

Implementasi Teknologi Tepat Guna dan Strategi Digital Marketing untuk Peningkatan Kapasitas Produksi dan Omset UMKM Kopi Boyo Jepara

Akhmad Syakhroni^{1*}, Muhammad Sagaf², Andi Riansyah³

¹Teknik Industri; Universitas Islam Sultan Agung;
e-mail: syakhroni@unissula.ac.id

²Teknik Industri; Universitas Islam Sultan Agung;
e-mail: msgaf@unissula.ac.id

³Teknik Informatika; Universitas Islam Sultan Agung;
e-mail: andi@unissula.ac.id

*Korespondensi: syakhroni@unissula.ac.id

Diterima: 30 November 2025 ; Review: 07 Juni 2026 ; Disetujui: 15 Juli 2026 ; Diterbitkan: 20 Juli 2026

Abstract

This Community Service Program aims to empower the coffee MSME "VINZOEI" located in Sumanding Village, Kembang Sub-district, Jepara Regency, which has significant potential in the coffee plantation sector. The main problems faced by the partner include dependence on third-party services for coffee roasting, limited use of digital marketing, and unattractive product packaging. This program offers solutions through the application of coffee roasting machine technology to improve production efficiency and quality, internet marketing training to expand market reach, and the development of new, more appealing packaging designs to enhance product value. The program activities include socialization, training, technology implementation, mentoring, and periodic evaluations. This initiative aligns with the goals of the SDGs and ASTA CITA, and supports the achievement of key university performance indicators (IKU). It is expected that this program will help the partner increase production capacity, expand marketing coverage, and sustainably improve business assets and revenue.

Keywords : Coffee MSMEs, Roasting Machine, Internet Marketing

Abstrak

Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM kopi "VINZOEI" di Desa Sumanding, Kecamatan Kembang, Kabupaten Jepara yang memiliki potensi besar dalam sektor perkebunan kopi. Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi proses produksi yang masih bergantung pada jasa pihak ketiga untuk roasting kopi, pemasaran yang belum optimal secara digital, dan desain kemasan produk yang kurang menarik. Program ini menawarkan solusi berupa penerapan teknologi mesin roasting kopi untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi, pelatihan internet marketing guna memperluas jangkauan pasar, serta desain kemasan baru yang lebih menarik untuk menaikkan nilai jual produk. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, serta evaluasi secara berkala. Program ini sejalan dengan tujuan SDGs dan ASTA CITA, serta berkontribusi pada pencapaian IKU perguruan tinggi. Diharapkan, melalui program ini mitra mampu meningkatkan kapasitas produksi, memperluas pemasaran, serta meningkatkan aset dan omset usaha secara berkelanjutan.

Kata kunci : UMKM Kopi, Mesin Roasting, Internet Marketing

1. PENDAHULUAN

Kabupaten Jepara selama ini dikenal luas sebagai sentra industri mebel nasional. Namun demikian, wilayah ini juga menyimpan potensi sumber daya alam lainnya, khususnya pada sektor perkebunan kopi. Salah satu wilayah dengan potensi tersebut adalah Desa Sumanding, Kecamatan Kembang, yang berada pada ketinggian 600–700 mdpl dan memiliki iklim yang mendukung budidaya tanaman kopi. Sebagian besar masyarakat di desa ini memiliki lahan perkebunan kopi, namun pemanfaatannya masih terbatas, karena banyak petani hanya menjual hasil panen dalam bentuk biji mentah kepada tengkulak dengan harga yang rendah (Secka & Szopik-Depczyńska, 2026).

Bapak Eko Siswanto, sebagai inisiator UMKM Kopi "VINZOEI" dengan merek "The Boyo", berupaya mengangkat potensi lokal ini agar memiliki nilai tambah ekonomi yang lebih tinggi (Calvo-Manzano et al., 2026). Meski telah berjalan sejak tahun 2019, usaha ini masih menghadapi sejumlah kendala utama, seperti keterbatasan alat produksi (khususnya roasting), pemasaran yang masih konvensional, dan kemasan produk yang belum mampu menarik pasar yang lebih luas (Mitropoulos, 2026).

