

**INCREASING PROCESS OF COMMUNITY PARTICIPATION IN RAWA GEDE
COFFEE PRODUCT DESIGN, SIRNAJAYA TOURISM VILLAGE,
SUKAMAKMUR DISTRICT**

**PROSES PENINGKATAN PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM DESAIN
PRODUK KOPI RAWA GEDE DESA WISATA SIRNAJAYA KECAMATAN
SUKAMAKMUR**

**Yosi Erfinda*¹, Rahmat Darmawan¹, Revi Agustin¹,
Rinie Octavianny Hasan¹, Rifki Maulana¹, Najla Hanna Qonita¹,
Shakira Yasmin Az Zahra¹**

*¹ Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri
Jakarta

*e-mail: yosi.erfinda@unj.ac.id¹

Abstract

Rawa Gede Agrotourism is a tourist attraction located in Sirnajaya Tourism Village, Sukamakmur District, Bogor Regency. Coffee is one of the largest plantation products in Sirnajaya Tourism Village. But so far the results of coffee plantations have not been used as typical souvenirs. The purpose of this community service activity is to provide skills in making coffee product packaging designs to coffee farmer groups, communities and tourism driving groups in rural areas. This series of activities starts from March to July 2023 and there are 2 (two) stages of community service that have been carried out including varied lectures presented by resource persons with some material that touched on tourism products and workshops in the form of direct training on making coffee product packaging designs. The success of this activity was evaluated using a krikpatrick evaluation model in the form of reaction evaluation and learning evaluation by providing a pre-test before the training began to measure participants' understanding of the material to be delivered then post-test was carried out after the workshop was completed. The results of this activity showed that the participants were very enthusiastic and motivated to promote Rawa Gede coffee products by expanding their target market through tourism activities in Sirnajaya Village and this activity could also improve the economy of rural communities.

Keywords: *Tourism Village; Agrotourism; Coffee; Bogor Regency; Promotion.*

Abstrak

Agrowisata Rawa Gede merupakan daya tarik wisata yang berlokasi di Desa Wisata Sirnajaya Kecamatan Sukamakmur Kabupaten Bogor. Kopi merupakan salah satu hasil perkebunan terbesar yang ada di Desa Wisata Sirnajaya. Namun selama ini hasil perkebunan kopi hanya belum dimanfaatkan sebagai oleh-oleh khas. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini untuk memberikan ketrampilan dalam membuat desain kemasan produk kopi kepada kelompok tani kopi, masyarakat dan kelompok penggerak wisata di pedesaan. Rangkaian kegiatan ini dimulai sejak bulan Maret hingga Juli 2023 dan terdapat 2(dua) tahapan pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan diantaranya ceramah bervariasi yang dipaparkan oleh narasumber dengan beberapa materi yang menyinggung tentang produk wisata dan lokakarya berupa pelatihan secara langsung pembuatan desain kemasan produk kopi. Capaian keberhasilan kegiatan ini dievaluasi menggunakan model evaluasi krikpatrick

Received 21 August 2023; Received in revised form 26 October 2023; Accepted 29 October 2023;
Available online 2 December 2023.

 [10.20473/jlm.v7i4.2023.479-489](https://doi.org/10.20473/jlm.v7i4.2023.479-489)



Copyright: © by the author(s) Open access under CC BY-SA license

[Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

berupa evaluasi reaksi dan evaluasi belajar dengan pemberian pre-test sebelum pelatihan dimulai untuk mengukur pemahaman peserta akan materi yang akan disampaikan kemudian post-test dilakukan setelah lokakarya selesai. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan para peserta sangat antusias dan termotivasi untuk mempromosikan produk kopi Rawa Gede dengan memperluas target pasarnya melalui aktivitas wisata di Desa Sirnajaya serta kegiatan ini pun bisa meningkatkan perekonomian masyarakat di pedesaan.

Kata kunci: Desa Wisata; Agrowisata; Kopi; Kabupaten Bogor; Promosi.

