

Pengembangan Produk Macaron dengan Cita Rasa Kopi sebagai Komoditas Unggulan dengan Gaya Milenial

Abdurahman Hamid ^{1*}, Asmaun ², Muhammad Syarifuddin Rahman ³,
Agusalim Juhari ⁴, Syarifuddin ⁵

¹⁻⁵ Universitas Negeri Makassar

* abdurahman.hamid@unm.ac.id

Abstrak

Di era modern, mahasiswa dituntut untuk tidak hanya unggul dalam akademik, tetapi juga memiliki semangat kewirausahaan yang kuat. Inovasi menjadi kunci dalam menghadapi tantangan ekonomi dengan menciptakan peluang kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Program Kompetisi Kampus Merdeka (PKKM) hadir sebagai wadah bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan wirausaha melalui inovasi berbasis potensi lokal. Salah satu peluang usaha yang potensial adalah inovasi macaron berbahan dasar kopi, yang masih terbatas penggunaannya dalam produk konvensional. PopCrunch dikembangkan sebagai solusi inovatif dengan berbagai varian rasa khas, kemasan menarik, dan strategi pemasaran digital yang menyasar generasi muda. Artikel ini membahas bagaimana inovasi kopi dapat menjadi sarana efektif dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui PKKM, serta menganalisis peluang bisnisnya untuk memberikan inspirasi bagi mahasiswa dalam membangun usaha kecil dengan prospek pertumbuhan yang menjanjikan.

Kata Kunci: Inovasi, Kopi, Kewirausahaan

Pendahuluan

Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan di Indonesia yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Sebagai negara penghasil kopi terbesar keempat di dunia, Indonesia memiliki beragam jenis kopi dengan cita rasa khas yang diakui secara global. Keberagaman ini menjadikan kopi sebagai produk yang tidak hanya dikonsumsi dalam bentuk minuman, tetapi juga diolah menjadi berbagai produk kuliner. Namun, pengolahan kopi dalam bentuk makanan olahan masih belum berkembang secara optimal, terutama dalam sektor pastry modern. Kopi merupakan salah satu tanaman yang banyak dibudidayakan di Indonesia dan dijadikan sebagai makanan pokok oleh beberapa masyarakat Indonesia dan belahan lain di dunia, selain beras atau padi (Rahmat et al., 2021).

Di sisi lain, tren konsumsi kopi di Indonesia mengalami peningkatan, terutama di kalangan generasi milenial. Generasi ini memiliki preferensi terhadap produk makanan dan minuman yang tidak hanya enak, tetapi juga memiliki nilai estetika dan daya tarik visual yang kuat. Salah satu jenis pastry yang diminati oleh kalangan milenial adalah macaron. Dengan bentuknya yang unik, warna-warni menarik, dan tekstur lembut, macaron menjadi camilan yang banyak digemari.

Namun, di Indonesia, inovasi produk macaron dengan cita rasa kopi masih terbatas. Sebagian besar macaron yang beredar di pasaran didominasi oleh rasa klasik seperti vanila, cokelat, dan stroberi. Padahal, potensi kopi sebagai bahan utama dalam pengembangan macaron sangat besar, mengingat popularitasnya di kalangan masyarakat luas. Oleh karena itu, pengembangan macaron dengan cita rasa kopi sebagai komoditas unggulan dapat menjadi solusi inovatif untuk mengangkat nilai kopi Indonesia.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa inovasi dalam produk berbasis kopi dapat meningkatkan nilai tambah serta daya saing produk di pasar. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Suparman et al., 2025), diversifikasi produk berbasis kopi memiliki dampak positif terhadap peningkatan nilai jual dan daya tarik konsumen. Selain itu, penelitian oleh (Selvi & Ningrum, 2020) juga menyatakan bahwa tren konsumsi kopi tidak hanya terbatas pada minuman, tetapi juga dalam berbagai bentuk makanan olahan. Penelitian lain oleh (Putri, 2022) menunjukkan bahwa integrasi kopi dalam produk bakery dapat meningkatkan minat beli konsumen, terutama ketika dikombinasikan dengan strategi pemasaran digital yang efektif. Sementara itu, studi oleh (Prabowo, 2021) menyoroti bahwa penggunaan bahan baku kopi dalam pastry dapat menciptakan profil rasa yang lebih kompleks dan menarik bagi konsumen.

