologi kearah yang lebih positif, bahkan kearah dapat menghasilkan uang secara mudah agar meminimalisir dan mematahkan argumentasi yang menyatakan bahwa mencari pekerjaan harus merantau ke luar Kota padahal dengan teknologi yang dimanfaatkan secara baikpun dapat mengahasilkan uang. Kegiatan seminar pengenalan dasar teknologi sendiri terselenggara pada hari kamis 1 Agustus 2024, dengan sasaran peserta dibuka untuk umum diantaranya anak muda dan orang tua, dengan target sasaran anak muda.

Program kerja teknologi sebagai opsi sarana sumber mata pencaharian lain yang efektif didasarkan pada dibutuhkannya anak muda didesa sebagai pengembang atau penerus pemuda di Desa Giriharja, tetapi pada fakta dilapangan yang terjadi adalah perginya anak remaja menuju yang dapat dikatan deswasa yaitu pada tingkatan lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan harapan dapat memperbaiki tingkat ekonomi keluarganya, maka dari itu mahasiswa memberikan opsi untuk menggunakan teknologi sebagai sarana mendapatkan uang dan tidak perlu merantau untuk mendapatkan kerja, sehingga pengembangan desa dapat dilakukan lebih efektif. Seminar ini diselenggarakan oleh mahasiswa dan narasumber berasal dari mahasiswa yang diselenggarakan dihari kamis tanggal 1 agustus 2023 dengan peserta terbuka umum dan target anak muda.



Gambar 9. Seminar Fakultas Ilmu Komputer didesa giriharja

Dalam hal untuk meningkatkan sumber daya manusia (SDM) di desa Giriharja, program kerja selanjutnya yang diusulkan kepada pemerintah Desa Giriharja adalah terkait Desa Sadar Hukum. Sebab kurangnya sosialisasi tentang pentingnya penegakan hukum dapat melahirkan masyarakat yang melakukan perbuatan yang merugikan desa itu sendiri, maka dengan ini dari segi hukum membuat program kerja mengena

Desa Sadar Hukum dengan tema Sosialisasi bahaya Judi Online dan Pinjaman Online Ilegal dalam bentuk Seminar.

Seminar tersebut dilaksanakan pada hari Kamis tanggal 1 Agustus tahun 2024. Dengan narasumber didatangkan langsung dari Polsek Rancah yaitu bapak Kepala Polsek Kecamatan Rancah AKP H. Husen Sujana S.H.,M.,H. serta sasaran dari kegiatan ini adalah masyarakat umum yang tujuan capaiannya untuk mengingatkan penggunaan teknologi secara baik dan benar dan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan bahayanya dampak dari Judi Online dan Pinjaman Online ilegal yang sangat merugikan baik secara materil maupun imateril baik kepada diri sendiri, orang terdekat, keluarga maupun pihak pemerintah desa Giriharja.



Gambar 10. Seminar Pinjol dan Judol Ilegal diaula Desa Giriharja

Setelah solusi-solusi tersebut terjawab melalui program kerja yang mahasiswa laksanakan untuk menjawab mengenai dasar sumber permasalahan yang ada, lebih lanjut masuk pada dilihat berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang sudah menjadi fokus permasalahan penelitian ini yakni mengenai pengelolaan lanjutan kopi gula aren di desa Giriharja. Seperti pada wawancara yang dilakukan dengan salah satu pihak pemerintah Desa Giriharja terdapat kendala pada kurangnya branding pelaku bisnis, misalnya kurangnya pemasaran, packaging, dll.

Maka dari itu mahasiswa mengembangkan solusi pengembangan dan pelatihan UMKM yang diawali dengan memperbaiki mindset bisnis, agar UMKM dapat fokus pada UMKM agar lebih lebih serius dalam menjalaninya serta agar UMKM dapat menjadi fokus mata pencaharian utama sebab di desa giriharja komposisi masyarakatnya terdiri dari berbagai mata pencaharian sehingga UMKM tidak selalu fokus menjadi mata pencaharian utama. Acara ini diselenggarakan di aula Desa Giriharja pada hari kamis 1 Agustus 2024 dengan terbuka umum dan target pelaku bisnis didesa Giriharja dengan Narasumber berasal dari mahasiswa KKN Uniku kelompok 25.



