

## **Penguatan Ekonomi Kreatif Melayu : Diversifikasi Produk Kopi Untuk Daya Saing Internasional**

**Yetma sari<sup>1</sup>, Riski Ramadhan<sup>2</sup>, Suherlan Kurnia Putra<sup>3</sup>, Nurul Hidayah<sup>4</sup>, Khodijah Ishak<sup>5</sup>, M. Isa Selamat<sup>6</sup>, M.Fadhil Junery<sup>7</sup>, Risa Umami<sup>8</sup>, Ridwal Risaleh<sup>9</sup>, Nur Khalisyah Binti Nor Azam<sup>10</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>Institut Syariah Negeri Junjungan Bengkalis, Riau, Indonesia

<sup>8</sup>Universitas Nahdhdatul Ulama Pasuruan, Indonesia

<sup>9</sup>Fatoni University, Thailand

<sup>10</sup>Universiti Teknologi MARA, Melaka, Malaysia

<https://doi.org/10.46367/khidmah.v3i1.2954>

---

### **Info Artikel**

#### **Riwayat:**

Dikirim: 19 Maret 2026

Direvisi: 21 April 2026

Diterima: 01 Mei 2026

---

**Kata Kunci:** Ekonomi kreatif Melayu, diversifikasi produk kopi, daya saing internasional.

### **Abstrak**

Pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing produk masyarakat di tingkat global. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengoptimalkan potensi kopi lokal melalui diversifikasi produk serta penguatan kewirausahaan berbasis budaya Melayu di lingkungan Universitas Fatoni, Pattani, Thailand. Metode yang digunakan adalah pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) yang menekankan pemanfaatan aset dan potensi yang dimiliki komunitas. Tahapan kegiatan meliputi identifikasi potensi lokal, perumusan gagasan pengembangan usaha, perancangan program pemberdayaan, serta implementasi kegiatan pelatihan dan praktik pengolahan kopi di Fatoni Roastery. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa inovasi produk kopi, penguatan identitas budaya dalam proses branding, serta pemanfaatan media digital mampu meningkatkan nilai tambah produk sekaligus memperluas peluang akses pasar. Selain itu, kolaborasi antara mahasiswa, akademisi, dan masyarakat turut memperkuat ekosistem ekonomi kreatif di lingkungan kampus. Secara teoretis, kegiatan ini memperkaya penerapan pendekatan ABCD dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas. Secara praktis, program ini memberikan model pemberdayaan yang dapat mendorong kemandirian ekonomi masyarakat serta meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas.

---

### **Korespondensi:**

Yetma Sari

[yetmaa07@gmail.com](mailto:yetmaa07@gmail.com)



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

**PENDAHULUAN**

Perdagangan internasional merupakan salah satu faktor terpenting dalam menentukan arah pertumbuhan ekonomi nasional, terutama bagi negara berkembang seperti Indonesia. Sebagai negara agraris, Indonesia memiliki potensi yang signifikan di sektor perkebunan, termasuk komoditas kopi. Kopi merupakan salah satu produk unggulan Indonesia yang paling populer di pasar internasional (Safelani & Daspar, 2025).

Thailand dianggap sebagai salah satu dari 40 negara teratas di kawasan ASEAN untuk produksi kopi. Dalam beberapa tahun terakhir, Kopi Thailand telah mendapatkan popularitas dan mengalami peningkatan produksi. Kopi bergaya Arab dengan merek Lanna Café diproduksi oleh sebuah LSM dan dimiliki oleh anggota suku pegunungan di wilayah Lanna, Thailand. Lanna Café berupaya meningkatkan kualitas hidup masyarakat asli yang tinggal di Thailand dan mendukung upaya mereka untuk meningkatkan taraf hidup sesama warga dan petani mereka (DAULAY, 2025).

