

Pengembangan Produk Unggulan Daerah Melalui Pengolahan Dan Branding Produk Salak Sebagai Ikon Unggulan Desa Mlinjon Kabupaten Tulungagung

¹Dani Irawan, ²Fuad Indra Kusuma, ³Annisya', ⁴Ica Purnamasari

E-mail: ¹dani.irawan.ft@um.ac.id, ²fuad.indra.kusuma.fv@um.ac.id,
³annisya'.fe@um.ac.id, ⁴ica.purnamasari.fip@um.ac.id

ABSTRAK

Desa Mlinjon, Kecamatan Suruh, Kabupaten Trenggalek, sebagai salah satu sentra produksi salak, memiliki tantangan dalam meningkatkan nilai tambah produk salak. Sebagian besar hasil panen dijual dalam bentuk segar tanpa pengolahan lebih lanjut, sehingga nilai ekonominya rendah, terutama saat musim panen raya. Desa Mlinjon menghasilkan sekitar 2 ton salak per musim panen, dengan 40% limbah berupa biji salak yang belum dimanfaatkan, setara 800 kg. Harga salak segar sering jatuh hingga Rp3.000/kg saat panen raya, menurunkan pendapatan petani. Secara kualitatif, petani menghadapi tantangan harga rendah akibat minimnya pengolahan pasca-panen. Namun, biji salak memiliki potensi diolah menjadi produk bernilai tinggi seperti kopi salak, yang dapat dijual dengan harga Rp50.000/kg. Pengolahan biji kopi salak membutuhkan inovasi teknologi dan pelatihan khusus untuk memastikan kualitas produk yang dihasilkan sesuai dengan standar pasar. Proses ini melibatkan beberapa tahap, seperti pengeringan, penggongsengan (roasting), penggilingan, dan pengemasan. Setiap tahapan memerlukan perhatian khusus terhadap kualitas bahan baku dan teknologi yang digunakan, agar hasil akhirnya memiliki cita rasa, aroma, dan kualitas yang bersaing di pasar. Selain aspek teknis, pemasaran produk kopi salak juga menjadi tantangan tersendiri. Produk kopi salak yang masih baru di pasar membutuhkan strategi pemasaran yang kreatif dan efektif untuk meningkatkan kesadaran konsumen. Kemasan yang menarik, branding yang kuat, dan promosi yang tepat dapat membantu memperluas pangsa pasar produk ini. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah (1) meningkatkan keterampilan dan pengetahuan masyarakat pelaku UMKM, dalam mengolah biji salak menjadi produk kopi melalui mesin penggorengan vakum (2) workshop branding dan pemasaran produk kopi salak. Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini ditempuh dengan cara workshop. Hasil dari kegiatan ini adalah (1) Inovasi mesin penggiling kopi biji salak berbasis rotary dan kontrol suhu otomatis meningkatkan produksi dua kali lipat, kualitas seragam, serta kepuasan mitra di atas 80%. (2) Pelatihan branding melahirkan merek "Salacca Brew", pemasaran digital berkembang, dan keberlanjutan dijamin melalui kelembagaan usaha serta roadmap agroindustri salak.

Kata kunci : Desa Mlinjon, Salak, Kopi Salak, Biji Salak, UMKM

ABSTRACT

Mlinjon Village, Suruh District, Trenggalek Regency, as one of the centers of snake fruit production, faces challenges in increasing the added value of snake fruit products. Most of the harvest is sold fresh without further processing, resulting in low economic value, especially during the peak harvest season. Mlinjon Village produces approximately 2 tons of snake fruit per harvest season, with 40% of this waste being unused snake fruit seeds, equivalent to 800 kg. The price of fresh snake fruit often drops to IDR 3,000/kg during the

