



PENDAMPINGAN PRODUKSI, PENGEMASAN DAN PEMASARAN KOPI JAMU TRADISIONAL SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN EKONOMI LOKAL DI DESA LARANGAN BADUNG PALENGAAN PAMEKASAN

Ach. Sayyi^{1*}, Imaniyatul Fithriyah², Taufiqurrohman³, Ahmad Tarmidzi Anas⁴, Alfiansyah⁵

^{*1,3,4,5}Institut Agama Islam Al-Khairat Pamekasan

²Universitas Islam Negeri Madura

E-mail: ^{*1,3,4,5}sayyid.achmad17@gmail.com, ²imaniya@iainmadura.ac.id

Abstrak: Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan kemandirian ekonomi masyarakat Desa Larangan Badung, Kecamatan Palengaan, Kabupaten Pamekasan, melalui pendampingan produksi, pengemasan, dan pemasaran kopi jamu tradisional berbasis potensi lokal. Metode yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR) dengan melibatkan secara aktif kelompok ibu-ibu rumah tangga yang selama ini memiliki keterbatasan akses pekerjaan tetap. Pendampingan dilaksanakan melalui workshop interaktif yang menghadirkan dua ahli, yaitu Muahammad Nur (ahli herbal dan kesehatan) serta Fadlali Rahman (ahli manajemen dan pemasaran), untuk memberikan bimbingan teknis pengolahan dua varian kopi jamu (kopi cabie jamu dan jahe) dan kopi jamu daun kelor (kopi, jahe dan daun kelor) serta strategi pemasaran berbasis digital dan jaringan lokal. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada keterampilan peserta dalam mengolah bahan baku, menjaga kualitas rasa dan manfaat kesehatan, mengemas produk secara higienis dan menarik, serta memasarkan produk secara lebih luas, termasuk ke pasar luar desa. Produk kopi jamu ini tidak hanya bernilai ekonomi tetapi juga memiliki manfaat kesehatan dan potensi menjadi ikon oleh-oleh khas Madura. Keberhasilan program ini diharapkan dapat berkelanjutan melalui pembentukan kelompok usaha bersama dan dukungan pemerintah desa untuk memperluas pangsa pasar, sehingga mampu berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pelestarian kearifan lokal.

Kata kunci: kopi jamu, pendampingan masyarakat, ekonomi lokal, Madura

PENDAHULUAN

Desa Larangan Badung di Kecamatan Palengaan, Kabupaten Pamekasan, memiliki tantangan sosial-ekonomi yang cukup kompleks. Mayoritas warganya bekerja sebagai petani dengan hasil yang belum mampu mencukupi kebutuhan hidup secara layak. Sebagian besar pemuda memilih merantau ke luar daerah untuk mencari penghidupan yang lebih baik, sementara kaum ibu cenderung menganggur atau hanya bekerja serabutan untuk membantu suami. Fenomena ini menggambarkan lemahnya basis ekonomi lokal dan minimnya peluang kerja produktif di desa. Temuan dalam Participatory Action Research (PAR) menunjukkan bahwa pola ini berakar pada rendahnya diversifikasi usaha dan belum optimalnya pemanfaatan potensi sumber daya alam setempat. Kondisi ini berdampak pada tingginya angka migrasi, rendahnya pendapatan rumah tangga, dan kurangnya kemandirian ekonomi desa. Sahri dkk.,

menegaskan bahwa partisipasi masyarakat dalam inovasi berbasis sumber daya lokal mampu mendorong kreativitas dan pemberdayaan ekonomi jika didukung oleh pelatihan dan pendampingan yang tepat (Sahri dkk., 2025). Sementara itu, Kementerian Pertanian dalam Juwandi & Damanhuri menyoroti bahwa potensi tanaman lokal seperti kelor dan cabe jamu dapat menjadi komoditas unggulan jika diolah secara tepat dan dipasarkan secara terstruktur (Juwandi & Damanhuri, 2024).

Desa Larangan Badung sebenarnya memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, terutama daun kelor dan cabe jamu yang hampir ditemukan di setiap pekarangan rumah warga. Kedua tanaman ini tumbuh secara alami dan sering kali ditanam tanpa perawatan khusus. Namun, pemanfaatannya masih sangat terbatas. Selama ini, daun kelor umumnya hanya dikonsumsi sebagai sayuran rumahan, sedangkan cabe jamu dijual mentah kepada tengkulak dengan harga rendah. Padahal, keduanya memiliki nilai ekonomi tinggi jika diolah menjadi produk bernilai tambah. Daun kelor dapat diproduksi menjadi bubuk, teh, kapsul, atau bahan baku industri herbal, sementara cabe jamu dapat diolah menjadi minuman kesehatan atau bahan campuran kopi herbal. Menurut UKM Indonesia dalam Ridwan dkk., pengolahan produk lokal dengan nilai tambah dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga hingga tiga kali lipat dibanding penjualan mentah (Ridwan dkk., 2024). Sagona dkk., mencatat bahwa permintaan global terhadap daun kelor meningkat signifikan dalam lima tahun terakhir, terutama untuk pasar kesehatan dan kosmetik (Sagona dkk., 2020). Dengan pendampingan yang tepat, potensi ini dapat menjadi sumber penghasilan baru bagi masyarakat Desa Larangan Badung.

Daun kelor (*Moringa oleifera*) dikenal sebagai salah satu superfood yang kaya nutrisi. Kandungan vitamin A, C, kalsium, zat besi, dan antioksidan di dalamnya memberikan manfaat kesehatan yang luas, termasuk memperkuat daya tahan tubuh, mengontrol gula darah, dan mencegah malnutrisi (Grosshagauer dkk., 2021; Ndhlala dkk., 2020). Secara ekonomi, kelor memiliki prospek besar karena permintaan pasar dalam negeri dan luar negeri yang terus tumbuh (Delfín-Portela dkk., 2024). Sarma dkk., mencatat bahwa kelor mampu memberikan pendapatan tambahan signifikan bagi petani yang mengelolanya secara serius (Sarma dkk., 2022). Produk turunan seperti bubuk kelor dan kapsul herbal bahkan telah menjadi komoditas ekspor yang diminati di Eropa dan Timur Tengah (Mahaveerchand & Abdul Salam, 2024). Suhaemi dkk., melaporkan bahwa harga jual bubuk kelor di pasar ekspor bisa mencapai lima kali lipat harga jual mentah (Suhaemi dkk., 2021). Dengan kondisi Desa Larangan Badung yang memiliki ketersediaan kelor melimpah, peluang ini seharusnya bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Tantangannya terletak pada minimnya keterampilan

pengolahan dan pemasaran. Oleh karena itu, dibutuhkan program pendampingan yang mampu mengajarkan teknik pengolahan higienis, pengemasan menarik, dan strategi pemasaran efektif.

