

PENDAMPINGAN UMKM KOPI SEMBALUN MENUJU PRODUK UNGGULAN EKSPOR MELALUI PENINGKATAN KUALITAS DAN STRATEGI PEMASARAN

Assistance Of Sembalun Coffee Msme Towards Superior Export Products Through Improving Quality And Marketing Strategies

Athoriq Trimulyanto*, Imran Jayadi, Sukma Fatimah, Suci Wardani, Pradita Ayu Agustin, Lalu Bisma Haris Kurniawan, Noval Rhamdhani, Nadila Ayu putri, Merisa Afrida, Muhammad Ardiansyah, M. Sarjan

Universitas Mataram

Jalan Majapahit No. 62 Mataram, Nusa Tenggara Barat

Informasi artikel

Korespondensi	:	athoriqtrimulyanto21@gmail.com
Tanggal Publikasi	:	27 Desember 2025
DOI	:	https://doi.org/10.29303/wicara.v3i6.8827

ABSTRAK

Kopi Sembalun memiliki cita rasa khas yang dipengaruhi oleh kondisi geografis dan iklim di lereng Gunung Rinjani, sehingga berpotensi menjadi produk unggulan ekspor. Namun, keterbatasan kapasitas teknis pelaku UMKM dalam memenuhi standar mutu, sertifikasi, pengemasan, serta rendahnya pemanfaatan digital marketing menjadi kendala utama. Kegiatan ini bertujuan untuk mendampingi UMKM kopi Sembalun dalam meningkatkan kualitas produk dan memperluas akses pasar internasional. Metode pelaksanaan dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara, diskusi kelompok terarah (FGD), *Workshop*, praktik lapangan (pembibitan, penanaman, pemanenan kopi), serta pendampingan sertifikasi halal. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan mitra terkait standar mutu, penguatan kemampuan dalam proses pascapanen, serta kesadaran pentingnya pemasaran digital. Mitra juga berhasil memperoleh sertifikasi halal yang memperkuat daya saing produk di pasar nasional maupun global, serta mulai mengadopsi strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan penjualan. Kesimpulannya, program pendampingan ini memberikan kontribusi nyata dalam mempersiapkan kopi Sembalun sebagai produk unggulan ekspor sekaligus meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal.

Kata kunci: kopi Sembalun, UMKM, pendampingan, ekspor, digital marketing

ABSTRACT

Sembalun coffee has a distinctive flavor influenced by the geographical and climatic conditions of Mount Rinjani, making it a potential export commodity. However, limited technical capacity of SMEs in meeting quality standards, certification, packaging, and the low use of digital marketing remain key challenges. This program aimed to assist Sembalun coffee SMEs in improving product quality and expanding international market access. The methods included field observations, interviews, focus group

discussions, Workshops, field practices (seedling, planting, harvesting), and halal certification assistance. The results showed an increase in partners' knowledge of quality standards, strengthened skills in post-harvest processes, and improved awareness of the importance of digital marketing. Partners also successfully obtained halal certification, which enhanced product competitiveness in both national and international markets, and began adopting digital marketing strategies to broaden sales reach. In conclusion, this mentoring program significantly contributed to preparing Sembalun coffee as an export-oriented product while improving local economic sustainability.

Keywords: *Sembalun coffee, SMEs, mentoring, export, digital marketing*

PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditas strategis Indonesia yang berkontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, baik sebagai sumber pendapatan petani maupun devisa negara. Indonesia menempati posisi tiga besar produsen kopi dunia dengan beragam varietas yang memiliki cita rasa khas dan daya tarik tersendiri di pasar internasional. Keunikan cita rasa tersebut umumnya dipengaruhi oleh faktor geografis, ketinggian, dan karakteristik tanah di setiap daerah penghasil (Marwani et al., 2024). Salah satu varietas yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai produk unggulan ekspor adalah Kopi Arabika Sembalun, yang dibudidayakan di lereng Gunung Rinjani, Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat. Kombinasi ketinggian lahan, iklim sejuk, dan tanah vulkanik memberikan profil rasa yang khas, menjadikannya kompetitif di pasar specialty coffee (Badan Pusat Statistik, 2022).