Situasi tersebut menjadi dasar dilaksanakannya program Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Tim pengusul merancang serangkaian solusi yang terfokus pada dua aspek utama, yaitu peningkatan kapasitas produksi melalui penerapan teknologi tepat guna (mesin roasting kopi) (Cui et al., 2025), serta peningkatan jangkauan pemasaran dengan memanfaatkan internet marketing dan desain kemasan yang lebih profesional (Banović Fuentes et al., 2024).

Program ini diharapkan mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kualitas dan kuantitas produk, perluasan pasar, peningkatan omset, serta mendorong kemandirian ekonomi lokal berbasis potensi desa (Godlewska et al., 2025). Selain itu, kegiatan ini juga mendukung capaian Sustainable Development Goals (SDGs) (Farhani et al., 2021), khususnya dalam bidang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, serta mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi dan prioritas nasional bidang pangan (B. Han & Shi, 2025).

2. ANALISIS SITUASI

Analisis situasi kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM VINZOEI Kopi "The Boyo" berangkat dari potensi besar komoditas kopi di Kabupaten Jepara yang belum memanfaatkan secara optimal. Jepara memiliki luas perkebunan kopi mencapai ±2.472 hektar dengan produksi hampir 1 juta kilogram per tahun. Desa Sumanding di Kecamatan Kembang berada pada ketinggian 600–700 mdpl, kondisi yang sangat sesuai untuk budidaya kopi sehingga banyak warga menanam kopi sebagai komoditas unggulan desa. Namun, sebagian besar petani masih menjual kopi dalam bentuk gelondong atau biji mentah kepada tengkulak dengan harga yang rendah, karena keterbatasan pengetahuan dan sarana pengolahan pascapanen menjadi produk kopi siap jual (Indriastuti & Riansyah, 2024).

Dalam konteks tersebut, UMKM VINZOEI Kopi "The Boyo" hadir sejak 2019 sebagai inisiatif lokal untuk mengangkat nilai tambah kopi Sumanding. UMKM ini mempekerjakan 5 orang, menggunakan bahan baku dari petani sekitar, dan memproduksi sekitar 50 kg kopi per bulan dengan beberapa varian (Arabika, Robusta, dan Superblend) dalam kemasan 150–200 gram. Namun, proses produksi masih semi manual dan sangat bergantung pada jasa pihak ketiga untuk proses roasting dan penggilingan. Biaya roasting mencapai Rp10.000 per kg, sehingga untuk produksi 50 kg per bulan diperlukan sekitar Rp500.000 hanya untuk jasa roasting. Ketergantungan ini berpotensi menjadi hambatan serius ketika permintaan meningkat karena menambah biaya, memperpanjang waktu proses, dan mengurangi kendali kualitas produk.

Dari sisi pemasaran, UMKM masih mengandalkan pola tradisional dengan menjual produk ke kedai-kedai kopi di sekitar Jepara dan pemasaran langsung ke konsumen, tanpa pemanfaatan strategis internet marketing. Desain kemasan yang digunakan juga masih sederhana sehingga kurang menarik secara visual dan belum mampu mengkomunikasikan citra produk kopi premium. Kondisi ini membuat jangkauan pasar

terbatas, daya saing produk lemah dibanding kompetitor yang telah mengadopsi kemasan modern dan strategi pemasaran digital, serta omzet usaha yang relatif stagnan di angka sekitar Rp10.000.000 per bulan (Fitrianingrum et al., 2023).

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan mitra, dapat disimpulkan bahwa permasalahan utama UMKM Kopi Boyo terkonsentrasi pada dua aspek: produksi dan pemasaran. Pada aspek produksi, ketiadaan mesin roasting sendiri menyebabkan biaya produksi tinggi, waktu produksi tidak efisien, dan kapasitas sulit ditingkatkan. Pada aspek pemasaran, belum optimalnya penggunaan internet marketing dan desain kemasan yang kurang menarik menyebabkan area pemasaran sempit dan nilai jual produk belum maksimal. Oleh karena itu, prioritas solusi yang dirumuskan meliputi: penerapan teknologi mesin roasting kopi untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas produksi, pengoptimalan pemasaran digital melalui media sosial dan e-commerce, serta pengembangan desain kemasan baru yang lebih profesional untuk meningkatkan citra dan harga jual produk.