PENDAHULUAN

Desa wisata menjadi tren alternatif wisata dengan memiliki ciri khusus baik alam maupun budaya yang sesuai dengan keinginan wisatawan di mana wisatawan dapat menikmati, mengenal, menghayati, dan mempelajari kekhasan/adat desa beserta segalanya menjadi daya tarik wisata (Susyanti, 2013). Hadirnya tren perkembangan desa wisata dapat memotivasi pemerintah desa dan pemerintah daerah di seluruh Indonesia untuk dapat meningkatkan desa-desa wisata baru sebagai generator perekonomian desa dan daerah hingga akhirnya bisa (Kemenparekraf, 2021) mendorong perkembangan desa wisata menjadi salah satu kegiatan pembangunan nasional dalam RPJMN tahun 2020-2024.

Upaya tersebut yang sedang dilakukan Pemerintah Kabupaten Bogor memajukan destinasi wisata, salah satunya dengan memperbanyak desa wisata. Sebagian besar potensi wisata Kabupaten Bogor berbasis lanskap panorama alam punya banyak pilihan diantaranya pegunungan/perbukitan, curug/waduk, perkebunan, pertanian, dan lainnya hal tersebut menjadi modal penting dalam pengembangan desa wisata. Dikutip dari (www.bogorkab.go.id), pada tahun 2019 Kabupaten Bogor sudah terdapat 25 desa wisata selanjutnya meningkat tahun 2020 menjadi 35 desa wisata, tahun 2021 menjadi 40 desa wisata dan tahun 2022 ini menjadi 41 desa wisata.

Hal ini sesuai dengan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten (RIPPARKAB) Bogor tahun 2020–2025, arah pembangunan kepariwisataan difokuskan pada pengembangan desa wisata. Bahkan, Kemenparekraf dalam Jejaring Desa Wisata (JADESTA) mengemukakan salah satu Desa wisata Kabupaten Bogor masuk 300 besar desa wisata seluruh Indonesia tahun 2023, yaitu Desa wisata Sirnajaya. Desa wisata Sirnajaya merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Sukamakmur Kabupaten Bogor. Desa wisata Sirnajaya berada di dataran tinggi yang memiliki ketinggian ± 500 – 1.200 m di atas permukaan laut. Secara geografis, Desa wisata Sirnajaya berada dalam kawasan pegunungan Jonggol yang memiliki panorama alam sangat asri.

Potensi wisata yang dimiliki Desa wisata Sirnajaya diantaranya air terjun, waduk, curug dan danau/situ. Adapun potensi wisata yang dimiliki Desa wisata Sirnajaya mengarah wisata alam. Potensi wisata alam merupakan sumberdaya alam yang beranekaragam dari bidang fisik dan hayati, serta kebudayaan yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata (Budiani et al., 2018). Berada di dataran tinggi, desa ini memiliki sebuah danau/situ alami seluas $\pm 5,8$ ha dengan kedalaman yang bervariasi diantaranya 3–7m tersebut bernama situ Rawa Gede. Lokasi situ Rawa Gede memang cukup tersembunyi berada di dasar kaki gunung yang memiliki pemandangan alam yang menakjubkan. Sekitar situ Rawa Gede terbentang kebun kopi, hamparan sawah dan perkebunan lainnya. Saat ini situ Rawa Gede dikelola secara mandiri oleh Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Desa Sirnajaya. Sebagian besar perkebunan kopi banyak ditemukan dilokasi ini, hal

tersebut dibenarkan oleh Bapak Agus selaku ketua BUMDES menuturkan desa ini memiliki perkebunan kopi seluas 400 hektar yang terkoordinir oleh kelompok tani kopi.

Desa wisata Sirnajaya menjadi salah satu kawasan sentra kopi terbesar di Kecamatan Sukamakmur. Selain potensi alamnya, Situ Rawa Gede juga dikembangkan sebagai agrowisata khususnya kopi saat ini dimanfaatkan untuk menarik kunjungan wisatawan. (Kartika et al., 2021) pengembangan agrowisata merupakan gabungan antara pertanian/perkebunan dan daya tarik wisata untuk aktivitas wisata di desa. Dikemukakan Fathoni & Irwan (2020) agrowisata dijadikan sebagai penggerak dalam mengembangkan suatu kawasan bertujuan dapat menghasilkan lapangan kerja dan peluang baru untuk usaha kecil menengah desa serta memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk mendapatkan pengalaman unik.