Aspek lain yang berkontribusi terhadap volume dan nilai Indonesia di pasar global adalah Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang dikenakan pemerintah kepada perusahaan yang menjual komoditas untuk konstruksi. Akibat penerapan PPN, harga barang jadi meningkat. Jika harga di negara lain turun, harga Indonesia akan naik ke harga tertinggi di pasar global dan ekspor akan menurun. Terdapat PPN yang mendukung industri Indonesia. Pemerintah harus memberikan insentif seperti menurunkan biaya input produksi dan meningkatkan standar barang Indonesia agar dapat diadopsi oleh negara lain (Nurohman et al., 2018)

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan terpenting di dunia yang memiliki nilai strategis, baik dari sisi ekonomi maupun budaya. Menurut data *Internasional Coffe Organization* (ICO), kopi menjadi minuman kedua yang paling banyak dikonsumsi setelah air, dengan rantai permintaan global terhadap kopi terus meningkat, seiring dengan tren gaya hidup masyarakat yang menjadikan kopi tidak sekedar minuman, melainkan bagian dari identitas, budaya, dan kreativitas. Hal ini menjadikan kopi sebagai sektor potensial dalam pengembangan ekonomi kreatif yang menekankan pada inovasi produk, nilai tambah, dan daya saing internasional (Widiastutie et al., 2022).

Budaya minum kopi sendiri sudah mengakar kuat di berbagai kalangan. Tidak hanya anak muda, tetapi juga orang tua hingga kalangan pekerja menjadikan kopi sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Kopi tidak lagi hanya dipandang sebagai penghilang rasa kantuk, melainkan juga sebagai sarana bersosialisasi, teman berdiskusi, serta penunjang aktivitas kerja. Fenomena “ngopi” melahirkan banyak inovasi, mulai dari varian rasa, coffe bahwa pasar kopi bersifat lintas generasi, sehingga peluang pengembangan produk kopi semakin luas (Solikatur et al., 2018).

Di kawasan Asia, kopi memiliki peran penting dalam perekonomian dan kebudayaan masyarakat. Negara-negara seperti Vietnam, Indonesia, dan Thailand menjadi produsen utama yang dihadapi negara-negara Asia tidak hanya pada aspek produksi, melainkan juga pada diversifikasi produk dan peningkatan kualitas agar mampu bersaing di pasar internasional. Tren global saat ini mengarah pada produk yang berkelanjutan, bercita rasa unik, serta inovatif, baik dalam bentuk minuman siap konsumsi, olahan pangan, maupun produk turunan lainnya (Purbantina & Arviani, 2023).

Thailand sendiri mulai menempatkan kopi sebagai sektor potensial dalam ekonomi kreatif. Dua jenis kopi utama yang dikembangkan adalah Arabica, yang banyak tumbuh di kawasan pegunungan utara, serta Robusta, yang tersebar di wilayah Selatan (Siahaan, 2014). Provinsi Pattani, termasuk daerah Khao Tum, Yarang memiliki potensi dalam pengembangan produk kopi meski masih menghadapi tantangan dari segi diversifikasi dan pemasaran. Produk kopi di wilayah ini pada umumnya masih dijual dalam bentuk mentah atau olahan sederhana, sehingga nilai tambah yang dihasilkan belum optimal. Padahal peluang untuk memperluas daya saing melalui inovasi produk seperti penggabungan kopi dan the lokal, pembuatan produk turunan, hingga pengemasan modern sangat terbuka lebar.

Berdasarkan kondisi tersebut, program Kuliah Kera Mahasiswa (KKM) Internasional di Khao Tim, Yarang, Pattani diarahkan untuk memberikan diversifikasi produk kopi. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat identitas budaya lokal dalam persaingan global. Dengan demikian kegiatan KKM ini tidak hanya berfokus pada pengembangan ekonomi masyarakat setempat, tetapi juga memperkuat jejaring akademik dan budaya antara Indonesia dan Thailand.

Berdasarkan situasi yang telah disebutkan di atas, diperlukan program pendidikan masyarakat yang berfokus pada peningkatan kapasitas pengguna kopi melalui pemberdayaan berbasis potensi lokal. Pendekatan Pengembangan Masyarakat Berbasis Aset (ABCD) digunakan untuk memaksimalkan aset, kemampuan, dan potensi yang dimiliki masyarakat sebagai landasan pengembangan usaha secara

berkelanjutan. Melalui pendekatan ini, masyarakat tidak hanya menjadi objek tetapi juga menjadi subjek utama dalam proses pengembangan ekonomi kreatif.

