

Pengembangan Usaha *Street Coffe* Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Lokal

¹⁾Ayub Usman Rasid*, ²⁾Onong Junus, ³⁾Novaliastuti Masiaga, ⁴⁾Dewi Walahe, ⁵⁾Mohamad Hendrik Tuda, ⁶⁾Diva, ⁷⁾Iin Agustina Hutudji, ⁸⁾Gagan Mantali, ⁹⁾Nur Faizan Rauf, ¹⁰⁾Sri Hindun Daud, ¹¹⁾Elsa Lakoro, ¹²⁾Julfikram N. Kasim, ¹³⁾Kamaludin Uno

^{1,2,,3,6,7,10,11)}Ekonomi, Universitas Gorontalo, Indonesia

^{9,12)}Kesehatan Masyarakat, Universitas Gorontalo, Indonesia

^{4,8)}Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Gorontalo, Indonesia

^{5,13)}Teknik, Universitas Gorontalo, Indonesia

Email Corresponding: ayublpnmug@gmail.com*

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:

Street Coffe Kewirausahaan
Pemberdayaan Masyarakat
Ekonomi Lokal
Kelompok Usaha

Usaha *street coffee* merupakan salah satu bentuk usaha mikro yang memiliki potensi untuk meningkatkan perekonomian masyarakat melalui penciptaan peluang usaha dan penguatan kewirausahaan lokal. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Motolohu, Kabupaten Pohuwato, dalam mengembangkan usaha *street coffee* sebagai alternatif usaha produktif yang dapat mendukung peningkatan ekonomi masyarakat. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi sosialisasi, pelatihan produksi *street coffee*, pelatihan pemasaran, dan pendampingan usaha yang melibatkan masyarakat serta siswa kelas XII yang tidak melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Berdasarkan hasil observasi awal, masih terdapat masyarakat yang belum bekerja dan belum memiliki pekerjaan tetap sehingga diperlukan program pemberdayaan ekonomi berbasis kewirausahaan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu memahami proses produksi, pengelolaan usaha sederhana, dan strategi pemasaran produk. Selain itu, indikator keberhasilan program berhasil dicapai melalui terbentuknya satu kelompok usaha *street coffee* sebagai wadah pengembangan usaha secara berkelanjutan. Keberadaan kelompok usaha tersebut diharapkan dapat menjadi sarana kolaborasi masyarakat dalam mengembangkan usaha produktif dan meningkatkan peluang pendapatan. Dengan demikian, pengembangan usaha *street coffee* dapat menjadi salah satu strategi pemberdayaan masyarakat yang mendukung penguatan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

ABSTRACT

Keywords:

Street Coffee
Entrepreneurship
Community Empowerment
Local Economy
Business Group

Street coffee businesses represent a form of micro-enterprise with significant potential to improve community welfare through the creation of business opportunities and the promotion of local entrepreneurship. This community service program aimed to enhance the capacity of residents in Motolohu Village, Pohuwato Regency, Gorontalo Province, to develop street coffee businesses as an alternative productive economic activity. The program was implemented through a series of activities, including socialization, street coffee production training, marketing training, and business mentoring involving community members and twelfth-grade students who did not intend to pursue higher education. Preliminary observations indicated that a considerable number of residents were unemployed or lacked stable employment, highlighting the need for entrepreneurship-based economic empowerment initiatives. The results showed that participants gained knowledge and practical skills related to coffee production, basic business management, and product marketing strategies. Furthermore, the main indicator of program success was achieved through the establishment of one street coffee business group as a platform for collaborative and sustainable business development. The formation of this business group demonstrates participants' commitment to applying the knowledge and skills acquired during the program while creating new economic opportunities within the community. Therefore, the development of street coffee businesses can serve as an effective community empowerment strategy that contributes to strengthening local economic growth and promoting sustainable livelihoods.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Perkembangan industri kopi di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan (Teknologi et al., 2024). Kopi tidak hanya menjadi minuman yang digemari berbagai kalangan, tetapi juga telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Kondisi ini membuka peluang bagi pelaku usaha, khususnya usaha mikro dan kecil, untuk mengembangkan bisnis di bidang kuliner berbasis kopi. Salah satu bentuk usaha yang semakin banyak diminati adalah *street coffee*, yaitu usaha penjualan kopi yang menawarkan produk dengan harga terjangkau serta konsep yang sederhana dan mudah dijangkau oleh masyarakat. (Di et al., 2021)