Keberhasilan pengembangan daun kelor di Desa Pakandangan Sumenep menjadi contoh nyata bahwa potensi ini dapat dioptimalkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Melalui dukungan pelatihan, pengolahan modern, dan akses pasar, petani kelor di Sumenep mampu menghasilkan produk bubuk dan kapsul kelor yang diekspor ke berbagai Negara (Mediatama, 2024). Media keuangan Kemenkeu 2024 melaporkan bahwa petani dengan 3–5 pohon kelor dapat memperoleh penghasilan tambahan hingga Rp 2.000.000 ribu setiap 40 hari, sedangkan petani dengan lahan lebih luas bisa mencapai Rp 3.500.000 per bulan (Viciora, 2024). Model ini membuktikan bahwa tanaman yang dianggap biasa dapat menjadi sumber pendapatan signifikan jika diolah dengan baik. Indonesia Eximbank menambahkan bahwa penguatan kapasitas petani melalui pelatihan manajemen produksi, sertifikasi produk, dan strategi pemasaran menjadi kunci keberhasilan (Aris & News, 2024). Konsep ini dapat direplikasi di Desa Larangan Badung dengan menyesuaikan kebutuhan lokal, sehingga kelor dan cabe jamu bisa menjadi produk unggulan desa yang berdaya saing tinggi.

Selain potensi kopi, memiliki posisi istimewa dalam budaya masyarakat Madura, apalagi kopi tersebut mengandung khasiat kesehatan seperti kopi dari bahan daun kelor dan kopi berbahan cabe jamu. Kopi bukan sekadar minuman, tetapi bagian dari tradisi sosial yang melekat dalam kehidupan sehari-hari. Peribahasa “mending tidak ada nasi daripada tidak ada kopi” menunjukkan betapa pentingnya kopi bagi masyarakat setempat. Integrasi kopi dengan bahan herbal seperti kelor dan cabe jamu tidak hanya menciptakan produk unik, tetapi juga mempertahankan nilai budaya lokal. Andini dkk., menyebut bahwa jamu tradisional memiliki potensi besar sebagai warisan budaya takbenda yang dapat diadaptasi dalam bentuk produk modern (Andini dkk., 2023). Antasari dkk., menekankan bahwa inovasi berbasis kearifan lokal memiliki peluang besar di pasar karena mampu menggabungkan nilai tradisi dan tren kesehatan modern (Antasari dkk., 2025). Kopi jamu tradisional yang memadukan kelor dan cabe jamu dapat menjadi produk khas Desa Larangan Badung, dengan keunggulan gizi, cita rasa, dan identitas budaya yang kuat. Produk ini berpotensi dipasarkan tidak hanya di wilayah Madura, tetapi juga ke pasar nasional bahkan internasional.

Meski memiliki potensi besar, pengembangan kopi jamu berbahan kelor dan cabe jamu di Desa Larangan Badung menghadapi sejumlah hambatan. Keterbatasan teknologi pengolahan, kurangnya pengetahuan tentang pengemasan yang sesuai standar, dan minimnya akses ke pasar modern menjadi kendala utama. Antasari dkk., menjelaskan bahwa inovasi produk lokal tidak akan berhasil tanpa dukungan pelatihan dan infrastruktur memadai (Antasari

dkk., 2025). Silalahi juga menegaskan bahwa keberhasilan produk kelor di tingkat nasional tidak terlepas dari penerapan standar mutu, kemasan menarik, dan strategi pemasaran yang terarah (Silalahi, 2020). Di Desa Larangan Badung, sebagian besar masyarakat masih mengandalkan metode tradisional yang kurang efisien dan tidak memenuhi standar pasar. Hal ini menyebabkan produk sulit bersaing di pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa pendampingan teknis, bantuan peralatan, serta pembinaan pemasaran untuk memastikan produk kopi jamu lokal dapat memenuhi permintaan pasar dengan kualitas yang konsisten.

Perempuan di Desa Larangan Badung memiliki peran penting sebagai penggerak ekonomi keluarga. Meski sebagian besar belum terlibat aktif dalam kegiatan produksi formal, mereka memiliki potensi besar untuk diberdayakan. Pelibatan perempuan dalam produksi kopi jamu berbahan kelor dan cabe jamu dapat membuka peluang kerja baru di desa. Nurdiyani dkk., mengungkapkan bahwa program pemberdayaan perempuan berbasis keterampilan produksi mampu meningkatkan pendapatan rumah tangga secara signifikan (Nurdiyani dkk., 2023). Ratnasari juga mencatat bahwa pelibatan perempuan dalam rantai pasok produk herbal dapat memperkuat keberlanjutan usaha dan meningkatkan kualitas produk (Ratnasari dkk., 2021). Dengan pelatihan yang tepat, perempuan dapat menguasai teknik pengolahan, pengemasan, hingga pemasaran. Selain memberikan manfaat ekonomi, pemberdayaan perempuan juga berdampak positif pada aspek sosial, seperti peningkatan rasa percaya diri, keterlibatan dalam pengambilan keputusan, dan penguatan jaringan sosial di desa. Model pemberdayaan ini sejalan dengan konsep pembangunan inklusif yang mengedepankan partisipasi semua lapisan masyarakat.

Pengembangan kopi jamu tradisional di Desa Larangan Badung dapat menjadi contoh sinergi antara potensi lokal dan pemasaran modern. Kombinasi bahan baku kelor, cabe jamu, dan kopi lokal tidak hanya menghasilkan produk yang unik, tetapi juga memiliki daya tarik tinggi di pasar. Mas'adi dkk., menegaskan bahwa pemasaran modern, termasuk pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce, dapat memperluas jangkauan pasar produk desa (Mas'adi dkk., 2024). Resha menunjukkan bahwa produk lokal yang dikemas menarik dan dipasarkan secara digital mampu menembus pasar nasional dalam waktu singkat (Resha, 2022). Dengan strategi yang tepat, kopi jamu dari Desa Larangan Badung dapat diposisikan sebagai produk premium yang mengusung nilai kesehatan, cita rasa khas, dan identitas budaya Madura. Sinergi ini diharapkan mampu menciptakan rantai nilai yang menguntungkan seluruh pelaku, mulai dari petani, pengolah, hingga pedagang, sekaligus meningkatkan citra positif desa di mata konsumen luar daerah.