Gambar 11. Seminar UMKM mengenai mindset bisnis



Gambar 12. Diagram persebaran Penduduk Desa giriharja

Mengenai proses pengolahan bubuk kopi, yang apabila diteliti lebih jauh, yang sebelumnya menjadi permasalahan adalah penjualan kopi dan gula aren yang dijual secara utuh dan terpisah dengan nilai jual biji kopi perkilonya Rp 75.000 dan gula aren persatuan Rp 2.500 ketika mahasiswa melakukan inovasi antara kopi dan gula aren tersebut sebetulnya memiliki potensi yang dapat dijual dalam satu kesatuan yang memiliki nilai jual yang lebih tinggi apabila dibandingkan dengan dijual dengan bentuk utuh biji kopi dan gula aren. Omzet yang didapatkan jika hanya menjual biji kopi hanya Rp 375.000 per 5 kilo, sedangkan jika dijual bubuk kopi yang dipadukan dengan gula aren yaitu Rp 150.000.000 per 5 kilo. Dengan rincian dijual per 1 kilo biji kopi dihargai dengan Rp 75.000 sedangkan bubuk kopi dipadukan dengan gula aren per 1 kilo dijual dengan Rp 30.000. Oleh karenanya mahasiswa mengembangakan lebih lanjut fokus pada proses pengangkatan nilai jual beli kopi dan gula aren di desa giriharja dengan lebih lanjut melalui pembuatan merk, dan packaging.

Untuk mengembangkan kopi dan gula aren tersebut yang mahasiswa kembangkan pada potensi yang dimiliki oleh desa Giriharja yaitu pada hal packaging, mahasiswa telah membuat packaging berupa bentuk pouch ziplock dengan diberikan label nama merknya adalah girikopi25. Dengan tujuan yang dimaksudkan agar Desa Giriharja termasuk salah satu Desa di Kecamatan Rancah Kabupaten Ciamis yang di desanya terdapat kebun kopi dan beberapa penjual kopi yang dapat memasarkan produk kopinya berdasarkan asal desa itu sendiri. Pada intinya packaging diperlukan agar konsumen mengetahui produsen kopi itu sendiri melalui

label merk packaging yang tertera pada kemasan, dan termasuk strategi pemasaran yang bisa digunakan untuk meningkatkan nilai jual beli dan menambah kuantitas dan kualitas pasar.



Gambar 13. Foto produk Giri kopi 25

Menindaklanjuti mengenai packaging yang dikemas disertai dengan dibuatnya merk, poduk-produk dengan merek yang terkenal akan lebih mudah untuk dipasarkan, sehingga dapat dengan lebih mudah untuk dijual dan memberikan keuntungan finansial yang lebih besar. Pengertian Merek terkenal yaitu, apabila suatu Merek telah beredar keluar dari batas-batas regional sampai batas-batas internasional, dimana telah beredar keluar negeri asalnya dan dibuktikan dengan adanya pendaftaran Merek yang bersangkutan di berbagai Negara(Wowor et al., 2021). Dengan begitu maka dibutuhkan perlindungan hukum bagi Hak Merek Terkenal untuk menjamin adanya kepastian hukum bagi para penemu merek, pemilik merek dan pemegang hak merek. Selain itu juga untuk mencegah terjadinya pelanggaran dan kejahatan atas Hak Merek dan memberikan manfaat bagi kepada masyarakat agar masyarakat lebih terdorong usahanya untuk memiliki perlindungan hukum.

