

## INOVASI PEMASARAN DIGITAL KOPI GALUNGAN-BULELENG

Kadek Sintya Dewi<sup>\*1</sup>, I Gede Partha Sindu<sup>2</sup>, Putu Eka Dianita Marvilianti Dewi<sup>3</sup>,  
Nyoman Sugihartini<sup>4</sup>

Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Indonesia

\*e-mail korespondensi: [sintyadewi@undiksha.ac.id](mailto:sintyadewi@undiksha.ac.id)

### Abstract

*Galungan Coffee is one of the superior commodities originating from Galungan Village, Sawan District, Buleleng Regency, Bali. Galungan Coffee generally consists of two main varieties, namely Robusta and Arabica which have a delicious taste and pleasant aroma. The partners in the community service activities are 15 farmer groups. The problems experienced by the partners are: Partners have not carried out good marketing, partners do not have knowledge of digital marketing, business planning, financial management, business management and time management. Partners have not carried out business innovations, such as: coffee packaging with national/international standards, establishing cooperation with local governments and, or collaborating with coffee shops in Buleleng and even in Bali. The solutions that will be carried out in this community service activity are: Conducting Digital marketing, including: creating a business logo, website, Facebook/Instagram social media account, registering the business in a well-known marketplace, making brochures, business cards, nameplates, profile books, exclusive packaging and direct exploration to business partners such as stalls, shops, and beverage sellers in Singaraja city, Providing training on business management, time management, HR management, product distribution management. The methods used in community service activities are: interviews, observations, training, mentoring, focus group discussions (FGD), and evaluation. This activity produces a website with the address <https://kopigalunganbuleleng.com>.*

**Keywords:** Bali; Galungan Buleleng Coffee; MSMEs

### Abstrak

Kopi Galungan merupakan salah satu komoditas unggulan yang berasal dari Desa Galungan, Kecamatan Sawan, Kabupaten Buleleng, Bali. Kopi Galungan umumnya terdiri dari dua varietas utama, yaitu Robusta dan Arabika yang memiliki rasa yang nikmat serta aroma yang sedap. Adapun yang menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian adalah 15 orang kelompok tani. Permasalahan yang dialami mitra adalah: Mitra belum melakukan pemasaran dengan baik, mitra belum memiliki pengetahuan tentang digital marketing, perencanaan bisnis, manajemen keuangan, manajemen usaha dan manajemen waktu. Mitra belum melakukan inovasi bisnis, seperti: pengemasan kopi dengan standar nasional/internasional, menjalin kerja sama dengan pemerintah daerah dan, ataupun bekerja sama dengan kedai kopi yang ada di Buleleng bahkan di Bali. Adapun solusi yang akan dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini yaitu: Melakukan Digital marketing, meliputi: pembuatan logo usaha, website, *account social media facebook/instagram*, mendaftarkan usaha di marketplace ternama, pembuatan brosur, kartu nama, plang papan nama, buku profile, kemasan eksklusif serta penjajagan secara langsung ke mitra usaha seperti warung, toko, maupun ke penjual minuman di kota singaraja, Memberikan pelatihan tentang manajemen usaha, *time management*, manajemen SDM, manajemen distribusi produk. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian yaitu: wawancara, observasi, pelatihan, pendampingan, *focus group discussion* (FGD), dan evaluasi. Kegiatan ini menghasilkan website dengan alamat <https://kopigalunganbuleleng.com>.

**Kata Kunci:** Bali; Kopi Galungan Buleleng; UMKM

Accepted: 2025-10-27

Published: 2025-10-30

## PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditi unggulan perkebunan di kabupaten Buleleng (1). Saat ini, minuman kopi juga sudah menjadi peminat seluruh masyarakat baik anak muda maupun para orang tua (2). Cita rasa khas aroma nikmat yang dimiliki kopi khas Bali membuat kopi ini banyak disukai pencinta kopi. Salah satu ciri khas aroma kopi Bali di antaranya rasanya unik yang cenderung gurih, sedikit pahit, dan sedikit asam (3).