Petani kopi sebagai pencaharian utama masyarakat di Desa Wisata Sirnajaya dan keberadaan Agrowisata Rawa Gede memberikan peluang pekerjaan tidak hanya bertani kopi sebagian kelompok tani telah memiliki kedai kopi di lokasi wisata tersebut bertujuan meningkatkan kesejahteraan sehingga kegiatan tersebut dapat menjadi sumber pendapatan sendiri bagi masyarakat di pedesaan. Inisiator desa wisata serta pemilik usaha kopi di Rawa Gede bernama Bapak Indra menuturkan sejak Agrowisata Rawa Gede mulai dikenal dan banyak kunjungan wisatawan memesan kopi robusta miliknya. Namun, produk kopi khas Rawa Gede ini belum diproduksi untuk dijadikan sebagai oleh-oleh khas Desa Sirnajaya.

Pengembangan destinasi wisata dibutuhkan barang atau produk berupa oleh oleh khas yang dapat dijual di daya tarik wisata dalam mendukung kepariwisataan (Thabrani & Sidiq, 2018). Peran kelompok tani kopi selama ini hanya sebatas sebelum panen dan pasca panen seperti penanaman, pemeliharaan hingga pemanenan. Upaya tersebut masih dapat ditingkatkan dan dihilirisasi lagi bertujuan meningkatkan nilai tambah produk kopi Rawa Gede salah satunya strategi pemasaran dan promosinya. Strategi pemasaran digunakan sebagai acuan untuk melakukan penjualan dan pendistribusian produk (Sangadah & Sukidin, 2016). Salah satu kelompok tani kopi bernama bapak Indra menuturkan produk kopi miliknya sudah memiliki *brand* sendiri bernama Kopi Dedemit, namun kendala yang dihadapi desain kemasan kurang menarik sehingga belum banyak penjualan yang bisa dilakukan melalui saluran media promosi diantaranya media sosial (Instagram, Facebook, Tiktok, dan lainnya) maupun penjualan langsung secara masif.



Gambar 1. *Salah satu brand produk kopi Rawa Gede bernama Kopi Dedemit yang dikelola kelompok tani kopi.*

Kondisi yang terjabarkan diatas perlu adanya pemasaran kopi agrowisata Rawa Gede secara optimal agar meningkatkan perekonomian masyarakat di pedesaan. Diungkapkan oleh (Fauziyah et al., 2023) pemasaran kopi merupakan sebuah rangkaian aktivitas yang memiliki tujuan agar menyalurkan kopi dari hulu (petani) hingga ke hilir (konsumen) atau biasa dikenal dengan istilah rantai pasok (*supply chain*). Sehingga petani kopi tidak hanya melakukan penanaman/pemanenan saja namun bisa menjadi produsen hilirisasi mengembangkan produk kopi sendiri kemudian mengolah menjadi kopi kemasan siap jual. Melalui desain kemasan produk yang menarik bisa menciptakan peluang pasar yang jauh lebih agar menjangkau wisatawan yang berkunjung ke Agrowisata Rawa Gede sekaligus membawa produk kopi tersebut sebagai oleh-oleh khas pedesaan. Maka dari itu, pengabdian kepada masyarakat berfokus proses peningkatan masyarakat melalui desain kemasan produk kopi Rawa Gede Desa Wisata Sirnajaya Kabupaten Bogor.