Pengembangan kewirausahaan pada kelompok usia produktif merupakan salah satu strategi yang efektif untuk mengurangi pengangguran dan meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat (Putri et al., 2023). Usaha *street coffee* memiliki potensi yang besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal (Fathurohman et al., n.d.). Selain membutuhkan modal yang relatif terjangkau, usaha ini juga mampu menciptakan lapangan pekerjaan dan menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat. Dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap konsumsi kopi, peluang pengembangan usaha *street coffee* semakin terbuka luas, terutama di daerah yang memiliki aktivitas ekonomi dan mobilitas masyarakat yang tinggi.

Berbagai program pemberdayaan masyarakat berbasis kewirausahaan telah menunjukkan kontribusi positif terhadap peningkatan kapasitas ekonomi masyarakat. Harini et al. (2023) menekankan pentingnya pendampingan usaha dalam peningkatan ekonomi desa. Syahbani et al. (2024) menunjukkan efektivitas pelatihan pemasaran digital bagi pelaku UMKM. Awaludin et al. (2024) dan Mulyadi et al. (2023) melaporkan bahwa pelatihan digital marketing mampu meningkatkan daya saing usaha mikro. Putrie et al. (2025) serta Amanah et al. (2024) menemukan bahwa pendampingan usaha berkontribusi terhadap peningkatan kemampuan manajerial dan strategi pemasaran masyarakat. Hasil yang serupa juga dilaporkan oleh Prasetyo et al. (2024) yang menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan berbasis potensi lokal mampu mendorong terbentuknya kelompok usaha produktif.

Meskipun demikian, sebagian besar kegiatan pengabdian sebelumnya berfokus pada penguatan usaha yang telah berjalan atau pelaku UMKM yang telah memiliki pengalaman usaha. Program yang secara khusus menasar kelompok masyarakat usia produktif dan siswa yang belum memiliki usaha sebagai calon wirausaha baru masih relatif terbatas. Selain itu, integrasi pelatihan produksi, pemasaran digital, dan pendampingan usaha dalam pengembangan usaha *street coffee* di tingkat desa masih jarang dilakukan. Oleh karena itu, kegiatan ini menawarkan pendekatan yang berbeda melalui pembentukan kelompok usaha *street coffee* sebagai luaran nyata pemberdayaan masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini difokuskan pada pengembangan usaha *street coffee* melalui pelatihan dan pendampingan yang tidak hanya bertujuan meningkatkan pengetahuan kewirausahaan, tetapi juga menghasilkan luaran nyata berupa terbentuknya kelompok usaha *street coffee* sebagai embrio usaha produktif masyarakat di Desa Motolohu.

Desa Motolohu di Kabupaten Pohuwato, Provinsi Gorontalo, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi untuk pengembangan usaha *street coffee*. Keberadaan masyarakat usia produktif serta tingginya minat masyarakat terhadap usaha kuliner menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kegiatan ekonomi lokal. Namun demikian, masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi pelaku usaha, seperti keterbatasan pengetahuan mengenai pengelolaan usaha, strategi pemasaran, dan pengembangan produk yang mampu bersaing di pasaran.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan upaya pengembangan usaha *street coffee* melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan kepada masyarakat. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan berwirausaha, memperluas peluang usaha, serta mendorong peningkatan pendapatan masyarakat. Dengan demikian, pengembangan usaha *street coffee* tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal, tetapi juga mendukung pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan pengetahuan, keterampilan kewirausahaan, kemampuan pemasaran digital, dan kapasitas pengelolaan usaha masyarakat Desa Motolohu melalui program pelatihan dan pendampingan usaha *street coffee*.

II. MASALAH



Gambar 1. Lokasi Kegiatan

Berdasarkan hasil observasi awal dan data kependudukan Desa Motolohu, diketahui bahwa struktur mata pencaharian masyarakat masih didominasi oleh kelompok yang belum produktif secara ekonomi maupun sektor informal. Dari total 2.534 penduduk yang terdata, terdapat 709 orang berstatus pelajar (27,98%), 593 orang ibu rumah tangga (23,40%), serta 450 orang yang belum bekerja atau belum memiliki pekerjaan tetap yang terdiri atas 447 orang belum bekerja, 3 orang belum/tidak bekerja, dan 23 orang tidak mempunyai pekerjaan tetap. Kondisi ini menunjukkan masih besarnya kelompok masyarakat yang berpotensi untuk diberdayakan melalui kegiatan kewirausahaan.