Pendampingan produksi, pengemasan, dan pemasaran kopi jamu tradisional di Desa Larangan Badung merupakan kebutuhan mendesak untuk menjawab tantangan ekonomi lokal. Program ini akan memanfaatkan potensi sumber daya alam yang melimpah, khususnya kelor dan cabe jamu, serta memberdayakan kelompok ibu-ibu rumah tangga yang selama ini belum terlibat aktif dalam kegiatan ekonomi produktif. Melalui pendampingan, masyarakat akan dibekali keterampilan teknis dan pengetahuan pemasaran, sehingga mampu menghasilkan produk berkualitas dan berdaya saing tinggi. Urgensi program ini juga berkaitan dengan upaya menahan laju migrasi pemuda desa, menciptakan peluang usaha baru, dan meningkatkan pendapatan keluarga. Dengan melibatkan berbagai pihak, termasuk pemerintah desa, akademisi, dan pelaku usaha, program ini diharapkan menjadi langkah awal dalam membangun kemandirian ekonomi Desa Larangan Badung.

Program ini memiliki keunikan karena mengintegrasikan tiga elemen penting: kopi sebagai simbol budaya lokal, jamu herbal (kelor dan cabe jamu) sebagai bahan fungsional, dan pemberdayaan perempuan sebagai pelaku utama. Pendekatan ini tidak hanya menghasilkan produk yang unik dan bernilai jual tinggi, tetapi juga memperkuat identitas budaya desa. Kontribusi program meliputi peningkatan keterampilan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, penguatan ekonomi rumah tangga, dan peningkatan citra desa sebagai penghasil produk kopi jamu berkualitas. Selain itu, program ini dapat menjadi model pengembangan ekonomi berbasis potensi lokal yang dapat direplikasi di desa lain. Dengan demikian, pengabdian ini diharapkan mampu memberikan dampak positif yang berkelanjutan, baik secara ekonomi, sosial, maupun budaya, bagi masyarakat Desa Larangan Badung.

METODE

Pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR), yaitu metode yang memposisikan masyarakat sebagai subjek aktif dalam seluruh tahapan kegiatan (McIntyre, 2008). Pendekatan ini relevan untuk menggali dan memanfaatkan potensi lokal Desa Larangan Badung, khususnya pengolahan kopi jamu berbahan cabe jamu dan daun kelor. Melalui PAR, proses dimulai dari identifikasi masalah secara partisipatif antara pengabdian dan masyarakat, sehingga solusi yang dihasilkan benar-benar sesuai kebutuhan dan potensi setempat (Sayyi & Afandi, 2023). Keterlibatan masyarakat secara langsung akan meningkatkan rasa memiliki dan keberlanjutan program (Chevalier, 2019; Kindon dkk., 2007; McGrath dkk., 2025). Pendekatan ini juga mendorong transformasi sosial, di mana pengabdian tidak hanya memberi pelatihan teknis, tetapi juga memberdayakan masyarakat secara ekonomi, sosial, dan kultural. Dalam konteks Madura, hal ini penting karena

nilai-nilai gotong royong dan musyawarah menjadi basis keberhasilan implementasi program pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi alam lokal.

Tahap pertama pengabdian adalah persiapan dan identifikasi masalah, dilakukan melalui observasi, wawancara, dan diskusi kelompok terfokus dengan pemerintah desa, tokoh masyarakat, dan kelompok ibu-ibu rumah tangga. Proses ini bertujuan menggali data terkait kondisi sosial-ekonomi, sumber daya alam, serta tantangan yang dihadapi dalam mengembangkan produk kopi jamu tradisional. Dengan metode partisipatif, masyarakat dapat mengungkapkan pandangan mereka mengenai peluang dan hambatan pengolahan cabe jamu dan daun kelor menjadi produk bernilai jual tinggi. Pendekatan ini memperkuat validitas temuan lapangan karena data diperoleh langsung dari sumber primer yang terlibat (McGrath dkk., 2025; Miles dkk., 2014). Hasil dari tahap ini menjadi dasar penyusunan rencana kegiatan yang tidak hanya menekankan aspek teknis produksi, tetapi juga mempertimbangkan konteks sosial-budaya setempat. Dengan demikian, program pengabdian memiliki landasan yang kuat untuk berjalan efektif dan relevan dengan kebutuhan nyata masyarakat.

Tahap kedua adalah perencanaan bersama dan implementasi aksi. Dalam perencanaan, tim pengabdian dan masyarakat merumuskan modul pelatihan yang mencakup teknik produksi kopi jamu, inovasi kemasan, dan strategi pemasaran berbasis digital maupun jaringan lokal. Pelatihan dilakukan dengan metode *learning by doing* agar peserta terlibat langsung dalam setiap proses, mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan, pengemasan, hingga simulasi penjualan. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan praktis dan kepercayaan diri peserta (Arlinda dkk., 2025; Pratama dkk., 2025). Selain itu, pengabdian ini menekankan pentingnya menjaga kualitas produk dan membangun brand lokal yang mencerminkan identitas Madura. Melalui aksi bersama, diharapkan terbentuk pola kerja kolaboratif yang dapat dilanjutkan oleh masyarakat secara mandiri setelah program berakhir, sehingga dampaknya tidak berhenti pada masa pelaksanaan, tetapi terus berkembang secara berkelanjutan.

Tahap akhir meliputi refleksi, evaluasi, dan keberlanjutan program. Refleksi dilakukan bersama masyarakat untuk menilai keberhasilan, mengidentifikasi kendala, dan merumuskan perbaikan. Evaluasi ini menjadi momen penting untuk memastikan bahwa keterampilan yang diperoleh benar-benar dapat diaplikasikan dalam usaha mandiri. Selanjutnya, tim pengabdian memfasilitasi pembentukan kelompok usaha bersama (*community-based enterprise*) yang berfungsi mengatur produksi, distribusi, dan pemasaran secara kolektif. Keberadaan kelompok ini diharapkan menjadi wadah ekonomi produktif yang mampu bersaing di pasar lokal maupun regional (Marsidi, 2021; Yudhawati dkk., 2023). Model keberlanjutan ini selaras dengan

prinsip PAR yang menempatkan masyarakat sebagai agen perubahan, bukan objek intervensi. Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya menghasilkan produk kopi jamu tradisional yang berkualitas, tetapi juga membangun kemandirian ekonomi dan memperkuat solidaritas sosial di Desa Larangan Badung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengabdian kepada masyarakat di Desa Larangan Badung ini mencerminkan keterpaduan antara transfer keterampilan teknis, penguatan wawasan kesehatan, dan pembentukan pola pikir wirausaha berbasis potensi lokal. Program pendampingan yang dilaksanakan secara partisipatif ini tidak hanya berfokus pada proses produksi kopi jamu tradisional, tetapi juga mencakup aspek pengemasan dan strategi pemasaran, sehingga masyarakat memiliki kemampuan menyeluruh untuk mengembangkan produk yang bernilai ekonomi. Pendekatan yang digunakan menggabungkan metode praktik langsung, diskusi interaktif, dan bimbingan dari para ahli, yakni Muahammad Nur, di bidang herbal, serta Fadlali Rahman, di bidang manajemen ekonomi dan pemasaran. Melalui pendampingan intensif, masyarakat tidak hanya memperoleh keterampilan teknis yang terukur, tetapi juga pemahaman mendalam tentang keunggulan bahan lokal, nilai kesehatan produk, dan peluang pasar yang dapat dijangkau. Hasil yang diperoleh selanjutnya diuraikan dalam tiga subbagian, yaitu pendampingan produksi kopi jamu tradisional, pelatihan pengemasan produk, dan strategi pemasaran berbasis potensi lokal.