Meskipun memiliki potensi besar, pengembangan produk macaron berbasis kopi masih menghadapi beberapa tantangan. Salah satu kendala utama adalah minimnya pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha, terutama di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dalam mengolah kopi menjadi produk pastry yang inovatif. Banyak UMKM yang masih berfokus pada produk kopi konvensional dan belum memiliki akses terhadap teknik pembuatan macaron yang berkualitas.

Selain itu, faktor pemasaran juga menjadi tantangan tersendiri. Produk berbasis kopi yang dikembangkan dalam bentuk pastry perlu memiliki strategi pemasaran yang sesuai dengan preferensi pasar, khususnya generasi milenial. Generasi ini cenderung lebih tertarik pada produk yang memiliki estetika menarik, kemasan inovatif, serta strategi pemasaran digital yang kuat melalui media sosial.

Dengan adanya tantangan tersebut, diperlukan upaya untuk mengembangkan produk macaron berbasis kopi dengan pendekatan yang tepat. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah memberikan pelatihan kepada UMKM dalam teknik pembuatan macaron dengan cita rasa kopi. Pelatihan ini akan membantu meningkatkan keterampilan pelaku usaha dalam menciptakan produk inovatif yang memiliki nilai jual tinggi.

Selain pelatihan, pengembangan strategi pemasaran juga menjadi aspek penting dalam meningkatkan daya saing produk. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Warda et al., 2023) strategi pemasaran digital dapat meningkatkan jangkauan produk hingga 70% lebih luas dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional. Oleh karena itu, penerapan pemasaran berbasis media sosial, kerja sama dengan influencer, serta desain kemasan yang menarik dapat menjadi faktor kunci dalam kesuksesan produk macaron berbasis kopi.

Lebih lanjut, inovasi dalam formulasi macaron berbasis kopi juga menjadi hal yang perlu diperhatikan. Pemilihan jenis kopi yang tepat, kombinasi bahan yang seimbang, serta teknik pembuatan yang sesuai akan menentukan kualitas akhir dari produk. Penelitian oleh (Prabowo, 2021) menunjukkan bahwa pemanfaatan kopi dalam produk

bakery dapat memberikan cita rasa unik yang disukai oleh konsumen jika dikombinasikan dengan teknik yang tepat.

Dengan mempertimbangkan berbagai faktor tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan produk macaron berbasis kopi sebagai inovasi kuliner yang sesuai dengan selera generasi milenial. Program ini akan melibatkan berbagai pihak, termasuk pelaku UMKM, ahli pastry, serta pakar kopi dalam proses pengembangan dan implementasi.

Kegiatan ini juga diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan nilai ekonomi kopi sebagai komoditas unggulan. Dengan menghadirkan produk inovatif, para pelaku usaha kopi dapat memperluas pasar mereka dan meningkatkan daya saing di industri kuliner. Selain itu, produk macaron berbasis kopi ini juga dapat menjadi ikon baru dalam tren konsumsi kopi di Indonesia. Jiwa kewirausahaan bahkan mulai diperkenalkan sejak tingkat pendidikan pra-universitas sebagai salah satu kualitas penting bagi siswa (Miço & Cungu, 2023). Kemampuan inovasi menjadi kunci untuk menghadapi tantangan ekonomi. Inovasi mendorong pertumbuhan ekonomi yang dinamis dan berkelanjutan melalui peningkatan produktivitas, bertambahnya peluang kerja, dan pertumbuhan ekonomi yang positif (Aidhi et al., 2023).

Secara lebih luas, program ini tidak hanya berfokus pada aspek kuliner, tetapi juga pada pemberdayaan ekonomi masyarakat. Dengan memberikan keterampilan baru kepada pelaku UMKM, mereka dapat memiliki peluang bisnis yang lebih luas dan berkelanjutan. Sejalan dengan penelitian oleh Hutomo & Padmantyo (2025), pelatihan dan inovasi dalam produk makanan dapat meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha kecil dan menengah.

Oleh karena itu, melalui kegiatan ini, diharapkan dapat tercipta sinergi antara pengolahan kopi dan inovasi produk pastry yang mampu menarik minat konsumen milenial. Dengan demikian, kopi tidak hanya dikonsumsi sebagai minuman, tetapi juga sebagai bahan utama dalam kreasi kuliner yang lebih variatif. Mahasiswa diberi kesempatan untuk berpartisipasi dalam kegiatan kreatif dalam bidang ilmu yang ditekuni mereka untuk mempersiapkan diri mereka menjadi pemimpin yang cerdas, wirausahawan, mandiri, dan mereka juga diberi kesempatan untuk membangun tim kerja sama, mengembangkan, menerapkan kemampuan, keahlian, sikap, serta tanggung jawab mereka (Hasanah & Ratumbuysang, 2017).