Kabupaten Buleleng memiliki varietas kopi unggulan arabika dan robusta yang sangat potensial dan memiliki citarasa yang khas. Dengan produksi kopi per tahun rata-rata 4.500 ton lebih menjadikan Kabupaten Buleleng menjadi penyedia kopi di Bali bahkan Indonesia. Mengacu data Dinas Pertanian Buleleng, saat ini luas lahan perkebunan kopi mencapai 11.033,87 hektare. Dari luasan tersebut, sebanyak 9.422,87 hektare merupakan lahan perkebunan kopi robusta dan 1.611 hektare lainnya digunakan untuk menanam kopi arabika. Potensi produksi biji kopi juga cukup tinggi. Setiap tahun, produksi kopi arabika diperkirakan mencapai angka 583,26 ton. Sementara kopi robusta diperkirakan mencapai 4.524,38 ton. Kepala Dinas Pertanian Buleleng I Made Sumiarta mengatakan, mengacu dari data statistik tersebut, Buleleng memang sangat potensial jika mengembangkan komoditas kopi apalagi sampai bisa dikirim ke luar negeri (4).

Kopi biasanya hidup di daratan tinggi, dengan suhu yang agak dingin. Ada beberapa daerah di Buleleng yang menjadi penghasil kopi, diantaranya: desa Banyuatis, desa Wanagiri, desa Sekumpul dan Galungan (5). Kopi Desa Galungan memiliki rasa nikmat, aroma sedap, dan tekstur bubuk yang halus (gambar 1).



Gambar 1. Produk Kopi Galungan

Kopi di desa Galungan belum terlalu dikenal oleh masyarakat luas, karena sebagian besar petani kopi di desa Galungan menjual kopinya ke desa Sekumpul sehingga produk kopi tersebut dikenal dengan kopi Sekumpul, hanya beberapa petani yang mengolah sendiri hasil panen kopinya. Kelompok tani kopi Galungan selama ini mengolah sendiri kopi yang telah di panen, kemudian membungkus dengan plastik dan memasarkannya dengan cara-cara konvensional seperti menaruh di beberapa warung di desa galungan, desa sudaji, desa sawan, ada juga yang dijual di beberapa warung di kota Singaraja. Kisaran harga kopi tersebut dijual dengan harga  $\pm$  30.000-35.000 untuk 1/5 kg. Salah satu kelompok tani desa Galungan yang mengolah sendiri hasil panen kopi adalah UMKM Kopi Galungan (gambar 2). UMKM Kopi Galungan sudah bergerak selama kurang lebih lima tahun, akan tetapi perkembangan UMKM kopi galungan belumlah signifikan. UMKM ini belum melakukan manajemen usaha dengan baik. Selain itu, UMKM ini juga belum memiliki logo usaha, bisnis plan, catatan pembukuan dan lain sebagainya. Kelompok tani kopi galungan masih sangat tradisional dan perlu diberikan pelatihan terkait manajemen usaha untuk memajukan UMKM kopi Galungan.



Gambar 2. Mitra pengabdian (Kelompok tani kopi Galungan)

Seperti yang terlihat pada Gambar 2, kelompok tani Galungan telah memiliki alat-alat yang digunakan untuk menghasilkan serbuk kopi siap minum, yaitu: mesin roasting, mesin pengelupas kulit kopi, mesin serbuk (setelah roasting), dan sealer kecil. Akan tetapi nilai jual kopi tersebut masih tergolong murah jika dibandingkan dengan kopi yang dijual di toko dengan kemasan yang menarik. Jika saja kelompok tani Galungan melakukan inovasi produk, tentu nilai jual kopi bisa ditingkatkan sekitar  $\pm 30\%$  dari harga saat ini. Melirik beberapa harga kopi serupa yang dijual dengan kemasan yang menarik dan kualitas yang telah memenuhi standar nasional harga kopi ini tembus dengan harga  $\pm 39.000 - 45.000$ , sehingga berdampak pada kesejahteraan para anggota tani

