

## Kewirausahaan Berbasis Kearifan Lokal: Strategi Usaha Sengkuang 76 Coffee Di Era Modern

### Local Wisdom-Based Entrepreneurship: Sengkuang 76 Coffee Business Strategy In The Modern Era

Bambang Siswan Prawijaya<sup>1)</sup>; Ahmad Soleh<sup>2)</sup>; Dodi Hardinata<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup> Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1</sup>[bamsprawijaya81@gmail.com](mailto:bamsprawijaya81@gmail.com), <sup>2</sup>[ahmadsoleh@unived.ac.id](mailto:ahmadsoleh@unived.ac.id), <sup>3</sup>[hardinata29@unived.ac.id](mailto:hardinata29@unived.ac.id)

#### How to Cite :

Prawijaya. B. S., Soleh. A., Hardinata. D. (2025). Local Wisdom-Based Entrepreneurship: Sengkuang 76 Coffee Business Strategy In The Modern Era. Journal of Management, Economic, and Accounting. 1(2). DOI: <https://doi.org/10.70963/jmea.v1i2>

#### ARTICLE HISTORY

Received [20 April 2025]

Revised [28 Mei 2025]

Accepted [31 Mei 2025]

#### KEYWORDS

Entrepreneurship, Local Wisdom Values, Sengkuang 76 Coffee Business Strategy.

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



#### ABSTRAK

Penerapan orientasi kewirausahaan merupakan hal yang sangat penting bagi para pelaku usaha. Tingginya persaingan menuntut pelaku usaha untuk selalu memberikan strategi dan inovasi terhadap usaha yang sedang dijalankan. Strategi dan inovasi yang dilakukan tentu saja tidak melupakan nilai-nilai kearifan lokal yang terdapat pada masyarakat setempat. Kondisi ini mengarah pada produsen kopi di Kabupaten Kepahiang salah satunya yaitu Sengkuang Coffee 76 pada strategi yang dilakukan berdasarkan pada orientasi kearifan lokal. Kajian-kajian mengenai kearifan lokal banyak dikaitkan dengan nilai-nilai, kebiasaan dan tradisi yang positif dari suatu masyarakat dari sudut pandang sosial, budaya dan lingkungan. Kopi merupakan salah satu komoditi unggulan yang ada di Kabupaten Kepahiang. Pertanian Kopi yang dilakukan di Kabupaten Kepahiang tentunya sudah dilakukan turun temurun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh produsen kopi dalam menjalankan usahanya dengan tanpa menghilangkan nilai-nilai kearifan lokal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan instrumen penelitian wawancara, observasi dan juga studi dokumentasi. Hasil analisis data dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif Hasil Penelitian menjelaskan bahwa apa saja yang menjadi strategi usaha sengkuang 76 coffee dalam menjalankan usahanya di era modern dengan tanpa menghilangkan nilai-nilai kearifan lokal.

#### ABSTRACT

The application of entrepreneurial orientation is very important for business people. The high competition requires business actors to always provide strategies and innovations to the business being run. The strategies and innovations carried out certainly do not forget the values of local wisdom found in the local community. This condition leads to coffee producers in Kepahiang Regency, one of which is Sengkuang Coffee 76 on strategies based on local wisdom orientation. Many studies on local wisdom are associated with positive values, habits and traditions of a community from a social, cultural and environmental perspective. Coffee is one of the leading commodities in Kepahiang Regency. Coffee farming in Kepahiang Regency has been practiced for generations. This research aims to find out how the strategies carried out by coffee producers in running their business without losing the values of local wisdom. This research uses qualitative methods by using research instruments of interviews, observation and documentation studies. The results of data analysis in this study using descriptive qualitative research results explain that what are the strategies of the sengkuang 76 coffee business in running its business in the modern era without eliminating local wisdom values.