Tujuan dari Pengabdian ini adalah untuk meningkatkan ekonomi kreatif masyarakat Melayu melalui diversifikasi produk, peningkatan efisiensi produksi, inovasi produk, dan pengembangan strategi pemasaran. Diharapkan kegiatan ini akan meningkatkan kualitas dan daya produk kopi lokal, meningkatkan akses pasar, dan mendorong pertumbuhan rasa kebersamaan masyarakat secara bertahap (Ishak et al., 2026).

## **METODE**

Pendekatan ABCD adalah metode pengembangan masyarakat yang berfokus pada potensi dan aset yang telah dimiliki masyarakat. Aset dalam metode ini mencakup potensi non-fisik seperti keterampilan, pengetahuan, pengalaman, semangat gotong royong, pelestarian sosial, dan berbagi dalam komunitas, selain kekayaan fisik atau sumber daya alam. Dengan kata lain, masyarakat dipandang sebagai subjek dengan keterampilan dan kemampuan, bukan hanya sebagai kelompok orang yang menerima bantuan semata. Melalui ABCD, program pemberdayaan dilaksanakan dengan mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengembangkan potensi lokal. Aset-aset tersebut kemudian digunakan sebagai sarana utama untuk memulai program pemberdayaan. Dengan menggunakan potensi yang ada, masyarakat diharapkan mampu mengembangkan pemberdayaan secara tepat waktu, meningkatkan pendapatan, dan meningkatkan kesejahteraan mereka sendiri (Sidik et al., 2023).

Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini melibatkan dosen sebagai fasilitator dan pendamping, serta mahasiswa sebagai pelaksana lapangan. Dosen mampu memberikan bimbingan konseptual, strategi pemberdayaan, dan evaluasi program. Di sisi lain, mahasiswa secara aktif berpartisipasi dalam proses observasi, pengumpulan data tentang potensi masyarakat, pendampingan kegiatan, dan mendukung pelaksanaan seminar dan penelitian. Kunci keberhasilan program ini adalah kolaborasi antara dosen, dan mahasiswa. Pelaksanaan pendekatan ABCD dalam penelitian ini meliputi empat tahapan utama:

### **1. Metode Discovery**

Yaitu upaya bersama masyarakat mengidentifikasi dan merumuskan potensi wilayah yang mampu menjadi penggerak perubahan. Tahap ini diwujudkan melalui kunjungan ke Big Bee Garden, Fatoni Roastery, dan Koperasi Fatoni untuk mengali potensi lokal seperti produk madu, kopi, serta kelembagaan koperasi yang menjadi asset penting dalam ekonomi kreatif Melayu.

### **2. Metode Dream**

Pada tahap ini, orang-orang berupaya menghasilkan uang dan mencapai tujuan mereka setelah menyadari potensi dan aset mereka. Dari emosi dan harapan ini, akan tercipta rasa persatuan dan pemahaman yang jelas tentang apa yang perlu dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut. Tugas ini dilakukan melalui kegiatan seperti seminar internasional, seminar mahasiswa, dan penulisan makalah. Selama kegiatan ini, peserta diminta untuk berkontribusi pada pengembangan ekonomi kreatif Malaysia, yang memiliki potensi untuk tumbuh di tingkat internasional. Melalui kolaborasi, inovasi, dan visi, diharapkan kepemimpinan dan komitmen kunci akan dikembangkan untuk meningkatkan potensi yang ada dan menjadikannya lebih global.