Berdasarkan wawancara dengan Ketua Kelompok Tani Kopi Galungan, Ibu Ni Nyoman Sugiani, diketahui bahwa para petani telah mengolah sendiri hasil panen kopi robusta dan arabika, namun proses pengemasan dan pemasaran masih dilakukan secara tradisional. Produk kopi dikemas menggunakan plastik biasa dan dijual secara konvensional di warung-warung desa, bahkan sebagian petani menjual kopinya langsung di pohon kepada pihak ketiga dengan harga rendah. Kondisi ini menyebabkan penjualan kopi Galungan belum optimal, sehingga meskipun memiliki kualitas yang baik, produknya belum banyak dikenal masyarakat luas.

Selain itu, mitra pengabdian ini (UMKM kopi Galungan) juga belum melakukan inovasi penjualan yang baik, sehingga dapat meningkatkan brand produknya, seperti: melakukan pengemasan dengan standar nasional/internasional, menjalin kerjasama dengan pemerintah daerah dan swasta (misalnya menjadikan kopi Galungan sebagai oleh-oleh khas Buleleng) ataupun bekerja sama dengan kedai kopi yang ada di Buleleng bahkan di Bali. Selain itu mitra juga belum memiliki kemampuan manajemen bisnis yang baik seperti: belum melakukan pencatatan keuangan, belum memiliki business plan dan buku profile.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara tim pengabdian dengan mitra, diperoleh hasil sebagai berikut.

- [1]. Mitra mengolah sendiri hasil panen kopi jenis robusta dan arabika.
- [2]. Kopi yang sudah diolah dikemas menggunakan plastik biasa.
- [3]. Penjualan masih dilakukan secara konvensional, yakni menitipkan produk ke beberapa warung desa. Jika hasil panen melimpah, sebagian petani memilih menjual kopi yang masih di pohon kepada pihak ketiga sehingga harga jual menjadi lebih rendah.

- [4]. Kelompok petani kopi Galungan belum melakukan inovasi bisnis, seperti pengemasan sesuai standar nasional/internasional, pemasaran digital, kerja sama dengan pemerintah atau swasta (misalnya sebagai oleh-oleh khas Buleleng), maupun kolaborasi dengan kedai kopi di Buleleng atau Bali.
- [5]. Pengetahuan wirausaha para petani masih rendah, sehingga kelompok ini belum memiliki business plan, profil usaha, logo, atau brosur. Mereka juga belum memahami konsep manajemen waktu, manajemen produksi, SDM, dan keuangan.
- [6]. Kelompok tani belum mengetahui cara diversifikasi produk, misalnya mengolah kopi menjadi minuman siap saji untuk dijual pada berbagai acara di Buleleng.

Berdasarkan kondisi empiris di lapangan, maka tim pengabdian mengklasifikasikannya menjadi dua aspek permasalahan yakni aspek pemasaran dan aspek manajemen. Dua bidang ini akan menjadi fokus utama yang akan dicarikan solusinya melalui kegiatan pengabdian ini. Adapun penjabarannya yaitu:

1. Permasalahan aspek pemasaran

Selama ini mitra hanya melakukan penjualan secara konvensional dan belum didukung dengan pemasaran digital (belum memiliki web, social media usaha, belum terdaftar di marketplace ternama seperti shopee dan lain sebagainya), belum melakukan inovasi terkait pemasaran seperti: pengemasan produk, pembuatan kartu nama, brosur. Kemampuan mitra dalam berkomunikasi dengan customer juga masih kurang (mitra belum memiliki skill yang baik dalam meyakinkan calon pembeli). Mitra juga belum melakukan kerja sama dengan instansi/perusahaan/ pemerintah daerah terkait pemasaran kopi.