Meskipun memiliki keunggulan geografis dan karakter cita rasa unik, realisasi peluang ekspor Kopi Sembalun hingga saat ini masih belum optimal. Beberapa kendala utama yang dihadapi meliputi keterbatasan kapasitas teknis pelaku usaha dalam memenuhi standar mutu dan sertifikasi internasional, inovasi pengemasan yang kurang sesuai kebutuhan pasar luar negeri, dan terbatasnya akses terhadap jaringan distribusi global (Widiasyih et al., 2024). Selain itu, rendahnya penetrasi strategi digital marketing melalui media sosial, marketplace, situs web, maupun platform digital lainnya turut membatasi jangkauan pasar. Padahal, studi di berbagai daerah penghasil kopi di Indonesia menunjukkan bahwa transformasi digital mampu meningkatkan brand awareness, memperluas pasar, dan berkontribusi pada peningkatan pendapatan pelaku usaha (Arsyah et al., 2022).

Pasar kopi global kini menuntut lebih dari sekadar kualitas fisik biji kopi. Konsumen internasional, khususnya segmen specialty coffee, semakin mengutamakan narasi produk yang kuat (product storytelling), jaminan keberlanjutan (sustainability assurance), dan keterlibatan komunitas lokal dalam rantai pasok (Behzadi et al., 2023). Di sisi lain, potensi pengembangan agrowisata di Sembalun menawarkan peluang sinergi untuk memperkuat promosi kopi melalui pengalaman wisata berbasis pertanian (Sentana N et al., 2023). Cerita mengenai asal-usul, proses produksi berkelanjutan, dan keterlibatan masyarakat lokal dapat menjadi nilai tambah yang memperkuat citra merek di pasar global.

Berbagai keberhasilan program pendampingan di daerah penghasil kopi lain, seperti Gayo dan Toraja, membuktikan efektivitas pendekatan terintegrasi yang mencakup pelatihan peningkatan mutu pascapanen, penguatan kelembagaan petani, dan penerapan strategi pemasaran digital (Harahap & Ihsanilma, 2023).

Namun, di Sembalun intervensi komprehensif yang menghubungkan tiga aspek tersebut masih jarang dilakukan. Oleh karena itu, diperlukan program pendampingan terstruktur untuk: (1) meningkatkan kapasitas teknis pascapanen dan pemenuhan persyaratan ekspor (sorting, pengeringan, grading, sertifikasi, pengemasan), (2) mengembangkan branding dan storytelling produk yang menonjolkan kualitas serta keberlanjutan, (3) membekali pelaku usaha dengan keterampilan digital marketing (produksi konten, manajemen toko online, analytics), dan (4) memperkuat kelembagaan lokal melalui pembentukan kelompok percontohan, asosiasi produsen, dan jejaring pemasaran.

Tujuan dari kegiatan ini adalah mempersiapkan Kopi Sembalun sebagai produk unggulan ekspor melalui peningkatan kapasitas produksi dan optimalisasi pemasaran digital. Manfaat yang diharapkan mencakup peningkatan daya saing produk di pasar internasional, perluasan jaringan pemasaran, peningkatan pendapatan petani dan UMKM, serta terciptanya model pendampingan yang dapat direplikasi untuk komoditas lokal lainnya. Keberhasilan program ini diharapkan mampu mentransformasikan potensi lokal menjadi manfaat ekonomi yang nyata dan berkelanjutan bagi komunitas Sembalun.

METODE KEGIATAN

2.1 Waktu dan Tempat Kegiatan

Gambar 1. Peta Wilayah Desa Sembalun



Berdasarkan hasil survei dan observasi yang dilakukan oleh mahasiswa kelompok KKN PMD Sembalun 3 di Desa Sembalun, Kecamatan Sembalun, Kabupaten Lombok Timur, pada tanggal 08 Juli 2025 hingga 21 Agustus 2025 dimana program kerja yang dilakukan bertujuan untuk Meningkatkan Potensi Ekonomi Desa Sembalun Melalui Inovasi Eksportir Digital Kopi Dan Aksesoris Unggulan, guna mengoptimalkan produktivitas UMKM Desa Sembalun, Kabupaten Lombok Timur.