Secara keseluruhan, situasi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi besar komoditas kopi di Desa Sumanding dan kemampuan UMKM dalam mengolah serta memasarkan produknya. Keterbatasan teknologi produksi, manajemen usaha yang masih sederhana, dan minimnya pemanfaatan teknologi digital menjadi titik lemah yang sekaligus menjadi peluang intervensi program pengabdian. Melalui penerapan teknologi tepat guna dan digitalisasi pemasaran, diharapkan UMKM VINZOEI Kopi "The Boyo" dapat menjadi contoh model penguatan daya saing UMKM kopi berbasis potensi lokal di Kabupaten Jepara.

3. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang untuk menjawab permasalahan mitra secara komprehensif, melibatkan pendekatan partisipatif, pelatihan berbasis kebutuhan, serta penerapan teknologi tepat guna (Ismail et al., 2026). Kegiatan diawali dengan sosialisasi program kepada mitra, yang bertujuan untuk membangun pemahaman bersama antara tim pelaksana dan pihak mitra mengenai tujuan, manfaat, serta tahapan kegiatan yang akan dijalankan (Alqahtani et al., 2026). Sosialisasi ini juga menjadi forum untuk menyepakati peran dan tanggung jawab masing-masing pihak dalam pelaksanaan program.

Setelah sosialisasi, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan internet marketing guna meningkatkan kemampuan mitra dalam memasarkan produknya secara digital (Crosbie et al., 2023). Pelatihan ini mencakup optimalisasi media sosial seperti Instagram dan Facebook, pemanfaatan e-commerce (Shopee dan Tokopedia), serta teknik dasar foto produk dan penulisan promosi (copywriting) (Soundarraj et al., 2023). Diharapkan, setelah pelatihan ini, mitra mampu mengelola promosi produk secara mandiri dengan jangkauan pasar yang lebih luas (Kadokia et al., 2023).

Selanjutnya, dilakukan pelatihan desain kemasan sebagai upaya peningkatan nilai estetika dan daya saing produk (Bearman et al., 2025). Materi pelatihan mencakup pembuatan desain visual kemasan yang menarik, pemilihan bahan kemasan yang sesuai seperti composite, serta penyusunan narasi branding produk yang kuat (Q. Han et al., 2025). Pelatihan ini diharapkan menghasilkan desain kemasan baru yang lebih profesional dan siap digunakan untuk penjualan ritel maupun digital (Borselleca et al., 2025).

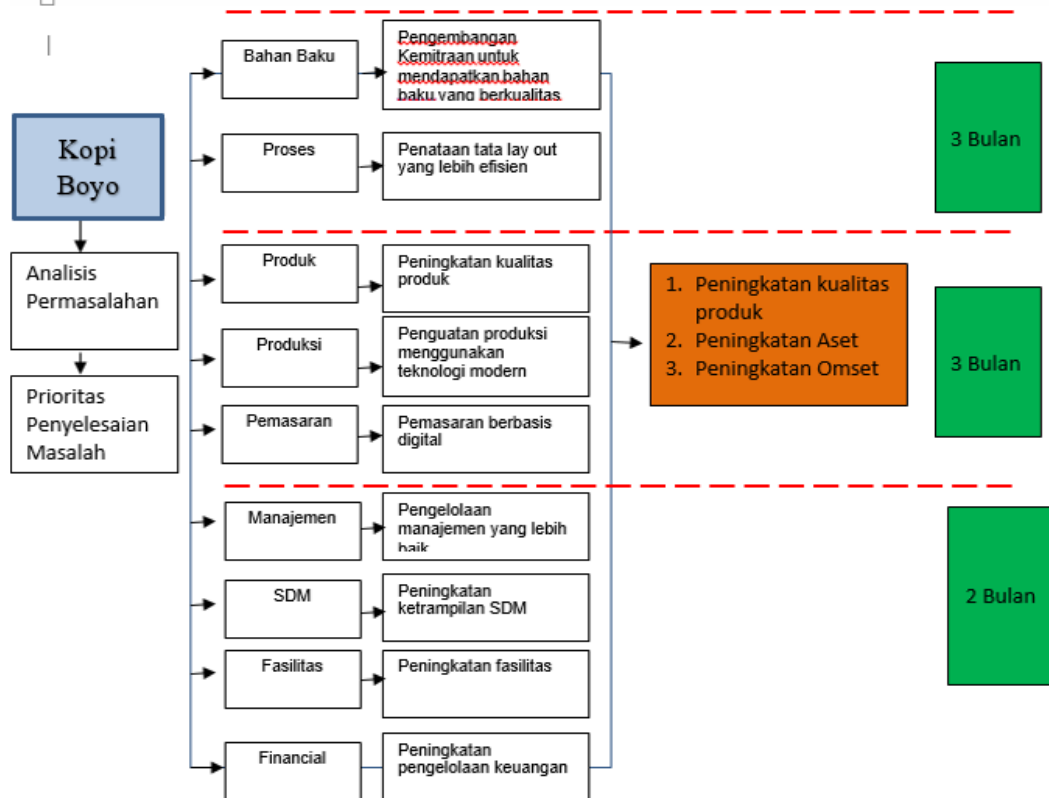
Tahapan penting dalam kegiatan ini adalah penerapan teknologi mesin roasting kopi. Mesin roasting dengan kapasitas ± 1 kg per batch akan diserahkan dan dipasang di lokasi mitra (Hasani, 2026). Mitra akan dilatih secara langsung mengenai cara penggunaan, pengaturan suhu, waktu roasting, hingga perawatan dasar alat (Indriastuti & Riansyah, 2024). Penerapan teknologi ini diharapkan mampu mengurangi ketergantungan mitra pada jasa pihak ketiga, menurunkan biaya produksi, serta meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi kopi (Riansyah et al., 2023).