2. Permasalahan aspek manajemen

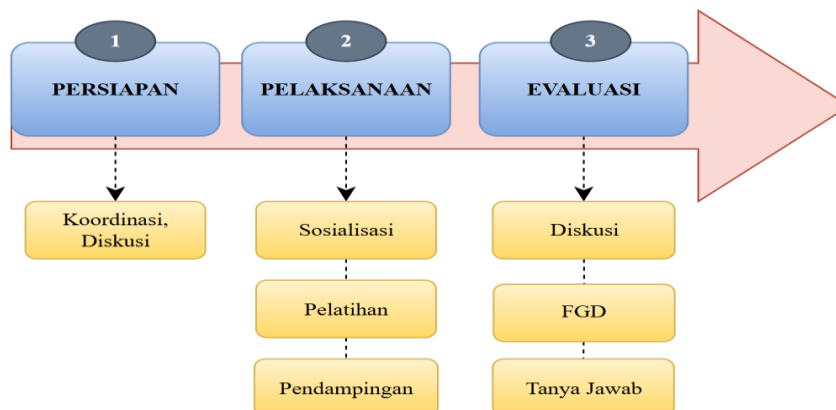
Selama ini mitra belum melakukan manajemen usaha dengan baik, seperti: mitra tidak melakukan pencatatan/ pembukuan keuangan usaha, mitra belum memiliki arah usaha yang jelas seperti target untuk lima tahun ke depan (belum memiliki business plan), ketua kelompok belum memiliki kemampuan untuk melakukan manajemen sumber daya manusia (SDM) yang baik, dan manajemen produksi masih rendah.

Melalui kegiatan pengabdian ini, diharapkan para petani kopi Galungan dapat melakukan inovasi-inovasi mutakhir baik dari segi pengemasan produk, manajemen bisnis, diversifikasi produk kopi hingga berdampak pada tingkat kesejahteraan para petani kopi yang meningkat. Kegiatan pengabdian ini sejalan dengan program Asta Cita pemerintah nomor 2, yakni memantapkan sistem pertahanan keamanan negara dan mendorong kemandirian bangsa melalui swasembada pangan, energi, air, ekonomi kreatif, ekonomi hijau dan ekonomi biru. Kemudian juga mendukung program Asta Cita nomor 3, yakni meningkatkan lapangan kerja yang berkualitas, mendorong kewirausahaan, mengembangkan industri kreatif, dan melanjutkan pengembangan infrastruktur. Dan juga program Asta Cita nomor 6, yakni membangun dari desa dan dari bawah untuk pemerataan ekonomi dan pemberantasan kemiskinan.

Program pengabdian ini juga mendukung Sustainable Development Goals (SDGs) yaitu nomor 8: pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi serta SDGs nomor 9 yaitu: Industri, Inovasi dan infrastruktur. Penyelesaian dua bidang permasalahan di atas sejalan dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui pengabdian pada masyarakat. Selain itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini juga mendukung indikator kinerja utama (IKU) nomor 2, 3 dan 5. Terkait IKU 2, kegiatan pengabdian ini melibatkan 2 mahasiswa yang akan membantu kelancaran pelaksanaan kegiatan pengabdian. Sedangkan terkait IKU 3, tim pengabdian (dosen) melakukan kegiatan di luar kampus dalam kaitannya dengan tri dharma perguruan tinggi yakni dosen mengaplikasikan keilmuannya di desa Galungan, Kabupaten Buleleng, provinsi Bali. Kemudian publikasi dari hasil kegiatan pengabdian ini akan mendukung IKU 5.

## METODE

Berdasarkan pemaparan dua aspek permasalahan yang menjadi fokus utama dalam kegiatan pengabdian ini, yakni aspek pemasaran dan manajemen maka adapun metode yang akan digunakan untuk mencapai target pengabdian dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Metode pelaksanaan pengabdian

### 1. Persiapan

Kegiatan persiapan penting dilakukan dalam kegiatan pengabdian untuk mengkoordinasikan kembali program-program yang telah disepakati antara mitra dengan tim pengabdian. Kegiatan persiapan meliputi kegiatan rapat internal tim pengabdian, diskusi terbatas antara pengurus inti kelompok tani desa Galungan dengan tim pengabdian. Selain itu kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian dalam kegiatan persiapan ini adalah menyusun instrumen sebagai bahan evaluasi dalam setiap bagian kegiatan/program. Pada tahapan ini, tim pengabdian juga mulai merancang dan mengembangkan e-commerce, desain kemasan eksklusif, pengembangan materi untuk kegiatan pelatihan seperti: digital marketing, pendaftaran ke marketplace, dan pembuatan media sosial.

