

Penguatan Ekonomi Kreatif Masyarakat Melayu Melalui Diversifikasi Produk Kopi: Untuk Peningkatan Daya Saing Global

Khodijah Ishak^{1*}, Muhammad Isa Selamat¹, Heryadi¹, Yetma Sari¹, Nurul Hidayah¹, Tria Rahma¹, Riski Ramadhan¹, Hainnuraqma Rahim², Saiful Bakhri³, Narong Hassanee⁴, Rosidi⁵, Winarto Eka Wahyudi⁶

¹Program Studi Ekonomi Syariah, Institut Syariah Negeri Junjungan Bengkalis, Riau, Indonesia

²Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universiti Teknologi MARA, Melaka, Malaysia

³Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Nahdlatul Ulama Pasuruan, Pasuruan, Indonesia

⁴Program Studi Ekonomi Keuangan dan Perbankan, Universitas Fatoni, Thailand

⁵Program Studi Ilmu Tasawuf, Institut Al Fithrah Surabaya, Surabaya, Indonesia

⁶Program Studi Pendidikan Agama Islam, Universitas Islam Lamongan, Lamongan, Indonesia

Article Information

Article history:

Received Februari 5, 2026

Approved Februari 19, 2026

Keywords:

Ekonomi Kreatif;
Masyarakat Melayu;
Diversifikasi Produk Kopi;
Daya Saing

ABSTRAK

Diversifikasi produk kopi merupakan upaya pengembangan varian produk kopi dengan inovasi rasa, kemasan, dan metode pengolahan guna menciptakan nilai tambah serta meningkatkan daya saing produk kopi di pasar lokal maupun internasional. Pengabdian masyarakat ini bertujuan memperkuat ekonomi kreatif masyarakat Melayu melalui pelatihan diversifikasi produk kopi sebagai strategi untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk kopi lokal. Metode pelaksanaan pengabdian menggunakan pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) yang berorientasi pada pemberdayaan aset dan potensi lokal masyarakat. Tahapan pelaksanaan meliputi identifikasi aset, perencanaan visi bersama, perancangan program pelatihan, implementasi workshop dan praktik produksi, serta pendampingan berkelanjutan sampai evaluasi hasil produksi dan pemasaran. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan signifikan dalam kapasitas produksi dan inovasi produk kopi dengan varian cita rasa khas Melayu yang diterima positif oleh pelaku usaha dan konsumen. Selain itu, pelatihan pemasaran digital dan pengemasan ramah lingkungan berhasil memperluas akses pasar hingga tingkat nasional dan internasional. Kolaborasi multidisipliner antara perguruan tinggi dan komunitas memperkuat sinergi dalam transfer ilmu dan teknologi yang mendukung keberlanjutan usaha kopi berbasis ekonomi kreatif. Program ini memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat posisi produk kopi lokal di pasar global sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

© 2025 JGEN

*Corresponding author email: khodijah@isnjbengkalis.ac.id

PENDAHULUAN

Bisnis kopi global menunjukkan pertumbuhan pesat dan menjadi salah satu komoditas strategis dalam perdagangan internasional. Indonesia sebagai salah satu produsen kopi terbesar dunia mencatat produksi mencapai 793,19 ribu ton pada tahun 2022, dengan dominasi perkebunan rakyat yang berkontribusi lebih dari 90% terhadap total produksi nasional (Nugroho et al., 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa sektor kopi memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat, khususnya pada tingkat lokal. Selain nilai ekonominya, kopi juga memiliki nilai sosial dan budaya yang kuat, terutama dalam komunitas masyarakat Melayu yang menjadikan kopi sebagai bagian dari identitas budaya dan aktivitas sosial sehari-hari.

Ekonomi kreatif menjadi salah satu pendekatan strategis dalam meningkatkan nilai tambah komoditas lokal melalui inovasi produk, pengembangan desain, dan strategi pemasaran berbasis potensi budaya (Faizah, 2022; Wulansari et al., 2024). Dalam konteks masyarakat Melayu, kopi tidak hanya diproduksi sebagai komoditas konsumsi, tetapi juga memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi produk kreatif yang bernilai ekonomi tinggi. Namun, pelaku usaha kopi lokal masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan inovasi produk, rendahnya keterampilan dalam pengolahan dan pengemasan, serta keterbatasan akses pemasaran yang lebih luas. Kondisi ini menyebabkan produk kopi lokal belum mampu bersaing secara optimal di pasar nasional maupun internasional.