peak harvest, reducing farmers' income. Qualitatively, farmers face the challenge of low prices due to minimal post-harvest processing. However, snake fruit seeds have the potential to be processed into high-value products such as snake fruit coffee, which can be sold for IDR 50,000/kg. Processing snake fruit coffee beans requires technological innovation and specialized training to ensure the quality of the resulting product meets market standards. This process involves several stages, such as drying, roasting, milling, and packaging. Each stage requires special attention to the quality of raw materials and the technology used, so that the final product has a taste, aroma, and quality that is competitive in the market. In addition to technical aspects, marketing snake fruit coffee products is also a challenge in itself. Snake fruit coffee products that are still new to the market require creative and effective marketing strategies to increase consumer awareness. Attractive packaging, strong branding, and appropriate promotions can help expand the market share of this product. The objectives of this community service are (1) to improve the skills and knowledge of MSMEs in processing snake fruit seeds into coffee products through a vacuum frying machine (2) branding workshops and marketing snake fruit coffee products. The implementation method in this activity was carried out through workshops. The results of this activity are (1) Innovation of a rotary-based snake fruit coffee grinding machine and automatic temperature control increased production two-fold, uniform quality, and partner satisfaction above 80%. (2) Branding training gave birth to the "Salacca Brew" brand, digital marketing developed, and sustainability was guaranteed through business institutions and a snake fruit agro-industry roadmap. **Keyword : Mlinjon Village, Salak, Salak Coffee, Salak Seeds, MSMEs**

1. PENDAHULUAN

Buah salak merupakan komoditas hortikultura unggulan di Indonesia dengan potensi besar untuk diolah menjadi berbagai produk bernilai tambah. Sebagian besar pengolahan buah salak selama ini terfokus pada daging buahnya, seperti keripik, manisan, dan sirup (Ridwan et al., 2023). Sayangnya, bagian lain dari buah salak, seperti bijinya, sering kali dianggap limbah dan tidak dimanfaatkan secara optimal (Siregar & Sari, 2020). Pemanfaatan limbah hortikultura, termasuk biji buah, dapat menjadi solusi strategis untuk meningkatkan nilai tambah dan mengurangi dampak lingkungan (Machmud et al., 2024). Desa Mlinjon, Kecamatan Suruh, Kabupaten Trenggalek, sebagai salah satu sentra produksi salak, menghadapi tantangan besar dalam hal ini.

Desa Mlinjon, Kecamatan Suruh, Kabupaten Trenggalek, yang merupakan salah satu sentra produksi salak, menghadapi tantangan dalam

meningkatkan nilai tambah produk salak. Sebagian besar hasil panen salak di desa ini dijual dalam bentuk segar tanpa pengolahan lebih lanjut, sehingga nilai ekonominya rendah, terutama saat musim panen raya. Saat panen raya, harga salak segar seringkali jatuh **hingga Rp3.000/kg**, menurunkan pendapatan petani secara signifikan. Desa Mlinjon menghasilkan **sekitar 2 ton salak** per musim panen, dengan sekitar **40% dari total panen** berupa limbah biji salak, setara dengan **800 kg**. Limbah ini belum dimanfaatkan secara maksimal dan berpotensi menjadi beban lingkungan. Namun, biji salak sebenarnya memiliki potensi untuk diolah menjadi produk bernilai tinggi seperti kopi salak, yang dapat dijual dengan harga **hingga Rp50.000/kg**. Proses pengolahan biji salak menjadi kopi salak membutuhkan inovasi teknologi dan keterampilan khusus agar menghasilkan produk berkualitas yang sesuai dengan standar pasar (Apriyanti, 2022).