### 2. Pelaksanaan

Kegiatan sosialisasi bertujuan untuk menyebarkan informasi kepada seluruh anggota kelompok tani kopi Galungan yang dalam hal ini menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian. Metode yang digunakan: Ceramah, Tanya jawab, diskusi. Ada 3 sub kegiatan pelaksanaan pengabdian ini, meliputi: sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan

#### a. Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi bertujuan untuk menyebarkan informasi kepada seluruh anggota kelompok tani kopi desa Galungan yang dalam hal ini menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian. Metode yang digunakan: Ceramah, Tanya jawab, diskusi. Adapun luaran kegiatan pelatihan adalah jadwal kesepakatan terkait pelaksanaan program sehingga seluruh anggota mitra dan tim benar-benar optimal dalam melaksanakan program pengabdian karena sudah disepakati jadwal pelaksanaan antara pihak mitra dan tim pengabdian. Melakukan sosialisasi dan kerja sama dengan pemerintah, BUMN dan usaha swasta lainnya.

Luaran kegiatan: mitra dan tim pengabdian memperoleh gambaran terkait hasil selama pelaksanaan sub-sub aktivitas kegiatan pengabdian.

#### b. Pelatihan

Ada beberapa materi yang akan diberikan saat kegiatan pelatihan, yaitu: pelatihan manajemen usaha, pembukuan sederhana UMKM kopi, penggunaan website, manajemen

untuk digital marketing melalui marketplace, seperti shopee.com, bisnis plan, dan manajemen SDM.

Luaran kegiatan: mitra memiliki kemampuan, pemahaman dan pengaplikasian manajemen usaha, pembukuan sederhana UMKM kopi, penggunaan website, manajemen untuk digital marketing melalui marketplace, seperti shopee.com, bisnis plan, dan manajemen SDM.

### c. Pendampingan

Kegiatan pendampingan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan seseorang yang bersifat konsultatif, interaktif, komunikatif, motivatif, dan negosiatif. Kegiatan pendampingan penting dilakukan guna mengoptimalkan tingkat pemahaman kepada mitra. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, direncanakan melakukan lima (5) kali kegiatan pendampingan, diantaranya: pendampingan 1: manajemen bisnis/usaha, time management, pendampingan 2: manajemen website, pendampingan 3: communication skill pendampingan 4: manajemen organisasi, interpersonal, pendampingan 5: pembuatan catatan keuangan sederhana, pendampingan 6: pembuatan diversifikasi produk.

Luaran kegiatan: mitra memantapkan dan mendalami kembali terkait materi-materi yang telah diberikan saat pelatihan seperti, kemampuan dalam melakukan manajemen bisnis/usaha, time management, manajemen website, communication skill, manajemen organisasi, interpersonal, pembuatan catatan keuangan sederhana.