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diselenggarakan secara luring bertempat di Agrowisata Rawa Gede Desa Wisata Sirnajaya. Diawali dengan tim pengabdian yang melakukan peninjauan langsung di lapangan (01 - 03 April 2023) yang bertujuan untuk mengetahui seluruh informasi fisik maupun sosial di destinasi wisata tersebut. Upaya untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan masyarakat setempat dalam desain kemasan produk kopi, maka tim pengabdian menggunakan pendekatan yang sudah dilakukan oleh (Setiyowati et al., 2019) diantaranya: 1) Ceramah bervariasi, metode yang digunakan untuk menyampaikan materi pelatihan kombinasi ceramah dengan diskusi dan tanya jawab kemudian memberikan keterampilan mendesain kemasan produk menggunakan aplikasi penunjang bernama Canva. Ceramah bervariasi diungkapkan oleh (Junining et al., 2020) merupakan sebuah metode yang mempertimbangkan tingkat keberhasilan dalam penyajian materi menggunakan, alat peraga, tampilan presentasi dan alat penunjang yang menarik bagi peserta. 2) Lokakarya, sebuah metode pendamping melalui pelatihan secara langsung pembuatan desain kemasan produk kopi. Lokakarya dipilih merupakan metode yang dirancang khusus untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan mengoptimalkan prinsip keaktifan peserta, kerjasama dalam kelompok diskusi hingga mengerjakan/memproduksi sesuatu (Wardani, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah pertama yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah menyusun materi pelatihan desain kemasan produk kopi. Materi ini bertujuan memudahkan pemahaman peserta yang hadir pada kegiatan tersebut. Materi pelatihan yang disusun berisikan 4(empat) pembahasan materi utama, yaitu: 1) Pengertian Dasar Pariwisata; 2) Konsep pariwisata; 3) Desa Wisata; 4) Produk wisata yang dihasilkan oleh masyarakat di pedesaan yang disampaikan oleh narasumber. Tim pengabdian mengadakan pelatihan desain kemasan produk kopi dilaksanakan secara luring bertempat di Agrowisata Rawa Gede tanggal 13 April 2023 pukul 13.00 – 17.00 yang dihadiri oleh 10 mahasiswa dari program studi Usaha Perjalanan Wisata Universitas Negeri Jakarta yang sedang melaksanakan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Membangun Desa. Peserta kegiatan berjumlah 31 orang yang terdiri dari 1(satu) ketua BUMDES, 3(tiga) anggota BUMDES, 1(satu) ketua POKDARWIS, 3(tiga) anggota POKDARWIS dan 24 masyarakat desa (termasuk kelompok tani kopi).

Ceramah bervariasi tentang produk wisata

Materi pelatihan dapat tersampaikan dengan baik dan terekspos dengan jelas. Pada 3 pembahasan utama materi terkait pengertian pariwisata, konsep kegiatan pariwisata dan desa wisata dijelaskan selama 45 menit oleh narasumber, kemudian penjelasan produk wisata yang dihasilkan oleh masyarakat di pedesaan dijelaskan secara terpisah selama 60 menit. Materi pertama yang disampaikan mengenai pengertian pariwisata dilakukan secara simultan memberikan pemahaman dasar tentang pariwisata dan benefit dengan adanya pariwisata bagi pengelola destinasi wisata, selanjutnya memberikan pemahaman konsep kegiatan pariwisata dengan memuat 4 unsur, yaitu *something to do*, *something to buy*, *something to learn*, dan *something to see*. Adanya unsur-unsur tersebut bagi wisatawan dapat memenuhi rasa ingin tahu atau sekadar untuk berlibur, menambah pengalaman dan belajar. Melalui aktivitas wisata dengan tujuan memperoleh rasa ingin tahu atau menambah pengalaman dan belajar sambil berwisata. Bagi pengelola destinasi wisata seperti POKDARWIS dalam mengimplemantasikan 4 unsur diatas untuk meningkatkan promosi aktivitas wisata dan produk wisata unggulan yang dikembangkan oleh masyarakat Desa. Materi yang terakhir sebelum lokakarya dimulai adanya pemaparan mengenai Desa Wisata dengan menjelaskan peran dan fungsi langsung kelompok penggerak wisata dan masyarakat pedesaan dalam upaya meningkatkan kesiapan dan kepedulian dalam menyikapi potensi pariwisata atau lokasi daya tarik wisata di wilayah Desa Wisata Sirnajaya.



Gambar 2. Materi-materi dalam ceramah bervariasi.

Para peserta berpartisipasi cukup antusias dalam mengikuti rangkaian kegiatan dalam materi yang disampaikan oleh narasumber. Banyak juga peserta yang terlibat langsung dalam diskusi dan tanya jawab. Materi yang diberikan dalam kegiatan ini sudah sesuai dengan permasalahan ditemukan sebelum kegiatan sosialisasi diselenggarakan.