Gambar 1. Hasil Panen Salak Dan Bijinya yang Belum Di Manfaatkan

Kedua, pemasaran produk kopi salak menjadi tantangan besar, mengingat kopi salak adalah produk baru di pasar yang belum banyak dikenal oleh konsumen. Untuk memperkenalkan produk ini, para pelaku usaha harus memiliki strategi pemasaran yang kreatif dan efektif guna menarik perhatian pasar dan meningkatkan kesadaran konsumen (Nasir, 2023). Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah dengan mengedukasi masyarakat tentang manfaat dan keunikan kopi salak, seperti rasanya yang khas dan potensinya sebagai alternatif kopi sehat (Ompi et al., 2016). Pelaku usaha bisa memanfaatkan media sosial, influencer, dan kampanye digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan mengedukasi mereka mengenai cara pembuatan serta keunggulan produk kopi salak dibandingkan kopi biasa (Ni et al., 2017). Selain itu, menciptakan kemasan yang menarik dan informatif juga penting agar konsumen merasa tertarik untuk mencoba produk ini (Alfiyah, 2019). Pemasaran berbasis pengalaman juga dapat menjadi strategi yang efektif, seperti mengadakan event atau demo produk, dimana konsumen dapat langsung mencicipi dan merasakan keunikan kopi salak (Hadiwibawa et al., 2021). Dengan kombinasi strategi pemasaran yang

inovatif dan pemanfaatan teknologi digital, kopi salak berpotensi untuk diterima dan berkembang di pasar, bahkan menjadi pilihan baru yang diminati oleh konsumen Karta & Susila, 2015).

Pengembangan produk unggulan daerah melalui pengolahan dan branding produk salak sebagai ikon unggulan desa mlinjon kab tulungagung

Berdasarkan latar belakang tersebut tim pengabdian masyarakat UM bermaksud melaksanakan kegiatan berupa Pengembangan produk unggulan daerah melalui pengolahan dan branding produk salak sebagai ikon unggulan desa mlinjon kab tulungagung

. Sehingga tujuan pelaksanaan kegiatan adalah

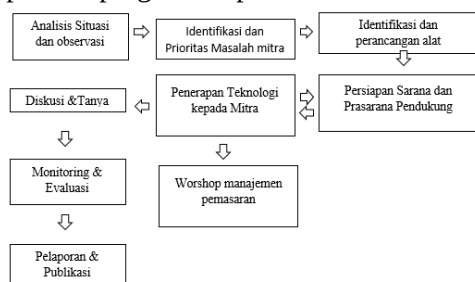
- (1) Menghasilkan produk kopi dari biji salak untuk dikembangkan menjadi produk unggulan daerah melalui penerapan teknologi penggiling buah salak.
- (2) Melakukan bimbingan teknis tentang pengolahan kopi dari biji salak sehingga memiliki rasa yang khas dan berdaya saing jual tinggi.
- (3) Melakukan workshop dan pelatihan teknik branding marketing melalui website dan toko online sehingga produk olahan salak menjadi kopi dapat dikenal masyarakat dan meningkatkan income generate mitra pengabdian

2. PERMASALAHAN MITRA

Masalah, persoalan, tantangan, atau kebutuhan masyarakat yang faktual dan actual. Uraikan tentang masalah, persoalan, atau kebutuhan pokok dalam masyarakat dikaitkan dengan target kegiatan

3. METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pemberdayaan masyarakat yang ditempuh melalui pelatihan dan pendampingan. Pemberdayaan Masyarakat merupakan sebuah proses dalam memberikan kesempatan dan memberdayakan masyarakat melalui partisipasi, alih pengetahuan, keahlian dan keterampilan. Kegiatan pemberdayaan masyarakat kegiatan-kegiatan ini ditempuh melalui pendampingan dan pelatihan.



Gambar 2. Prosedur Pelaksanaan

Pada gambar 2 proses yang pertama dilakukan saat pengabdian ialah tim pengabdian melakukan observasi secara langsung pada kelompok usaha untuk menemukan akar permasalahan dari hasil usaha kelompok usaha serta menemukan solusi atas masalah yang menghambat produksi kelompok usaha. Untuk langkah selanjutnya ialah dengan merencanakan dan mempersiapkan produk yang akan diberikan kepada kelompok usaha dan memastikan bahwa produk yang diberikan telah memiliki standart keamanan dan juga memiliki nilai fungsi yang dapat meringankan serta memberikan manfaat berupa memudahkan proses produksi kelompok usaha. Sebelum diberikan kepada kelompok usaha, tim pengabdian terlebih dahulu melakukan uji coba guna memastikan bahwa produk yang akan diserahkan sesuai dengan standart yang telah ditentukan sebelumnya. Jika semua sudah sesuai standart yang telah ditentukan dan lolos dalam kategori uji coba maka tim pengabdian akan menyerahkan kepada kelompok usaha.