## PENDAHULUAN

Sektor pertanian berperan penting dalam perekonomian Kabupaten Kepahiang karena merupakan sektor utama yang memberikan peranan terbesar dalam pembentukan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Pada tahun 2023 peranan sektor pertanian terhadap PDRB Kabupaten Kepahiang adalah 41,71 persen (angka sangat sementara). Dengan nilai nominal 5.615,59 milyar rupiah (atas dasar harga berlaku). Cakupan kegiatan pertanian terdiri dari beberapa jenis kegiatan yaitu pertanian, peternakan, perburuan dan jasa pertanian, kehutanan dan penebangan kayu serta perikanan. Dukungan luas wilayah dan kondisi lahan di Kabupaten Kepahiang terhadap komoditas tanaman perkebunan menjadikan wilayah ini banyak yang dimanfaatkan sebagai lahan perkebunan. Komoditi andalan yang dihasilkan antara lain kopi. Pada tahun 2023, komoditas tersebut mempunyai produksi 15.877,52 ton, mengalami penurunan jika dibandingkan tahun 2022 (BPS Kabupaten Kepahiang, 2024).

Provinsi Bengkulu, Lampung dan Sumatera Selatan dalam percaturan kopi dunia menyandang predikat sebagai daerah segitiga kopi (coffee triangle). Predikat terkenal tersebut disandang karena ketiga provinsi merupakan daerah penghasil utamakopi robusta Indonesia. Provinsi Bengkulu mempunyai luas lahan kopi 121.759 hektar dengan produksi kopi robusta 60.657 ton dan kopi arabika 3.164 ton. Provinsi Sumatera Selatan mempunyai luas lahan kopi 220.606 hektar dengan produksi kopi robusta 149.945 ton. Provinsi Lampung mempunyai luas lahan kopi 164.000 hektar dengan produksi kopi robusta 140.945 ton dan arabika 37 ton (Alhidayat, 2018)

Kabupaten Kepahiang merupakan salah satu wilayah di Provinsi Bengkulu sebagai produsen penghasil kopi terbesar selain dari Kabupaten Rejang Lebong. Kepahiang terletak di dataran tinggi pegunungan Bukit Barisan, dengan luas wilayah yaitu sekitar 66.500 hektar. Secara geografis, Kabupaten Kepahiang yang terletak di dataran tinggi yang mempunyai iklim yang sejuk dengan suhu udara rata-rata tidak lebih dari 25°C dan curah hujan yang tinggi. Dengan adanya dukungan kondisi dan luas wilayah di Kabupaten Kepahiang terhadap sektor pertanian terutama untuk komoditas perkebunan. Kopi adalah salah satu komoditas unggulan daerah dari Kabupaten Kepahiang dan rata-rata perkebunan kopi di Kabupaten Kepahiang sebagian besar perkebunan rakyat (BPS Provinsi Bengkulu, 2019)

Sebagai salah satu komoditas unggulan yang memberikan kontribusi PDRB yang cukup besar pada Kabupaten Kepahiang tentunya sangat berpotensi bagi pengusaha lokal untuk mengembangkan usaha pada bidang pertanian terutama kopi, baik itu pada bahan baku atau produk olahan. Adapun salah satu pengusaha lokal produsen kopi di Kabupaten Kepahiang yaitu "Sengkuang 76 Coffea" yang berada di Desa Sengkuang kecamatan Kabawetan Kabupaten Kepahiang, usaha ini bergerak dalam bidang pengolahan kopi. Pada saat ini usaha pengolahan "Sengkuang 76 Coffea" sudah mulai dikenal oleh masyarakat Kabupaten Kepahiang dan sudah mulai melakukan penjualan ke luar daerah baik itu di dalam maupun luar Provinsi Bengkulu. Hal ini dikarenakan rasanya yang enak dan memiliki cita rasa yang khas. Beranjak dari hal tersebut maka penulis tertarik untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana Strategi yang dilakukan oleh "Sengkuang 76 Coffea" sebagai pengusaha lokal dalam menjalankan usahanya di era modern.