Dalam jangka panjang, pengembangan macaron berbasis kopi ini juga berpotensi untuk dikembangkan dalam skala yang lebih besar, baik di tingkat nasional maupun internasional. Dengan strategi yang tepat, produk ini dapat menjadi salah satu daya tarik kuliner khas Indonesia yang memiliki nilai jual tinggi di pasar global.

Melalui pendekatan yang terstruktur dan berbasis riset, program ini diharapkan dapat menjadi model dalam pengembangan produk berbasis kopi lainnya. Dengan demikian, inovasi dalam pengolahan kopi tidak hanya berhenti pada produk minuman, tetapi terus berkembang ke berbagai bentuk olahan lainnya yang memiliki daya tarik pasar.

Dengan semua aspek yang telah dipaparkan, program ini tidak hanya berfokus pada peningkatan nilai ekonomi kopi, tetapi juga pada aspek kreativitas dan inovasi dalam industri kuliner. Oleh karena itu, pengembangan macaron berbasis kopi ini dapat menjadi langkah strategis dalam mengangkat potensi kopi Indonesia ke tingkat yang lebih tinggi.

Metode Pelaksanaan

Adapun metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini berlokasi di Universitas Negeri Makassar waktu pelaksanaannya pada tahun 2024 tepatnya pada Jumat, 4 Oktober 2024. Sasaran pada kegiatan ini yaitu mahasiswa Jurusan Matematika FMIPA Universitas Negeri Makassar.

1. Pelatihan Pembuatan Macaron Berbasis Kopi

Kegiatan pertama yang akan dilakukan adalah pelatihan pembuatan macaron berbasis kopi bagi pelaku UMKM. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai teknik dasar pembuatan macaron yang berkualitas, mulai dari pemilihan bahan baku hingga teknik pemanggangan yang tepat. Peserta akan diberikan teori mengenai karakteristik kopi yang cocok digunakan dalam macaron serta cara mengolahnya agar tidak mengurangi kualitas produk akhir.

Selain teori, pelatihan ini juga mencakup sesi praktik langsung. Para peserta akan diajarkan langkah-langkah pembuatan macaron secara detail, termasuk teknik pencampuran bahan, proses pemanggangan, serta pembuatan isian berbasis kopi. Sesi ini akan dipandu oleh ahli pastry dan barista yang berpengalaman dalam mengolah kopi dalam produk bakery.

2. Pengembangan Strategi Pemasaran Digital dan Branding

Setelah peserta memiliki keterampilan dalam pembuatan macaron berbasis kopi, langkah berikutnya adalah pengembangan strategi pemasaran digital dan branding. Pemasaran digital menjadi aspek penting dalam menjangkau lebih banyak konsumen, terutama generasi milenial yang aktif di media sosial.

Kegiatan ini akan dimulai dengan pelatihan mengenai dasar-dasar pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial, fotografi produk, serta strategi branding. Peserta akan diajarkan cara mengambil foto produk yang menarik, menulis deskripsi yang persuasif, serta memilih platform yang tepat untuk promosi.

Branding juga menjadi faktor krusial dalam meningkatkan daya tarik produk. Peserta akan dibimbing dalam menciptakan identitas merek yang kuat, termasuk desain logo, pemilihan warna, dan penyusunan narasi merek yang mampu membangun koneksi dengan konsumen.

Dalam sesi praktik, peserta akan diminta untuk membuat konten promosi mereka sendiri. Setiap peserta akan mendapatkan kesempatan untuk mempresentasikan strategi pemasaran yang telah mereka rancang dan mendapatkan masukan dari para ahli.

Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan peserta dapat menerapkan strategi pemasaran digital dan branding yang efektif untuk meningkatkan penjualan serta membangun identitas produk macaron berbasis kopi mereka di pasar yang lebih luas.

Hasil dan Pembahasan

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan macaron berbasis kopi telah meningkatkan keterampilan teknis para pelaku UMKM. Para peserta dapat memahami dan menerapkan teknik dasar dalam pembuatan macaron dengan lebih baik. Selain itu, strategi pemasaran digital yang diajarkan memberikan dampak positif dalam memperluas jangkauan pasar produk mereka.