Seluruh kegiatan tersebut akan didampingi secara intensif melalui program pendampingan oleh tim pengusul yang terdiri dari dosen dan mahasiswa lintas disiplin.

Pendampingan mencakup evaluasi produksi, pemasaran, hingga desain kemasan, dan akan dilakukan secara berkala agar mitra mampu mengimplementasikan pengetahuan dan teknologi yang diperoleh secara berkelanjutan (Fitrianiingrum et al., 2023).

Untuk mengukur keberhasilan program, dilakukan evaluasi dan monitoring yang mencakup indikator peningkatan kapasitas produksi, pertumbuhan omset, jumlah pelanggan, kualitas kemasan, serta partisipasi aktif mitra. Evaluasi dilakukan secara internal oleh tim UNISSULA dan secara eksternal oleh DPPM sebagai bagian dari monitoring keberhasilan pelaksanaan PKM (Mitropoulos, 2026).

Akhirnya, untuk menjamin keberlanjutan program, tim pelaksana akan melanjutkan pendampingan pascaprogram, menyediakan panduan teknis, serta membantu mitra memperluas jejaring pemasaran melalui kolaborasi dengan komunitas UMKM, pelaku bisnis kopi, serta platform digital (Banović Fuentes et al., 2024). Dengan pendekatan ini, program PKM diharapkan tidak hanya menyelesaikan permasalahan jangka pendek, tetapi juga membangun pondasi usaha yang berkelanjutan bagi mitra di masa mendatang. Tahap pelaksanaan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Kegiatan

Pada gambar 1 alur penyelesaian masalah usaha Kopi Boyo menjelaskan tahapan strategi pengembangan yang dilakukan secara bertahap dan terstruktur. Proses dimulai dari analisis permasalahan yang dihadapi mitra, kemudian ditentukan prioritas penyelesaian yang difokuskan pada beberapa aspek penting, yaitu bahan baku, proses produksi, produk, pemasaran, manajemen, sumber daya manusia (SDM), fasilitas, dan keuangan. Pada tahap awal, program diarahkan pada pengembangan kemitraan untuk memperoleh bahan baku kopi yang berkualitas, serta penataan tata letak proses produksi agar lebih efisien. Tahap ini direncanakan berlangsung selama tiga bulan.