Diversifikasi produk kopi merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing melalui pengembangan varian rasa, teknik pengolahan, dan desain kemasan yang inovatif (Hani et al., 2022; Sakila et al., 2023). Diversifikasi tidak hanya meningkatkan nilai tambah produk, tetapi juga memperluas peluang pasar dan memperkuat identitas produk berbasis kearifan lokal. Namun, proses diversifikasi memerlukan pengetahuan dan keterampilan yang memadai, sehingga pelatihan dan pendampingan menjadi faktor penting dalam mendukung peningkatan kapasitas pelaku usaha kopi lokal.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada penguatan kapasitas pelaku usaha kopi melalui pendekatan pemberdayaan berbasis potensi lokal. Pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) digunakan untuk mengoptimalkan aset, keterampilan, dan potensi yang dimiliki masyarakat sebagai dasar pengembangan usaha secara berkelanjutan. Melalui pendekatan ini, masyarakat tidak hanya menjadi objek, tetapi juga menjadi subjek utama dalam proses pengembangan ekonomi kreatif.

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat ekonomi kreatif masyarakat Melayu melalui pelatihan diversifikasi produk kopi, peningkatan keterampilan produksi, inovasi produk, serta pengembangan strategi pemasaran. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan daya saing produk kopi lokal, memperluas akses pasar, serta mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD), yaitu metode pemberdayaan masyarakat yang berfokus pada pemanfaatan aset, potensi, dan kekuatan lokal yang dimiliki komunitas sebagai dasar pengembangan ekonomi secara berkelanjutan (Kharisma Yulian & Mustofa, 2025). Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kemandirian masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal tanpa bergantung pada bantuan eksternal.

Sasaran kegiatan pengabdian ini adalah masyarakat Melayu, khususnya pelaku usaha kopi di wilayah Fatoni, Thailand, yang memiliki potensi dalam pengembangan produk kopi namun masih menghadapi keterbatasan dalam inovasi produk, pengolahan, dan pemasaran. Kegiatan ini dilaksanakan secara kolaboratif oleh tim dosen dan mahasiswa dari beberapa perguruan tinggi, yaitu Institut Syariah Negeri Junjungan Bengkalis, Universitas Teknologi MARA (UiTM) Melaka, Universitas Fatoni Thailand, Universitas Nahdlatul Ulama Pasuruan, Universitas Islam Lamongan, dan Institut Al Fithrah Surabaya. Mahasiswa Universitas Fatoni dilibatkan sebagai pendamping dan fasilitator dalam proses pelaksanaan program.

Pelaksanaan kegiatan menggunakan tahapan pendekatan ABCD sebagai berikut:

1. Tahap *Discovery* (Identifikasi Aset)

Pada tahap ini dilakukan pemetaan aset dan potensi yang dimiliki oleh masyarakat Melayu, khususnya pelaku usaha kopi. Identifikasi meliputi sumber daya manusia, keterampilan pengolahan kopi, ketersediaan bahan baku lokal, jaringan sosial, serta potensi budaya lokal yang dapat menjadi keunggulan produk. Pengumpulan data dilakukan secara partisipatif melalui observasi lapangan, wawancara dengan pelaku usaha, *Focus Group Discussion* (FGD), dan dokumentasi. Tahap ini bertujuan untuk mengenali kekuatan komunitas sebagai dasar dalam pengembangan diversifikasi produk kopi.

2. Tahap *Dream* (Perumusan Visi Bersama)

Pada tahap ini, masyarakat dilibatkan secara aktif dalam merumuskan visi dan harapan terkait pengembangan usaha kopi melalui diversifikasi produk. Diskusi partisipatif dilakukan untuk menggali aspirasi masyarakat dalam menciptakan inovasi produk kopi, pengembangan kemasan yang menarik, serta perluasan akses pasar baik lokal maupun internasional.

3. Tahap *Design* (Perancangan Program)

Berdasarkan hasil identifikasi aset dan visi komunitas, tim pengabdian merancang program pelatihan yang difokuskan pada peningkatan kapasitas masyarakat dalam diversifikasi produk kopi. Materi pelatihan meliputi teknik pengolahan kopi modern, inovasi produk berbasis cita rasa lokal Melayu, desain kemasan, serta strategi pemasaran digital. Program dirancang secara partisipatif dengan melibatkan masyarakat agar sesuai dengan kebutuhan dan potensi lokal.