Dari segi pemasaran, peserta mampu menciptakan konten promosi yang lebih menarik dan sesuai dengan tren konsumen saat ini. Penerapan branding yang kuat juga memberikan identitas yang lebih jelas bagi produk macaron berbasis kopi, meningkatkan daya saing di pasar. Secara keseluruhan, program ini berhasil memberikan manfaat yang nyata bagi UMKM dalam meningkatkan keterampilan produksi serta strategi pemasaran produk inovatif mereka.

Tahap Persiapan

Ketua Program Studi memberikan informasi mengenai Program Kompetisi Kampus Merdeka (PKKM) ini. Beliau menyampaikan bahwa terdapat salah satu program dari Kampus Merdeka yang mampu mengasah skill wirausaha mahasiswa. Beliau juga menyampaikan bahwa Program Kompetisi Kampus Merdeka (PKKM) terintegrasi dengan maksimal 20 SKS yang selaras, seperti mata kuliah Kewirausahaan, Matematika Ekonomi, dan Kuliah Kerja Nyata (KKN). pendaftaran membutuhkan dokumen persyaratan seperti surat izin Orang Tua, surat rekomendasi, dan lain-lain. Pendaftaran Program Kompetisi Kampus Merdeka (PKKM) dilakukan melalui mendaftarkan diri pada program studi yang selanjutnya akan diseleksi secara internal. Kemudian. Mahasiswa Tim program yang dinyatakan lolos seleksi akan menerima surat keputusan penetapan sebagai Tim program dari Fakultas Matematika Dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Makassar.

Tahap Pelaksanaan

pada tahap pelaksanaan PKKM Kewirausahaan, kegiatan ini dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Negeri Makassar yang tergabung dalam Tim Kopi. Berbagai kegiatan dilakukan dalam pelaksanaan program kewirausahaan ini, di antaranya penyusunan proposal usaha, expo, dan bimbingan teknis.

1. Proposal Usaha

Salah satu kegiatan dalam program PKKM adalah pembuatan proposal usaha yang berisi ide wirausaha kami yang terstruktur dan terencana dengan baik. Didalamnya kami menuangkan secara terstruktur ide wirausaha kami sehingga terencana dengan baik dan memiliki arah yang jelas untuk dilaksanakan. Proposal ini mencakup berbagai aspek, mulai Identitas Wirausaha, Deskripsi Produk, Latar Belakang hingga, Analisis Konsumen Potensial, hingga Sumber Daya yang diuraikan lebih detail dalam sub-item.

2. Bimbingan Teknis

Bimbingan Teknis merupakan salah satu agenda khusus yang dilaksanakan oleh Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) yang dilaksanakan pada Agustus 2024 bertempat di Jurusan Matematika FMIPA UNM. Bimbingan Teknis ini bertujuan sebagai bentuk pengarahan dan

konsultasi untuk setiap tim dari dosen pembimbing lapangan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan dalam pelaksanaan teknis kegiatan.



Gambar 1. Bimbingan Teknis

3. Tahap Produksi

Dalam tahap produksi ini, ada berbagai kegiatan yang dilakukan mulai dari pembuatan desain produk yang menarik dan bagaimana pembuatan produknya. Di antaranya pembuatan desain produk, pembuatan produk.



Gambar 2. Desain dan Logo

Kami merancang kemasan dengan memperhatikan estetika. Kemasan yang menarik merupakan salah satu strategi untuk menarik minat konsumen agar membeli produk kami. Hal ini sejalan dengan hasil program pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh (Yuliani, 2020) terhadap UMKM di Kelurahan Kelayan, Banjarmasin, di mana kemasan modern dan desain label yang menarik terbukti mampu meningkatkan daya saing produk di pasar modern. Dalam kegiatan tersebut, UMKM didampingi untuk beralih dari kemasan sederhana ke standing pouch yang lebih profesional, disertai label yang dirancang secara visual menarik. Perubahan ini, bersama dengan perbaikan proses produksi dan perolehan sertifikasi keamanan pangan, berkontribusi pada meningkatnya minat konsumen terhadap produk seperti keripik tempe sagu, sehingga dapat menembus pasar yang lebih luas. Dengan demikian, aspek visual pada kemasan bukan hanya soal estetika, tetapi juga bagian penting dari strategi pemasaran dan peningkatan nilai jual produk.