Pendampingan Produksi Kopi Jamu Tradisional

Pelaksanaan pendampingan dimulai dengan workshop produksi kopi jamu tradisional yang mengedepankan partisipasi aktif masyarakat, khususnya kelompok ibu-ibu rumah tangga di Desa Larangan Badung. Pendekatan partisipatif ini bertujuan menumbuhkan rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap produk yang dihasilkan (Ikhsani dkk., 2021; Ilhami & Kusumasari, 2024). Dua varian rasa diperkenalkan, yaitu kopi, cabie jamu, dan jahe serta kopi, daun kelor, dan jahe. Pemilihan kombinasi bahan ini mempertimbangkan ketersediaan lokal, khasiat kesehatan, dan daya tarik rasa bagi konsumen. Proses produksi diawali dengan pemilihan bahan baku berkualitas, pengeringan alami untuk mempertahankan aroma, penyangraian kopi dengan tingkat kematangan tertentu, serta penghalusan bahan hingga halus. Semua tahapan ini dilakukan secara langsung oleh peserta dengan pendampingan intensif dari tim pengabdian dan arahan teknis ahli herbal Muahammad Nur, sehingga keterampilan peserta berkembang pesat.

Tahap pelatihan menitikberatkan pada penguasaan teknik proporsionalitas campuran agar cita rasa dan manfaat kesehatan tetap optimal (Tyas dkk., 2024; Zulys dkk., 2023). Setiap

peserta dibimbing untuk memahami bahwa kesalahan kecil pada komposisi dapat mempengaruhi rasa dan kualitas produk. Misalnya, jumlah cabie jamu yang terlalu banyak dapat membuat rasa terlalu pedas, sedangkan jahe berlebihan dapat mengurangi dominasi aroma kopi. Pemahaman ini menjadi penting mengingat cita rasa yang seimbang merupakan salah satu kunci keberhasilan produk minuman herbal di pasar. Muhammad Nur memberikan penjelasan ilmiah tentang kandungan aktif tiap bahan, seperti antioksidan dalam daun kelor dan efek stimulan pada kopi, sehingga peserta tidak hanya tahu cara membuat, tetapi juga memahami nilai gizi dan fungsi kesehatan produknya.

Selama pendampingan, digunakan metode demonstrasi langsung yang memfasilitasi peserta untuk belajar sambil mempraktikkan teknik yang diajarkan (Gunawan dkk., 2023). Peserta dibagi dalam kelompok kecil untuk memastikan interaksi dan bimbingan lebih personal. Setiap kelompok melakukan pengolahan sendiri dengan peralatan yang disediakan, seperti mesin sangrai, grinder, dan timbangan digital. Pendekatan ini mempercepat proses adaptasi keterampilan dan membangun kepercayaan diri peserta. Keaktifan peserta dalam mengajukan pertanyaan dan mencoba teknik baru menunjukkan antusiasme yang tinggi. Metode ini terbukti efektif meningkatkan keterampilan teknis sekaligus menumbuhkan kesadaran akan potensi ekonomi produk kopi jamu.

Hasil evaluasi tahap produksi menunjukkan bahwa seluruh peserta mampu menghasilkan produk dengan kualitas yang relatif seragam, baik dari segi aroma, rasa, maupun kekentalan (Aung Moon dkk., 2022; Błaszkiwicz dkk., 2023; Smrke dkk., 2022). Beberapa peserta bahkan mulai mencoba inovasi tambahan seperti memvariasikan tingkat sangrai kopi untuk menyesuaikan preferensi konsumen. Meski demikian, tantangan tetap ada, seperti pengendalian suhu penyangraian dan memastikan bahan baku tetap segar. Untuk mengatasi hal ini, tim pengabdian menyarankan penggunaan alat ukur suhu sangrai yang konsisten dan jadwal pembelian bahan baku yang teratur. Hasil ini mengindikasikan bahwa keterampilan teknis masyarakat telah berkembang dan siap dioptimalkan ke tahap berikutnya.

Secara keseluruhan, pendampingan produksi kopi jamu tradisional ini berhasil meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya kualitas produk. Proses pelatihan tidak hanya mentransfer keterampilan teknis, tetapi juga membentuk pola pikir wirausaha berbasis potensi lokal. Keberhasilan ini terlihat dari kemandirian peserta dalam mengolah bahan, menjaga konsistensi kualitas, dan memahami nilai kesehatan produknya. Dengan bekal ini, masyarakat Desa Larangan Badung memiliki peluang besar menjadikan kopi jamu sebagai produk unggulan yang berdaya saing di pasar, baik lokal maupun regional, sekaligus memperkuat identitas kuliner berbasis kearifan lokal.

Pelatihan Pengemasan Produk yang Menarik dan Higienis

Pelatihan pengemasan kopi jamu tradisional dilakukan untuk memastikan produk memiliki tampilan yang menarik, higienis, dan sesuai standar pemasaran modern. Dalam sesi ini, peserta diperkenalkan pada prinsip-prinsip dasar kemasan yang meliputi kebersihan, keamanan bahan kemasan, dan desain visual (Renate dkk., 2023; Srivastava dkk., 2022; Usawakesmanee dkk., 2024). Pendampingan dimulai dengan penjelasan jenis-jenis kemasan yang cocok untuk produk minuman bubuk herbal, seperti kemasan aluminium foil, standing pouch, dan botol kaca. Peserta diberi kesempatan mempraktikkan pengisian produk dengan takaran yang tepat, memastikan kemasan tertutup rapat agar kualitas dan aroma tetap terjaga. Pendekatan ini membantu peserta memahami bahwa kemasan bukan hanya pelindung produk, tetapi juga sarana komunikasi nilai produk kepada konsumen.