4. Tahap *Destiny* (Implementasi dan Pendampingan)

Tahap ini merupakan pelaksanaan program pelatihan melalui workshop, praktik langsung, dan pendampingan berkelanjutan. Masyarakat diberikan pelatihan tentang

teknik diversifikasi produk kopi, pengemasan, dan pemasaran. Tim pengabdian, termasuk dosen dan mahasiswa sebagai pendamping, memberikan bimbingan teknis dan manajerial untuk memastikan masyarakat mampu menerapkan keterampilan yang diperoleh secara mandiri.

5. Tahap Evaluasi dan Keberlanjutan

Evaluasi dilakukan untuk menilai peningkatan kapasitas masyarakat dalam diversifikasi produk kopi, kualitas produk yang dihasilkan, serta kemampuan pemasaran. Evaluasi dilakukan melalui observasi, diskusi, dan penilaian hasil produk. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk perbaikan program dan pengembangan kegiatan lanjutan guna memastikan keberlanjutan usaha kopi berbasis ekonomi kreatif masyarakat Melayu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada tanggal 26 Juni 2025 di Fatoni University, Thailand, merupakan program pemberdayaan yang bertujuan memperkuat ekonomi kreatif masyarakat Melayu melalui diversifikasi produk kopi. Kegiatan ini melibatkan kolaborasi multidisipliner antara dosen dan mahasiswa dari Institut Syariah Negeri Junjungan Bengkalis, Universitas Teknologi MARA (UiTM) Melaka, Universitas Fatoni Thailand, Universitas Nahdlatul Ulama Pasuruan, Universitas Islam Lamongan, dan Institut Al Fithrah Surabaya. Sasaran utama kegiatan ini adalah masyarakat Melayu, khususnya pelaku usaha kopi, yang memiliki potensi dalam pengembangan produk kopi namun masih menghadapi keterbatasan dalam inovasi produk, pengolahan, dan pemasaran.

Pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) yang digunakan dalam kegiatan ini terbukti efektif dalam mengidentifikasi, memberdayakan, dan mengoptimalkan aset lokal yang dimiliki masyarakat Melayu. Pendekatan ini berfokus pada penguatan potensi internal komunitas, seperti ketersediaan sumber daya alam berupa lahan kopi yang produktif, keterampilan tradisional dalam pengolahan kopi, serta jaringan sosial yang kuat. Dengan memanfaatkan aset yang telah dimiliki, proses pemberdayaan masyarakat menjadi lebih partisipatif, berkelanjutan, dan berbasis pada kapasitas lokal, sehingga mampu memperkuat fondasi ekonomi kreatif masyarakat secara mandiri.

1. Identifikasi dan Optimalisasi Aset Lokal Masyarakat Melayu

Tahap awal kegiatan difokuskan pada identifikasi aset dan potensi yang dimiliki oleh masyarakat Melayu sebagai dasar pengembangan diversifikasi produk kopi. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa masyarakat memiliki berbagai aset strategis, antara lain ketersediaan bahan baku kopi lokal berkualitas, pengalaman dalam pengolahan kopi secara tradisional, serta nilai budaya Melayu yang dapat diintegrasikan sebagai identitas produk. Selain itu, masyarakat juga memiliki potensi sosial berupa jaringan komunitas yang kuat, yang mendukung proses kolaborasi dan pengembangan usaha secara kolektif. Potensi ini menjadi modal penting dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis kopi. Pendekatan ABCD memungkinkan masyarakat untuk mengenali kekuatan yang dimiliki, sehingga program pelatihan yang dilaksanakan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kapasitas komunitas.

2. Peningkatan Kapasitas dan Keterampilan Masyarakat Dalam Pengolahan Kopi

Pelatihan yang dilaksanakan memberikan peningkatan signifikan terhadap kapasitas dan keterampilan masyarakat dalam pengolahan kopi. Masyarakat diperkenalkan pada berbagai aspek teknis pengolahan kopi modern, mulai dari pemilihan biji kopi berkualitas, teknik roasting yang tepat, hingga metode penyeduhan yang sesuai dengan standar kualitas produk kopi modern. Selain itu, masyarakat juga diberikan pemahaman mengenai karakteristik berbagai jenis kopi, seperti *Coffea arabika* dan *Coffea robusta*, termasuk perbedaan cita rasa, aroma, dan potensi pasar masing-masing varietas. Pengetahuan ini membantu masyarakat dalam memilih bahan baku yang tepat sesuai dengan kebutuhan pasar, sehingga mampu menghasilkan produk yang berkualitas dan kompetitif. Pelatihan juga mencakup teknik pengemasan produk yang menarik dan ramah lingkungan. Pengemasan dirancang untuk tidak hanya menjaga kualitas produk, tetapi juga meningkatkan nilai estetika dan daya tarik produk di pasar. Integrasi unsur budaya Melayu dalam desain kemasan menjadi salah satu strategi untuk memperkuat identitas produk dan meningkatkan nilai tambah.