### **3. Metode Design**

Yaitu merancang kegiatan yang bisa dilakukan bersama-sama masyarakat untuk mewujudkan cita-cita dan mimpi bersama tersebut dengan menggunakan modal dan aset yang ada. Tahap ini diwujudkan melalui lomba masakan kuliner khas daerah serta pameran dan penjualan produk khas Bengkalis seperti terasi, dodol, kedabu, lempuk durian, dan kerupuk sagu sebagai bentuk perancangan nyata dalam memperkuat identitas lokal dan daya saing produk

### **4. Metode Destiny**

Yaitu menetapkan langkah kerja sebagai tindak lanjut untuk melaksanakan program kegiatan dan berusaha mewujudkan cita dan mimpi yang ingin dicapai. Tahap ini tercermin dalam implementasi nyata berupa praktik pengolahan dan penyeduhan kopi di Fatoni Roastery, serta penjualan produk khas Bengkalis pada ajang internasional sebagai upaya memperkenalkan dan memperluas pasar produk lokal ke tingkat global.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kopi adalah minuman yang berasal dari biji tanaman kopi dan diproses melalui tahapan pengeringan, penyangraian (pemangangan), dan penggilingan sebelum dikonsumsi. Kopi dikenal karena rasa dan aromanya yang khas serta pengeringan kandungannya, yang dapat membantu meningkatkan energi dan kesadaran.

Selain sebagai minuman, kopi juga memiliki standar ekonomi dan budaya yang tinggi. Di banyak tempat, kopi berfungsi sebagai komponen identitas dan tradisi lokal serta sumber inspirasi bagi pemilik usaha dan petani. Kini, kopi menjadi bagian dari ekonomi kreatif dengan banyak produk inovatif dan konsep kedai yang trendi.

Pengembangan ekonomi kreatif berbasis kopi tidak lepas dari kekayaan lokal, baik berupa cita rasa khas, tradisi minum kopi, maupun budaya masyarakat yang melekat pada kopi itu sendiri. Kopi tidak hanya dinikmati sebagai minuman, tetapi juga menjadi bagian dari identitas dan kebanggaan masyarakat. Oleh karena itu, pembinaan dan pengembangan usaha kopi bertujuan untuk meningkatkan keterampilan petani, pelaku UMKM, maupun mahasiswa agar mampu berinovasi dalam menciptakan produk kopi yang unik, modern, dan sesuai dengan permintaan pasar.

Fatoni Roastery hadir bukan sekadar sebagai kedai kopi, tetapi sebagai simbol semangat kewirausahaan dan pemberdayaan komunitas kampus. Tempat ini menjadi titik temu bagi mahasiswa, dosen, dan masyarakat sekitar untuk berdiskusi, bekerja, dan bersantai dalam suasana yang hangat dan inklusif. Kopi yang disajikan di Fatoni Roastery bukan hanya produk konsumsi, tetapi juga representasi budaya dan identitas lokal yang terus berkembang. Dalam konteks ini, kopi menjadi medium yang menyatukan berbagai latar belakang, membuka ruang dialog lintas budaya, dan memperkuat relasi sosial di lingkungan kampus.



**Gambar 1 Produksi kopi di Fatoni University**

Kami memilih tema kopi sebagai fokus kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat karena kopi memiliki makna yang mendalam dalam kehidupan masyarakat, baik sebagai komoditas ekonomi maupun sebagai simbol budaya. Di Fatoni Roastery, kami melihat bagaimana kopi mampu menjadi jembatan antara tradisi dan modernitas, antara lokalitas dan globalisasi. Melalui kegiatan yang berpusat pada kopi, saya berupaya menggali nilai-nilai lokal, semangat kewirausahaan, serta potensi ekonomi kreatif yang tumbuh dari komunitas akademik di Thailand Selatan. Selain itu, kegiatan ini juga menjadi sarana untuk memahami dinamika sosial dan budaya masyarakat Pattani, yang memiliki sejarah panjang sebagai wilayah Melayu-Muslim dengan identitas yang kuat dan perjuangan yang berkelanjutan.