Kegiatan tersebut dilakukan dengan memberikan pengarahan dan memberikan kesempatan kepada kelompok usaha

untuk mencoba produk yang telah diberikan. Selain itu, tim pengabdian juga memberikan cara untuk merawat produk, cara penyimpanan yang baik untuk menjaga kualitas produk tetap terjaga dan dapat bertahan lama. Tahap pelaporan pada tahap ini yaitu, melaporkan segala kegiatan pengabdian dan output kegiatan. Tahapan ini juga terkait refleksi terhadap hasil pelaksanaan kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh manfaat dari dampak yang telah dirasakan sebelumnya. Proses output sendiri dilakukan oleh tim pengabdian dengan membuat jurnal, buku, dan lain-lain.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Permasalahan utama yang menjadi latar belakang kegiatan pengabdian di Desa Mlinjon adalah rendahnya nilai jual produk salak karena hanya dijual dalam bentuk segar. Harga salak dapat anjlok hingga Rp3.000/kg saat panen raya, dan sekitar 40% hasil panen berupa limbah biji salak tidak dimanfaatkan. Rumusan masalah yang dijawab dalam kegiatan ini mencakup: (1) bagaimana meningkatkan nilai tambah produk salak, (2) bagaimana mengolah limbah biji salak menjadi produk yang bernilai ekonomi tinggi, dan (3) bagaimana meningkatkan keterampilan dan daya saing masyarakat melalui teknologi pengolahan dan branding produk kopi salak.

Untuk menjawab masalah tersebut, tujuan pengabdian difokuskan pada tiga hal: (1) menghasilkan produk kopi dari biji salak menggunakan teknologi tepat guna berupa mesin penggiling, (2) meningkatkan keterampilan mitra dalam mengolah biji salak menjadi bubuk kopi yang khas, dan (3) mengembangkan strategi branding dan pemasaran melalui media digital. Metode pelaksanaan dilakukan melalui enam tahap: sosialisasi, penyediaan alat, pelatihan teknis, workshop branding, monitoring-evaluasi, dan pendampingan keberlanjutan.



Gambar 3 Peserta membuat kopi salak

Data kuantitatif hasil produksi menunjukkan adanya peningkatan signifikan setelah penggunaan mesin penggiling kopi salak. Jika sebelumnya kapasitas produksi hanya 10–14 kg per bulan secara manual, maka setelah intervensi teknologi, produksi meningkat menjadi 20–25 kg per bulan. Diagram batang yang ditampilkan mengilustrasikan lonjakan produksi secara stabil dalam enam bulan terakhir. Ini menunjukkan bahwa mesin penggiling berbasis rotary dan kontrol suhu dengan Arduino Leonardo sangat efektif dalam meningkatkan efisiensi dan konsistensi hasil.



Gambar 4 Proses Pelatihan alat pembuat kopi salak

Selain data produksi, aspek kepuasan mitra dan masyarakat juga dianalisis. Berdasarkan hasil survei terhadap 40 responden (pelaku UMKM, petani salak, dan masyarakat lokal), diperoleh hasil bahwa 50% responden merasa sangat puas, 30% puas, 15% cukup puas, dan hanya 5% yang tidak puas. Diagram phi (pie chart) tersebut mencerminkan bahwa mayoritas masyarakat menyambut positif

inovasi mesin penggiling dan merasa terbantu dalam proses produksi. Adapun mereka yang merasa cukup puas atau tidak puas, umumnya menyampaikan bahwa butuh pelatihan lebih lanjut dalam pemeliharaan mesin serta pengemasan produk.

