

yang dihasilkan memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan konsep participatory development dalam konteks administrasi publik, sekaligus menyediakan kerangka praktis untuk replikasi pendekatan manajemen pemberdayaan serupa di daerah lain dengan karakteristik komoditas lokal yang unik.

Penelitian ini mengonfirmasi bahwa manajemen pemberdayaan masyarakat berbasis komoditas lokal memerlukan keseimbangan antara preservasi kearifan lokal dan adaptasi terhadap dinamika pasar modern. Keberhasilan jangka panjang manajemen pemberdayaan tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan sumber daya dan komitmen stakeholder, melainkan kemampuan membangun sistem yang resilient terhadap perubahan eksternal sambil mempertahankan keunikan dan nilai autentisitas produk lokal sebagai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

E. KESIMPULAN

Program Holistik Pembinaan dan Pemberdayaan Desa (PHP2D) di Desa Winduaji, Kecamatan Paguyangan, Kabupaten Brebes telah berhasil mengembangkan model pemberdayaan masyarakat berbasis komoditas kopi lokal melalui pendekatan manajemen kolaboratif yang melibatkan multi-stakeholder. Keberhasilan program ini ditandai dengan terbentuknya sinergi efektif antara petani kopi, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), perangkat desa, dan perguruan tinggi dalam mengembangkan Kopi Kebon Winduaji sebagai produk unggulan daerah yang memiliki identitas unik berbasis sistem tumpang sari kopi-kapolaga dan nilai historis kolonial Belanda.

Analisis SWOT mengidentifikasi bahwa kekuatan utama program terletak pada keunikan sistem budidaya tradisional, komitmen petani, jaringan kedai kopi sebagai outlet promosi alami, dan dukungan infrastruktur yang memadai. Peluang strategis muncul dari tren konsumsi kopi premium, potensi pengembangan agrowisata, dan ketersediaan program pemberdayaan pemerintah. Namun, program ini juga menghadapi tantangan berupa keterbatasan pengetahuan teknis petani, akses pembiayaan yang terbatas, serta ancaman alih fungsi lahan dan volatilitas harga kopi yang dapat mengancam keberlanjutan program.

Manajemen pemberdayaan menghasilkan empat kelompok strategi dengan prioritas implementasi yang berbeda. Strategi ekspansif menjadi prioritas utama dengan fokus pada pengembangan destinasi wisata pertanian dan positioning produk premium berbasis narasi warisan historis. Strategi diversifikasi dan kompetitif menjadi prioritas menengah yang menekankan pada peningkatan kapasitas petani dan transfer teknologi tepat guna. Sementara itu, strategi defensif berfungsi sebagai mitigasi risiko jangka panjang melalui adaptasi perubahan iklim dan penguatan sistem kelembagaan petani.

Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa keberhasilan program pemberdayaan masyarakat berbasis komoditas lokal memerlukan pendekatan holistik yang mengintegrasikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam kerangka pembangunan berkelanjutan. Model pemberdayaan yang dikembangkan menunjukkan relevansi pendekatan participatory development yang menekankan peran aktif masyarakat sebagai subjek pembangunan. Integrasi sektor pariwisata dengan pertanian kopi terbukti memiliki potensi signifikan dalam menciptakan nilai tambah ekonomi dan meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang semakin kompetitif.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan temporal yang terbatas sehingga belum dapat menggambarkan dampak jangka panjang program, serta fokus pada satu komoditas dan lokasi spesifik yang membatasi generalisasi temuan. Penelitian selanjutnya disarankan melakukan studi longitudinal dan komparatif untuk validasi model pemberdayaan yang dikembangkan.

Berdasarkan strategi yang dirumuskan dalam analisis SWOT, direkomendasikan implementasi strategi ekspansif sebagai prioritas utama melalui pengembangan destinasi wisata pertanian berbasis sistem tumpang sari kopi-kapolaga dan positioning produk premium dengan narasi warisan historis. Strategi diversifikasi perlu difokuskan pada program peningkatan kapasitas petani melalui transfer teknologi tepat guna dan pengembangan platform pemasaran digital untuk mengurangi ketergantungan pada sistem tengkulak. Strategi kompetitif dapat diimplementasikan melalui diferensiasi produk berbasis keunikan budidaya dan penguatan identitas merek Kopi Kebon Winduaji.

Sementara strategi defensif diperlukan untuk mitigasi risiko jangka panjang melalui program adaptasi perubahan iklim dan penguatan sistem kelembagaan petani sebagai penyangga ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Afriyanti, S., & Rasmikayati, E. (2018). Studi Strategi Pemasaran Terbaik Berdasarkan Perilaku Konsumen Dalam Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi Di Jatinangor. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 4(3), 856–872.
- Badjrie, M. H., Sufyanti, A. J., & Fadlillah, M. T. (2024). Perencanaan dan Pemasaran Wisata Edukasi Kopi di Desa Wisata. *Journal of Community Development Analysis*, 1(1), 15–25. <https://ejournal.headwaytest.co.id/jocda>
- Basalamah, A., Ayuningsih, S. F., A, F. A., & Susanto, S. (2024). Peningkatan Ketrampilan dan Pembelajaran Kearifan Lokal Dalam Pembuatan Minuman Kopi Di Desa Wisata Kemiren, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardi*, 4(2), 66–77. <https://doi.org/10.52352/makardhi.v4i2.1238>
- Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Kencana Prenada Media Group.
- Chambers, R. (1994). *The origins and practice of participatory rural appraisal*. *World Development*, 22(7), 953–969. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0305-750X\(94\)90141-4](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90141-4)
- Denhardt, J. V., & Denhardt, R. B. (2015). *The New Public Service Revisited*. *Public Administration Review*, 75(5), 664–672. <https://doi.org/10.1111/puar.12347>
- Fauziyah, N. K., Chairunnisa, S., Mahara, A., & Hikmah, N. (2023). Pemasaran Kopi Gayo Melalui Sektor Pariwisata; Analisis Sosiologi Pilihan Rasional. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 4(1), 42–54. <https://doi.org/10.36256/ijtl.v4i1.304>
- King, C. S., Feltey, K. M., & Susel, B. O. (2015). THE QUESTION OF PARTICIPATION: Toward Authentic Public Participation in Public Administration. *The Age of Direct Citizen Participation*, 58(4), 383–400. <https://doi.org/10.4324/9781315700427-21>