Dengan menjadikan Fatoni Roastery sebagai pusat kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, saya berharap dapat memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat peran mahasiswa sebagai agen perubahan sosial. Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada aspek bisnis, tetapi juga pada pengembangan kapasitas komunitas, pelestarian budaya lokal, dan penciptaan ruang-ruang inklusif yang mendukung keberagaman. Fatoni Roastery menjadi contoh nyata bagaimana sebuah usaha kecil di lingkungan kampus dapat memiliki dampak besar dalam membangun ekosistem pendidikan yang berkelanjutan dan berdaya saing.

Fatoni Roastery yang berlokasi di kawasan Universitas Fatoni, Patani, Thailand merupakan sebuah kedai kopi yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat usaha kuliner, tetapi juga sebagai ruang interaksi akademik dan sosial bagi mahasiswa maupun masyarakat sekitar. Kedai ini menjadi tempat wadah pertemuan yang mendukung suasana belajar, diskusi, dan pertukaran budaya lintas negara.



**Gambar 2 Pelatihan pembuatan kopi di Fatoni University**

Transformasi kopi sebagai produk ekonomi kreatif meliputi berbagai bentuk, mulai dari kopi bubuk, kopi kemasan siap seduh, hingga produk turunan seperti makanan berbahan kopi dan olahan inovatif lainnya. Proses ini memerlukan keterampilan dalam mengolah biji kopi, pengetahuan mengenai teknik roasting, hingga kemampuan mengemas produk secara menarik agar memiliki daya tarik komersial. Dukungan teknologi, pelatihan, serta kolaborasi dengan sektor swasta dan pemerintah juga berperan penting agar produk kopi yang dihasilkan dapat bersaing, baik di pasar lokal maupun internasional.

Dengan pengembangan ekonomi kreatif berbasis kopi, masyarakat tidak hanya memperoleh manfaat ekonomi, tetapi juga turut melestarikan budaya minum kopi sebagai warisan yang berharga. Selain itu, penguatan identitas kopi lokal dapat menjadi daya tarik pariwisata serta membuka peluang bagi terciptanya lapangan kerja baru. Oleh karena itu, pengembangan ekonomi kreatif berbasis kopi tidak hanya meningkatkan nilai tambah bagi produk, tetapi juga berperan dalam membangun kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.



**Gambar 3 Foto demonstrasi pelatihan pembuatan kopi**

Secara keseluruhan, pengembangan ekonomi kreatif berbasis kopi adalah strategi pembangunan yang menekankan pemanfaatan potensi lokal untuk menciptakan produk bernilai tinggi dan berdaya saing. Dengan memadukan kreativitas, inovasi, dan dukungan teknologi, kopi dapat menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang inklusif serta mampu bersaing di tingkat global.

Dengan demikian, Pengembangan ekonomi kreatif berbasis kopi memanfaatkan kekayaan lokal, tradisi, dan identitas budaya untuk menciptakan produk bernilai tambah dan berdaya saing. Melalui peran

Fatoni Roastery di lingkungan Universitas Fatoni, kopi tidak hanya menjadi usaha bisnis, tetapi juga sarana pemberdayaan mahasiswa dan masyarakat, pelestarian budaya, serta penguatan kewirausahaan. Dengan inovasi, pelatihan, dan dukungan teknologi, kopi dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus bersaing di tingkat global.

### **Potensi Kopi Fatoni Roastery, Universitas Fatoni, Pattani Thailand**

Potensi Kopi Fatoni Roastery memiliki berbagai potensi yang dapat mendukung pengembangan sosial, ekonomi, dan budaya di lingkungan Universitas Fatoni maupun masyarakat Pattani. Potensi-potensi tersebut antara lain:

#### **5. Potensi dalam Pendidikan dan Akademik**

Fatoni Roastery dimanfaatkan sebagai media pembelajaran nonformal bagi mahasiswa. Dengan adanya proses pengolahan kopi mulai dari biji hingga siap saji, mahasiswa dapat belajar mengenai kewirausahaan, manajemen usaha, inovasi produk, serta pemasaran. Hal ini menjadikan Fatoni Roastery sebagai “laboratorium kewirausahaan” yang mendorong mahasiswa memperoleh pengalaman di luar kelas.