Begitupun, respon yang diberikan oleh peserta juga terlihat cukup aktif menerima materi berkaitan pariwisata, antara lain:

- 1) Banyak dari peserta baru mengetahui pengetahuan dasar pariwisata
- 2) Konsep pariwisata dapat memberikan dampak jangka panjang bagi masyarakat di pedesaan
- 3) Adanya motivasi bagi peserta untuk aktif dalam pengembangan desa wisata
- 4) Adanya keinginan membuat produk unggulan wisata yang dapat menarik kunjungan wisatawan

Lokakarya pembuatan desain kemasan produk kopi

Tahapan selanjutnya adalah kegiatan inti dalam lokakarya dalam bentuk pelatihan pembuatan desain kemasan produk kopi Rawa Gede. Pelatihan ini untuk meningkatkan kapasitas produsen hilirisasi kelompok petani kopi melalui produk kopi Rawa Gede sebagai oleh-oleh khas Desa Sirnajaya. Kegiatan lokakarya ini menguraikan materi meliputi: 1) Empat prinsip utama dalam desain yaitu keseimbangan; ritme; tekanan; kesatuan, selanjutnya 2) Elemen-elemen dalam desain kemasan diantaranya garis; bentuk; tekstur; ruang; ukuran; *value* dan warna dan 3) Peran dan fungsi desain dalam kemasan dalam menyampaikan sebuah pesan sebagai berikut: Sarana komunikasi; simbol estetika; wadah pendistribusian; penegasan identitas; penyampai informasi. Sebelum kegiatan lokakarya tersebut dimulai, para peserta diminta melakukan pengisian *pre-test* selama 10 menit tentang seputar kemasan produk.



Gambar 3. *Suasana Lokakarya Desain Kemasan Produk Kopi.*

Tujuan *pre test* dilakukan sebelum lokakarya dimulai untuk mengukur seberapa besar pengetahuan dan keterampilan peserta mengenai desain kemasan untuk meningkatkan promosi produk kopi tersebut. Selanjutnya para peserta membuat desain kemasan yang sesuai dengan produk kopi sendiri dan didampingi oleh tim pengabdian masyarakat. Adapun aplikasi yang digunakan membuat desain kemasan adalah alat bantu desain dan publikasi bernama Canva bertujuan memudahkan dalam mengakses dan membuat desain tersebut. Berikut adalah beberapa hasil desain kemasan produk yang dibuat oleh para peserta dalam pendampingan:



Gambar 4. *Desain Produk Kopi Rawa Gede.*

Kemudian, diakhir kegiatan peserta diwajibkan untuk mengisi *post test* bertujuan untuk mengetahui sejauh mana capaian pemahaman peserta mengenai kegiatan yang telah dilaksanakan ini. Dalam pengerjaan *post test* juga dilakukan secara langsung ditempat selama 10 menit. Ketercapaian hasil yang dapat disimpulkan dari kegiatan ini berdasarkan hasil pretest dan *post test* yang telah dikerjakan peserta. Sebelum kegiatan pengabdian dilakukan sebagian besar peserta belum mengetahui pembuatan desain kemasan dalam produk kopi. Kemudian setelah dilakukan *post test* bagi peserta untuk mengetahui sejauh mana pemahaman peserta mengenai pembuatan desain kemasan tersebut. Hasil *post test* bertujuan untuk mengevaluasi akhir kegiatan dalam bentuk pertanyaan yang diberikan kepada peserta setelah mendapatkan materi dalam sosialisasi tersebut. Para peserta mulai memahami cara pembuatan desain kemasan dan termotivasi untuk mengembangkan penjualan produk kopi Rawa Gede secara optimal.