Selanjutnya, fokus kegiatan diarahkan pada peningkatan kualitas produk, penguatan produksi dengan memanfaatkan teknologi modern, serta pemasaran berbasis digital (Huet et al., 2025). Upaya ini dilakukan selama tiga bulan dengan tujuan utama meningkatkan kualitas produk, memperkuat aset usaha, dan mendorong peningkatan

omset penjualan. Dengan adanya penerapan teknologi seperti mesin roasting serta strategi pemasaran digital, diharapkan produk kopi dapat lebih kompetitif dan memiliki jangkauan pasar yang lebih luas (Gaur et al., 2025).

Tahap terakhir dilaksanakan dalam dua bulan, yang menitikberatkan pada aspek pendukung usaha, meliputi pengelolaan manajemen yang lebih baik, peningkatan keterampilan SDM melalui pelatihan, pengembangan fasilitas usaha, serta perbaikan tata kelola keuangan (Hassid et al., 2025). Dengan perbaikan pada aspek manajerial dan finansial, usaha Kopi Boyo diharapkan mampu berjalan lebih profesional dan berkelanjutan. Secara keseluruhan, alur kegiatan ini menggambarkan upaya menyeluruh yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan produksi dan pemasaran, tetapi juga memperkuat fondasi usaha agar dapat tumbuh secara berkesinambungan (Quispe-Sanchez et al., 2025).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Kopi Boyo telah dilaksanakan sesuai dengan rencana kegiatan selama delapan bulan. Secara umum, hasil yang dicapai dapat dibagi ke dalam beberapa aspek utama, yaitu produksi, pemasaran, manajemen, serta pemberdayaan sumber daya manusia.

Pada aspek produksi, penerapan mesin roasting kopi berhasil meningkatkan kapasitas serta kualitas produksi mitra. Sebelum program, proses roasting dilakukan melalui pihak ketiga dengan biaya tambahan yang cukup tinggi dan waktu pengerjaan yang relatif lama. Setelah penggunaan mesin roasting sendiri, mitra mampu melakukan proses roasting secara mandiri dengan kapasitas 1 kg per batch, sehingga lebih hemat biaya, waktu produksi lebih singkat, serta kualitas biji kopi lebih konsisten. Hal ini berdampak pada peningkatan jumlah produksi bulanan dari ± 50 kg menjadi ± 80 –100 kg, seiring dengan meningkatnya permintaan pasar.



Gambar 2. Pelatihan pengoperasian mesin roasting kopi

Dalam bidang pemasaran, pelatihan internet marketing dan optimalisasi media digital memberikan dampak positif terhadap perluasan jaringan konsumen. Mitra yang sebelumnya hanya mengandalkan pemasaran tradisional melalui kedai kopi lokal, kini mampu memanfaatkan media sosial (Instagram, Facebook) dan marketplace (Shopee, Tokopedia) untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Akibatnya, jumlah pesanan produk meningkat, tidak hanya dari wilayah Jepara, tetapi juga mulai merambah ke kota-kota sekitar seperti Kudus dan Semarang. Aktivitas digital marketing juga meningkatkan citra produk dan memperkuat branding kopi “The Boyo”.



Gambar 3. Pelatihan pemasaran digital

Pada aspek produk, kegiatan pelatihan desain kemasan menghasilkan inovasi kemasan baru berbahan composite can dengan tampilan lebih profesional dan modern. Desain ini mampu memberikan nilai tambah pada produk sehingga harga jual dapat ditingkatkan. Konsumen memberikan respon positif terhadap kemasan baru, yang dianggap lebih menarik dan layak bersaing di pasar ritel maupun online. Hal ini mendukung peningkatan omset mitra hingga 30% dibandingkan sebelum program dilaksanakan.



Gambar 4. Desain kemasan

Dari sisi manajemen dan SDM, mitra mendapatkan pendampingan dalam pengelolaan usaha dan pelatihan peningkatan keterampilan karyawan. Penerapan pencatatan keuangan sederhana mulai dilakukan untuk memantau arus kas, biaya produksi, serta keuntungan. Selain itu, pembagian tugas antar karyawan lebih terstruktur sehingga aktivitas operasional lebih efisien. Keterampilan SDM dalam penggunaan alat, pemasaran digital, serta desain produk juga meningkat, yang berimplikasi pada kemandirian usaha di masa mendatang.