Data kualitatif juga mendukung keberhasilan kegiatan ini. Wawancara dengan Ketua Kelompok Tani menunjukkan bahwa keberadaan mesin penggiling telah mempersingkat waktu produksi hingga 60%, meningkatkan kualitas tekstur bubuk kopi, dan mengurangi kelelahan tenaga kerja manual. Selain itu, hasil uji coba 15 kali penggilingan menunjukkan bahwa tingkat keseragaman bubuk mencapai 95%, dengan suhu stabil antara 40–50°C sesuai kebutuhan karakteristik rasa kopi salak yang khas.



Gambar 5 Pelatihan Pemasaran Kopi Salak

Dari aspek pemasaran, hasil pelatihan branding juga memberikan dampak signifikan. Produk kopi salak yang sebelumnya dikemas sederhana, kini telah menggunakan desain kemasan menarik, dilengkapi label gizi, dan QR Code menuju media sosial usaha. Branding menggunakan nama "Salacca Brew" dipilih setelah uji publik kecil di pasar lokal. Dalam waktu dua bulan, produk berhasil dipasarkan di tiga toko oleh-oleh di Tulungagung, dua gerai online, dan memperoleh pesanan rata-rata 30–40 pack per minggu. Ini menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya berhenti pada aspek

teknis produksi, tetapi juga berhasil mengintegrasikan aspek pemasaran modern.

Optimalisasi alat juga dilakukan secara teknis melalui serangkaian uji coba dan pengukuran. Mesin dilengkapi sensor suhu berbasis thermocouple yang dihubungkan ke mikrokontroler Arduino Leonardo. Setiap kali suhu melewati ambang 50°C, sistem akan otomatis mengatur kecepatan putaran motor untuk menjaga cita rasa kopi. Proses rotary digerakkan oleh motor listrik bertenaga 1/4 HP, dengan kapasitas hingga 30 kg per siklus. Efisiensi ini memungkinkan pelaku usaha memenuhi permintaan pasar dalam waktu yang lebih singkat, dan dengan hasil yang lebih seragam.



Gambar 6 Kemasan Kopi Salak

Keberhasilan teknis ini semakin diperkuat dengan pelatihan pemeliharaan mesin yang diberikan kepada lima operator lokal. Mereka dilatih untuk mengidentifikasi komponen kritis mesin seperti pulley, sabuk V, dan sensor suhu. Selain itu, pelatihan pengemasan dan penyimpanan juga dilakukan agar produk kopi memiliki masa simpan optimal dan tidak mengalami penurunan kualitas akibat kelembaban atau cahaya.

Dalam evaluasi keseluruhan, program ini berhasil memenuhi indikator luaran yang ditetapkan: terciptanya teknologi tepat guna (mesin penggiling), publikasi

jurnal nasional (Shinta 5), media massa, hingga draft HKI atas desain mesin. Ke depan, mitra didorong untuk membentuk koperasi usaha kopi salak sebagai lembaga ekonomi yang mengelola produksi, distribusi, dan pemasaran. Dengan strategi ini, kopi salak dapat menjadi ikon unggulan Desa Mlinjon, sekaligus solusi terhadap permasalahan limbah hortikultura.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil menjawab permasalahan utama yang dihadapi oleh masyarakat Desa Mlinjon, yaitu rendahnya nilai ekonomi buah salak yang selama ini hanya dijual dalam bentuk segar, serta belum termanfaatkannya biji salak sebagai potensi produk olahan bernilai tambah. Dengan pendekatan berbasis pemberdayaan, pelatihan teknis, dan pemanfaatan teknologi tepat guna, kegiatan ini mampu menciptakan perubahan signifikan dalam aspek produksi, keterampilan masyarakat, dan strategi pemasaran.

Melalui inovasi teknologi mesin penggiling kopi biji salak berbasis rotary dan kontrol suhu otomatis, masyarakat kini dapat memproduksi kopi salak dalam jumlah yang lebih besar, waktu yang lebih singkat, serta dengan kualitas bubuk yang seragam dan bercita rasa khas. Data kuantitatif menunjukkan peningkatan kapasitas produksi dua kali lipat dibandingkan dengan metode manual. Hasil survei juga menunjukkan bahwa lebih dari 80% mitra merasa puas dengan keberadaan mesin dan pelatihan yang diberikan.