## LANDASAN TEORI

Kewirausahaan merupakan konsep yang mencakup semangat inovasi, kreativitas, dan upaya untuk menciptakan nilai di dalam dunia bisnis. Konsep ini telah memainkan peran penting dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi, mengubah lanskap bisnis, serta membentuk dinamika sosial dan budaya dalam masyarakat. Dalam pengantar ini, kita akan menjelajahi esensi kewirausahaan dengan mengacu pada teori-teori utama dan referensi yang mendalam (I Wayan Kayun Suwastika, SE. et al., 2023).

Sampai saat ini konsep kewirausahaan masih terus berkembang. Kewirausahaan adalah suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang sangat bernilai dan berguna bagi dirinya dan orang lain. Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercrepta, berkarya dan bersahaja dan berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya. Seseorang yang memiliki karakter selalu tidak puas dengan apa yang telah dicapainya. Wirausaha adalah orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya (Mulyani, 2014). Kewirausahaan berbasis kearifan lokal merupakan inovasi untuk melangkah ke depan tanpa merusak tatanan sosial masyarakat. Kearifan lokal itu sendiri berkaitan erat dengan suatu budaya yang menjadi ciri khas kehidupan masyarakat tertentu. Oleh karena itu, kewirausahaan berbasis kearifan lokal dapat mendukung suatu masyarakat berkembang tanpa kehilangan ciri khas atau jati dirinya (Kompasiana, 2021). Berdasarkan beberapa teori yang ada maka dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan berbasis kearifan lokal

merupakan suatu upaya dalam menciptakan sesuatu yang baru dengan tanpa merubah tatanan sosial masyarakat yang menjadikan usaha tersebut tidak kehilangan jati diri.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan judul “Kewirausahaan Berbasis Kearifan Lokal: Strategi Usaha Sengkuang 76 Coffee di Era Modern”. Sugiyono (2010:15) mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (Handayani & Ayu Amrita, 2020). Pendekatan kualitatif ini tidak menggunakan model-model matematik, statistik, atau komputer, melainkan berfokus pada data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang serta perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (Field Research) dan penelitian perpustakaan (Library Research). Melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, peneliti mengumpulkan data untuk memahami bagaimana strategi yang dilakukan oleh Sengkuang 76 Coffee selaku wirausaha berbasis lokal dapat mengembangkan usahanya di era modern ini. Indikator penelitian yang digunakan mencakup wawancara dengan pemilik usaha Sengkuang 76 coffee untuk memahami pengetahuan, motivasi, pengalaman, dan strategi pada bisnis mereka. Dengan demikian metode wawancara digunakan sebagai alat utama pengumpulan data.

Wawancara mendalam dilakukan untuk memahami dampak strategi yang dilakukan terhadap aspek produksi, pemasaran, dan keberlanjutan bisnis. Waktu penelitian dilakukan di bulan November Minggu Pertama dan Kedua tahun 2024. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Proses analisis data menggunakan metode Miles dan Huberman dengan langkah-langkah seperti reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tempat penelitian ini Desa Bandung Jaya, Kecamatan Kabawetan, Kabupaten Kephahiang, dengan mengambil salah satu usaha produsen kopi yaitu Sengkuang76 coffee. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan November 2024. Data primer diperoleh dari observasi atau pengamatan langsung di lapangan atau informan, yaitu mereka yang terlibat secara langsung dalam kegiatan. Aspek- aspek yang diobservasi antara lain bagaimana strategi yang dilakukan oleh Sengkuang 76 coffee selaku wirausahawan lokal di era modern. Data skunder berupa data yang bersumber pada dokumen yang berupa foto, catatan, rekaman, gambar, maupun sumber data lain dari jurnal, buku, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan. Pengumpulan data menggunakan metode wawancara mendalam (*in depth interview*), observasi/pengamatan lapangan, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan antara peneliti dengan informan secara mendalam. Informan pada penelitian ini adalah Owner dari Sengkuang 76 Coffee.