2.2 Objek/Sasaran/Mitra

Mitra dalam kegiatan ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kopi di Desa Sembalun. Sasaran kegiatan meliputi pengelola cafe, kedai, dan petani kopi.

2.3 Jumlah KK/Anggota Mitra Terlibat

Kegiatan ini melibatkan 20 orang pelaku UMKM kopi di Desa Sembalun. Partisipan terdiri dari 11 orang laki-laki (55%) dan 9 orang perempuan (45%) dengan rentang usia 20-55 tahun. Latar belakang pendidikan peserta bervariasi, namun data lengkap mengenai tingkat pendidikan formal tidak berhasil dikumpulkan secara menyeluruh pada tahap awal kegiatan.

2.4 Metode Pelaksanaan Kegiatan

Metode kegiatan dilakukan melalui tahapan berikut:

1. Identifikasi Permasalahan

Dilakukan observasi lapangan, wawancara dengan pelaku usaha, dan diskusi kelompok terarah (FGD) untuk mengidentifikasi hambatan utama pada aspek mutu pascapanen, pengemasan, sertifikasi, dan pemasaran digital.

2. Perencanaan Program Pendampingan

Tim menyelenggarakan *Workshop*, melakukan kegiatan lapangan yaitu pembibitan, penanaman bibit, dan pemanenan kopi, serta pendampingan sertifikasi halal.

3. Pelaksanaan Kegiatan

- Pelaksaan *Workshop*

Kegiatan *Workshop* ini dilakukan pada tanggal 23 Juli 2025 yang disenggarakan oleh panitia *Workshop* di aula Kantor Desa Sembalun, Kecamatan Sembalun, Kabupaten Lombok Timur, yang bertajuk “Peningkatan Potensi Ekonomi Desa Sembalun Melalui Inovasi Eksportir Kopi” yang bertujuan untuk mengedukasi serta mengoptimalkan produk kopi dari UMKM-UMKM yang berada di Desa Sembalun, mengenai besarnya peluang dan nilai jual ekspor kopi dengan memanfaatkan teknologi melalui digitalisasi.

- Pembibitan, Penanaman Bibit, dan Pemanenan Kopi

Kegiatan ini sebagai langkah lanjutan dalam kegiatan pengabdian ini dengan melakukan pendampingan pembibitan, penanaman bibit, dan pemanenan kopi di lahan milik mitra. Kegiatan ini sebagai kontribusi nyata sekaligus aksi nyata kepada masyarakat Desa Sembalun khususnya mitra kopi serta bertujuan mendekatkan diri kepada masyarakat Desa Sembalun khususnya UMKM kopi.

- Pendampingan Sertifikasi Halal

Langkah selanjutnya adalah melakukan pendampingan sertifikasi halal bagi mitra yang telah memiliki produk kopi. Kegiatan ini bertujuan membantu mitra kopi menuju produk kopi yang telah bersertifikasi halal sehingga guna memperluas jangkauan *brand* atau milik mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pelaksanaan *Workshop*

Kegiatan *Workshop* yang diselenggarakan oleh KKN PMD Sembalun 3 Universitas Mataram dilaksanakan selama 1 hari yaitu pada tanggal 23 Juli 2025 yang bertempat di kantor desa Sembalun. Kegiatan ini dilakukan pada pukul 09.00 – selesai. *Workshop* yang ber tema “Peningkatan Potensi Ekonomi Desa Sembalun Melalui Inovasi Eksportir Digital Kopi” ini diikuti oleh mitra kopi, tokoh masyarakat, dan masyarakat umum dengan total peserta yang hadir sebanyak 20 orang. Kegiatan *Workshop* ini bertujuan untuk mempersiapkan peluang ekspor kopi Sembalun. Pelaksanaan *Workshop* sebagai awal program pendampingan untuk meningkatkan kapasitas UMKM kopi Sembalun untuk mampu bersaing di pasar internasional dan nasional. *Workshop* bertujuan pada pemahaman standar kualitas ekspor kopi, cara proses pengolahan pascapanen, dan strategi pasar digital. Dengan adanya sistem presentasi dan studi kasus peserta mendapatkan wawasan yang dapat langsung diterapkan.