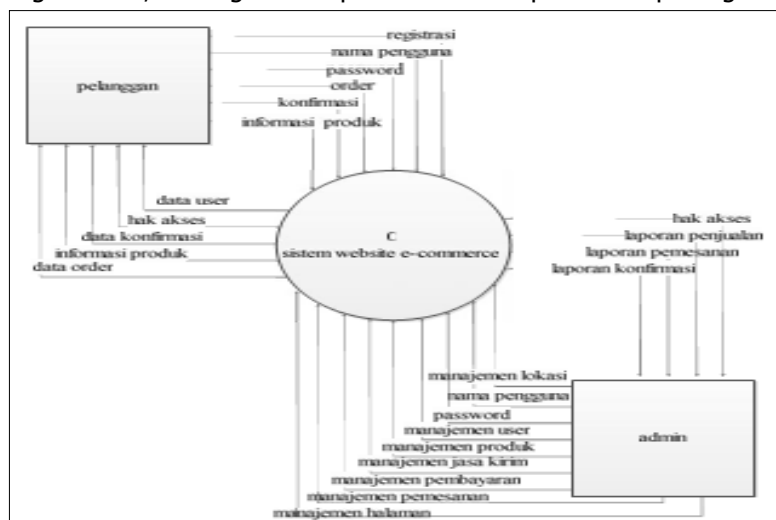
### 3. Evaluasi

Kegiatan evaluasi dilakukan diakhir kegiatan. Metode evaluasi bertujuan untuk mengetahui sejauh mana dan bera persen ketercapaian mitra baik dari segi pengetahuan, kemampuan mengaplikasikan, maupun peningkatan omset (peningkatan penjualan kopi).

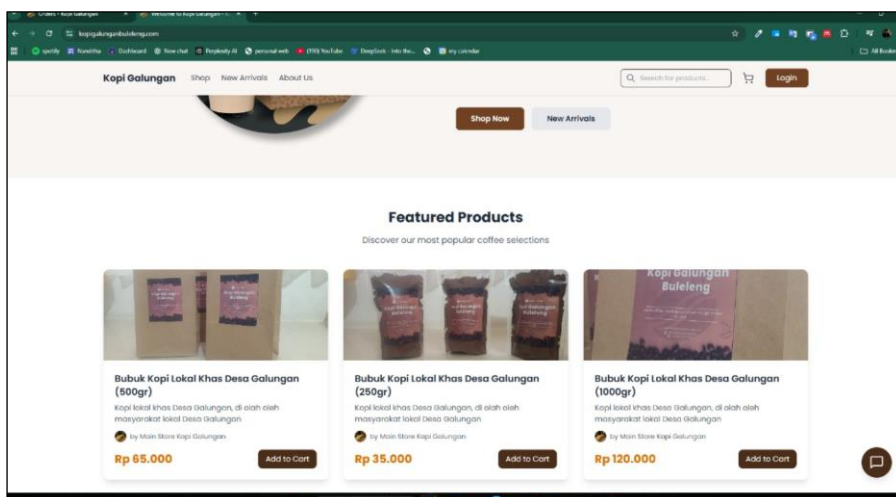
Luaran kegiatan: hasil kuantitatif pelatihan, hasil analisis respon, rekomendasi hasil kegiatan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilakukan selama delapan bulan. Hingga saat artikel ini dibuat, kegiatan pengabdian masih sedang berlangsung untuk beberapa program. Oleh karena itu hasil kegiatan pengabdian ini hanya difokuskan pada kegiatan yang telah selesai dilakukan salah satunya adalah digital marketing. Digital marketing dilakukan dengan cara membangun website dengan alamat <https://kopigalunganbuleleng.com/> adapun rancangan sistem dari website tersebut dapat dilihat pada gambar 4, sedangkan tampilan website dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 4. Data Flow Diagram website



Gambar 5. Tampilan website

Tim pengabdian melakukan kegiatan pelatihan pada tanggal 30 September 2025 di Desa Galungan. Adapun materi yang diberikan meliputi pembuatan pembukuan sederhana untuk UMKM oleh Putu Eka Dianita Marvilianti Dewi, S.S.T.Ak., M.Si. Materi tentang digital marketing meliputi pembuatan business plan serta manajemen usaha oleh Dr. Nyoman Sugihartini, S.Pd., M.Pd. Serta materi pelatihan Bahasa Inggris untuk marketing yang disampaikan oleh Dr. Kadek Sintya Dewi, S.Pd., M.Pd. Kegiatan pelatihan diliput oleh RRI singaraja, berita terkait dapat diakses pada link <https://rri.co.id/singaraja/daerah/1913438/pkm-undiksha-dorong-petani-kopi-go-digital-marketing>.