Adanya Merk merupakan bagian dari pengelolaan lanjutan kopi gula aren di Desa Giriharja, Perlindungan hukum terhadap Hak Merek Terkenal di Indonesia diatur berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, tepatnya pada Pasal Pasal 21 ayat (1) huruf b dan c, Pasal 83 ayat (2), dan diperkuat oleh Penjelasan Pasal 21 ayat (1) huruf b, Penjelasan Pasal 76 ayat (2), dan Penjelasan Pasal 83 ayat (2)(Yuridis et al., 2024). Perlindungan terhadap pemegang Hak Merek terkenal di Indonesia akan sangat menentukan bagi perkembangan dan kemajuan dari berbagai industri di Indonesia dan sebagai upaya hukum untuk memberikan rasa aman dan nyaman serta kepastian hukum bagi seluruh pelaku usaha di Indonesia terutama di desa Giriharja yang menjadi fokus pada penelitian ini. Pengaturan merek ini dimaksudkan untuk memberikan perlindungan secara efektif untuk mencegah segala bentuk pelanggaran yang berupa penjiplakan, penggunaan nama yang sama, pencatutan nama, atau domain name atas suatu merek. Untuk merk sendiri cara pendaftarannya yaitu(Ida Laela, 2020):

Untuk mendaftar merek ke Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham) Republik Indonesia, Anda dapat mengikuti langkah-langkah berikut:

1. Persiapkan Dokumen dan Informasi:
   - Identitas Pemohon: KTP (untuk individu) atau akta pendirian dan dokumen perusahaan (untuk badan hukum).
   - Gambar Merek: Desain merek yang akan didaftarkan dalam format yang diminta.
   - Kelas Barang/Jasa: Menentukan kelas sesuai dengan jenis barang atau jasa yang akan dilindungi (berdasarkan klasifikasi internasional).
   - Surat Pernyataan: Menyatakan bahwa merek tidak melanggar hak merek orang lain dan tidak digunakan untuk tujuan yang melanggar hukum.
2. Lakukan Pendaftaran Secara Online:
   - Kunjungi Website Resmi: Akses situs web resmi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) (https://pdki-indonesia.dgip.go.id).
   - Buat Akun: Jika belum memiliki akun, buat akun terlebih dahulu.
   - Isi Formulir Pendaftaran: Isi formulir pendaftaran merek secara online dengan data yang akurat.
   - Unggah Dokumen: Unggah dokumen dan gambar merek sesuai petunjuk.

3. Bayar Biaya Pendaftaran:
   - Pembayaran: Ikuti petunjuk untuk pembayaran biaya pendaftaran merek yang telah ditentukan.
4. Proses Pemeriksaan:
   - Pemeriksaan Administratif: Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual akan melakukan pemeriksaan administratif untuk memastikan kelengkapan dan kebenaran dokumen.
   - Pemeriksaan Substantif: Melakukan pemeriksaan substantif untuk memastikan tidak ada merek yang sama atau mirip yang telah terdaftar.
5. Publikasi dan Keputusan:
   - Publikasi: Jika tidak ada keberatan, merek akan dipublikasikan dalam Berita Resmi Merek.
   - Penerbitan Sertifikat: Setelah proses verifikasi dan tidak ada keberatan, sertifikat pendaftaran merek akan diterbitkan.
6. Pantau Status Pendaftaran:
   - Status Pendaftaran: Anda dapat memantau status pendaftaran merek melalui portal pendaftaran online DJKI.

Adapun proses pendaftaran merek di Kemenkumham biasanya memakan waktu beberapa bulan, tergantung pada kompleksitas dan apakah ada keberatan dari pihak ketiga. Setelah merk girikopi25 didaftarkan dan terdaftar secara legalitas, diharapkan hal tersebut dalam berguna bagi keberlangsungan pemasaran nilai untuk menambah nilai jual beli kopi dan gula aren di Desa Giriharja. Adapun sebelum pendafataran dilakukan proses pembuatan pembuatan kopi yang mahsiswa lakukan di desa Giriharja diantaranya(Utara, 2024):