Pada kelompok masyarakat yang telah bekerja, sebagian besar berprofesi sebagai petani sebanyak 263 orang (10,38%) dan wiraswasta sebanyak 223 orang (8,80%), sedangkan profesi lainnya tersebar pada sektor formal maupun informal seperti pegawai negeri sipil sebanyak 90 orang, karyawan honorer 42 orang, karyawan swasta 33 orang, nelayan 22 orang, sopir 19 orang, serta berbagai jenis pekerjaan lainnya dengan jumlah yang relatif kecil.

Data tersebut menunjukkan bahwa peluang pengembangan usaha berbasis kewirausahaan masih sangat terbuka di Desa Motolohu, khususnya bagi kelompok usia produktif dan lulusan sekolah yang belum memiliki pekerjaan. Tingginya jumlah masyarakat yang belum bekerja serta dominannya sektor usaha mikro menjadi dasar penting dilaksanakannya program pengembangan usaha street coffee sebagai alternatif usaha yang relatif mudah dijalankan, membutuhkan modal yang terjangkau, dan memiliki prospek pasar yang cukup baik seiring meningkatnya tren konsumsi kopi di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan pelatihan dan pendampingan usaha street coffee dipandang relevan sebagai upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat sekaligus sarana penciptaan peluang kerja baru di Desa Motolohu.

Usaha *street coffee* di Desa Motolohu memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber peningkatan pendapatan masyarakat (Fathurohman et al., n.d.). Tingginya minat masyarakat terutama para remaja terhadap konsumsi kopi serta berkembangnya tren kedai kopi sederhana menjadi peluang usaha yang menjanjikan. Namun, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal karena masih terdapat berbagai kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha maupun masyarakat yang ingin memulai usaha di bidang ini.

Salah satu permasalahan utama adalah masih rendahnya pengetahuan masyarakat mengenai pengelolaan usaha *street coffee* yang efektif dan berkelanjutan (Purwaningtyas et al., 2026). Sebagian besar pelaku usaha masih menjalankan usahanya secara sederhana tanpa perencanaan bisnis yang matang, sehingga perkembangan usaha cenderung berjalan lambat. Selain itu, inovasi produk dan strategi pelayanan yang mampu menarik minat konsumen juga masih terbatas.

Kendala lainnya adalah kurangnya pemahaman masyarakat mengenai pemasaran, khususnya pemasaran digital yang saat ini menjadi salah satu faktor penting dalam perkembangan usaha (Syahbani et al., 2024). Banyak pelaku usaha yang masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas. Padahal, pemanfaatan media sosial dan platform digital dapat membantu meningkatkan daya saing serta memperluas pangsa pasar usaha *street coffee*.

Dari sisi manajemen usaha, masih banyak pelaku usaha yang belum melakukan pencatatan keuangan secara teratur. Kondisi ini menyebabkan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mengetahui keuntungan, mengontrol pengeluaran, serta merencanakan pengembangan usaha di masa mendatang. Akibatnya, potensi usaha yang sebenarnya cukup menjanjikan belum mampu memberikan hasil yang optimal bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat.

III. METODE

Harini et al., (2023) Metode ini meliputi pemberian materi mengenai pengelolaan usaha *street coffee*, peningkatan kualitas produk dan pelayanan, manajemen keuangan sederhana, serta strategi pemasaran digital. Setelah pelatihan, peserta diberikan pendampingan secara berkelanjutan dalam penerapan materi yang telah diperoleh, mulai dari pengelolaan operasional usaha hingga promosi produk kepada konsumen. Pemilihan metode ini bertujuan untuk memberikan pemahaman sekaligus keterampilan praktis kepada masyarakat agar mampu mengelola dan mengembangkan usaha *street coffee* secara mandiri. Pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan juga diharapkan dapat membantu masyarakat dalam mengatasi berbagai kendala yang muncul selama proses pengembangan usaha sehingga usaha yang dijalankan dapat berkembang secara optimal dan berkelanjutan.