Secara keseluruhan, program PKM ini berhasil mencapai tiga target utama, yaitu peningkatan kualitas produk, peningkatan aset usaha, dan peningkatan omset. Dari sisi sosial-ekonomi, kegiatan ini berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat

Desa Sumanding melalui penguatan UMKM berbasis potensi lokal. Selain itu, kegiatan ini juga mendukung capaian Sustainable Development Goals (SDGs) terkait pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, serta sejalan dengan arah pembangunan nasional berbasis ekonomi kreatif dan digital.



Gambar 5. Penyerahan produk kepada mitra

4.2 Pembahasan

Hasil program menunjukkan bahwa pelaksanaan kegiatan pengabdian ini mampu memberikan dampak nyata pada berbagai aspek usaha mitra. Penerapan mesin roasting telah meningkatkan kapasitas produksi sekaligus mengurangi biaya operasional. Dengan adanya alat ini, mitra tidak lagi bergantung pada jasa pihak ketiga sehingga usaha menjadi lebih mandiri.

Peningkatan kapasitas produksi diikuti oleh perluasan jaringan pemasaran melalui pelatihan digital marketing. Pemanfaatan media sosial dan marketplace terbukti efektif dalam menjangkau konsumen baru di luar wilayah Jepara. Hal ini memperlihatkan bahwa strategi pemasaran digital mampu meningkatkan eksposur produk lokal sekaligus memperkuat citra merek di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Inovasi kemasan baru berbahan composite can juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk. Desain kemasan yang menarik dan profesional bukan hanya memberikan nilai tambah secara visual, tetapi juga meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas kopi. Perubahan ini berdampak langsung pada kenaikan harga jual dan peningkatan omset mitra.

Selain itu, penguatan aspek manajemen dan peningkatan keterampilan SDM berperan besar dalam menciptakan keberlanjutan usaha. Pencatatan keuangan yang mulai diterapkan, pembagian tugas yang lebih jelas, serta peningkatan kompetensi karyawan mendukung terciptanya sistem usaha yang lebih tertata. Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan solusi jangka pendek, tetapi juga membangun fondasi usaha yang berkelanjutan.

Secara menyeluruh, kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi, masyarakat, dan UMKM mampu menciptakan dampak positif yang signifikan. Program ini tidak hanya meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi serta memperluas pasar, tetapi juga memperkuat kemandirian ekonomi lokal. Dengan demikian, program ini sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) dan dapat menjadi model bagi pengembangan UMKM berbasis potensi desa di daerah lain.

5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) pada UMKM Kopi Boyo di Desa Sumanding, Kecamatan Kembang, Kabupaten Jepara, telah memberikan dampak positif terhadap penguatan usaha berbasis potensi lokal. Penerapan mesin roasting kopi berhasil meningkatkan kapasitas produksi, menekan biaya operasional, serta menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih konsisten. Di sisi lain, pelatihan internet marketing dan pemanfaatan platform digital mampu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan citra produk, serta mendorong pertumbuhan omset. Inovasi

desain kemasan baru juga memberikan nilai tambah dan memperkuat daya saing produk di pasar.

Selain itu, melalui kegiatan pendampingan, keterampilan sumber daya manusia meningkat, manajemen usaha menjadi lebih terstruktur, serta pencatatan keuangan mulai dilakukan secara lebih sistematis. Secara keseluruhan, program ini berhasil mencapai tujuan utama, yaitu peningkatan kualitas produk, peningkatan aset, dan peningkatan omset mitra. Lebih jauh lagi, keberhasilan program ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi, masyarakat, dan UMKM mampu mendorong kemandirian ekonomi desa sekaligus mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs) dalam aspek pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi.

Ucapan Terima Kasih (Opsional)

Tim pelaksana kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) menyampaikan rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta fasilitas sehingga program ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih khusus disampaikan kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah memberikan dukungan pendanaan melalui skema PKM.

Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) atas pendampingan dan arahan selama proses pelaksanaan kegiatan. Apresiasi yang tinggi kami sampaikan pula kepada mitra UMKM Kopi Boyo di Desa Sumanding, Kecamatan Kembang, Kabupaten Jepara, yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap rangkaian kegiatan mulai dari sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, hingga pendampingan usaha.