1. Pengumpulan bahan baku adalah tahap awal yang dilakukan sebelum kegiatan produksi dimulai.
2. Setelah Penerimaan bahan baku dilakukan proses quality control kemudian melakuan proses sortasi untuk memisahkan biji kopi dari kulit dan daging buah serta untuk menjaga kualitas bubuk kopi yang akan diproduksi. Penyusutan biji kopi pada tahap sortasi ini berkisar antara 0.05% yang berarti dalam 1 kg biji kopi akan menyisakan 0.95 kg biji kopi yang dapat digunakan pada tahap produksi selanjutnya.
3. Roasting (15-25 menit). Setelah biji kopi disortasi, tahap selanjutnya adalah proses penyangraian atau biasa disebut roasting. Kapasitas biji kopi dalam satu kali proses roasting berkisar 5-20 kg sesuai dengan kapasitas mesin roasting yang digunakan. Pada umumnya, dikenal 3 level roasting kopi, yaitu:
   1) Light roast, pemanggangan yang menggunakan suhu 196-205° C, biji dipanggang tepat hingga letupan pertama. Warna biji kopi yang dihasilkan adalah coklat kekuningan.
   2) Medium roast, dipanggang pada suhu 210-219° C, biji dipanggan hingga melewati letupan pertama namun tidak sampai pada letupan kedua. Biji kopi pada level roasting ini berwarna coklat gelap.
   3) Dark roast, suhu yang diperlukan adalah 225°C keatas. Biji dipanggang hingga letupan kedua. Warna biji kopi akan berubah menjadi coklat gelap dengan minyak dipermukaan.
   4) Jenis level pemanggangan harus disesuaikan dengan karakter rasa asli kopi dan kualitas yang dimilikinya. Proses ini sangat penting dalam pembentukan cita rasa kopi yang dihasilkan. Roasting bertujuan untuk mengurangi kadar kafein pada biji kopi atau greenbean dan rasa pahit alami yang dimiliki oleh greenbean. Selain itu, proses ini juga bertujuan untuk menciptakan rasa manis dan menghilangkan karakter tidak enak pada biji kopi. Proses pemanggangan dilakukan hingga greenbean setidaknya melewati fase first crack, yaitu fase dimana biji kopi mengalami letupan karena percampuran karbondioksida dan air dalam biji yang bereaksi saat dipanaskan. Fase ini ditandai dengan terciumnya aroma manis dari dalam alat roasting kopi.
   5) Resting (masa istirahat) 3-10 hari. Biji kopi yang telah melalui proses roasting akan menjadi biji kopi sangrai atau roastbean. Roastbean yang dihasilkan didiamkan dulu selama 3 hingga 10 hari untuk mengeluarkan karbondioksida yang ada pada biji setelah melewati proses pemanggangan. Selain itu, proses pendiaman juga bertujuan memunculkan cita rasa kopi yang pas. Proses tersebut disebut masa resting. Bubuk kopi yang melewati masa resting tidak akan membuat kembung dan asam lambung naik jika dikonsumsi.
   6) Pembubukan (10-20 menit). Proses pembubukan segera dilakukan jika masa resting dianggap cukup. Roastbean dibubuk dengan menggunakan huller, yaitu mesin yang digunakan untuk menghaluskan biji kopi sangrai menjadi bubuk kopi selama sekitar 10-20 menit.
   7) Resting pasca pembubukan (12-24 jam). Bubuk yang dihasilkan tidak boleh langsung dikemas dan harus didiamkan selama kurang lebih 12-24 jam. Resting pasca pembubukan bertujuan menetralkan suhu bubuk dan membuang karbondioksida yang masih tersisa sehingga lebih aman dikonsumsi dan tidak menyebabkan kemasan menjadi bergelembung.

8) Pengemasan. Dalam satu kemasan (Pcs) kopi bubuk Arabika dan kopi bubuk Robusta masing-masing bersih 250 gram. Pengemasan menggunakan plastic kemasan standing dengan zipper lock agar mudah ditutup kembali. Alat yang digunakan berupa timbangan untuk mengukur isi berat per kemasan dan sealer untuk melekatkan plastic kemasan agar terkunci sempurna, sehingga produk aman hingga di tangan konsumen.