#### **6. Potensi dalam Interaksi Sosial dan Budaya**

Sebagai ruang komunal di dalam universitas, Fatoni Roastery menjadi wadah yang mempertemukan mahasiswa dari berbagai latar belakang, baik lokal maupun internasional. Melalui interaksi yang terjalin di kedai ini, tercipta suasana inklusif yang memperkuat jaringan sosial, mempercepat hubungan antarbudaya, serta mendukung terciptanya iklim akademik yang harmonis.

#### **7. Potensi dalam Ekonomi Kreatif**

Dengan mengolah kopi lokal Thailand Selatan, khususnya jenis Robusta dan Arabica, Fatoni Roastery memiliki peluang besar untuk berkembang sebagai pusat ekonomi kreatif. Produk kopi lokal dengan teknik roasting modern mampu menghasilkan cita rasa yang berdaya saing, tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga di pasar internasional. Diversifikasi menu seperti kopi, teh, soda, dan minuman berbasis susu juga memperkuat daya tarik usaha ini.

#### **8. Potensi dalam Kolaborasi dan Kerja Sama Internasional**

Keberadaan Fatoni Roastery memiliki potensi besar sebagai ruang kolaborasi di lingkungan Universitas Fatoni. Kehadirannya mendukung berbagai kegiatan akademik dan non akademik, mulai dari diskusi mahasiswa, pertemuan organisasi, hingga kunjungan institusi mitra. Misalnya, kunjungan mahasiswa ISNJ Bengkalis ke Fatoni Roastery menjadi salah satu bentuk interaksi yang memperlihatkan bagaimana kedai ini dapat menjadi jembatan pengenalan budaya, inovasi usaha, serta praktik kewirausahaan di lingkungan kampus. Kolaborasi semacam ini memperkuat peran Fatoni Roastery sebagai bagian penting dari ekosistem akademik Universitas Fatoni.



**Gambar 4 Diskusi pembuatan kopi**

Menurut Hasanah (2015), bahwa “Ekonomi Kreatif adalah sebuah konsep di era baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusianya sebagai faktor produksi yang utama”. Studi pemetaan industri kreatif yang dilakukan oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2007), memberikan definisi industri kreatif, yaitu “Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreatif dan kreativitas individu”. Industri kreatif adalah industri yang mengandalkan talenta, keterampilan, dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu (Ananda dan Susilowati, 2018). Menurut Rakib, Yunus, dan Amin (2018), Elemen utama dari industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan bakat yang memiliki potensi untuk meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran ciptaan intelektual. Berdasarkan uraian para ahli di atas

maka dapat disimpulkan bahwa unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual (Hulu, 2024)

Sejak buku John Howkins "Creative Economy, How People Make Money from Ideas" diterbitkan, konsep ekonomi kreatif telah diterima. Menurut Howkins, Ekonomi Kreatif adalah kegiatan ekonomi yang input dan outputnya berupa gagasan. Singkatnya, esensi kreativitas adalah gagasan. Dapat disimpulkan bahwa, selain modal gagasan, orang-orang kreatif juga dapat memperoleh manfaat dari tingkat pendapatan yang cukup tinggi. (Purnomo, 2016)

Penerapan ekonomi kreatif memiliki peran penting dalam mendukung kemandirian masyarakat Melayu sekaligus memperkuat identitas budaya melalui pengembangan potensi lokal. Salah satu sektor yang kini semakin berkembang adalah pengolahan dan diversifikasi produk kopi. Kopi bukan hanya sekadar komoditas konsumsi harian, melainkan telah menjadi simbol gaya hidup, sarana interaksi sosial, serta produk unggulan yang memiliki potensi besar menembus pasar internasional.

Diversifikasi produk kopi dapat menjadi strategi efektif untuk memperluas daya tarik dan meningkatkan nilai tambah. Tidak hanya sebatas kopi seduh, tetapi juga melalui inovasi produk turunan seperti kopi bubuk kemasan, minuman siap saji, kopi herbal, kopi bercampur rempah khas Melayu, hingga olahan kreatif berupa makanan dan produk kesehatan berbasis kopi. Inovasi-inovasi ini memungkinkan kopi tidak hanya hadir di meja penikmat minuman, tetapi juga masuk dalam industri kuliner, kecantikan, dan gaya hidup.