Tidak lupa, penghargaan diberikan kepada seluruh tim dosen dan mahasiswa yang terlibat, atas kerja keras, dedikasi, dan komitmennya dalam mewujudkan keberhasilan program ini. Semoga sinergi dan kolaborasi ini dapat terus berlanjut dalam upaya pemberdayaan masyarakat serta penguatan UMKM berbasis potensi lokal di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alqahtani, M., Beloff, N., & White, M. (2026). Decoding Cloud Adoption: A New Model Integrating Quantitative and Qualitative Insights for Saudi SMEs. In E. W. Ziemba, W. Chmielarz, & J. Watróbski (Eds.), *Lecture Notes in Business Information Processing: Vol. 555 LNBIP* (pp. 197–234). Springer Science and Business Media Deutschland GmbH. https://doi.org/10.1007/978-3-031-93580-0_9
- Banović Fuentes, J. B., Amidžić, M., Banović, J., & Torović, L. (2024). Internet marketing of dietary supplements for improving memory and cognitive abilities. *PharmaNutrition*, 27. <https://doi.org/10.1016/j.phanu.2024.100379>
- Bearman, D. S., Sheeran, T. J., Kowitt, S. D., Clark, S. A., Klein, J. D., & Goldstein, A. O. (2025). Analysis of Candy Tobacco Imitation Products Available Online in the United States. *Nicotine and Tobacco Research*, 27(4), 753–756. <https://doi.org/10.1093/ntr/ntae055>
- Borselleca, E., Gargiulo, L., Cerruti, P., Varriale, S., Faggio, N., Pinto, G., Amoresano, A., Pezzella, C., & Santagata, G. (2025). Bio-based adhesives from spent coffee grounds: A sustainable pathway using medium chain length polyhydroxyalkanoates. *International Journal of Biological Macromolecules*, 320. <https://doi.org/10.1016/j.ijbiomac.2025.145855>
- Calvo-Manzano, J. A., San Feliu, T., Herranz Nieva, Á., Mariño, J., Fredlund, L.-Å., Colomo-Palacios, R., & Moreno, A. M. (2026). Cybersecurity Vulnerabilities Management for Small and Medium Enterprises. In M. Yilmaz, P. Clarke, A. Riel, R. Messnarz, M. Zelmenis, & I. A. Buçe (Eds.), *Communications in Computer and Information Science: Vol. 2657 CCIS* (pp. 355–374). Springer Science and