a. Waktu dan Peserta

Sasaran pelaksanaan kegiatan ini adalah masyarakat di Desa Motolohu dalam hal ini yaitu remaja yang memiliki potensi dalam berwirausaha terukhusus anak-anak kelas 12 yang akan segera lulus dan tidak berminat lanjut ke jenjang perguruan tinggi, baik secara personal maupun yang tergabung dalam kelompok usaha. Kegiatan dilaksanakan pada bulan Mei 2026 di Desa Motolohu dengan melibatkan 25 peserta yang terdiri atas masyarakat dan siswa kelas XII.

b. Pelaksana kegiatan

Pelaksana kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan metode , tutorial, dan pendampingan. Adapun sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian ini sebagai berikut:

1) Pelatihan Produksi

Pelatihan ini meliputi proses pengolahan, dari pemilihan bahan, teknik pengolahan, hingga pengemasan produk (Wahyuni & Lestari, 2018).

2) Pelatihan Pemasaran

Masyarakat dan Siswa diberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran, termasuk penggunaan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi (Suryani, 2017).

3) Pendampingan Usaha

Setelah pelatihan, akan dilakukan pendampingan untuk memastikan keberlangsungan usaha dan penyesuaian strategi berdasarkan kondisi pasar lokal (Santoso et al., 2019). Pendampingan usaha termasuk perijinan, informasi kandungan gizi, dan sertifikasi halal produk.

c. Evaluasi

Indikator keberhasilan berupa *output program (output-based evaluation)* seperti pembentukan kelompok usaha, peningkatan partisipasi, atau komitmen keberlanjutan usaha. Pembentukan kelompok usaha masyarakat tidak hanya berfungsi sebagai wadah produksi, tetapi juga menjadi sarana penguatan jejaring usaha, peningkatan kapasitas anggota, dan keberlanjutan program pemberdayaan ekonomi (Rahmawati et al., 2024).

d. Alur Metode Pelaksanaan Pengabdian

Observasi → Sosialisasi → Pelatihan Produksi → Pelatihan Pemasaran → Pendampingan → Evaluasi



Gambar 2. Pelatihan Produksi, Pemasaran, dan Pendampingan Usaha

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha *street coffee* memiliki prospek yang cukup menjanjikan karena tingginya minat masyarakat

(Vientiany et al., 2025) terhadap konsumsi kopi serta berkembangnya budaya nongkrong di kalangan berbagai kelompok usia. Kondisi ini membuka peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha dengan modal yang relatif terjangkau namun memiliki potensi keuntungan yang cukup baik. Melalui kegiatan pengabdian yang dilaksanakan, masyarakat memperoleh pengetahuan mengenai pengelolaan usaha *street coffee*, peningkatan kualitas pelayanan, manajemen keuangan sederhana, serta strategi pemasaran yang efektif.



Gambar 3. Proses Pembuatan Kopi

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pengembangan usaha *street coffee* dapat menjadi salah satu alternatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat. (Sari et al., 2026) Selain membuka peluang usaha baru, kegiatan ini juga mendorong tumbuhnya jiwa kewirausahaan sejak dini untuk para siswa serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengelolaan usaha yang profesional. Dengan adanya peningkatan keterampilan dan pengetahuan yang diperoleh melalui pelatihan dan pendampingan, Masyarakat maupun siswa diharapkan mampu mengembangkan usaha secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.

Dari aspek sosial dan ekonomi, program ini memberikan dampak positif bagi masyarakat karena membuka peluang kerja dan menciptakan sumber pendapatan tambahan (Ilmu & Ratulangi, 2014). Keberadaan usaha *street coffee* juga berpotensi menjadi sarana pemberdayaan masyarakat yang dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga serta mendukung perkembangan usaha mikro di Desa Motolohu. Oleh karena itu, pengembangan usaha *street coffee* dapat menjadi salah satu strategi yang efektif dalam mendorong peningkatan ekonomi masyarakat lokal secara berkelanjutan.