Capaian Keberhasilan Lokakarya

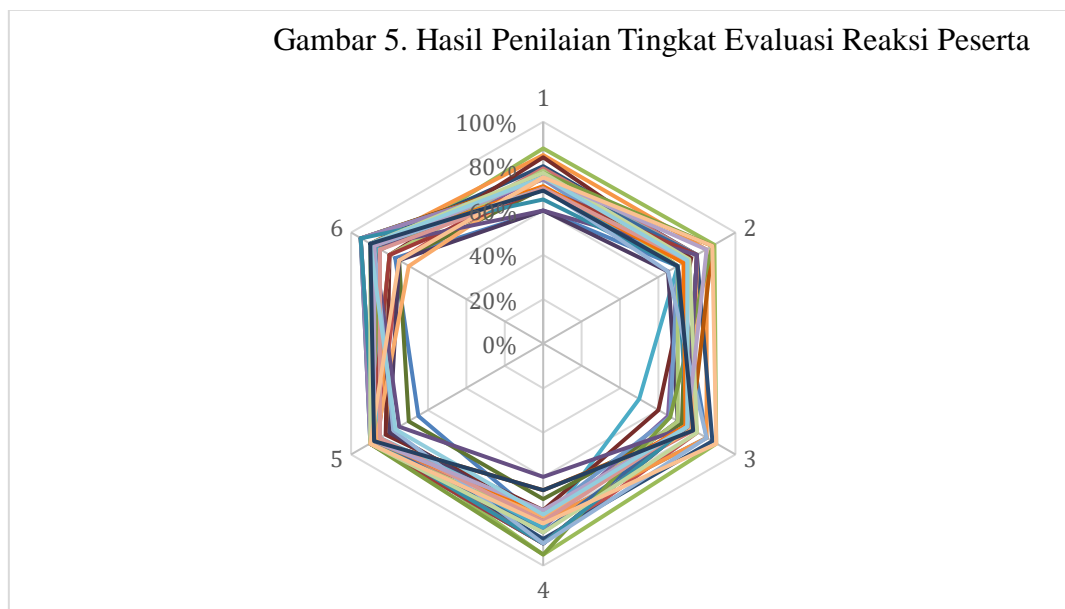
Berdasarkan kegiatan yang dilakukan dari tahapan ceramah bervariasi hingga lokakarya dimana capaian keberhasilan menggunakan penilaian yang dilakukan untuk mengukur capaian keberhasilannya yaitu tes tertulis (pre-test dan post-test) untuk mengukur pengetahuan peserta mengenai pemahaman dan keterampilan dalam desain kemasan produk. Tahapan proses sebelum evaluasi diawali sebagai berikut ini: 1) Analisis kebutuhan dan situasi; 2) Penyusunan instrumen pertanyaan; 3) Menentukan alat/instrumen bagi peserta untuk menetapkan kriteria penilaian; 4) Pelaksanaan pelatihan kepada peserta. Sedangkan proses evaluasi pelatihan memilih pendekatan model krikpatrick (Tamsuri, 2022) mengemukakan sebuah model evaluasi yang ditinjau evaluasi terhadap suatu kegiatan lokakarya meliputi evaluasi level reaksi dan evaluasi level belajar yang digunakan pada kegiatan ini. Berikut ini kriteria penilaian dalam model krikpatrick:

Tabel 1. *Kriteria Penilaian dalam Model Krikpatrick.*

Range	Keterangan
<50%	Peserta menunjukkan hasil yang kurang baik terhadap lokakarya
50%–60%	Peserta menunjukkan hasil yang lebih baik terhadap lokakarya
61%–80%	Peserta menunjukkan hasil yang positif karena mendapatkan masukan berupa kemampuan dan pemahaman yang bermanfaat selama lokakarya
81%–100%	Peserta menunjukkan hasil positif yang tinggi

Evaluasi Reaksi

Lokakarya diselenggarakan secara efektif jika para peserta memberikan tanggapan positif terhadap semua tahapan yang dilakukan selama pengabdian kepada masyarakat. Sekitar 31 peserta mengisi kuesioner, kemudian tim pelaksana menyebarkan kuesioner setelah pemaparan ceramah bervariasi. Kuesioner tersebut untuk mendapatkan tanggapan dari para peserta untuk menjawab 6(enam) pertanyaan tentang kegiatan tersebut, antara lain (1) Penyampaian materi mudah dipahami; (2) Kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta; (3) Kebermanfaatan materi dalam memberikan wawasan tentang pariwisata; (4) Kebermanfaatan materi produk kopi tersebut dalam meningkatkan pengetahuan petani kopi; (5) Kejelasan ilustrasi dan contohnya; (6) Penggunaan bahasa secara umum dan mudah dipahami.