Gambar 3. Proses Produksi

Sebagai tim kami, kami memahami bahwa macaron adalah kue kering Perancis yang memadukan dua kue bundar tipis dengan beragam isian seperti ganache, buttercream, atau selai. Kue ini terkenal dengan tekstur renyah di luar dan lembut di dalam, serta warna-warna cerah yang menarik. Dalam proses pembuatan, kami mengocok putih telur hingga berbusa dan mencampurkannya dengan gula pasir, almond flour, dan gula bubuk. Namun, kami mengalami kesulitan dalam menemukan resep yang sesuai untuk membentuk

macaron shell yang sempurna. Meskipun demikian, kami tetap berupaya untuk menghasilkan macaron yang lezat.

4. Tahap Promosi dan Penjualan Produk

Kami mempromosikan produk melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp, yang mudah diakses oleh berbagai kalangan. Langkah ini mempermudah kami dalam memperkenalkan popcorn dengan berbagai inovasi rasa kepada masyarakat luas. Strategi penjualan yang telah dirumuskan oleh tim kami untuk memasarkan produk macaron telah dipersiapkan secara menyeluruh dengan mempertimbangkan aspek biaya produksi, analisis pasar, dan penetapan harga. Produk macaron kami ditawarkan dengan harga yang bersaing dan menguntungkan, sejalan dengan perhatian terhadap kualitas produk dan identitas merek. Rencana penjualan mencakup aktivitas offline dan online, dengan fokus pada pemanfaatan media sosial. Kami juga memberikan perhatian khusus pada branding, promosi, serta pelayanan pelanggan yang ramah dan profesional guna memupuk loyalitas pelanggan.



Gambar 4. Penjualan Produk

5. Pembuatan Sertifikat Halal

Pembuatan sertifikat halal merupakan langkah krusial dalam upaya memastikan bahwa produk yang dihasilkan oleh prodi memenuhi standar syariah dan aman untuk dikonsumsi oleh masyarakat muslim. Kami sangat berharap proses pembuatan sertifikat halal yang sedang kami jalankan dapat segera rampung. Sertifikasi halal ini merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa produk yang kami hasilkan sesuai dengan standar syariah dan aman untuk dikonsumsi oleh masyarakat muslim. Kami percaya bahwa sertifikasi halal tidak hanya akan menjamin kehalalan produk, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk kami dan membuka akses pasar yang lebih luas.

6. Pembuatan Sertifikat BPOM

Pembuatan sertifikat BPOM merupakan langkah penting untuk menjamin keamanan, mutu, dan khasiat produk yang dihasilkan oleh program kewirausahaan ini. Kami sangat berharap proses pengurusan sertifikasi BPOM yang sedang kami jalankan dapat segera rampung. Sertifikasi BPOM merupakan bukti bahwa produk kami telah melalui proses evaluasi dan pengawasan ketat dari Badan Pengawas Obat dan Makanan, sehingga terjamin keamanannya untuk dikonsumsi masyarakat. Kami yakin bahwa sertifikasi ini

akan membuka akses pasar yang lebih luas, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memperkuat citra prodi sebagai lembaga yang memprioritaskan kesehatan dan keselamatan konsumen.

7. Pameran

Kegiatan Expo memberikan dampak yang berarti bagi tim wirausaha kami. Expo menjadi arena untuk menguji coba ide wirausaha kami dan melihat bagaimana respon pasar terhadap produk yang telah kami kembangkan. Kami dapat mengamati berbagai karakter pengunjung, memahami kebutuhan dan preferensi mereka, serta mempelajari strategi yang efektif untuk menawarkan produk kami. Melalui interaksi langsung dengan konsumen, kami dapat memperoleh umpan balik yang berharga untuk terus memperbaiki dan mengembangkan ide bisnis kami. Pengalaman ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis kami dalam berwirausaha, tetapi juga melatih kami untuk berpikir kreatif dan adaptif dalam menghadapi tantangan di lapangan. Expo menjadi wahana untuk mengasah kemampuan komunikasi, presentasi, dan negosiasi, yang sangat penting dalam dunia bisnis. Kami belajar untuk menjelaskan ide bisnis dengan jelas, menjawab pertanyaan dengan percaya diri, dan menawarkan produk dengan persuasif.