Hasil utama kegiatan menunjukkan bahwa program berhasil mencapai indikator keberhasilan yang telah ditetapkan, yaitu terbentuknya satu kelompok usaha *street coffee* yang beranggotakan peserta pelatihan. Kelompok usaha ini dibentuk sebagai wadah bersama untuk mengembangkan kegiatan produksi, pemasaran, dan pengelolaan usaha secara berkelanjutan. Pembentukan kelompok usaha tersebut menunjukkan adanya peningkatan motivasi dan komitmen peserta untuk mengembangkan usaha setelah mengikuti rangkaian pelatihan dan pendampingan.

Tabel 1. Capaian Hasil Kegiatan Pengabdian

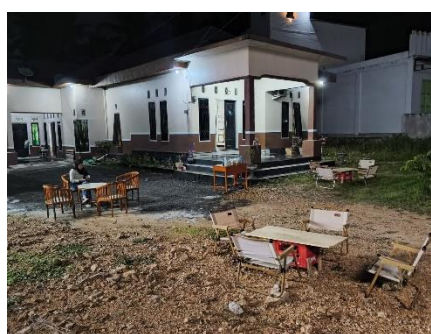
Indikator Keberhasilan	Target	Capaian
Pelaksanaan sosialisasi kewirausahaan	Terlaksana	Tercapai
Pelaksanaan pelatihan produksi <i>coffee</i>	Terlaksana	Tercapai
Pelaksanaan pelatihan pemasaran	Terlaksana	Tercapai
Pendampingan usaha peserta	Terlaksana	Tercapai
Pembentukan kelompok usaha <i>street coffee</i>	1 kelompok	1 kelompok terbentuk



Gambar 4. Produk Jadi



Gambar 5. Kelompok Usaha



Gambar 6. Lokasi Usaha

Keberhasilan pembentukan kelompok usaha *street coffee* menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan dan pendampingan yang diterapkan mampu mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan ekonomi produktif. Temuan ini sejalan dengan Harini et al. (2023) yang menyatakan bahwa pendampingan berkelanjutan berperan penting dalam meningkatkan kapasitas masyarakat untuk mengembangkan usaha secara mandiri. Selain itu, pelatihan pemasaran yang diberikan juga memberikan pemahaman awal kepada peserta mengenai pentingnya pemanfaatan media digital dalam memperluas jangkauan pasar produk.

Meskipun demikian, terdapat perbedaan dengan kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Harini et al. (2023) dan Syahbani et al. (2024). Program pada penelitian tersebut berfokus pada penguatan usaha yang telah berjalan, sedangkan kegiatan ini menitikberatkan pada pembentukan kelompok usaha baru berbasis *street coffee* yang melibatkan masyarakat dan siswa kelas XII yang belum memiliki usaha. Dengan demikian, kontribusi utama kegiatan ini tidak hanya terletak pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, tetapi juga pada terbentuknya satu kelompok usaha *street coffee* sebagai luaran nyata yang diharapkan menjadi embrio pengembangan usaha produktif di Desa Motolohu.

Dari aspek sosial ekonomi, terbentuknya kelompok usaha *street coffee* diharapkan menjadi langkah awal dalam menciptakan peluang usaha baru bagi masyarakat Desa Motolohu. Kelompok usaha yang telah terbentuk dapat menjadi media kolaborasi antaranggota dalam mengembangkan produk, berbagi pengalaman usaha, serta memperluas jaringan pemasaran. Dengan demikian, program pengabdian tidak hanya memberikan transfer pengetahuan, tetapi juga menghasilkan luaran nyata berupa terbentuknya kelembagaan usaha

masyarakat yang berpotensi mendukung peningkatan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

V. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program pengembangan usaha *street coffee* di Desa Motolohu telah terlaksana melalui tahapan sosialisasi, pelatihan produksi, pelatihan pemasaran, dan pendampingan usaha. Program ini dilaksanakan sebagai respons terhadap kondisi masyarakat yang masih memiliki potensi kewirausahaan yang belum berkembang secara optimal, khususnya pada kelompok usia produktif dan calon lulusan sekolah yang belum memiliki rencana melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh pengetahuan dan keterampilan dasar mengenai produksi *street coffee*, pengelolaan usaha sederhana, serta pemasaran produk. Indikator keberhasilan program tercapai dengan terbentuknya satu kelompok usaha *street coffee* yang menjadi luaran utama kegiatan pengabdian. Pembentukan kelompok usaha tersebut menunjukkan adanya komitmen peserta untuk mengembangkan usaha secara bersama dan berkelanjutan sebagai salah satu alternatif peningkatan ekonomi masyarakat.