Pemateri pada *Workshop* ini berjumlah 2 orang dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Lombok Timur dengan penyampaian materi yang berbeda-beda. Pemateri pertama menyampaikan materi tentang pentingnya sertifikat dalam ekspor dan pemateri kedua menyampaikan materi tentang peluang besar dan potensi ekspor kopi sembalun, labeling, pengemasan produk, sertifikasi halal dan digital marketing. Materi difokuskan untuk persiapan ekspor di masa mendatang karena melihat potensi besar dari kopi sembalun. Kualitas dan cita rasa kopi sembalun yang khas menjadi salah satu daya tariknya. Hasil uji yang diterbitkan oleh LP Puslitka (2023) diperoleh skor cita rasa arabika Lombok sebesar 82,25% yang berarti bahwa kopi berjenis arabika di Sembalun memiliki kualitas dengan *grade excellent* yaitu mutu yang sangat baik (Chandra *et al.*, 2023). Selain fokus pada kualitas pengolahan kopi dalam *Workshop* ini juga dipaparkan materi tentang digital marketing. Karena penting bagi para pelaku usaha untuk mengetahui strategi pemasaran dengan metode digital marketing. Metode digital marketing mempermudah komunikasi dan transaksi di mana dan kapan pun bahkan dapat diakses ke seluruh dunia (Sasongko *et al.*, 2024). Materi lainnya yang di sampaikan adalah tentang labeling, label erat kaitannya dengan logo dan nama brand. Logo menjadi suatu identitas produk. Identitas produk dibuat agar suatu produk dapat dikenal luas oleh masyarakat, logo juga menjadi pembeda antara produk yang satu dengan yang lainnya (Rohmah & Wicaksono, 2023). Menurut Magdalena *et al.*, (2023), mengatakan bahwa logo mewakili identitas atas suatu bentuk entitas, misalnya lembaga, organisasi, perusahaan, daerah, negara, atau produk.

Salah satu sesi dalam *Workshop* ini adalah peserta diberitahu terkait profil rasa kopi dan hubungan di pasar ekspor. Pelaku UMKM mempelajari bagaimana profil rasa menjadi daya tarik di pasar internasional dan bagaimana menjaga konsistensi rasa tersebut. Selain itu, sesi pemasaran digital menawarkan kemampuan mengoptimalkan media sosial, marketplace, dan website untuk memperluas jangkauan penjualan. Pemasaran digital dengan menggunakan media sosial dan *marketplace* dapat memperluas jangkauan penjualan (Sarjan *et al.*, 2020). Sesi berikutnya adalah sesi diskusi di mana sesi ini menjadi salah satu bagian penting karena pelaku UMKM dapat melakukan konsultasi secara langsung dengan pemateri terkait peluang ekspor. Dari sesi diskusi ini diketahui bahwa kopi Sembalun sempat melakukan eksportir tetapi hanya melakukan ekspor kopi

mentah. Oleh karena itu, dari *Workshop* ini pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dengan melakukan ekspor kopi dalam kemasan yang lebih menarik dan dengan harga yang lebih memadai.

Penilaiannya setelah *Workshop* menunjukkan peningkatan pengetahuan para peserta, terutama dalam pahamnya akan standar ekspor dan strategi pemasaran berbasis digital. Banyak peserta langsung merancang untuk memperbaiki proses produksi dan memperluas pasar melalui penjualan daring. Hal ini membuktikan bahwa *Workshop* bukan hanya memberikan teori, tetapi juga menimbulkan aksi nyata.