Data dalam penelitian ini dianalisis secara kualitatif melalui tahapan-tahapan yang sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan, yaitu pengumpulan data, reduksi data, display/penyajian data, dan verifikasi/penarikan kesimpulan yang telah populer dikenal dengan istilah model interaktif oleh Miles & Huberman. Reduksi data merupakan proses pemilihan, penyusunan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini data yang diperoleh dikumpulkan terlebih dahulu dalam bentuk catatan. Data hasil pengamatan atau observasi yang dilakukan kemudian dibuat deskripsi dan diberikan refleksi atau catatan peneliti untuk memudahkan peneliti dalam pengelompokan dan analisis. Data yang telah direduksi kemudian ditampilkan atau disajikan dalam deskripsi yang sistematis sesuai dengan tujuan penelitian ini. Penyajian data ini bertujuan agar data yang telah dikumpulkan dan direduksi dapat dikomunikasikan secara mudah sehingga dapat dipahami. Penarikan kesimpulan dan analisis data dilakukan dengan mencari pola, tema, hubungan, dan persamaan hal-hal yang terjadi (Malik & Mulyono, 2017).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Era Globalisasi yang serba cepat, kewirausahaan berbasis lokal menghadapi tantangan sekaligus peluang besar. Tantangan tersebut seperti persaingan dengan produk Global hal ini disebabkan karena beberapa faktor: Produk global sering dihasilkan oleh perusahaan besar dengan kapasitas produksi yang jauh lebih besar dibandingkan usaha lokal. Skala ekonomi ini memungkinkan perusahaan besar untuk menekan biaya produksi per unit sehingga bisa menawarkan harga lebih kompetitif, selain itu banyak produk global diproduksi dengan standar kualitas internasional yang ketat, baik dari sisi bahan baku, teknologi, maupun proses produksi. Konsumen sering kali menganggap produk global lebih berkualitas atau memiliki daya tahan lebih baik, terutama jika didukung oleh sertifikasi dan standar yang diakui secara internasional. Faktor strategi pemasaran yang lebih agresif dan kreatif juga menjadi andil, perusahaan global mengalokasikan anggaran besar untuk pemasaran, yang memungkinkan mereka menjalankan kampanye pemasaran yang agresif, kreatif, dan efektif di berbagai saluran, termasuk iklan

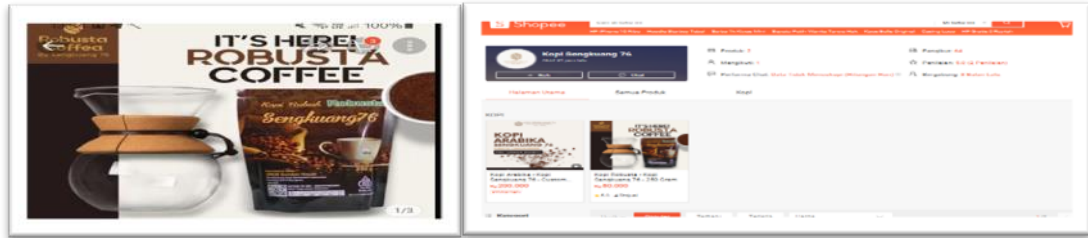
digital, sponsor, dan promosi diskon. Dengan pemasaran yang kuat, perusahaan besar dapat dengan cepat menarik perhatian konsumen, baik di pasar lokal maupun internasional. Kewirausahaan berbasis kearifan lokal memiliki peluang yakni: peluang kolaborasi dengan usaha lain, teknologi digital sebagai jembatan pasar, potensi wisata lokal, tren produk lokal dan berkelanjutan, serta dukungan dari pemerintah dan organisasi nonprofit. Sengkuang 76 Coffee merupakan contoh nyata bagaimana bisnis lokal dapat berkembang dengan menggabungkan tradisi dan inovasi dalam menghadapi kewirausahaan di era modern. Strategi usaha yang digunakan oleh Sengkuang 76 Coffee untuk menghadapi era modern dan tetap relevan di pasar yang semakin kompetitif, seperti:

Pemanfaatan Bahan Baku Lokal, Salah satu strategi utama Sengkuang 76 Coffee adalah menggunakan bahan baku lokal. Sengkuang 76 Coffee memprioritaskan biji kopi yang berasal dari daerah Kabupaten Kepahiang, Sengkuang 76 Coffee tidak hanya mengurangi biaya transportasi tetapi juga memperkuat jaringan ekonomi lokal. Selain itu, pemanfaatan biji kopi lokal memberikan identitas unik yang menjadi nilai jual utama produk mereka, yaitu rasa dan aroma khas daerah yang tidak dapat ditemukan di tempat lain. Adapun bahan baku ini didapatkan dari lahan perkebunan kopi di kabupaten Kepahiang terutama di Desa Sengkuang Kecamatan Kabawetan dengan luas sekitar 2 Ha dan Desa Kota Agung sekitar 5 Ha. Jenis Kopi yang dijadikan bahan baku adalah dari jenis kopi robusta dan arabika. Pemanfaatan bahan baku sumber daya lokal tersebut tentunya juga berdampak pada pemanfaatan sumber daya manusia lokal yang secara tidak langsung menyerap tenaga kerja di Kabupaten Kepahiang. Saat ini, pemasaran tradisional kopi arabika meliputi lembaga pemasaran yang terdiri dari petani, tengkulak, pedagang pengumpul, pedagang kecil, pedagang besar, dan konsumen. Pemasaran kopi yang umum dilakukan yaitu saluran pemasaran untuk konsumsi di daerah produksi yaitu untuk pasar eceran lokal dan industri pengolahan di daerah produksi (M. Egitia Zaini, 2024)



**Gambar 1: Bahan Baku Biji Kopi Lokal pilihan**

Strategi Digital Marketing, Digital Marketing dianggap mampu untuk meningkatkan penjualan, hal ini dapat terjadi karena konsumen lebih luas, lebih dekat dengan penjual, serta dapat melakukan transaksi lebih cepat dan mudah (Maulana et al., 2024). Kehadiran digital online menjadi krusial bagi setiap bisnis, termasuk usaha berbasis lokal seperti Sengkuang 76 Coffee. Mereka memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk memperkenalkan produk dan membangun komunitas pelanggan. Konten yang menarik, seperti cerita mengenai proses pengolahan kopi dari kebun hingga menjadi minuman siap saji, berhasil menciptakan keterikatan emosional dengan pelanggan. Selain itu, Sengkuang 76 Coffee juga memanfaatkan marketplace untuk memperluas jangkauan pasarnya secara nasional bahkan internasional. Sengkuang 76 coffee memanfaatkan platform shopee untuk memasarkan hasil produksinya. Adapun Produk yang ada antara lain: Kopi Robusta, Kopi Arabika dan Kopi Decafein yang semuanya dikemas dalam kemasan aluminium foil dengan jenis roasting medium to dark.



Gambar 2: Tampilan Sengkuang 76 coffee pada platform shopee

Edukasi, mengadakan kegiatan edukasi juga dilakukan oleh usaha sengkuang 76 coffee seperti pelatihan menyangrai kopi kepada mahasiswa dan menerima mahasiswa magang di unit sarana milik sengkuang 76 coffee adalah strategi Sengkuang 76 Coffee untuk meningkatkan pemahaman mengenai kopi lokal. Hal ini tidak hanya meningkatkan apresiasi pelanggan terhadap kopi lokal tetapi juga menciptakan loyalitas dan menciptakan jaringan yang lebih luas untuk menyebarkan informasi yang bermanfaat. Edukasi ini menjadikan peserta lebih paham akan nilai unik dari kopi lokal, dan membangun keterikatan dengan merek Sengkuang 76 Coffee. Dalam penelitian lainnya dipaparkan bahwa kegiatan pengolahan kopi mulai dari pemetikan kopi mulai dari pendataan pemetik, tahap pemetikan, tahap pemisahan biji kopi berwarna merah dan hijau, hingga penyerahan hasil petikan, pengolahan biji kopi hingga menjadi bubuk kopi, dan pengemasan serta penyajian kopi, Hal ini merupakan peluang wisata edukasi sekaligus berwisata di alam (Ertien & Leily, 2021).