3. Diversifikasi Produk Kopi sebagai Strategi Penguatan Ekonomi Kreatif

Salah satu hasil utama kegiatan pengabdian ini adalah keberhasilan masyarakat dalam mengembangkan diversifikasi produk kopi. Melalui pelatihan dan pendampingan, masyarakat mampu menciptakan berbagai varian produk kopi yang inovatif, seperti kopi dengan modifikasi rasa, kopi siap saji, serta pengembangan produk kopi dengan karakteristik cita rasa khas Melayu. Diversifikasi produk ini memberikan nilai tambah yang signifikan terhadap produk kopi lokal. Inovasi yang dilakukan memungkinkan masyarakat untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing produk di pasar nasional maupun internasional. Produk kopi yang dihasilkan tidak hanya memiliki kualitas yang baik, tetapi juga memiliki identitas budaya yang kuat sebagai produk khas masyarakat Melayu. Selain itu, diversifikasi produk juga membuka peluang pengembangan usaha baru dan meningkatkan potensi pendapatan masyarakat. Dengan adanya inovasi produk, masyarakat tidak lagi bergantung pada produk kopi konvensional, tetapi mampu mengembangkan produk yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi.

4. Penguatan Strategi Pemasaran dan *Branding* Produk Kopi

Selain peningkatan kapasitas produksi, kegiatan pengabdian ini juga memberikan pelatihan dalam bidang pemasaran dan branding produk. Masyarakat diperkenalkan pada strategi pemasaran modern berbasis digital, seperti pemanfaatan media sosial dan platform *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan masyarakat untuk memasarkan produk secara lebih efektif dan efisien. Strategi ini membantu meningkatkan visibilitas produk kopi masyarakat Melayu di pasar yang lebih luas, termasuk pasar nasional dan internasional. Selain itu, penguatan branding produk dengan menonjolkan nilai budaya Melayu menjadi strategi penting dalam menciptakan diferensiasi produk di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Penguatan aspek pemasaran dan branding ini memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan daya saing produk kopi lokal. Produk kopi tidak hanya

dikembangkan dari aspek kualitas, tetapi juga dari aspek pemasaran dan identitas produk.

5. Dampak Program Terhadap Penguatan Ekonomi Kreatif Masyarakat Melayu

Kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif yang signifikan terhadap penguatan ekonomi kreatif masyarakat Melayu. Peningkatan kapasitas masyarakat dalam pengolahan dan diversifikasi produk kopi berkontribusi langsung terhadap peningkatan kualitas dan nilai tambah produk. Selain itu, peningkatan keterampilan dalam pemasaran dan branding membantu masyarakat dalam memperluas akses pasar dan meningkatkan peluang usaha. Pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan memperkuat kemampuan masyarakat dalam mengelola usaha kopi secara mandiri dan profesional. Kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat juga memberikan kontribusi penting dalam proses transfer ilmu pengetahuan dan teknologi. Peran dosen dan mahasiswa sebagai fasilitator dan pendamping membantu masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis inovasi dan ekonomi kreatif. Program ini tidak hanya meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat, tetapi juga memperkuat identitas budaya Melayu melalui pengembangan produk kopi yang berbasis pada nilai budaya lokal. Hal ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif dapat menjadi strategi efektif dalam pemberdayaan masyarakat dan penguatan ekonomi lokal.

6. Tantangan dan Keberlanjutan Program

Meskipun kegiatan pengabdian ini menunjukkan hasil yang positif, masih terdapat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan, antara lain keterbatasan modal usaha, kebutuhan pendampingan berkelanjutan, serta perlunya peningkatan akses pasar yang lebih luas. Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan sinergi yang berkelanjutan antara perguruan tinggi, masyarakat, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya. Pendampingan lanjutan dan penguatan kapasitas masyarakat secara berkelanjutan menjadi faktor penting dalam memastikan keberhasilan program dalam jangka panjang. Pendekatan ABCD yang digunakan dalam kegiatan ini terbukti efektif dalam memberdayakan masyarakat dengan memanfaatkan potensi lokal yang dimiliki. Model pemberdayaan ini dapat menjadi contoh bagi pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas di wilayah lain. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa diversifikasi produk kopi dan penguatan kapasitas masyarakat merupakan strategi yang efektif dalam memperkuat ekonomi kreatif masyarakat Melayu. Program ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan daya saing produk kopi lokal sekaligus mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.