Gambar 2.Pelaksanaan Workshop



3.2 Kegiatan Lapangan : Pembibitan, Penanaman Bibit Dan Pemanenan Kopi

Lanjutan dari program kerja utama mahasiswa KKN PMD Sembalun 3 Universitas Mataram, yaitu *Workshop* dengan tema “Peningkatan Potensi Ekonomi Desa Sembalun Melalui Inovasi Eksportir Digital Kopi” mahasiswa KKN PMD Sembalun 3 Universitas Mataram bekerja sama dengan salah satu mitra kopi yaitu “kopikey”. Kopikey adalah salah satu produsen kopi arabika di Sembalun. Kopi yang di produksi oleh kopikey memiliki kualitas tinggi dengan sertifikasi hampir lengkap mulai dari labeling, BPOM, dan PIRT. Kopikey sudah sering melakukan ekspor di dalam negeri tetapi yang menjadi kendala adalah kuantitas kopi yang kurang (Rosyihuddin et al., 2024). Oleh karena itu mahasiswa KKN PMD Sembalun 3 melakukan kegiatan lanjutan dari *Workshop* yaitu pembibitan kopi untuk mendukung keberlanjutan kopi arabica milik kopikey.

Kegiatan lapangan terdiri dari partisipasi langsung mahasiswa KKN PMD Sembalun 3 Universitas Mataram dalam menjamin kelangsungan budidaya kopi Sembalun. Pada tahap pembibitan, mahasiswa terlibat dalam memilih biji kopi berkualitas yang akan digunakan sebagai bibit, sehingga hanya biji yang sesuai kriteria yang akan disemai menjadi bibit kopi. Proses pembibitan merupakan suatu proses penting karena akan menentukan kopi yang akan dihasilkan. Pembibitan yang di awali dengan pemilihan benih unggul dan perlakukan benih yang tepat, pengolahan lahan, teknik penanaman, penggunaan tanaman naungan, pemeliharaan, dan terakhir adalah proses pemanenan sangat menentukan kualitas kopi (Sarjan et al., 2021). Mahasiswa juga berkontribusi dalam menyiapkan media tanam sesuai standar untuk bibit-bibit kopi sebelum dipindahkan ke lahan tanam. Setelah menanam sekitar 700 bibit kopi di dalam polybag mahasiswa kkn juga

melakukan pemeliharaan seperti penyiraman. Setelah beberapa hari, bibit-bibit dalam polybag kemudian dipindahkan ke lahan untuk di tanam. Lahan yang akan ditanami bibit kopi akan dibuatkan lubang terlebih dahulu, kemudian bibit kopi di tanam dengan melepas polybag terlebih dahulu.

Selain melakukan pembibitan mahasiswa KKN juga turut serta dalam proses panen, mahasiswa ikut memetik biji kopi yang sudah matang sempurna sesuai standar mutu kopi premium. Kegiatan pemisahaan dilakukan langsung di lapangan, agar kualitas dan mutu biji kopi tetap terjaga. Biji kopi yang di petik hanya biji kopi dengan warna merah cerah. Selain memilih biji kopi sesuai standar proses pemanenan juga dilakukan dengan teknik tertentu di mana biji kopi harus di petik satu-persatu dari tangkainya, hal ini dilakukan untuk menjaga keberlanjutan bakal buah kopi di masa mendatang. Selama melakukan proses pemanenan kopi mahasiswa KKN dan pemilik kebun kopi "kopike" banyak melakukan diskusi tentang proses selanjutnya setelah proses pemanenan kopi. Proses selanjutnya yaitu pemisahan kulit kopi dengan menggunakan alat penggilingan khusus. Setelah itu kopi yang sudah terpisah kulitnya akan melalui proses pengeringan yang memakan waktu berhari-hari. Setelah kopi kering, proses selanjutnya yaitu proses sangrai, pada proses ini ada 3 tingkat kematangan kopi yaitu *light*, *medium*, dan *dark* tetapi untuk kopi yang berkualitas biasanya pemilik "kopike" menyangrai kopi pada tingkat kematangan *light to medium*. Pemilik kopi mengatakan bahwa pada umumnya kopi yang dijual di pasar memakai tingkat kematangan *medium to dark*. Tiga tingkat kematangan ini dilihat dari warna kopi. Kopi yang disangrai dengan tingkat kematangan *light* akan lebih cerah dari tingkat kematangan *medium*, begitupun dengan tingkat kematangan *medium* akan memiliki warna lebih cerah dari tingkat kematangan *dark*, dan tingkat kematangan *dark* memiliki warna hitam pekat.