- Business Media Deutschland GmbH. https://doi.org/10.1007/978-3-032-04288-0_22
- Crosbie, E., Erinoso, O., MacHin, N., Fuss, C., & Sebr  , E. M. (2023). Progress, Gaps, and Tobacco Industry Opposition to Tobacco Advertising, Promotion, and Sponsorship Bans in the World Health Organization African Region. *Nicotine and Tobacco Research*, 25(9), 1619–1622. <https://doi.org/10.1093/ntr/ntad060>
- Cui, J., Li, T., & Zhang, W. (2025). Mechanistic insights into aroma enhancement of Robusta coffee through ultrasound synergistic oil-solvent pretreatment: A combined lipidomics and volatilomics approach. *Food Chemistry*, 494. <https://doi.org/10.1016/j.foodchem.2025.146134>
- Farhani, S., Kadria, M., & Guirat, Y. (2021). The role of energy and environmental quality in exploring the economic sustainability: A new appraisal in the context of north African countries. *Sustainability (Switzerland)*, 13(24). <https://doi.org/10.3390/su132413990>
- Fitrianingrum, A., Indriastuti, M., Riansyah, A., Basir, A., & Rusdi, D. (2023). *Business Intelligence: Alternative Decision-Making Solutions on SMEs in Indonesia*. 1, 500–507. https://doi.org/10.1007/978-3-031-26281-4_52
- Gaur, S. S., Shams, R., Dash, K. K., Shaikh, A. M., & B  la, K. (2025). Exploring the nutritional, pharmacological, and industrial potential of okra and its byproducts: a comprehensive review. *Discover Food*, 5(1). <https://doi.org/10.1007/s44187-025-00492-6>
- Godlewska, A., Mazurek-Kusiak, A. K., & Soroka, A. (2025). The Role of Social Media in Food Product Choices Made by Polish Consumers. *Nutrients*, 17(11). <https://doi.org/10.3390/nu17111801>
- Han, B., & Shi, Y. (2025). A content analysis of cannabis edible product characteristics, packaging features, and online promotions. *Preventive Medicine*, 198. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2025.108336>
- Han, Q., Zhang, S., Fan, X., Li, W., Dong, W., Wang, X., & Zhang, Y. (2025). The impact of extraction methods on the structural and physicochemical properties of polysaccharides from spent coffee grounds and their potential as food packaging co-ingredients. *International Journal of Biological Macromolecules*, 323. <https://doi.org/10.1016/j.ijbiomac.2025.147050>
- Hasani, B. (2026). The factors influencing digital marketing adoptim in servise-based SMEs in Albania and Kosovo: A TAM approach to barriers and challenges in Western Balkan economies. *Multidisciplinary Reviews*, 9(1). <https://doi.org/10.31893/multirev.2026089>
- Hassid, A., Salla, M., Krayem, M., Khaled, S., F Hassan, H. F., & El Khatib, S. (2025). A review on the versatile applications of plant-based essential oils in food flavoring, culinary uses and health benefits. *Discover Food*, 5(1). <https://doi.org/10.1007/s44187-025-00417-3>
- Huet, G., Lamarque, J., Monlau, F., Puchelle, V., Sambusiti, C., Suarez Murcia, J. C., Domenek, S., Pion, F., & Gastaldi, E. (2025). Improving mesophilic anaerobic digestion of compostable packaging through efficient and versatile thermo-alkaline pre-treatment. *Polymer Testing*, 150. <https://doi.org/10.1016/j.polymertesting.2025.108896>
- Indriastuti, M., & Riansyah, A. (2024). Sustainable Performance: Evidence of SMEs in Indonesia. *Asian Journal of Business and Accounting*, 17(1), 291–313. <https://doi.org/10.22452/ajba.vol17no1.10>
- Ismail, S. N. A., Mohamed, W. N., Omar, K., Mat, N. H. N., & Saputra, J. (2026). Technology and industry 4.0 adoption in small and medium enterprises: The mediating role of readiness. *Multidisciplinary Reviews*, 9(1). <https://doi.org/10.31893/MULTIREV.2026008>
- Kadakia, K. T., Beckman, A. L., & Krumholz, H. M. (2023). A prescription for the US FDA for the regulation of health misinformation. *Nature Medicine*, 29(3), 525–527. <https://doi.org/10.1038/s41591-022-02172-9>

- Mitropoulos, P. (2026). Assessing the sustainability performance of SMEs across countries and sectors. *Environmental Impact Assessment Review*, 116. <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2025.108104>
- Quispe-Sanchez, L., Chuquilín-Goicochea, R., Figueroa-Avalos, H. M., Chavez, S. G., Yoplac, I., Mori, S., Vigo, C. N., Hernandez-Diaz, E., Mena-Chacón, L. M., & Siche, R. (2025). Biodegradable trays of cassava starch reinforced with Ceiba, coffee and cocoa fibers: a sustainable alternative to plastics. *Applied Food Research*, 5(2). <https://doi.org/10.1016/j.afres.2025.101277>
- Riansyah, A., Qomaruddin, M., Indriastuti, M., & Sagaf, M. (2023). Clustering Digital Transformation of Small and Medium Enterprises (SMEs) Using Fuzzy K-means Method. *International Conference on Electrical Engineering, Computer Science and Informatics (EECSI)*, 540–544. <https://doi.org/10.1109/EECSI59885.2023.10295664>
- Secka, J., & Szopik-Depczyńska, K. (2026). Digital Innovativeness of SMEs: A Systematic Literature Review. In A. Visvizi, O. Troisi, V. Corvello, & M. Grimaldi (Eds.), *Springer Proceedings in Complexity* (pp. 803–820). Springer Science and Business Media B.V. https://doi.org/10.1007/978-3-031-78623-5_62
- Soundarraj, P., Aarif, M., Gangadharan, S., Naqvi, S. R., Assihalaf, N. K., & Salih Mahdi, A. (2023). *Smart Product Packing and IoT Marketing: Enhancing Customer Interaction*. <https://doi.org/10.1109/ICSES60034.2023.10465408>