Gambar 3: Edukasi Sengkuang 76 Coffee Kepada Mahasiswa Magang Dari Uiversitas Pat Petulai Rejang Lebong

Sertifikasi dan Jaminan Kualitas, Untuk menjaga standar kualitas dan memberikan rasa aman kepada konsumen, Sengkuang 76 Coffee berusaha mendapatkan sertifikasi dari lembaga terpercaya. Sertifikasi ini tidak hanya meningkatkan kredibilitas produk mereka di mata konsumen tetapi juga membuka peluang untuk ekspansi ke pasar internasional. Hal ini sangat penting, terutama dalam era modern di mana konsumen semakin sadar akan pentingnya konsumsi produk yang aman dan berkualitas. Selain memiliki Nomor izin berusaha, perizinan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), Keterjaminan HALAL, sengkuang 76 coffee sudah terjamin kewanamanan pangan yang telah dibuktikan dengan izin BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Hal ini menunjukkan keseriusan sengkuang 76 coffee dalam menjaga kualitas produk. Dalam penelitian yang relevan disebutkan bahwa Sertifikasi dan Jaminan Kualitas memiliki banyak sekali manfaat bagi konsumen salah satunya adalah untuk memberikan ketenangan terhadap produk yang dikonsumsi dapat terjamin dan aman. Hal ini tentu menjadi tujuan seluruh konsumen. Bagi produsen, sertifikasi dan Jaminan Kualitas memiliki dampak pada kemenangan pasar dalam pasar global karena produk tersebut memiliki nilai tambah sebagai salah satu cara untuk bersaing dengan berbagai kompetitor yang ada. Kepercayaan konsumen akan lebih mudah didapat bilamana produk yang memiliki sertifikasi dan Jaminan Kualitas, sebab tentulah produk yang sudah bersertifikasi merupakan produk yang aman dan terjamin (Rahmawati et al., 2024)