Kontribusi langsung mahasiswa KKN di semua tahap produksi kopi Sembalun bertujuan untuk mendukung keberlanjutan kopi Sembalun baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Mahasiswa KKN juga memiliki harapan agar di masa mendatang kopi Sembalun dapat dikenal sebagai salah satu kopi terbaik tidak hanya di Indonesia tetapi juga di dunia. Dengan menjaga kualitas kopi dari tahapan awal hingga akhir maka kopi Sembalun memiliki peluang yang besar untuk memenuhi permintaan pasar ekspor.

Gambar 3. Penanaman Bibit Kopi di Lahan Tanam



Gambar 4. Pembibitan Kopi



Gambar 5. Pemanenan Kopi



3.3 Pendampingan Sertifikasi Halal

Mitra kopi yaitu kopikey hampir memiliki sertifikasi lengkap mulai dari labeling, BPOM, dan PIRT. Namun kopikey belum memperpanjang sertifikasi halal oleh karena itu pendampingan sertifikasi halal oleh mahasiswa KKN PMD Sembalun 3 kepada mitra kopi adalah salah satu strategi untuk memperkuat posisi produk di pasar nasional maupun internasional. Dokumen sertifikasi halal menjadi salah satu dokumen penting untuk membuka akses di pasar global, khususnya di negara-negara dengan mayoritas muslim. Dengan adanya sertifikasi halal maka produk dapat dipastikan kualitas dan keamanannya. UMKM yang memiliki sertifikasi halal akan dinilai telah menerapkan prinsip standar keamanan produk. Produk yang dinilai telah menerapkan standar keamanan produk akan meningkatkan kepercayaan masyarakat (Mayasi & Nugraha, 2022).

Pada tahap awal dilakukan sosialisasi kepada mitra kopi terkait pentingnya pemenuhan aspek seperti labeling, BPOM, PIRT dan sertifikasi halal. Penting untuk memiliki sertifikasi halal karena pasar ekspor, khususnya di wilayah Timur Tengah, Asia Tenggara, serta beberapa negara Eropa mementingkan kualitas proses produksi dan sertifikasi halal bukan hanya sekedar simbol agama tetapi juga menjadi bukti kualitas dan keamanan suatu produk. Dengan adanya tren peningkatan permintaan produk halal dunia semakin memperkuat penjelasan tersebut. Karena hal itu, mitra

kopi semakin termotivasi untuk segera memperpanjang sertifikasi halal sebagai bagian dari strategi ekspansi pasar.

Tahap selanjutnya adalah pendampingan administrasi, di mana mahasiswa KKN membantu mitra kopi untuk menyiapkan dokumen-dokumen yang diperlukan. Untuk pendataan awal dokumen-dokumen yang di minta adalah seperti surat izin usaha, PIRT, BPOM. Jika semua sudah terpenuhi maka pihak sertifikasi halal akan segera memprosesnya. Dengan bantuan mahasiswa KKN maka proses administrasi menjadi lebih cepat dan efisien dan menghemat tenaga mitra kopi. Langkah terakhir yaitu pemeriksaan produk oleh pihak sertifikasi halal, dalam proses ini mahasiswa KKN turut serta untuk mendampingi mitra kopi dan membantu jalannya proses dokumentasi. Hasil dari pendampingan ini adalah keluarnya sertifikasi halal resmi untuk produk kopi dari kopikey. Sertifikasi halal ini akan menambah nilai jual di pasar lokal dan memperluas untuk pasar ekspor, khususnya negara-negara yang mensyaratkan sertifikasi halal untuk produk impor.