Gambar 6. Kegiatan pelatihan

Pada akhir kegiatan, para pengrajin diberikan kuesioner yang bertujuan untuk mengetahui respon dari kegiatan pelatihan yang diberikan. Analisis kuesioner yang diberikan terhadap lima belas anggota petani kopi Galungan, diperoleh hasil sebagai berikut: 96% menyatakan bahwa materi yang disajikan oleh narasumber sangat bermanfaat, 87% menyatakan bahwa materi yang disampaikan oleh narasumber membuka wawasan petani tentang revolusi industri 4.0. 91% responden menyatakan bahwa materi yang diberikan telah membuka wawasan petani terkait bisnis di era digital. Sedangkan 89% petani menyatakan bahwa materi narasumber menambah pengetahuan terkait dengan pembukuan dan manajemen keuangan. Dan sebanyak 91% petani mengharapkan ada kegiatan yang serupa yang dapat dilakukan kembali guna meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para petani kopi di desa Galungan Buleleng.

Selain itu, adapun beberapa luaran yang telah dihasilkan dalam kegiatan pengabdian ini, meliputi: website, logo usaha, kemasan eksklusif, bisnis plan kopi, dan buku profile usaha mitra.



Gambar 7. Kemasan Eksklusif



Gambar 8. Buku Bisnis Plan



Gambar 9. Buku Profile

## KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan kepada masyarakat yang dilakukan, dihasilkan beberapa luaran kegiatan, meliputi website untuk berjualan secara digital dengan alamat <https://kopigalunganbuleleng.com/>. Selain itu mitra juga telah memiliki logo resmi yang melambangkan keaslian kopi lokal dengan sentuhan budaya Bali yang tercermin melalui ornamen penjor di atas biji kopi. Berbagai bantuan berupa barang telah diberikan oleh tim pengabdian kepada mitra seperti kartu nama, nota, ex-banner, brosur. Hingga saat ini mitra bersama-sama tim pengabdian tengah menyusun buku profile usaha, bisnis plan, dan beberapa kegiatan pendampingan guna menasar beberapa pasar nasional dan internasional. Analisis angket yang diberikan setelah pelaksanaan pelatihan terhadap lima belas anggota petani kopi, diperoleh hasil sebagai berikut: 96% menyatakan bahwa materi yang disajikan oleh narasumber sangat bermanfaat, 87% menyatakan bahwa materi yang disampaikan oleh narasumber membuka wawasan petani tentang revolusi industri 4.0. 91% responden menyatakan bahwa materi yang diberikan telah membuka wawasan petani terkait bisnis di era digital. Sedangkan 89% petani menyatakan bahwa materi narasumber menambah pengetahuan terkait dengan pembukuan dan manajemen keuangan. Dan sebanyak 91% petani mengharapkan ada kegiatan yang serupa yang dapat dilakukan kembali guna meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para petani kopi di desa Galungan Buleleng.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adnyana, I. M. (2011). Aplikasi anjuran pemupukan tanaman kopi berbasis uji tanah di Desa Bongancina Kabupaten Buleleng. *Udayana Mengabdi*, 10(2), 64–66. Retrieved from <http://teknis-budidaya>
- Cahyati, I., Fauzi, A., Hasanuddin, H., Zuhri, I., Hibatullah, H., Dwi, N., et al. (2024). Penerapan business intelligence dengan artificial intelligence pada e-commerce. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(6), 2741–2756.
- Debora Oktaviani, F., Terisha, A., Ayuni, M., Sembiring, T., Lie, W., & Yeo, E. (2024). Analisis dampak kecerdasan buatan dalam peningkatan efisiensi pemasaran digital di industri e-commerce Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*, 2(4), 1–10.
- Dewi, P., Dewi, K. S., & Sindu, I. G. P. (2023). Pemasaran digital tenun songket Buleleng Bali. *BERNAS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(4), 3611–3622. Retrieved from <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/view/6976>
- Gunawan, A., Meriska, Y., Akbar, A., & Qorifadila, D. (2024). Inovasi biji kopi menjadi produk minuman kesehatan untuk meningkatkan nilai ekonomis masyarakat Lampung. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 100–110.
- Hartini, S. (2012). Peran inovasi: Pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(1), 82–88.
- I Gusti, D. N., & Agb, M. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan usahatani. *Jurnal Agribisnis*, 11(1), 40–45.
- Lokito, S., Hartanto, D. D., & Santoso, M. A. (2018). Perencanaan strategi pemasaran content marketing Buleleng Bali Coffee. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(12). Retrieved from <http://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/7117/6456>
- Marsit, C. I. R. (2020). Pemberdayaan kelompok wanita tani (KWT) melalui pelatihan pengemasan pisang sasih dan kopi menjadi aneka kemasan oleh-oleh untuk menunjang wisata Desa Wanagiri Kecamatan Sukasada Kabupaten Buleleng, Bali. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, (2), 691–700.
- Martini, L. K. B. P. K. (2019). Pemberdayaan pengrajin sandal yang mengalami kendala manajemen pengelolaan usaha di Kota Denpasar. *TjyybjbAcCn*, 3(2), 58–66. Retrieved from <http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap pemasaran UMKM. *Jurnal EMA*, 5(2), 100–109.
- Permanasari, F. S. (2021). Pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan di Coffee Bean Kota Indramayu (Undergraduate thesis, Universitas Pasundan).
- Pujaastawa, I. B. G. (2016). Teknik wawancara dan observasi untuk pengumpulan bahan informasi. Universitas Udayana, 4.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53.
- Putu Maha Surya Suardewa, I. P. I. K., & Dewi, K. S. (2024). The impacts of preservice English teachers' self-efficacy of using AI towards their intentions of teaching writing skills using AI. *Jurnal Pendidikan Bahasa Inggris Undiksha*, 12(1), 110–119.
- Rahayu, G. D. S., & Firmansyah, D. (2018). Pengembangan pembelajaran inovatif berbasis pendampingan bagi guru sekolah dasar: Program pengabdian di Desa Cipeundeuy Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Abdimas) IKIP Siliwangi*, 1(1), 17–25.
- Rastuti, U., Pratiwi, U., & Saputra, D. (2025). Inovasi primer dalam agribisnis kopi robusta untuk meningkatkan produk unggulan daerah Kabupaten Brebes. *Jurnal Inovasi Pertanian*, 3(1), 135–142.