Proses pelatihan juga membahas teknik labeling yang informatif dan menarik (Liu dkk., 2025; Maulidia & Zawawi, 2025; Wibowo dkk., 2024). Peserta mempelajari cara mencantumkan informasi penting seperti komposisi, tanggal produksi, tanggal kedaluwarsa, dan manfaat produk. Desain label dibuat sedemikian rupa agar mencerminkan identitas lokal Desa Larangan Badung, dengan memanfaatkan motif batik dan warna khas Madura. Diskusi interaktif dilakukan untuk memilih logo dan slogan yang memikat perhatian konsumen, sekaligus memperkuat citra produk sebagai minuman sehat berbasis kearifan lokal. Peserta dilatih menggunakan perangkat desain sederhana agar mampu memproduksi label secara mandiri, sehingga mengurangi ketergantungan pada pihak luar.

Dalam sesi praktik, peserta bekerja berkelompok untuk merancang kemasan produk versi mereka masing-masing (Priya & Alur, 2023; Steiner & Florack, 2023a; Thøgersen, 2023). Setiap kelompok menampilkan hasil desain dan mendapatkan masukan dari tim pengabdian serta Fadlali Rahman., ahli manajemen ekonomi dan strategi pemasaran. Beliau menekankan pentingnya kemasan yang mampu bersaing di pasar modern, baik secara estetika maupun fungsional. Peserta diajak membandingkan kemasan mereka dengan produk serupa di pasaran untuk melihat keunggulan dan kekurangannya. Pendekatan ini membuat peserta lebih peka terhadap tren pasar dan kebutuhan konsumen yang dinamis.

Evaluasi tahap pengemasan menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan peserta (Reimann dkk., 2010; Steiner & Florack, 2023b; Syarif dkk., 2023). Peserta tidak hanya memahami aspek teknis, tetapi juga menguasai strategi estetika yang mampu menarik perhatian konsumen. Sebagian kelompok mulai mencoba variasi kemasan ukuran kecil untuk strategi promosi, seperti paket tester atau gift pack. Meski demikian, tantangan tetap ada dalam menjaga konsistensi kualitas kemasan, khususnya pada proses sealing. Untuk itu, tim pengabdian

memberikan saran penggunaan alat sealer dengan pengaturan suhu yang tepat dan perawatan berkala.

Secara keseluruhan, pelatihan pengemasan ini berhasil menanamkan kesadaran bahwa kemasan adalah wajah pertama produk yang menentukan kesan konsumen. Keterampilan yang diperoleh memungkinkan peserta menghasilkan produk kopi jamu yang tidak hanya lezat dan menyehatkan, tetapi juga tampil profesional di pasar. Dengan kemasan yang baik, produk kopi jamu tradisional Desa Larangan Badung berpotensi menembus segmen pasar yang lebih luas, meningkatkan daya saing, dan memperkuat posisi sebagai ikon ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal.

Strategi Pemasaran Berbasis Digital dan Jaringan Lokal

Pelatihan strategi pemasaran dimulai dengan pengenalan konsep pemasaran digital sebagai sarana utama memperluas jangkauan produk kopi jamu tradisional. Peserta diajarkan cara memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook untuk promosi (Fraccastoro dkk., 2021; Ghazwani & Alzahrani, 2024; Tedjalaksana & Trimo, 2022). Materi disampaikan oleh Fadlali Rahman., yang menekankan pentingnya konsistensi konten, pemilihan kata promosi yang persuasif, serta penggunaan foto dan video yang menarik. Selain itu, peserta diperkenalkan dengan teknik membuat katalog digital dan memanfaatkan marketplace lokal seperti Tokopedia dan Shopee. Dengan pendekatan ini, diharapkan produk dapat menjangkau konsumen di luar wilayah Desa Larangan Badung, termasuk pasar regional Madura.

Selain digital marketing, strategi pemasaran berbasis jaringan lokal juga diperkuat melalui kerja sama dengan warung kopi, toko oleh-oleh, dan komunitas pecinta herbal (Prasloranti & Hartati, 2024; Purnomo dkk., 2021a; Vicol dkk., 2018a). Peserta diajak mengidentifikasi mitra potensial di sekitar desa dan membuat perjanjian kemitraan sederhana. Langkah ini bertujuan membangun sistem distribusi yang efisien dan berkesinambungan. Dalam sesi diskusi, peserta berbagi pengalaman tentang strategi promosi tradisional, seperti sistem titip jual dan penawaran langsung di acara pasar rakyat. Perpaduan pemasaran digital dan jaringan lokal diyakini mampu menciptakan ekosistem penjualan yang kuat.

Praktik pemasaran digital dilakukan dengan membuat akun bisnis bersama di media sosial, mengunggah foto produk dengan deskripsi menarik, dan memantau respon calon pembeli (Nizami, 2024; Sadihatmanta dkk., 2024; Sadono, 2024). Peserta juga belajar membuat kampanye promosi seperti diskon pembelian pertama atau bundling paket varian kopi jamu. Untuk mendukung keberlanjutan promosi, tim pengabdian memberikan template desain promosi yang dapat digunakan ulang. Respon peserta sangat positif, terutama karena mereka

dapat langsung melihat interaksi dan pesanan dari konsumen potensial melalui platform online yang mereka kelola.

Evaluasi hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam keterampilan pemasaran peserta (Ashardiono & Trihartono, 2024; Purnomo dkk., 2021b; Vicol dkk., 2018b). Beberapa peserta mulai menerima pesanan dari luar desa, bahkan ada yang mencoba memasarkan produk ke kota besar seperti Pamekasan dan Sumenep. Tantangan utama yang dihadapi adalah konsistensi dalam mengelola media sosial dan menjaga ketersediaan stok. Untuk itu, tim pengabdian memberikan saran pembagian peran dalam kelompok, sehingga ada anggota khusus yang fokus pada promosi, produksi, dan distribusi. Dengan pembagian ini, efisiensi kerja kelompok meningkat dan risiko kehilangan peluang pasar dapat diminimalisir.