Gambar 6. Pendampingan Sertifikasi Halal



3.4 Kendala Dan Solusi

Selama melaksanakan kegiatan, mahasiswa KKN selaku tim pelaksana menghadapi beberapa kendala, antara lain:

1. Beberapa UMKM Kopi yang sebelumnya telah di survei untuk menjadi mitra menunjukkan kurangnya antusiasme untuk ikut berkontribusi dalam kegiatan utama yaitu *Workshop*.
2. Kurangnya pemahaman mengenai manfaat jangka panjang dari kegiatan *Workshop* dan kegiatan lanjutan karena beranggapan bahwa sulit untuk dapat menembus pasar ekspor karena kurangnya kapasitas produksi kopi
Solusi pemecahan yang dilakukan:
 1. Melakukan pendekatan secara personal kepada beberapa UMKM Kopi untuk menjelaskan manfaat, tujuan, dan potensi besar kopi Sembalun untuk dapat menembus pasar ekspor.
 2. Mengadakan pertemuan rutin yang bersifat interaktif dan ikut berpartisipasi dalam kegiatan yang diadakan oleh beberapa UMKM kopi.

3.5 Implikasi Kegiatan

Kegiatan pendampingan umkm kopi Sembalun menuju produk unggulan ekspor melalui peningkatan kualitas dan strategi pemasaran mulai dari *Workshop*, pembibitan, penanaman bibit, pemanenan kopi dan pendampingan sertifikasi halal memberikan dampak positif, antara lain:

1. Meningkatkan kesadaran masyarakat khususnya pelaku UMKM kopi Sembalun bahwa kopi Sembalun memiliki potensi besar untuk tembus pasar ekspor.
2. Ikut andil dalam mendukung keberlanjutan produksi kopi melalui kegiatan pembibitan dan penanaman bibit.
3. Memperluas akses pasar salah satu mitra kopi yaitu kopikey melalui kegiatan pendampingan sertifikasi halal.

Diharapkan dengan adanya kegiatan ini masyarakat Sembalun semakin sadar dan yakin bahwa di masa mendatang kopi Sembalun dapat bersaing di pasar ekspor sehingga semakin banyak masyarakat yang membudidayakan kopi khas Sembalun.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pendampingan UMKM kopi Sembalun menunjukkan hasil positif dalam meningkatkan kapasitas teknis, kualitas produk, dan strategi pemasaran digital. *Workshop* berhasil menambah wawasan mitra terkait standar mutu ekspor, kegiatan lapangan memperkuat keberlanjutan budidaya kopi melalui pembibitan, penanaman, dan pemanenan, serta pendampingan sertifikasi halal berhasil memperluas akses pasar dengan meningkatkan kepercayaan konsumen. Program ini terbukti mampu mempersiapkan kopi Sembalun menjadi produk unggulan ekspor yang berdaya saing global serta mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. Saran yang dapat diberikan yaitu perlunya pelatihan lanjutan dalam manajemen ekspor dan pemasaran internasional, pemanfaatan teknologi pascapanen modern, serta penguatan jejaring kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan pelaku UMKM agar keberlanjutan program dapat terjamin.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas Mataram melalui program KKN PMD yang telah memberikan dukungan penuh terhadap terlaksananya kegiatan ini. Penghargaan juga diberikan kepada Pemerintah Desa Sembalun dan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Lombok Timur yang berkontribusi dalam penyediaan narasumber dan fasilitas pendukung. Tidak lupa apresiasi ditujukan kepada para mitra UMKM kopi Sembalun khususnya kepada mitra kopikey yang telah berpartisipasi aktif sehingga kegiatan pendampingan ini dapat berjalan dengan baik dan memberikan manfaat nyata.

DAFTAR PUSTAKA

Arsyah, U. I., Pratiwi, M., & Arsyah, R. H. (2022). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Kopi Pada Bumnag Nagari Lasi. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 5(2), 165–170.
<https://doi.org/10.33330/jurdimas.v5i2.1451>

Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Kopi Indonesia*.
<https://www.bps.go.id/id/publication/2023/11/30/abde293e6c0fc5d45aaa9f>