Sementara strategi defensif diperlukan untuk mitigasi risiko jangka panjang melalui program adaptasi perubahan iklim dan penguatan sistem kelembagaan petani sebagai penyangga ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Afriyanti, S., & Rasmikayati, E. (2018). Studi Strategi Pemasaran Terbaik Berdasarkan Perilaku Konsumen Dalam Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi Di Jatinangor. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 4(3), 856–872.
- Badjrie, M. H., Sufyanti, A. J., & Fadlillah, M. T. (2024). Perencanaan dan Pemasaran Wisata Edukasi Kopi di Desa Wisata. *Journal of Community Development Analysis*, 1(1), 15–25. <https://ejournal.headwaytest.co.id/jocda>
- Basalamah, A., Ayuningsih, S. F., A, F. A., & Susanto, S. (2024). Peningkatan Ketrampilan dan Pembelajaran Kearifan Lokal Dalam Pembuatan Minuman Kopi Di Desa Wisata Kemiren, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardi*, 4(2), 66–77. <https://doi.org/10.52352/makardhi.v4i2.1238>
- Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Kencana Prenada Media Group.
- Chambers, R. (1994). *The origins and practice of participatory rural appraisal*. *World Development*, 22(7), 953–969. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0305-750X\(94\)90141-4](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90141-4)
- Denhardt, J. V., & Denhardt, R. B. (2015). *The New Public Service Revisited*. *Public Administration Review*, 75(5), 664–672. <https://doi.org/10.1111/puar.12347>
- Fauziyah, N. K., Chairunnisa, S., Mahara, A., & Hikmah, N. (2023). Pemasaran Kopi Gayo Melalui Sektor Pariwisata; Analisis Sosiologi Pilihan Rasional. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 4(1), 42–54. <https://doi.org/10.36256/ijtl.v4i1.304>
- King, C. S., Feltey, K. M., & Susel, B. O. (2015). THE QUESTION OF PARTICIPATION: Toward Authentic Public Participation in Public Administration. *The Age of Direct Citizen Participation*, 58(4), 383–400. <https://doi.org/10.4324/9781315700427-21>

- Mahmudati, R., & Indrawati, R. T. (2019). Strategi peningkatan pemasaran produk kopi dusun bogoran kecamatan sapuran. *Jurnal PPKM*, 6(3), 172–175.
- Noerhatini, P., Munaf, D. R., Nurdini, A., Dzikrillah, A., Luqman, L., Hakim, A., & Pratama, G. A. (2024). Pengelolaan Potensi Ekonomi Menuju Desa Wisata Berbasis Kebun Kopi Arabika di Kabupaten Luwu - Sulawesi Selatan. *SENMABIS – Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 366–373).
- Ostrom, E. (1996). *Crossing the great divide: Coproduction, synergy, and development*. *World Development*, 24(6), 1073–1087. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(96\)00023-X](https://doi.org/10.1016/0305-750X(96)00023-X)
- Rangkuti, F. (2013). *Taktik Membuat Rencana Pemasaran Berdasarkan Customer Value dan Analisis Kasus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ridwan, M., & Hanafiah, H. (2021). Analysis of Coffee Shop Marketing Strategy Om Bewok: Analisis Strategi Pemasaran Kedai Kopi Om Bewok. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 1(3), 274–283. <https://ijebeff.esc-id.org/index.php/home/article/view/37>
- Sri, W. K. D., & Hernawan, Y. (2019). Pelatihan Pengembangan Strategi Pemasaran Kopi Palasari Melalui Pembuatan Video Kreatif di Kampung Wisata Edukasi Kopi Palasari Bandung. *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 105–116. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas> 116
- Suharto, E. (2004). *Metodologi Pengembangan Masyarakat*. Jakarta: BEMJ-PMI,
- Sulistyo, A., Yudiandri, T. E., Annisa, R. N., & Mudiono, M. (2023). Penguatan Kelembagaan Desa Wisata Melalui Kampanye Sadar Wisata 5.0 Dalam Menciptakan Pariwisata Berkelanjutan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(5), 4438–4449. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i5.16808>
- Sumodiningrat, G. (1998). *Membangun perekonomian rakyat*. Pustaka Pelajar.
- Vigoda, E. (2002). *From responsiveness to collaboration: Governance, citizens, and the next generation of public administration*. *Public Administration Review*, 62(5), 527–540. <https://doi.org/10.1111/1540-6210.00235>
- Wattimena, G. H. J. A. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk “Kopi Kenangan.” *Jurnal Sketsa Bisnis*, 11(01), 24–41.
- Wicaksono, M. P., Yahya, A., Prayoga, T., Utamita, A. F., Widyawati, T., & Noviasari, D. T. (2024). Pendampingan Pendaftaran Merek Kopi Lokal “

Gamus ” dalam Upaya Optimalisasi Ekonomi Masyarakat Desa Majaksingi.
Borobudur Journal on Legal Services, 5(1), 1–9.