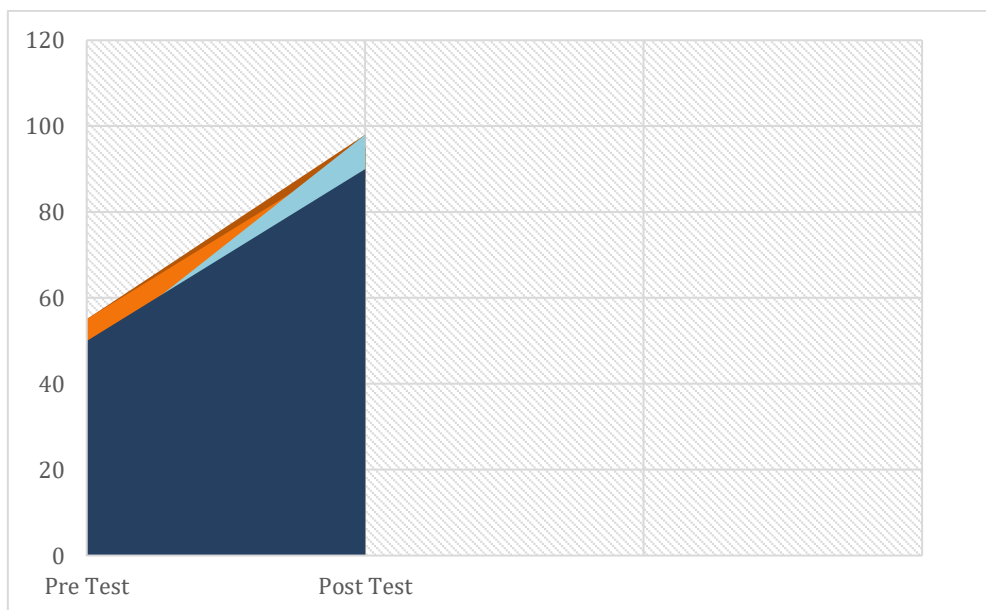
Berdasarkan hasil kuesioner diatas, rekapitulasi persentase rata-rata keseluruhan para peserta menjawab berada pada range 60% - 95%. Reaksi memberikan hasil cukup hanya 10%. Jika reaksi paling positif justru lebih dominan 78,5% dan peserta yang memberikan reaksi positif mencapai 11,5% dari total. Jika dilihat dari hasil yang diperoleh, sebagian

besar para peserta cenderung memberikan reaksi yang paling positif. Hal ini menunjukkan tanggapan yang diberikan para peserta mengarahkan besarnya antusias peserta selama proses lokakarya berlangsung.

Evaluasi Belajar

Berdasarkan hasil evaluasi belajar menggunakan *pre-test* dan *post-test* dapat menunjukkan bahwa tujuan lokakarya ini telah tercapai. Hal ini dapat dilihat adanya kenaikan peserta memperoleh kenaikan hasil penilaian dari *pre-test* ke *post-test*, yaitu sebanyak 100% tidak ada *post-test* yang mendapatkan nilai dibawah 80. Capaian keberhasilan lokakarya dapat dilihat apabila kegiatan tersebut telah terpenuhi. Dari data *pre-test* dan *post Test* menunjukkan bahwa awalnya peserta ini belum mengetahui wawasan dan keterampilan membuat desain kemasan yang produk sendiri saat ini mereka sudah memahami cara membuat desain kemasan tersebut setelah mengikuti lokakarya. Maka dari itu, kegiatan ini sesuai dengan kebutuhan masyarakat di Agrowisata Rawa Gede Desa Sirnajaya terutama untuk mempromosikan produk kopi Rawa Gede kepada wisatawan. Setelah kegiatan diatas masyarakat antusias dan mencoba memasarkan hasil produk kopi yang sudah memiliki brand (merek) dan desain kemasannya kepada wisatawan yang berkunjung ke Agrowisata Rawa Gede.

Gambar 6. Hasil Penilaian Tingkat Evaluasi Belajar Peserta



Sumber: Data dioleh tahun 2023

PENUTUP

Simpulan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah diselenggarakan ini termasuk berhasil sesuai dengan kebutuhan peserta dalam kegiatan pengabdian

kepada masyarakat. Dari hasil evaluasi reaksi sebagian besar 78,5% peserta sangat antusias mengikuti keseluruhan rangkaian kegiatan ceramah hingga lokakarya/pelatihan pembuatan desain kemasan. Kemudian hasil evaluasi belajar menggunakan *pre-test* sebelum lokakarya desain kemasan produk kopi dimulai adanya keterbatasan pengetahuan 100% para peserta hanya memperoleh nilai dibawah 60, setelah dilaksanakan lokakarya/pelatihan keseluruhan peserta mampu mendapatkan nilai diatas 80. Capaian keberhasilan ini bisa diukur dengan hasil yang diperoleh bahwa para peserta sudah memahami teknik pembuatan desain kemasan yang efektif.