e8

- Behzadi, M., Bakhtiary, M. J., & Javad Bakhtiary, M. (2023). *The Power of Storytelling in Promoting Sustainable Consumption.* August. <https://www.researchgate.net/publication/373238618>
- Chandra, L. Y. K., Linggarweni, B. I., & Novida, S. (2023). Analisis Pendapatan Usaha Kopi Bubuk Arabika di Desa Sajang Kecamatan Sembalun Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 148–155. <https://doi.org/10.56145/jurnalekonomidanbisnis.v3i2.71>
- Harahap, K., & Ihsanilma, I. (2023). Analysis Of The Utilization Of Digitalmarketing In Increasing Gayo Coffee Farmers' Income (Study On Pepalang Village, Takengon City). *Journal of Economics and Business (JECOMBI)*, 3(03), 83–88. <https://doi.org/10.58471/jecombi.v3i03.50>
- Magdalena, B., Wibaselppa, A., & Febriani, F. (2023). Pendampingan Umkm Kopi Aroma Gs Melalui Pembuatan Logo, Stiker Kemasan, Dan Banner Dalam Upaya Meningkatkan Inovasi Produk. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 4(02), 119–127. <https://doi.org/10.24967/jams.v4i02.2541>
- Marwani, E., Syamsudin, T. S., Awaliyah, S., Maulani, R. R., Hidayat, A., Husyari, U. D., & Widiyanto, S. (2024). Volatile Metabolite Profiles of Robusta Green Bean Coffee From Different Geographical Origins in West Java and Their Correlation With Temperature, Rainfall, and Altitudes Using SPME GC-MS-Based Metabolomics. *International Journal of Food Science*, 2024(1). <https://doi.org/10.1155/2024/6908059>
- Mayasi, S. R., & Nugraha, I. (2022). Pendampingan Proses Sertifikasi Sni Pada Umkm Kopi Binaan Bsn Desa Wonosalam Jombang Jawa Timur. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(3), 1529. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i3.10240>
- Rohmah, N. A. R., & Wicaksono, L. A. (2023). Pendampingan UMKM Kopi Rempah Dalam Pengembangan Produk Orientasi Ekspor. *DIANDRA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 31–37. <https://doi.org/10.33005/diandra.v2i2.18>
- Rosyihuddin, M., Sudarmiatin, S., & Bidhin, R. (2024). Internationalization Strategy for Sembalun Specialty Coffee to Meet Foreign Consumer Demand; Case Study of Kopikey SMEs, Lombok, Indonesia. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 3(4), 1611–1620. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v3i4.8917>
- Sarjan, M., Darwinata, L. I., Antasari, S., Azhari, B. S., Hakim, A. W., & Setyawan, M. T. D. (2021). Kebun Kopi Arabika Sembalun Bumbung Sebagai Alternatif Destinasi Agrowisata. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(3). <https://doi.org/10.29303/jpmi.v4i3.872>
- Sarjan, M., Na'im, B. J., Wati, R., Zukifli, L., Fuziati, Irawan, M., Harnawati, Saptaji, A. S., Pratami, F. N., & Afrianto, Z. (2020). KOPI SAJANG MENUJU DUNIA MELALUI PROMOSI DAN PEMBAHARUAN KEMASAN PRODUK. *Jurnal Warta Desa*, 2. www.jwd.unram.ac.id
- Sasongko, S. M. Al, Darmawan, L. S., Nafisah, M., Noviana, Y., Misnawati, Wahyuni, A., Cahyani, A. D., Agustira, M. I., Sujiwo, T. M., Zulkipli, M. Z. A., & Halimatussakdiah. (2024). Workshop Pemanfaatan Tanaman Kopi Berjenis Robusta Menjadi Bubuk Kopi Robusta Dan Teh Cascara Sebagai Upaya Mengoptimalkan Produktifitas Umkm Desa Bayan (Workshop On The Use Of Robusta Coffee Plants Into Robusta Coffee Powder And Cascara Tea As An Effort . *Jurnal Wicara Desa*, 2(6), 599–604.
- Sentana N, N. K. T., Wahyuningsih, S., Sriwi, A., & Indrapati, I. (2023).

- Pengembangan Potensi Agrowisata Di Desa Sajang Kecamatan Sembalun Lombok Timur. *Journal Of Responsible Tourism*, 2(3), 557–572.
<https://doi.org/10.47492/jrt.v2i3.2546>
- Widiasyih, A. S., Syafruddin, Nasution, K. S., Siregar, D. A., & Aswan, N. (2024). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Kopi Pada Era Revolusi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(11), 2847–2854.