Pengelolaan lebih lanjut merupakan bagian dari strategi bisnis, melalui analisis nilai rantai strategi bisnis ditujukkan untuk membangun dan mempertahankan posisi strategis perusahaan disbanding pesaingnya, yang terdiri dari cost leadership, differentiation, focused cost leadership, focused differentiation dan integrated cost leadership atau differentiation atau Strategi bisnis adalah upaya untuk bersaing di pasarnya dengan cara terbaik. Manajemen sumber daya manusia yang efektif menghasilkan keunggulan kompetitif dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang harus dihadapi perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang tidak wajar di pasar yang kejam berdasarkan strategi penciptaan nilai dikenal sebagai keunggulan kompetitif(Putera et al., 2023).

Dalam istilah lain, keunggulan kompetitif adalah strategi yang diterapkan lebih baik daripada strategi yang diterapkan pesaing. Pada lingkungan bisnis global, kebutuhan dan keinginan pelanggan terdiri dari berbagai jenis kebutuhan dan keinginan yang berbeda. Oleh karena itu, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang berbeda diperlukan strategi yang terintegrasi melalui inventarisir peluang yang dapat dijadikan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang berbeda dari setiap pelanggan.

Untuk dapat meningkatkan sinergisitas dalam upaya mengotimalkan peluang yang saling memiliki hubungan pada setiap tahapan maka dibutuhkan strategi untuk proses integrasinya. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah melakukan kerjasama antara berbagai tahap/ proses melalui aliansi strategi. Strategi aliansi didefinisikan sebagai kegiatan bersama (collaborative projects) yang dilaksanakan oleh perusahaan-perusahaan (kelompok bisnis) dalam kegiatan/aktivitas bisnis yang sama. Keterlibatan strategi aliansi memiliki empat keunggulan, antara lain(Christine et al., 2022):

1. Merintangi masuknya pendatang baru
2. Menurunkan dampak perubahan industri,
3. Menumbuhkan pembelajaran penggunaan teknologi baru, dan
4. Memperkuat lini produk.

Bentuk strategi aliansi terdiri dari tiga bentuk dasar, yaitu:

1. Dua atau lebih kelompok usaha (perusahaan) yang bekerjasama untuk mencapai tujuan tertentu
2. Berbagi manfaat diantara dua kelompok usaha (mitra) disertai dengan upaya pengendalian secara bersama-sama, dan
3. Perusahaan mitra saling memberikan kontribusi terhadap keberlanjutan usaha bersama pada berbagai bidang area yang dibutuhkan.

Berdasarkan pada paparan konseptual strategi rantai nilai, dapat dikemukakan bahwa strategi rantai nilai melalui aliansi strategi diharapkan dapat membuka akses pasar baru, meningkatkan kapasitas produksi melalui kerjasama mitra, meningkatkan nilai tambah produk, menambah distribusi dan akses ke berbagai sumber yang dibutuhkan, serta memastikan stabilitas tingkat persaingan dan mengurangi tingkat persaingan.

Sebagai mahasiswa yang melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Giriharja, berdasarkan program program kerja yang sudah dipaparkan Mahasiswa KKN Kelompok 25 Uniku kami mendapat nilai dan pelajaran-pelajaran berharga yang tidak bisa didapatkan di tempat manapun. Terdapat beberapa pelajaran berharga yang dapat diambil yaitu:

1. Pentingnya Keterlibatan Komunitas:
   - KKN mengajarkan pentingnya memahami kebutuhan dan keinginan masyarakat lokal. Melibatkan komunitas dalam setiap tahap perencanaan dan pelaksanaan program membantu menciptakan solusi yang relevan dan berkelanjutan.
2. Adaptasi dan Fleksibilitas:
   - Beradaptasi dengan kondisi dan budaya lokal sangat penting. Fleksibilitas dalam menghadapi tantangan, serta kemampuan untuk menyesuaikan pendekatan dengan situasi yang ada, akan meningkatkan efektivitas program yang dijalankan.
3. Keterampilan Komunikasi:

- KKN memperkuat keterampilan komunikasi, baik lisan maupun tulisan. Berinteraksi dengan berbagai lapisan masyarakat memerlukan kemampuan untuk menyampaikan informasi secara jelas dan empatik.