Gambar 4 Sertifikat Bpom Produk Sengkuang 76 Coffee

## KESIMPULAN DAN SARAN

Keberhasilan Sengkuang 76 Coffee di era modern tidak lepas dari strategi bisnis yang mereka jalankan, yang menggabungkan elemen tradisional dan inovasi modern. Dengan tetap fokus pada identitas lokal, pemanfaatan teknologi, dan adaptasi terhadap tren pasar, Sengkuang 76 Coffee menunjukkan bahwa bisnis lokal memiliki potensi besar untuk sukses di era global. Kombinasi antara tradisi dan inovasi ini menjadi kunci bagi pengembangan kewirausahaan lokal yang berkelanjutan di masa depan. Adaun strategi Sengkuang 76 Coffee yang dilakukan di era modern dalam berbisnis yaitu, dengan melakukan pemanfaatan bahan baku lokal, strategi digital marketing dengan memanfaatkan platform marketplace online, melakukan edukasi kepada mahasiswa sekaligus melakukan pemasaran serta melakukan sertifikasi dan jaminan kualitas pada produk sehingga menambah nilai produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alhidayat, R. (2018). Strategi Pengembangan Industri Kecil Pengolahan Kopi Bubuk Di Kabupaten Kepahiang Provinsi Bengkulu. *Jurnal Aghinya Stiesnu Bengkulu*.
- BPS Kabupaten Kepahiang. (2024). *Kabupaten Kepahiang Dalam Angka 2024*
- BPS Provinsi Bengkulu. (2019). *Provinsi Bengkulu dalam Angka Tahun 2019*.
- Ertien, R. N., & Leily, S. R. (2021). Tantangan dan Peluang Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Tamansari dalam Era Normal Baru Opportunities and Challenges For Community-Based Tourism in Tamansari Village in The New Normal Era. *Jurnal Masyarakat Indonesia*, 47(1), 91–104.
- Handayani, M. M., & Ayu Amrita, N. D. (2020). Analisis Orientasi Kewirausahaan Berbasis Kearifan Lokal Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Pada Pengrajin Keben Di Banjar Tanggahan Peken Desa Sulahan Kecamatan Susut Kabupaten Bangli. *Jurnal Ilmiah Cakrawarti*, 3(1), 99–109. <https://doi.org/10.47532/jic.v3i1.140>
- I Wayan Kayun Suwastika, SE., M. M., Marce Sherly Kase, S.E., M. S., Nur Bayti, S.I.Kom., M. E., & Diana Wangania, SE., M. M. (2023). Kewirausahaan Di Era Digital Berinovasi Dan Bertumbuh Dalam Dunia Teknologi. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Kompasiana. (2021, April 21). Kewirausahaan Berbasis Kearifan Lokal. Retrieved November 15, 2024, from [kompasiana.com](https://www.kompasiana.com/deviervika/60673a2dd541df6d76639bf3/kewirausahaan-berbasis-kearifan-lokal): <https://www.kompasiana.com/deviervika/60673a2dd541df6d76639bf3/kewirausahaan-berbasis-kearifan-lokal>
- M. Egitia Zaini. (2024). injauan Literatur Tentang Perubahan Saluran Pemasaran Kopi: Tantangan Dan Peluang di Era Digital . *2024-06-15*, 1(4), 277–289.
- Malik, A., & Mulyono, S. E. (2017). Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal melalui Pemberdayaan Masyarakat. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 1(1), 87–101. <https://doi.org/10.15294/pls.v1i1.15151>
- Maulana, wildan, A., Yani, M., & Pebrianggara, A. (2024). Strategi Digital Marketing Untuk Pengembangan Bisnis Dan Meningkatkan Daya Saing Pada UMKMKopi Di Sidoarjo. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 5835–5853. <http://journal.yrpiipku.com/index.php/msej>
- Mulyani, E. (2012). Model Pendidikan Kewirausahaan di Pendidikan Dasar dan Menengah. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 8(1), 1–18. <https://doi.org/10.21831/jep.v8i1.705>
- Rahmadani, W., Gabrienda, G., & Yanuarti, M. (2022). Petik Merah Di Kecamatan Kabawetan Kabupaten Kepahiang. *Jurnal Riset Rimpun Ilmu Tanaman*, 1(1), 1–11.
- Rahmawati, D., Meliana, M., Tri Wahyuni, W., Maulidiyah, I., Saqila, E., Eilma, S., Fauziah, matul, Nevy, B., Maulidiyah, M., Nur Diana, S., San Shabira, A., Seran, M., Lovirna, F., Ilmu Kesehatan, F., & Anwar Medika, U. (2024). *Pentingnya Izin PIRT Bagi UMKM: Literature Review Articel*. 2(1). <https://doi.org/10.61132/obat.v2i1.193>
- Rustiarini, N. W., Mahaputra, I. N. K. A., Sudiana, I. M., & Anggraini, N. P. N. (2020). Program Kewirausahaan Pembuatan Hiasan Penjor: Pemberdayaan Ibu PKK Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal SOLMA*, 9(2), 458–467. <https://doi.org/10.22236/solma.v9i2.5520>
- Sulaeman, E., Angelina, N. P., Oktaviani, A., & Ananda, E. P. (2022). Menumbuhkan jiwa kewirausahaan berbasis kearifan lokal melalui pelatihan usaha batik tradisional: Studi kasus Workshop Batik Karawang. *Implementasi Manajemen & Kewirausahaan*, 2(2), 13–23. <https://doi.org/10.38156/imka.v2i2.121>