Selain itu, kegiatan pelatihan branding dan digital marketing berhasil meningkatkan daya saing produk kopi salak dengan lahirnya merek “Salacca Brew” yang telah mulai dipasarkan melalui media sosial dan outlet oleh-oleh

lokal. Aspek keberlanjutan juga dirancang melalui pendampingan pembentukan kelembagaan usaha dan penyusunan roadmap pengembangan kawasan agroindustri salak berbasis inovasi.

Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan solusi jangka pendek, tetapi juga menciptakan fondasi jangka panjang untuk pertumbuhan ekonomi lokal yang berbasis potensi desa dan teknologi, serta mendukung tercapainya SDGs poin 8 dan 9 melalui penciptaan lapangan kerja dan penguatan industri inovatif berbasis lokal.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Malang yang telah memberikan dukungan pendanaan melalui Surat Keputusan Rektor Nomor 21.2.33/UN32/KP/2025. Dukungan ini memungkinkan terlaksananya program secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Gusriah Hadiwibawa, Et Al. “Rancang Bangun Mesin Penggiling Biji Salak Menjadi Bubuk Minuman Dengan Kapasitas Bahan Baku 20 (Kg/Jam).” *Jurnal Teknologi Mesin Uda*, Vol. 2, No. 1, 2021, Pp. 182–195, Jurnal.Darmaagung.Ac.Id/Index.Php/Teknologimesin/Article/View/2170. Accessed 14 Jan. 2025.
- I Wayan Karta, And Eva Susila. “Kandungan Gizi Pada Kopi Biji Salak (Salacca Zalacca) Produksi Kelompok Tani Abian Salak Desa Sibetan Yang Berpotensi Sebagai Produk Pangan Lokal Berantioksidan Dan Berdaya Saing.” *Virgin: Jurnal Ilmiah Kesehatan Dan Sains*, Vol. 1, No. 2, 2015,

Jurnal.Undhirabali.Ac.Id/Index.Php/Virgin/Article/View/60.

Accessed 14 Jan. 2025.

- Irin Apriyanti. “Pengaruh Variasi Waktu Jemur Dan Sangrai Terhadap Karakteristik Mutu Organoleptik Kopi Biji Salak (Salacca Zalacca) Di Ud. Budi Jaya Desa Kramat Bangkalan.” *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, Vol. 1, No. 5, 15 Aug. 2022, Pp. 361–378,

<https://doi.org/10.58344/Locus.V1i5.107>. Accessed 7 May 2024.

- Lestari, Devi, Et Al. “Substitusi Bubuk Biji Salak Dan Bubuk Kopi Arabika Dalam Pembuatan Bubuk Kopi.” *Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian*, Vol. 3, No. 1, 8 Feb. 2018, P. 15, <https://doi.org/10.26858/Jtp.V3i1.5190>. Accessed 9 July 2021.

- Lokaria, Eka, And Ivoni Susanti. “Uji Organoleptik Kopi Biji Salak Dengan Varian Waktu Penyangraian.” *Bioedusains: Jurnal Pendidikan Biologi Dan Sains*, Vol. 1, No. 1, 22 June 2018, Pp. 34–42, <https://doi.org/10.31539/Bioedusains.V1i1.262>. Accessed 2 Nov. 2021.

- Mulyana Machmud, Et Al. “Salak Coffee: Revolusi Ekonomi Kreatif Dari Limbah Salak Enrekang.” *Celebes Journal Of Community Services*, Vol. 3, No. 2, 2024, Pp. 279–285, Ojs.Stieamkop.Ac.Id/Index.Php/Celeb/Article/View/1817, <https://doi.org/10.37531/Celeb.V3i2.1817>. Accessed 14 Jan. 2025.