Generasi sekarang sudah sangat akrab dengan platform digital dan media sosial, sehingga pemanfaatan ruang digital menjadi aspek penting dalam strategi pemasaran kopi. Platform digital menawarkan peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas, memperkenalkan identitas Melayu melalui branding produk, serta memberikan efisiensi dalam distribusi dan transaksi. Dengan menggabungkan cita rasa khas kopi Melayu dan strategi pemasaran digital, produk kopi dapat bersaing tidak hanya di tingkat nasional, tetapi juga di pasar global.

Melalui penguatan ekonomi kreatif berbasis kopi, masyarakat Melayu diharapkan mampu mengembangkan kemandirian ekonomi yang berkelanjutan. Kreativitas dalam mengolah dan mengemas kopi menjadi produk bernilai tambah tidak hanya menciptakan peluang usaha baru, tetapi juga memperkuat citra budaya Melayu sebagai bagian dari ekonomi global. Dengan demikian, kopi tidak lagi sekadar komoditas, melainkan juga jembatan diplomasi budaya dan pilar daya saing internasional.

## **KESIMPULAN**

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif berbasis kopi memiliki potensi yang signifikan sebagai strategi dalam meningkatkan nilai tambah produk sekaligus memperkuat identitas budaya Melayu di tingkat global. Pelaksanaan program di Fatoni Roastery, Universitas Fatoni, Pattani, memperlihatkan bahwa kopi tidak hanya berperan sebagai komoditas ekonomi, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran kewirausahaan, ruang interaksi sosial, serta media kolaborasi lintas budaya. Berbagai aktivitas seperti proses pengolahan kopi, diskusi akademik, serta pengenalan strategi pemasaran produk menunjukkan bahwa inovasi pada aspek produk, pengemasan yang menarik, dan penguatan identitas budaya dalam proses branding mampu meningkatkan daya tarik produk kopi di pasar yang lebih luas.

Penerapan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) dalam kegiatan ini juga menunjukkan efektivitasnya sebagai model pemberdayaan masyarakat yang berorientasi pada pemanfaatan potensi lokal. Melalui tahapan discovery, dream, design, dan destiny, masyarakat, mahasiswa, dan akademisi dapat berkolaborasi dalam mengidentifikasi potensi kopi lokal, mengembangkan inovasi produk, serta merancang strategi pemasaran berbasis digital. Pendekatan ini tidak hanya memberikan dampak ekonomi melalui peningkatan produktivitas dan peluang pendapatan, tetapi juga memperkuat jejaring akademik serta memperkenalkan budaya Melayu dalam konteks yang lebih luas.

Meskipun demikian, pelaksanaan kegiatan ini masih menghadapi beberapa keterbatasan, antara lain durasi program yang relatif terbatas, belum optimalnya pemanfaatan teknologi dan strategi pemasaran digital, serta perlunya peningkatan kualitas produk secara berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dan kolaborasi yang lebih luas dari berbagai pihak, seperti pemerintah, sektor industri, dan pelaku ekonomi kreatif, agar program serupa dapat dikembangkan secara lebih berkelanjutan. Selain itu, penelitian lanjutan juga diperlukan, khususnya terkait inovasi produk, penguatan branding, serta strategi pemasaran digital guna meningkatkan daya saing produk lokal di pasar nasional maupun internasional.

### **UCAPAN TERIMAKASIH**

Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, kerja sama, serta kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada Institut Syariah Negeri Junjungan Bengkalis, Universitas Fatoni Thailand, dan Shalihyah School Thailand atas dukungan fasilitas, kesempatan kolaborasi, serta ruang pembelajaran yang memungkinkan terlaksananya program pengembangan ekonomi kreatif berbasis kopi.