4. Penerapan Ilmu Pengetahuan:
   - Mengaplikasikan teori dan pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah dalam situasi nyata. Pengalaman ini memperlihatkan bagaimana konsep akademis dapat diadaptasi untuk memecahkan masalah praktis di lapangan.
5. Pengelolaan Proyek:
   - Mengelola proyek di lapangan memberikan wawasan tentang perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pengalaman ini mengajarkan cara mengatur waktu, sumber daya, dan tenaga kerja secara efisien.
6. Empati dan Tanggung Jawab Sosial:
   - Mengembangkan rasa empati dan tanggung jawab sosial melalui pengalaman langsung dengan masyarakat yang mungkin memiliki kondisi dan tantangan yang berbeda dari lingkungan mahasiswa.
7. Evaluasi dan Refleksi:
   - Penting untuk melakukan evaluasi dan refleksi terhadap kegiatan KKN. Menilai keberhasilan dan tantangan dari setiap program atau kegiatan memberikan pelajaran berharga untuk perbaikan di masa depan.

KESIMPULAN

Dari kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mahasiswa Universitas Kuningan Kelompok 25 di Desa Giriharja dapat disimpulkan bahwa program pengabdian ini berhasil mendorong pengembangan produk inovatif berupa kopi gula aren sebagai bentuk hilirisasi dari potensi lokal, sekaligus upaya meningkatkan pendapatan masyarakat. Inovasi ini tidak hanya memperkuat nilai tambah produk UMKM, tetapi juga disertai dukungan legalitas melalui pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) yang memberikan peluang keberlanjutan usaha. Kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik berkat partisipasi aktif masyarakat, meskipun masih ditemui beberapa kendala, seperti keterbatasan bahan baku gula aren dan kualitas biji kopi yang memerlukan seleksi ketat sebelum diolah. Oleh karena itu, diperlukan strategi pendukung dan persiapan yang lebih matang agar program serupa di masa depan dapat berjalan lebih optimal serta memberikan dampak yang lebih luas bagi penguatan UMKM desa.

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah kami ucapkan kepada Allah atas segala rahmatnya, sehingga kami dapat menyelesaikan karya tulis mengenai pengabdian kepada masyarakat di Desa Giriharja ini dengan baik. Terima kasih kami ucapkan kepada Dosen Pembimbing Lapangan KKN Kelompok 25 Universitas Kuningan di Desa Giriharja Bapak Iman Jalaludin Rifa'i S.H.I.,M.H. yang selalu membimbing dan mengarahkan kami selama proses pembuatan penulisan jurnal ini. Serta ucapan terima kasih kami ucapkan untuk semua pihak-pihak yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam penyelesaian jurnal KKN kami. Kami menyadari terdapat banyak kekurangan dalam penulisan karya tulis jurnal ini, namun kami harapkan semoga karya tulis kami ini bisa berguna dan bermanfaat bagi para pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

Afriansyah. (2023). Pengertian dan konsep pemberdayaan masyarakat. In *Pemberdayaan masyarakat*.

Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). Digitalisasi pemasaran melalui sosial media marketing pada pelaku UMKM guna peningkatan pendapatan. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(2), 442–448. https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1866

Badri, R. E., & Yusendra, M. A. E. (2021). Project based learning, model pembelajaran bermakna di masa pandemi Covid-19 dalam pembuatan website e-commerce untuk UMKM. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, *7*(2), 145–158. https://doi.org/10.30873/jbd.v7i2.3078

Chandra, C., & Keni, K. (2019). Pengaruh brand awareness, brand association, perceived quality, dan brand loyalty terhadap customer purchase decision. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, *3*(1), 176. https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.3506

Christine, A., Sheyoputri, A., & Azuz, F. (2022). Pemberdayaan masyarakat kelurahan Tamaona. [*Nama Jurnal Tidak Tersedia*], *7*(2), 301–309.