Secara keseluruhan, penerapan strategi pemasaran berbasis digital dan jaringan lokal memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan daya saing kopi jamu tradisional Desa Larangan Badung. Integrasi keduanya memungkinkan produk dikenal lebih luas, sekaligus menjaga basis pasar lokal yang loyal. Langkah ini tidak hanya membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat, tetapi juga memperkuat identitas produk sebagai minuman sehat berbasis kearifan lokal Madura yang memiliki potensi untuk menembus pasar nasional.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pendampingan pembuatan kopi jamu tradisional di Desa Larangan Badung, dapat disimpulkan bahwa program ini berhasil meningkatkan keterampilan teknis masyarakat, khususnya kelompok ibu-ibu rumah tangga, dalam mengolah dua varian kopi jamu, yaitu kombinasi kopi–cabie jamu–jahe serta kopi–daun kelor–jahe. Melalui workshop yang melibatkan ahli herbal dan kesehatan, peserta memperoleh pemahaman mendalam tentang manfaat kesehatan setiap bahan, sehingga mampu memproduksi minuman yang tidak hanya bercita rasa khas tetapi juga memiliki nilai fungsional tinggi. Pendampingan ini juga membekali peserta dengan keterampilan pengemasan yang menarik dan higienis serta strategi pemasaran berbasis digital dan jaringan lokal. Hasilnya, sebagian peserta mulai menjangkau pasar di luar desa dan membangun kemitraan dengan pelaku usaha setempat. Saran yang dapat diberikan adalah perlunya pembentukan kelompok usaha bersama yang terstruktur dengan pembagian peran yang jelas untuk menjamin kontinuitas produksi dan pemasaran. Selain itu, dibutuhkan pelatihan lanjutan terkait inovasi produk dan sertifikasi halal maupun izin edar untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Pemerintah desa dan pihak terkait juga diharapkan memberikan dukungan, baik berupa bantuan modal, akses peralatan, maupun promosi pada event pameran daerah. Keberlanjutan program ini akan semakin optimal jika disinergikan dengan pengembangan pariwisata lokal, sehingga kopi jamu tradisional dapat

menjadi ikon oleh-oleh khas Larangan Badung yang berdaya saing tinggi di pasar regional dan nasional. Dengan demikian, pengabdian ini bukan hanya mengangkat potensi ekonomi lokal, tetapi juga menjaga kelestarian warisan kuliner berbasis kearifan lokal Madura.

DAFTAR RUJUKAN

- Andini, L. G. R. W., Kassapa, J., & Dewi, P. Y. C. (2023). JAMUNITY: STRATEGI PENGEMBANGAN POTENSI JAMU SEBAGAI WARISAN BUDAYA BERBASIS COMMUNITY EMPOWERMENT LINKAGE DI INDONESIA. *Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)*, 3, 233–246. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/pilar/article/view/6140>
- Antasari, L., Devi, P., Oktavia, N., Kinanti, G. A., Triani, S., & Praja, A. R. (2025). Membawa Rasa Keluar Desa Melalui Video Profil Tempe Mendoan Ikon Desa Sri Mulya. *Jurnal Pengabdian Inovasi Masyarakat Indonesia*, 4(1), 92–98. <https://doi.org/10.29303/jpimi.v4i1.6270>
- Aris, A., & News, M. A. (2024, November 19). Indonesia Eximbank (LPEI) Dorong Ekspor Daun Kelor. *Media Asuransi News*. <https://mediaasuransinews.co.id/news-in-brief/indonesia-eximbank-lpei-dorong-ekspor-daun-kelor/>
- Arlinda, S. A., Hastuti, N. H., & Herawati, D. M. (2025). Penguatan kepercayaan diri dan partisipasi komunitas perempuan melalui pelatihan public speaking. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 6(2), 625–634. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v6i2.23708>
- Ashardiono, F., & Trihartono, A. (2024). Optimizing the potential of Indonesian coffee: A dual market approach. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2340206. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2340206>
- Aung Moon, S., Wongsakul, S., Kitazawa, H., & Saengrayap, R. (2022). Lipid Oxidation Changes of Arabica Green Coffee Beans during Accelerated Storage with Different Packaging Types. *Foods*, 11(19), 3040. <https://doi.org/10.3390/foods11193040>
- Błaszkiwicz, J., Nowakowska-Bogdan, E., Barabosz, K., Kulesza, R., Dresler, E., Woszczyński, P., Biłos, Ł., Matuszek, D. B., & Szkutnik, K. (2023). Effect of green and roasted coffee storage conditions on selected characteristic quality parameters. *Scientific Reports*, 13, 6447. <https://doi.org/10.1038/s41598-023-33609-x>
- Chevalier, J. M. (2019). *Participatory Action Research: Theory and Methods for Engaged Inquiry*. Routledge.
- Delfín-Portela, E., Meléndez-Armenta, R. Á., Gurruchaga-Rodríguez, M. E., Baez-Senties, O., Heredia-Roldan, M. J., Carrión-Delgado, J. M., & Betanzo-Torres, E. A. (2024).

- Estimation of Processing Times and Economic Feasibility of Producing Moringa oleifera Lam. Capsules in Mexico. *Applied Sciences*, 14(16), 7225. <https://doi.org/10.3390/app14167225>
- Fraccastoro, S., Gabrielsson, M., & Pullins, E. B. (2021). The integrated use of social media, digital, and traditional communication tools in the B2B sales process of international SMEs. *International Business Review*, 30(4), 101776. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2020.101776>
- Ghazwani, S. S., & Alzahrani, S. (2024). The Use of Social Media Platforms for Competitive Information and Knowledge Sharing and Its Effect on SMEs' Profitability and Growth through Innovation. *Sustainability*, 16(1), 106. <https://doi.org/10.3390/su16010106>
- Grosshagauer, S., Pirkwieser, P., Kraemer, K., & Somoza, V. (2021). The Future of Moringa Foods: A Food Chemistry Perspective. *Frontiers in Nutrition*, 8, 751076. <https://doi.org/10.3389/fnut.2021.751076>
- Gunawan, B., Abdoellah, O. S., Hadi, F., Alifi, G. J., Suhendi, R. N., Aisharya, I. Y., & Gunawan, W. (2023). From Laborers to Coffee Farmers: Collaborative Forest Management in West Java, Indonesia. *Sustainability*, 15(9), 7722. <https://doi.org/10.3390/su15097722>
- Ikhsani, H., Yanti, R. N., & Suwarno, E. (2021). PEMBERDAYAAN IBU RUMAH TANGGA DALAM MENINGKATKAN KESEHATAN KELUARGA MELALUI MAKANAN DAN MINUMAN YANG BERKHASIAT OBAT. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (ABDIKEMAS)*, 3(1 Juni), 81–87. <https://doi.org/10.36086/j.abdikemas.v3i1.626>
- Ilhami, S. D., & Kusumasari, F. C. (2024). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Melalui Pemanfaatan Daun Kelor Menjadi Teh Celup Kaya Antioksidan. *Jurnal SOLMA*, 13(2), 1114–1122. <https://doi.org/10.22236/solma.v13i2.14616>
- Juwandi, R., & Damanhuri, D. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Desa Dalam Konteks Penguatan Ekonomi Kreatif Sebagai Wujud Pembangunan Desa Berkelanjutan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 70–80. <https://doi.org/10.56393/jpkm.v4i1.2306>
- Kindon, S., Pain, R., & Kesby, M. (2007). *Participatory Action Research Approaches and Methods: Connecting People, Participation and Place*. Routledge.
- Liu, C., Samsudin, M. R., & Zou, Y. (2025). The multidimensional impact of packaging design on purchase intention: A systematic hybrid review. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 785. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05122-1>