Apresiasi juga diberikan kepada seluruh peserta yang telah menunjukkan antusiasme dan keterlibatan aktif selama rangkaian kegiatan berlangsung. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing, mahasiswa, serta masyarakat yang turut berpartisipasi dalam berbagai tahapan kegiatan. Sinergi dan kerja sama yang terjalin diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi penguatan ekonomi kreatif sekaligus mendukung pelestarian serta pengembangan identitas lokal di masa yang akan datang.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Chaprilia, A., & Yuliawati, Y. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi volume ekspor teh PTPN IX, Jawa Tengah. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 14 (2), 167-175.
- DAULAY, D. P. S. (2025). *Analisis Daya Saing Kopi Indonesia Dan Vietnam Di Pasar Asean*. Universitas Malikussaleh.
- Hulu, F. (2024). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Industri Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Economic Development Progress*, 3 (1), 1-10. <https://doi.org/10.70021/edp.v3i1.159>
- Ishak, K., Isa, M., Junery, M. F., Sari, Y., Hidayah, N., Rahim, H., Bakhri, S., Asengbaramae, R., Wahyudi, W. E., Gajah, A., Melaka, C., Nahdlatul, U., Pasuruan, U., & Economics, F. (2025). *LOKAL*. 2 (2), 67-72.
- Ishak, K., & Selamat, M. I. (2025). *Pengembangan Industri Kreatif Tenun Songket Berbasis Potensi Budaya Lokal Di Desa Sebauk Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*. 2 (1), 16-26.
- Ishak, K., Selamat, M. I., Heryadi, H., Sari, Y., Hidayah, N., Rahma, T., Ramadhan, R., Rahim, H., Bakhri, S., Hassanee, N., & others. (2026). Penguatan Ekonomi Kreatif Masyarakat Melayu Melalui Diversifikasi Produk Kopi: Untuk Peningkatan Daya Saing Global. *JGEN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4 (1), 103-112.
- Nurohman, N., Rifin, A., & Djohar, S. (2018). Analisis Kinerja Daya Saing Industri Teh Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 2 (5), 389-404.
- Purbantina, A. P., & Arviani, H. (2023). *Jaringan Produksi Kopi Global: Sebuah Pengantar*. Nas Media Pustaka.
- Purnomo, R. A. (2016). Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia. In *Yayasan Kita Menulis* (Vol. 53, Nomor 9). CV. Ziyadbooks.
- Safelani, D., & Daspar, D. (2025). Analisa Peluang Dan Ancaman/Tantangan Perdagangan Produk Perkebunan Kopi (Studi Kasus Pada Perdagangan Indonesia Dengan Malaysia). *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2 (6), 11922-11928.
- Siahaan, J. A. (2014). Analisis Daya Saing Komoditas Kopi Arabika Indonesia di Pasar Internasional. *Ipb 2014*, 1, 1-5.
- Sidik, A., Fadhil, F., Dwi, L., Romadon, N. A., Ramadhan, M. V., Wijaya, S., Sulistio, A., Putri, M. D., Lathifah, U. N., Fitrotunnisa, Z., Yuliana, H., Imas, A. N., Kholifah, A., Islam, U., Zuhri, N. K. H. S., & Abstrak, P. (2023). Pendampingan Dan Sosialisasi Kepada UMKM Dengan Metode ABCD Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Kampelmas*, 2 (1), 129-139.
- Solikatun, S., Kartono, D. T., & Demartoto, A. (2018). Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi (Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi Di Kedai Kopi Kota Semarang). *Jurnal Analisa Sosiologi*, 4 (1). <https://doi.org/10.20961/jas.v4i1.17410>
- Widiastutie, S., Kusuma, C. S. D., Pradhanawati, A., & Sardjono, M. A. (2022). Diplomasi Kopi Indonesia di Kancan Dunia. *Indonesian Perspective*, 7 (2), 180-204. <https://doi.org/10.14710/ip.v7i2.50778>
- Zakariyah, M. Y., Anindita, R., & Baladina, N. (2014). Analisis daya saing teh Indonesia di pasar internasional. *Jurnal Agrimeta*, 4 (08).