Saran. *Feedback* yang didapatkan dari pelatihan desain kemasan ini para peserta memberikan tanggapan yang positif dan berkeinginan memberikan kontribusi untuk memanfaatkan hasil perkebunan kopi dijadikan sebagai produk kopi yang bisa memperluas target pasar khususnya wisatawan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Jakarta (UNJ) yang telah memberikan bantuan dana untuk kelancaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan di Desa Sirnajaya Kecamatan Sukamakmur, Kabupaten Bogor Jawa Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiani, S. R., Wahdaningrum, W., Yosky, D., Kensari, E., Pratama, H. S., Mulandari, H., Iskandar, H. T. N., Alpabettika, M., Maharani, N., Febriani, R. F., & Kusmiati, Y. (2018). Analisis Potensi dan Strategi Pengembangann Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Komunitas di Desa Sembungan, Wonosobo, Jawa Tengah. *Majalah Geografi Indonesia*, 32(2), 170–176. <https://doi.org/DOI:10.22146/mgi.32330>
- Fathoni, I., & Irwan, S. N. R. (2020). ANALISIS DAYA TARIK BUDIDAYA DAN PENGOLAHAN KOPI UNTUK PENGEMBANGAN AGROWISATA DI DESA BABADAN BANJARNEGARA. *Jurnal Kawistara*, 10(3), 310–327. <https://doi.org/10.22146/kawistara.42975>
- 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(2), 42–54. <https://doi.org/DOI:10.36256/ijtl.v4i1.304>
- Junining, E., Nuzula, N. F., Purwaningtyas, I., Hartono, D., Setiarini, N., & Lailiyah, N. (2020). UPAYA PENINGKATAN SADAR WISATA BERBASIS BAHASA DAN KEWIRAUSAHAAN PADA KEGIATAN PROMOSI KAMPUNG WISATA KUNGKUK. *SELAPARANG. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(2).
- Kartika, T., Edison, E., & Nugraha, R. (2021). Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat Di Desa Lamajang Kabupaten Bandung. *Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 4(2), 179–198. <https://doi.org/DOI:10.35729/jhp.v4i2.68>

- Kemenparekraf. (2021). *Dokumen Pedoman Desa Wisata 2021*. <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/direktori/17518>
- Sangadah, U. I., & Sukidin, S. (2016). STRATEGI PEMASARAN AGROWISATA PERKEBUNAN KOPI SEKITAR GUNUNG GUMITIR KABUPATEN JEMBER. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 10(1).
- Setiyowati, A. J., Indreswari, H., & Simon, I. M. (2019). KEMAMPUAN GURU SDN KARANG BESUKI II DAN III KOTA MALANG DALAM MENANGANI PERILAKU SISWA SECARA TEPAT. *Abdimas Pedagogi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 66–76.
- Susyanti, D. W. (2013). POTENSI DESA MELALUI PARIWISATA PEDESAAN. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 33–36. <https://doi.org/10.32722/eb.v12i1.650>
- Tamsuri, A. (2022). LITERATUR REVIEW PENGGUNAAN METODE KIRKPATRICK UNTUK EVALUASI PELATIHANDI INDONESIA. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(8). <https://doi.org/DOI: 10.47492/jip.v2i8.1154>
- Thabrani, T., & Sidiq, S. S. (2018). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI SOVENIR DI OBJEK WISATA TANJUNG LAPIN DESA TANJUNG PINANG KECAMATAN RUPAT UTARA. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik*, 5(1), 1–12.
- Wardani, T. I. (2013). KEEFEKTIFAN PEMBELAJARAN MULTIMEDIA DENGAN LOKAKARYA MODEL KOOPERATIF TIPE JIGSAW DAN TIPE INVESTIGASI KELOMPOK UNTUK MENENTUKAN KELOMPOK BERPRESTASI TERBAIK DENGAN METODE TOPSIS. *Universitas Diponegoro*.