- Mahaveerchand, H., & Abdul Salam, A. A. (2024). Environmental, industrial, and health benefits of *Moringa oleifera*. *Phytochemistry Reviews*, 23(5), 1497–1556. <https://doi.org/10.1007/s11101-024-09927-x>
- Marsidi, S. R. (2021). PSIKOEDUKASI: MEMBANGUN KEPERCAYAAN DIRI DALAM BERKOMUNIKASI INTERPERSONAL. *SEMINAR NASIONAL & CALL OF PAPERS PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT*, 1(01). <https://prosiding.esaunggul.ac.id/index.php/SEMNASLPPM/article/view/101>
- Mas'adi, M., Nurhadi, A., & Budiyanto, A. (2024). E-Commerce dan Sosial Media Sebagai Sarana Pemasaran Modern. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 38–44. <https://doi.org/10.70283/jpm.v1i2.34>
- Maulidia, A., & Zawawi, Z. (2025). The LABELING AND PACKAGING AS A MARKETING STRATEGY FOR UMKM IN GALENGDOWO VILLAGE, WONOSALAM DISTRICT. *Abimanyu: Journal of Community Engagement*, 6(1), 50–55. <https://doi.org/10.26740/abi.v6n1.p50-55>
- McGrath, C., Benjamin-Thomas, T. E., Corrado, A. M., Mohler, E., Hand, C., & Rudman, D. L. (2025). Enacting the Principles of Participatory Action Research (PAR): Reflections From the Initial Stages of a Project With Older Adults With Vision Loss. *International Journal of Qualitative Methods*, 24, 16094069251330143. <https://doi.org/10.1177/16094069251330143>
- McIntyre, A. (2008). *Participatory Action Research*. SAGE.
- Mediatama, G. (2024, Desember 27). *Daun Kelor dan Sargassum Asal Sumenep Sukses Tembus Pasar Global*. kontan.co.id. <https://peluangusaha.kontan.co.id/news/daun-kelor-dan-sargassum-asal-sumenep-sukses-tembus-pasar-global>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis*. SAGE.
- Ndhlala, A. R., Madala, N. E., & Ncube, B. (2020). Editorial: Moringa Research special issue. *South African Journal of Botany*, 129, 1–2. <https://doi.org/10.1016/j.sajb.2020.03.031>
- Nizami, F. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Coffee Shop Moja Kitchen Menggunakan Pendekatan SWOT dan Integrasi Metode Analytic Hierarchy Process dalam QSPM. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, 1(1), 01–10. <https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v1i1.31>
- Nurdiyani, N., Nuryanto, L. E., Sasongko, S., Triyani, E., & Nursaputra, S. T. (2023). Pemberdayaan Perempuan Berbasis Ekonomi Kreatif untuk Meningkatkan Kemandirian Ekonomi di Rumah Produksi “Indra Jaya”. *Dikmas: Jurnal*

- Pendidikan Masyarakat dan Pengabdian*, 3(2), 233–238.
<https://doi.org/10.37905/dikmas.3.2.233-238.2023>
- Prasloranti, Z. P., & Hartati, S. (2024). Cafe Marketing Strategy in Indonesia to Increase Brand Awareness. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 9(3), 318–328.
<https://doi.org/10.17509/jbme.v9i3.76687>
- Pratama, R. F., Agustiana, V., Andini, V. S., & Novita, T. (2025). Pembinaan Kepercayaan Diri dan Keterlibatan Sosial Bagi Siswa SMP Kecamatan Kramatmulya Melalui Metode Speech dalam Public Speaking. *KALANDRA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 100–110. <https://doi.org/10.55266/jurnalkalandra.v4i3.506>
- Priya, K. M., & Alur, S. (2023). Analyzing consumer behaviour towards food and nutrition labeling: A comprehensive review. *Heliyon*, 9(9), e19401.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19401>
- Purnomo, M., Yuliati, Y., Shinta, A., & Riana, F. D. (2021a). Developing coffee culture among indonesia's middle-class: A case study in a coffee-producing country. *Cogent Social Sciences*, 7(1), 1949808. <https://doi.org/10.1080/23311886.2021.1949808>
- Purnomo, M., Yuliati, Y., Shinta, A., & Riana, F. D. (2021b). Developing coffee culture among indonesia's middle-class: A case study in a coffee-producing country. *Cogent Social Sciences*, 7(1), 1949808. <https://doi.org/10.1080/23311886.2021.1949808>
- Ratnasari, S., Saripah, I., & Akhyadi, A. S. (2021). Pemberdayaan Perempuan Melalui Pelatihan Kewirausahaan Menjahit di PKBM Bhina Swakarya. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 74–86. <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37126>
- Reimann, M., Zaichkowsky, J., Neuhaus, C., Bender, T., & Weber, B. (2010). Aesthetic package design: A behavioral, neural, and psychological investigation. *Journal of Consumer Psychology*, 20(4), 431–441. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2010.06.009>
- Renate, D., Mursalin, Novia, & Alexander. (2023). *Standing Pouch Packaging On Red Chili Puree During Storage*. 298–305. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-110-4_32
- Resha, M. (2022). Pemanfaatan Aplikasi e-Commerce dan Media Sosial sebagai Penunjang Pemasaran Produk UMKM di masa pandemi covid-19. *JOURNAL OF TRAINING AND COMMUNITY SERVICE ADVERTISI (JTCSA)*, 2(2), 71–78.
<https://jurnal.advertisi.or.id/index.php/JTCSA/article/view/343>
- Ridwan, A., Herdiana, D., & Hilman, F. A. (2024). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Program Gerakan Membangun Desa Provinsi Jawa Barat. *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 9(2). <https://doi.org/10.15575/tamkin.v9i2.25155>