Gambar 1. Pelatihan Pembuatan Kopi



Gambar 2. Produk Kopi di Fatoni Roastery Universitas Fattoni Thailand

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat melalui pelatihan diversifikasi produk kopi dengan pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) terbukti efektif dalam memperkuat ekonomi kreatif masyarakat Melayu, khususnya pelaku usaha kopi lokal. Pendekatan berbasis aset lokal mampu mengoptimalkan potensi sumber daya alam, keterampilan tradisional, dan jejaring sosial sebagai fondasi pengembangan usaha yang berkelanjutan. Kegiatan pelatihan dan pendampingan berhasil meningkatkan kapasitas produksi, inovasi produk kopi dengan varian cita rasa khas Melayu, serta kemampuan pemasaran, termasuk pemanfaatan pemasaran digital untuk memperluas akses pasar. Selain itu, kolaborasi antara perguruan tinggi dan komunitas memberikan kontribusi signifikan dalam transfer ilmu pengetahuan dan teknologi secara aplikatif, sehingga mendukung peningkatan kualitas produk dan daya saing di pasar nasional maupun

internasional. Meskipun masih terdapat tantangan seperti keterbatasan modal dan kebutuhan pendampingan berkelanjutan, sinergi antara pelaku usaha, perguruan tinggi, dan pemangku kepentingan menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan program. Dengan demikian, program ini tidak hanya meningkatkan daya saing produk kopi lokal, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara mandiri dan berkelanjutan, serta berpotensi direplikasi pada komunitas lain yang memiliki karakteristik dan potensi serupa.

Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan pelatihan penguatan ekonomi kreatif masyarakat Melayu melalui diversifikasi produk kopi, beberapa saran penting dapat diberikan untuk mendukung keberlanjutan dan keberhasilan program. Pertama, diperlukan pendampingan dan pelatihan berkelanjutan bagi pelaku usaha kopi agar terus meningkatkan kemampuan teknis, inovasi produk, serta strategi pemasaran digital sesuai dinamika pasar global yang terus berkembang. Kedua, akses terhadap modal usaha perlu difasilitasi dengan lebih mudah dan terjangkau, khususnya bagi pelaku usaha mikro dan kecil, agar inovasi dan diversifikasi produk dapat lebih optimal tanpa kendala pembiayaan. Ketiga, sinergi kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah, serta pelaku usaha harus terus diperkuat dan diperluas untuk mempercepat transfer teknologi, memperbaiki kualitas produk, dan memperluas jaringan pasar. Keempat, pengembangan pemasaran digital, termasuk pelatihan pengelolaan platform *e-commerce* dan media sosial, harus menjadi prioritas agar produk kopi lokal dapat diterima luas oleh pasar nasional dan internasional. Kelima, model pemberdayaan berbasis *Asset Based Community Development* (ABCD) ini perlu direplikasi dan dikembangkan di wilayah lain dengan potensi serupa untuk mendorong pemberdayaan komunitas melalui pendekatan yang berfokus pada kekuatan lokal dan kemandirian masyarakat secara menyeluruh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) Institut Syariah Negeri Junjungan Bengkalis atas dukungan dan fasilitas yang diberikan, sehingga pelaksanaan program pengabdian ini dapat berjalan dengan lancar dan sukses. Ucapan terima kasih juga kami berikan kepada seluruh anggota tim pengabdian dari Institut Syariah Negeri Junjungan Bengkalis, Universitas Teknologi MARA (UiTM) Melaka, Universitas Fatoni Thailand, Universitas Nahdlatul Ulama Pasuruan, Universitas Islam Lamongan, dan Institut Al Fithrah Surabaya atas kerja keras, dedikasi, dan kerjasama yang sangat baik selama proses pelaksanaan kegiatan. Kontribusi dan sinergi antar institusi ini sangat berarti dalam mewujudkan tujuan penguatan ekonomi kreatif masyarakat Melayu melalui diversifikasi produk kopi untuk meningkatkan daya saing lokal dan internasional. Terima kasih juga kami sampaikan kepada masyarakat dan pelaku usaha di komunitas Melayu yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan kepercayaan kepada kami dalam menjalankan program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Albert, A., Susanto, A., Kosasih, H., Roseline, R., & Nasib, N. (2025). Strategi promosi dan pelestarian produk lokal kopi Sidikalang melalui pemberdayaan masyarakat berbasis digital dan kearifan lokal. *Kreatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(3), 100–108. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v5i3.7935>
- Amalia, E., Aurora, D., Mikasari, M., Rais, S., & Arieta, S. (n.d.). Strategi branding kopi Sekanak “Kopi Para Raja.”
- Azizs, A. (2022). Strategi usaha kecil dan menengah (UKM) berbasis ekonomi kreatif pengolahan kopi Kabupaten Aceh Tengah.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Indonesia 2024*. Badan Pusat Statistik.
- Asyahidda, F. N., Nurbayani, S. K., & Nur, M. (n.d.). Strategi optimalisasi inklusi ekonomi melalui pendekatan asset-based community development. Retrieved from <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/skie>
- Faizah, H. (2022). The role of Malay culture in promoting a creative economy in the era of Society 5.0. *Literacy: International Scientific Journals of Social, Education and Humaniora*, 1(2). Retrieved from <http://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/Literacy>
- Firdaus, R. F., & Fasa, M. I. (n.d.). Analisis strategi pemasaran digital pada perusahaan e-commerce di Indonesia: Studi kasus pada TikTok Shop. Retrieved from <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/mj>
- Hani, F. N., Agustin, R., Quwaturrohman, R., Sandori, A., Nurjanati, N. E., Farkhani, M. T., & Raharja, M. C. (2022). Strategi diversifikasi produk kopi Sikadu di Kecamatan Mrebet Kabupaten Purbalingga dalam meningkatkan volume penjualan. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi (JEBA)*, 24.
- Hendarsyah, D. (2020). Peran ekonomi digital dalam pemulihan ekonomi dampak COVID-19 di Indonesia.
- Kharisma, Y., & Mustofa, A. A. (2025). Pendampingan petani kopi oleh mahasiswa KKN UIN Saizu Purwokerto: Strategi meningkatkan daya saing kopi Desa Mlaya, Banjarnegara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(1), 42–50.
- Khodijah, I., & Selama, M. I. (2025). Pengembangan industri kreatif tenun songket berbasis potensi budaya lokal di Desa Sebauk dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Khidmah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 16–26.
- Kurniawati, D., Retnowati, N., Anggraeni, O. J., Djamali, R. A., Dhamayanthi, W., & Kustiari, T. (2024). Diversifikasi olahan produk kopi menjadi kerupuk kopi pada UMKM. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 9(1). <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v9i1.4653>
- Nugroho, S., Maulana, R. A., Pusparani, A. M., & Wati, D. R. (2025). Peramalan produksi, volume ekspor, dan nilai ekspor kopi Indonesia tahun 2025–2035. *Jago Tolis: Jurnal Agrokompleks Tolis*, 5(2), 178–185. <https://doi.org/10.56630/jago.v5i2.764>
- Amalia, E., Rais, S., & Arieta, S. (n.d.). Kajian fenomenologi budaya “mengopi” dalam mengangkat pamor kopi lokal Sekanak Kopi Para Raja.
- Amalia, E., Rais, S., & Arieta, S. (n.d.). Kedai kopi sebagai ruang sosial budaya: Studi tentang tradisi mengopi di Kedai Kopi Ameng.

- Saputra, R., & Pulungan, F. A. P. (2024). Proyek pemasaran digital di sosial media dan e-commerce melalui pembuatan content marketing dan advertising campaign untuk meningkatkan brand awareness Racabel. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(5), 149–163. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i5.1292>
- Rifatunnisa, M. (2024). Memajukan perekonomian melalui ekonomi kreatif berbasis komunitas lokal. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ)*, 2. Retrieved from <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index>
- Sakila, S., Wirastuti, W., & Adda, H. W. (2023). Diversifikasi produk olahan kopi menjadi sabun kopi (Sapo Coffea). *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 53–62. <https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v1i2.174>
- Selamat, M. I., & Ishak, K. (2025). Permainan congkak sebagai penguatan ekonomi berbasis warisan budaya lokal. *Khidmah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 32–38. <https://doi.org/10.46367/khidmah.v2i1.2420>
- Wulansari, D., Sukatmadiredja, N., Merary, S., & Benitez, R. (2024). Development of creative industries based on local wisdom as a driver of the tourism industry. *AAMAMA*, 27, 97–109. <https://doi.org/10.30649/aamama.v27i2.265>