Gambar 5. Pameran Kewirausahaan

Kesimpulan

Program Kompetisi Kampus Merdeka (PKKM) merupakan program unggulan yang dirancang untuk melahirkan wirausahawan muda yang tangguh dan berdaya saing. Program ini membekali mahasiswa dengan kompetensi dan kemampuan yang dibutuhkan untuk membangun usaha yang sukses dan berdampak positif bagi masyarakat. PKKM mendorong mahasiswa untuk berpikir kreatif dan inovatif, mengelola sumber daya secara efektif, menciptakan nilai tambah, dan menghadapi tantangan dunia usaha yang dinamis. Melalui PKKM, mahasiswa mendapatkan pengalaman praktis dan kompetensi berwirausaha yang membekali mereka untuk siap terjun ke dunia usaha setelah lulus. Program ini diharapkan dapat menghasilkan banyak pengusaha muda yang siap membuka lapangan kerja baru, mendorong kemandirian ekonomi bangsa, dan melahirkan individu Indonesia yang mandiri, profesional, kompetitif, serta berkontribusi signifikan terhadap kesejahteraan bangsa.

Ucapan Terimakasih

Dengan penuh rasa hormat dan penghargaan, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi atas dukungan yang diberikan melalui Program Kompetisi Kampus Merdeka (PKKM).

Program ini telah memberikan kesempatan yang luar biasa bagi kami untuk meningkatkan kualitas pendidikan, memperkuat kolaborasi dengan berbagai pihak, serta mendorong inovasi dalam dunia akademik. Dukungan yang diberikan tidak hanya membantu pengembangan institusi kami, tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan lulusan yang lebih kompeten dan siap menghadapi tantangan global.

Kami berharap program PKKM ini dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi perguruan tinggi di seluruh Indonesia. Sekali lagi, terima kasih atas kepercayaan dan fasilitasi yang diberikan. Semoga sinergi ini terus berkembang demi kemajuan pendidikan tinggi di Indonesia.

Referensi

- Aidhi, A. Al, Harahap, M. A. K., Rukmana, A. Y., Palembang, S. P., & Bakri, A. A. (2023). Peningkatan Daya Saing Ekonomi melalui peranan Inovasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(02), 118–134. <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i02.229>
- Hasanah, M., & Ratumbusang, M. F. (2017). Strategi Peningkatan Minat Wirausaha Mahasiswa Melalui Program Kreativitas Mahasiswa-Kewirausahaan (PKM-K) di Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lambung Mangkurat. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial*, 6(2), 294–313.
- Hutomo, M. R., & Padmantlyo, S. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Inovasi Produk Makanan untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian di Era Digital. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(2), 946–954. <https://doi.org/10.60036/jbm.608>
- Miço, H., & Cungu, J. (2023). Entrepreneurship Education, a Challenging Learning Process towards Entrepreneurial Competence in Education. *Administrative Sciences*, 13(1). <https://doi.org/10.3390/admsci13010022>
- Prabowo, D. R. (2021). Pengaruh Penanganan Bahan Baku Terhadap Kualitas Pastry Dan Bakery : Studi Kasus Di Hotel Bintang Lagoon Resort Kepulauan Riau. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 16(No.2), 1–11.
- Putri, P. A. (2022). Hubungan Pola Konsumsi Makanan Tinggi Kalori dan Kopi, Durasi Tidur, dan Tingkat Stress dengan Status Gizi Pada Mahasiswa Tingkat Akhir. *Media Gizi Kesmas*, 11(02), 464–474.
- Rahmat, S., Ikhsanudin, M., Diani, R., Kusuma, Y. F., Putri, S., Ningrum, P. A., Afrianti, A., Prasetia, I., Sari, N. I., Faina, F., & Annisa, N. (2021). Pengolahan Hasil Pertanian dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Petani di Kabupaten Bintan. *JPPM Kepri: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Kepulauan Riau*, 1(2), 156–167. <https://doi.org/10.35961/jppmkepri.v1i2.265>
- Selvi, S., & Ningrum, L. (2020). Gaya Hidup Minum Kopi Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi (Studi Kasus Pada Kopi Kenangan Gandaria City - Jakarta). *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 14(01), 23–30. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v14i01.15>

- Suparman, E. F., Sari, P. S, Zaky, M., & Rahim, E. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Fore Coffee dalam Meningkatkan Daya Saing di Industri Minuman Kopi. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 4(1), 428–435. Retrieved from <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/article/view/45134>
- Warda, H., Nawansih, O., Yuliana, N., & Nurdin, S. U. (2023). Preferensi Konsumen terhadap Pengembangan Produk Camilan Kopi. *Jurnal Agroindustri Berkelanjutan*, 2(1), 64–74.
- Yuliani, R. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan dan Label Pada UMKM. *Jurnal Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 2(2), 71–76.