Untuk mendukung keberlanjutan program, diperlukan pendampingan lanjutan terkait penguatan manajemen usaha, pemasaran digital, akses permodalan, serta pengurusan legalitas usaha. Dengan dukungan yang berkelanjutan, kelompok usaha *street coffee* yang telah terbentuk diharapkan mampu berkembang menjadi usaha produktif yang memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan penguatan ekonomi lokal di Desa Motolohu.

DAFTAR PUSTAKA

- Awaludin, D. T., Kushariyadi, K., Mardiah, A., Nilowardono, S., & Sattar, S. (2024). Pelatihan digital marketing bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan di era ekonomi digital. *JIPITI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 73–78.
- Di, B., Banyaknya, T., Shop, C., & Bandar, D. I. (2021). Trend coffee shop di Bandar Lampung dan strategi dalam bertahan di tengah banyaknya coffee shop di Bandar Lampung (Studi kasus pada Piene Coffee Bandar Lampung). *xx(xx)*, 23–29.
- Fathurohman, I., Nugraheni, L., Rondli, W. S., Wijayanto, W., Kudus, U. M., & Dawe, K. (n.d.). Empowering the community of Japan Village through the development of coffee-based ecotourism and local empowerment, 21–32.
- Harini, N., Suhariyanto, D., Indriyani, I., Novaria, N., Santoso, A., & Yuniarti, E. (2023). Pendampingan pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan perekonomian desa: Community empowerment assistance in improving the village economy. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 4(2), 363–375. <https://doi.org/10.37680/amalee.v4i2.2834>
- Ilmu, F., & Ratulangi, U. S. (2014). Peningkatan pendapatan masyarakat melalui program pemberdayaan di Desa Loloh II Kecamatan Tombariri Kabupaten Minahasa. 1, 92–105.
- Mulyadi, T., Wahab, A., Lubis, R., Asir, M., & Hanafiah, H. (2023). Pemberdayaan UMKM lokal melalui pelatihan digital marketing dan e-commerce. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6).
- Purwaningtyas, A., Setiadevi, S., Kareja, N., & Banyuwangi, P. N. (2026). Empowering street bar activities at Akasia Brewing House in improving service quality and sustainable business management in Banyuwangi. 10(1), 228–236.
- Putrie, R. A., Nainggolan, H., & Mardhotillah, B. (2025). Pendampingan manajemen UMKM melalui digital marketing untuk meningkatkan daya saing kualitas produk. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2).
- Sari, T., Flora, D., Alexandro, R., & H, F. H. (2026). An income analysis of street coffee cart vendors in Palangka Raya. 2026, 82–88.
- Syabhani, F., Fadilah, I. R., Nurohim, R., & Salsabila, G. S. (2024). Pelatihan digital marketing dan pameran UMKM sebagai sarana pengembangan strategi pemasaran: Studi kasus UMKM Desa Tanjungsang. 5(1), 259–266.
- Syabhani, F., Fadilah, I. R., Nurohim, R., Harto, H., Salsabila, G. S., Nurhaliza, S., Handayani, D. F., Hilyati, I., Hamzah, A. H. L., Khairunnisa, F. Z., & Ardan, T. S. (2024). Pelatihan digital marketing dan pameran UMKM sebagai sarana pengembangan strategi pemasaran: Studi kasus UMKM Desa Tanjungsang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*.
- Teknologi, J., Dan, P., & Perkebunan, A. (2024). Peluang industri pertanian komoditas kopi (coffee) di Kecamatan Seponti Kabupaten Kayong Utara Desa Sungai Sepeti. 4044, 60–67.
- Vientiany, D., Islam, U., & Sumatera, N. (2025). Analisis studi kelayakan bisnis PT Indomarco Prismatama Point Coffee

menghadapi persaingan. 4(5), 507–522.

Zusrony, E., Santoso, A. B., Widyarningsih, D., Dianta, I. A., Purhita, E. J., Aqham, A. A., et al. (2024). Pelatihan pemasaran digital dalam upaya peningkatan kemandirian ekonomi usaha mikro kecil dan menengah. *ADMA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1).