- Safitri, D., Nurikhsan, F., & Indriane, W. S. (2019). Fenomena coffee shop di kalangan konsumen remaja. *Widya Komunika*, 9(2), 137–145.
- Sikki, N., & Cantika, I. (2024). Analisis proses inovasi pada produk Belikopi. *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, dan Strategi Bisnis*, 4(1), 30–40.
- Siregar, L. H., Junaidi, L. D., & Syamsurizal, S. (2020). Pelatihan perencanaan bisnis jasa sewa kapal motor "Mancing Mania" di Kelurahan Nelayan Indah Kecamatan Medan Labuhan Kota Medan. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 24–33.
- Sriartha, I. P., & Sarmita, I. M. (2021). Strategi pengembangan komoditas unggulan. *Jurnal Pengembangan Wilayah dan Agribisnis*, 9(1), 26–35.
- Suci, R. P., & Suwarta, A. H. (2019). Pentingnya analisis SWOT untuk meningkatkan kinerja SDM (Studi kasus usaha mikro kecil dan menengah Malang). *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah*, 5(2), 24–27.
- Syafi'i, A., Shobichah, S., & Mulyani, M. (2023). Pengaruh diversifikasi produk terhadap pertumbuhan dan keunggulan bersaing: Studi kasus pada industri makanan dan minuman. *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(6), 592–599.
- Wulandari, K. R., & Dewi, P. E. D. M. (2024). Penerapan sistem informasi akuntansi dalam meningkatkan akuntabilitas dan transparansi pengelolaan keuangan Lembaga Pengelola Air Minum Tirta Manik Sari Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng. *JIMAT: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Undiksha*, 15(2), 282–291.
- Zhafira, P. V., & Sofie. (2023). Penerapan green accounting dan intellectual capital terhadap nilai perusahaan pada perusahaan kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017–2021. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3745–3754.