Dinnullah, R. N. I., Irawan, N. D., Nurdin, S., & Susilo, D. A. (2022). Peningkatan produktivitas petani kopi melalui sekolah lapang kopi dan workshop packing process berbasis pemberdayaan masyarakat. *JPKMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia)*, *3*(1), 38–46. https://doi.org/10.36596/jpkmi.v3i1.222

Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian di Shopee dengan mediasi brand awareness. *Insight Management Journal*, *2*(3), 110–118. https://doi.org/10.47065/imj.v2i3.200

Hasdiansyah, A. (2023). *Buku ajar pemberdayaan masyarakat*. CV. Eureka Media Aksara.

Hasian, A. G., & Pramuditha, C. A. (2022). Pengaruh brand ambassador, brand awareness, brand image, dan brand loyalty terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung di Palembang: Studi kasus pada masyarakat Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, *3*(2), 115–121. https://doi.org/10.35957/prmm.v3i2.2313

Jayanti, E., & Karnowati, N. B. (2023). Digitalisasi UMKM dan literasi keuangan untuk keberlanjutan UMKM di Kabupaten Cilacap. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, *31*(1), 51–64. https://doi.org/10.32477/jkb.v31i1.504

Laela, F. I. (2020). Analisis kepastian hukum merek terkenal terdaftar terhadap sengketa gugatan pembatalan merek. *Jurnal Ilmiah Hukum dan Keadilan*, *7*(2), 182–201. https://doi.org/10.59635/jihk.v7i2.38

Marcella, G. A., & Kriswanto, H. D. (2024). Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan kewirausahaan pembuatan kopi sangan. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, *5*(3), 510–523. https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i3.22116

Mega Jaya, B. P., Fasyehhudin, M., & Naddifah, W. (2022). Kebijakan pemerintah tentang merek dalam memberikan perlindungan hukum terhadap UMKM. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, *10*(2), 98–105. https://doi.org/10.36987/jiad.v10i2.2333

Mutasowifin, A. (2021). Peningkatan kualitas manajemen UMKM dan minat wirausaha mahasiswa melalui pembelajaran project-based learning. *JIRA: Jurnal Inovasi dan Riset Akademik*, *2*(6), 857–865. https://doi.org/10.47387/jira.v2i6.168

Perdana, A. C., & Rahayu, S. (2022). Analisis efisiensi kinerja agroindustri kopi di Kota Sungai Penuh, Provinsi Jambi, Indonesia. *Agro Bali: Agricultural Journal*, *5*(2), 322–330. https://doi.org/10.37637/ab.v5i2.941

Putera, A. S., Fernandes, R., Fahmi, K., Adriyani, A., Vidiadari, I. S., Triyandra, A. C., Amran, S. O., Hendra, M. D., Evelynd, E., & Saputra, R. A. V. W. (2023). Pemberdayaan UMKM coffee shop melalui pendampingan pengembangan kelas pelatihan kopi profesional. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, *5*(2), 212–221. https://doi.org/10.24036/abdi.v5i2.444

Rumaidlany, D., Mariam, S., & Ramli, A. H. (2022). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian pada McDonald's di Palmerah Jakarta Barat. *Jurnal Lentera Bisnis*, *11*(2), 102. https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i2.567

Sitepu, S. N. B., Sienatra, K. B., Teguh, M., & Kenang, I. H. (2024). Pendampingan untuk meningkatkan penjualan produk UMKM dengan metode project based learning (PjBL) Kecamatan Pakal, Kota Surabaya. *Jurnal Leverage, Engagement, Empowerment of Community (LeECOM)*, *6*(1), 87–94. https://doi.org/10.37715/leecom.v6i1.4682