- Nasir, M Nasirudin. “Kandungan Gizi Pada Kopi Biji Salak (Salacca Zalacca) Ud Halwa Indoraya Desa Kedungrejo Yang Berpotensi Sebagai Produk Pangan Lokal Berantioksi Dan Berdaya Saing.” *Jurnal Agri-Tek*

- Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Eksakta*, Vol. 24, No. 2, 29 Sept. 2023, Pp. 18–22, <https://doi.org/10.33319/Agtek.V24i2.151>. Accessed 8 Dec. 2024.
- Ni, Et Al. “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Kopi Biji Salak.” *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, Vol. 13, No. 2, 20 Dec. 2017, Pp. 120–126, <https://doi.org/10.31940/Jbk.V13i2.702>. Accessed 24 July 2023.
- Ompi, Gabriella F, Et Al. “Strategi Pemasaran Kopi Biji Salak “Kobisa” Di Desa Pangu Kecamatan Ra-Tahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara.” *Cocos*, Vol. 8, No. 1, 2016, *Ejournal.Unsrat.Ac.Id/Index.Php/Cocos/Article/View/11378*, <https://doi.org/10.35791/Cocos.V7i1.11378>. Accessed 14 Jan. 2025.
- Ridwan, Muhamad, Et Al. “Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Melalui Pelatihan Produksi Kopi Rendah Kafein Berbahan Biji Buah Salak.” *Jukeshum: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 3, No. 2, 4 Aug. 2023, Pp. 192–200, *Ojs.Unhaj.Ac.Id/Index.Php/Jukeshum/Article/View/561*, <https://doi.org/10.51771/Jukeshum.V3i2.561>. Accessed 14 Jan. 2025.
- Rosida, Dedin Finatsiyatul, Et Al. “Produksi Kopi Biji Salak Bangkalan Dengan Mesin Pemecah Biji Efisiensi Tinggi.” *Jurnal Teknologi Pangan*, Vol. 12, No. 1, 11 July 2018, <https://doi.org/10.33005/Jtp.V12i1.1111>. Accessed 2 Nov. 2021.
- Siregar, Dwi Aninditya, And Lia Purnama Sari. “Analisis Komposisi Kimia Dan Antioksidan Serbuk Biji Salak Padangsidempuan (Salacca Sumatrana Becc).” *Jurnal Education And Development*, Vol. 8, No. 4, 2020, Pp. 403–403, *Journal.Ipts.Ac.Id/Index.Php/Ed/Article/View/2086*, <https://doi.org/10.37081/Ed.V8i4.2086>. Accessed 14 Jan. 2025.
- Siti Alfiah. “Analisis Strategi E-Business (Studi Kasus Di Umkm Kopi Biji Salak(Koplak) Di Dusun Salakan Desa Semboro Kecamatan Semboro).” *Al-Tsaman : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, Vol. 1, No. 1, 2019, Pp. 61–73, *Ejournal.Uas.Ac.Id/Index.Php/Al-Tsaman/Article/View/243*. Accessed 14 Jan. 2025.
- Sitohang, Apul, Et Al. “Pemanfaatan Biji Salak (Salacca Edulis) Dan Ekstrak Jahe Merah (Zingiber Officinale Var. Rubrum Rhizoma) Sebagai Minuman Alternatif Pengganti Kopi Robusta (Coffea Canephora).” *Jurnal Riset Teknologi Pangan Dan Hasil Pertanian (Retipa)*, 27 Apr. 2021, Pp. 38–48, <https://doi.org/10.54367/Retipa.V1i2.1204>. Accessed 27 Nov. 2021.
- Trimo, Lucyana, Et Al. “Kajian Strategi Pengembangan Agrowisata Kopi Luwak (Studi Kasus Kopi Luwak Manglayang, Kampung Pondok Buahbatu-Cikawari, Desa Mekarmanik, Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung).” *Agricore: Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, Vol. 3, No. 2, 4 Dec. 2018, <https://doi.org/10.24198/Agricore.V3i2.20657>. Accessed 3 May 2021.