- Sadihatmanta, B. G., Sitohang, R. N., & Siregar, B. W. S. (2024). Implementasi Pemasaran Berbasis Komunitas Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pande Coffe. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 2(4), 600–611. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v2i4.76>
- Sadono, T. P. (2024). Combining Digital Marketing Strategy With The Concept of Public Space in Cafe Business in Surabaya. *Jurnal Syntax Transformation*, 5(1), 125–135. <https://doi.org/10.46799/jst.v5i1.896>
- Sagona, W. C. J., Chirwa, P. W., & Sajidu, S. M. (2020). The miracle mix of Moringa: Status of Moringa research and development in Malawi. *South African Journal of Botany*, 129, 138–145. <https://doi.org/10.1016/j.sajb.2019.03.021>
- Sahri, S., Tawakkal, M. I., Pajri, A. E., Sahita, N., & Veronyca, P. (2025). Pelatihan Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Desa Ngeper, Kabupaten Bojonegoro di Era Ekonomi Digital. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 5(2), 1028–1038. <https://doi.org/10.70609/i-com.v5i2.7476>
- Sarma, M., Septiani, S., & Nanere, M. (2022). The Role of Entrepreneurial Marketing in the Indonesian Agro-Based Industry Cluster to Face the ASEAN Economic Community. *Sustainability*, 14(10), 6163. <https://doi.org/10.3390/su14106163>
- Sayyi, A., & Afandi, A. (2023). Pendampingan Masyarakat Dalam Penguatan Moderasi Beragama Di Desa Batu Kerbuy Pasean Pamekasan. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 7411–7419. <https://scholar.google.com/scholar?cluster=7462925865276287952&hl=en&oi=scholar>
- Silalahi, M. (2020). Pemanfaatan Daun Kelor (*Moringa oleifera* Lam) sebagai Bahan Obat Tradisional dan Bahan Pangan. *Majalah Sainstekes*, 7(2). <https://doi.org/10.33476/ms.v7i2.1703>
- Smrke, S., Adam, J., Mühlemann, S., Lantz, I., & Yeretizian, C. (2022). Effects of different coffee storage methods on coffee freshness after opening of packages. *Food Packaging and Shelf Life*, 33, 100893. <https://doi.org/10.1016/j.fpsl.2022.100893>
- Srivastava, P., Ramakanth, D., Akhila, K., & Gaikwad, K. K. (2022). Package design as a branding tool in the cosmetic industry: Consumers' perception vs. reality. *Sn Business & Economics*, 2(6), 58. <https://doi.org/10.1007/s43546-022-00222-5>
- Steiner, K., & Florack, A. (2023a). The Influence of Packaging Color on Consumer Perceptions of Healthfulness: A Systematic Review and Theoretical Framework. *Foods*, 12(21), 3911. <https://doi.org/10.3390/foods12213911>

- Steiner, K., & Florack, A. (2023b). The Influence of Packaging Color on Consumer Perceptions of Healthfulness: A Systematic Review and Theoretical Framework. *Foods*, 12(21), 3911. <https://doi.org/10.3390/foods12213911>
- Suhaemi, Z., Husmaini, Yerizal, E., & Yessirita, N. (2021). Pemanfaatan Daun Kelor (*Moringa oleifera*) dalam Fortifikasi Pembuatan Nugget. *Jurnal Ilmu Produksi dan Teknologi Hasil Peternakan*, 9(1), 49–54. <https://doi.org/10.29244/jipthp.9.1.49-54>
- Syarif, A., Rahmi, R., Ibrahim, J., Syamsia, S., Yani, F. I., Chadijah, A., Nanda, A. R., & Salam, N. (2023). Kemasan dan Pelabelan Sebagai Bentuk Strategi Pemasaran Pada Pelaku UMKM Garam di Desa Bulucindea. *Madaniya*, 4(4), 2063–2069. <https://doi.org/10.53696/27214834.613>
- Tedjalaksana, V., & Trimo, L. (2022). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UMKM PRODUK HERBAL DI MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS: PENGUSAHA JAMU HERBAL SINOM DI SURABAYA) Viorensa Tedjalaksana, Lucyana Trimo. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 948–961. <https://doi.org/10.25157/ma.v8i2.7457>
- Thøgersen, J. (2023). How does origin labelling on food packaging influence consumer product evaluation and choices? A systematic literature review. *Food Policy*, 119, 102503. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2023.102503>
- Tyas, C. Y., Febriansah, R. E., Amalia, F. R., Nurani, S. D. G., Aulia, W. H., Sholichah, S. M., & Alamsha, M. A. (2024). Local Business Empowerment through Herbal Innovation and High Value Powder Products in Sugeng Village: *Indonesian Journal of Cultural and Community Development*, 15(1). <https://doi.org/10.21070/ijccd.v15i1.991>
- Usawakesmanee, W., Pisuchpen, S., Siripongvutikorn, S., Khatcharin, N., & Rujirapong, C. (2024). Packaging impact on quality changes of dried Liang leaf seasoning. *Heliyon*, 10(22), e40462. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e40462>
- Viciora, D. K. (t.t.). *Jadi Primadona! LPEI Dorong Ekspor Daun Kelor Indonesia punya Prospek Cerah, Ubah Kampung jadi Ladang Dolar—Jurnal Tinta*. Jadi Primadona! LPEI Dorong Ekspor Daun Kelor Indonesia punya Prospek Cerah, Ubah Kampung jadi Ladang Dolar - Jurnal Tinta. Diambil 21 Agustus 2025, dari <https://www.jurnaltinta.com/nasional/44714013656/jadi-primadona-lpei-dorong-ekspor-daun-kelor-indonesia-punya-prospek-cerah-ubah-kampung-jadi-ladang-dolar>
- Vicol, M., Neilson, J., Hartatri, D. F. S., & Cooper, P. (2018a). Upgrading for whom? Relationship coffee, value chain interventions and rural development in Indonesia. *World Development*, 110, 26–37. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2018.05.020>

- Vicol, M., Neilson, J., Hartatri, D. F. S., & Cooper, P. (2018b). Upgrading for whom? Relationship coffee, value chain interventions and rural development in Indonesia. *World Development*, 110, 26–37. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2018.05.020>
- Wibowo, L., Andarwulan, N., & Indrasti, D. (2024). Kajian Implementasi Informasi “Pilihan Lebih Sehat” Label Kemasan Mi Instan di Indonesia. *Jurnal Mutu Pangan : Indonesian Journal of Food Quality*, 11(1), 63–70. <https://doi.org/10.29244/jmpi.2024.11.1.63>
- Yudhawati, I., Purwandoko, E., Paramita, S., & Panya, P. (2023). MEMBANGUN KEPERCAYAAN DIRI DAN KOMUNIKASI EFEKTIF PADA PEMUDA BUDDHAYANA. *COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 54–59. <https://doi.org/10.51878/community.v3i2.2730>
- Zulys, A., Syauqi, M., Adriana, E., Istiqomah, M., Susanto, B., & Haidir, B. (2023). Community Empowerment in Sajang Village Through Coffee Soap Making and Entrepreneurship Training. *ASEAN Journal of Community Engagement*, 7(1), 37–52. <https://doi.org/10.7454/ajce.v7i1.1201>