

PENGEMBANGAN USAHA *STREET COFFEE* DAN PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DI KUDUS

Nailin Naimah¹, Abdul Jalil²

^{1,2} Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kudus, Indonesia

E-mail: ¹⁾ nailin@uinsuku.ac.id, ²⁾ djalilmenara@gmail.com

Abstrak

Street Coffee, Kudus, berkembang sebagai ruang aktivitas ekonomi informal yang melibatkan pedagang kaki lima (PKL) dengan mata pencaharian utama maupun sampingan. Penelitian ini bertujuan menganalisis Pengembangan usaha *street coffee* dan pemberdayaan ekonomi masyarakat dengan menekankan peran paguyuban dalam membangun modal sosial, kerja sama, akses usaha, dan keberlanjutan usaha PKL. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Informan dipilih secara *purposive* dan terdiri atas 10 pedagang PKL. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi serta survey, kemudian dianalisis melalui kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan usaha dan pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui *street coffee* berlangsung melalui mekanisme kolektif dalam paguyuban menjadi ruang koordinasi dalam pengelolaan kawasan dan memperkuat jaringan antarpedagang. Temuan ini menunjukkan bahwa pemberdayaan melalui *street coffee* tidak hanya ditandai oleh manfaat ekonomi, tetapi juga oleh terbentuknya kapasitas kolektif, partisipasi, akses, dan kemandirian pedagang dalam menjalankan usaha.

Kata kunci: *Street Coffee*; pedagang kaki lima; pengembangan usaha; pemberdayaan ekonomi; Kudus.

Abstract

Street coffee businesses in Kudus have evolved into a space for informal economic activity involving street vendors (PKL) for whom this serves as either a primary or supplementary source of income. This study aims to analyze street coffee business development and community economic empowerment, emphasizing the role of vendor associations in fostering social capital, cooperation, business access, and the sustainability of street vendor enterprises. A qualitative field research approach was employed, with ten street vendors selected as informants through purposive sampling. Data were gathered via observation, interviews, documentation, and surveys, and subsequently analyzed through data condensation, data display, and conclusion drawing and verification. Data validity was verified using source and technique

triangulation. The results indicate that business development and community economic empowerment through street coffee occur via collective mechanisms within vendor associations, which serve as platforms for coordinating area management and strengthening inter-vendor networks. These findings demonstrate that empowerment through street coffee is characterized not only by economic benefits but also by the development of collective capacity, participation, access, and vendor self-reliance in business operations.

Keywords: *Street coffee; street vendors; business development; economic empowerment; Kudus.*

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kopi di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang cukup signifikan, seiring dengan meningkatnya konsumsi kopi dan berkembangnya berbagai bentuk usaha berbasis kopi di masyarakat (Rasid et al., 2026). Kopi tidak hanya menjadi minuman yang digemari berbagai kalangan, tetapi juga telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Kondisi ini membuka peluang bagi pelaku usaha, khususnya usaha mikro dan kecil, untuk mengembangkan bisnis di bidang kuliner berbasis kopi. Salah satu bentuk usaha yang semakin diminati adalah *street coffee*. Menurut Norvadewi, bisnis merupakan kegiatan penting dalam kehidupan sehari-hari karena menjadi bagian dari aktivitas ekonomi untuk memenuhi kebutuhan manusia (Norvadewi, 2015).

Sementara itu, Bertens dalam buku *Pengantar Etika Bisnis* menjelaskan bahwa bisnis merupakan kegiatan ekonomis yang meliputi pertukaran, jual beli, produksi, pemasaran, pekerjaan, dan interaksi manusiawi lainnya dengan tujuan memperoleh keuntungan. Hal-hal yang terjadi dalam kegiatan ini adalah tukar menukar, jual beli, memproduksi-memasarkan, bekerja memperkerjakan, serta interaksi manusiawi lainnya, dengan tujuan memperoleh keuntungan (Rahman, 2022). Sebagai seorang muslim, kegiatan bisnis perlu dilaksanakan dengan memperhatikan etika bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Etika Islam memberikan batasan antara kegiatan yang halal dan haram serta menekankan sikap amanah dalam menjalankan usaha. Islam juga melarang praktik penipuan, kecurangan, riba, dan perbuatan batil lainnya. Hal itu sejalan dengan prinsip - prinsip bisnis islam meliputi *Ukhuwah* (persaudaraan), 'Adalah atau *Al-Adlu* (adil), *Maslahah* (sesuatu yang baik), dan *Syumulaiyyah* (tidak membedakan) (Aravik, 2023).

Perkembangan usaha kopi dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan adanya peluang baru bagi pelaku usaha mikro, salah satunya melalui konsep *street coffee*. Istilah *street coffee* berasal dari bahasa Inggris yang berarti kopi jalanan atau kopi pinggir jalan dan sering dikaitkan dengan usaha kopi kaki lima. *Street coffee* merupakan bentuk usaha penjualan kopi yang memanfaatkan ruang terbuka, seperti pinggir jalan, kawasan publik, maupun area tertentu dengan konsep sederhana, harga terjangkau, dan fleksibilitas tempat usaha. Berbeda dengan kedai kopi modern yang umumnya membutuhkan modal lebih besar, konsep *street coffee* memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memulai usaha dengan sumber daya yang relatif terbatas. Usaha ini dapat hadir dalam bentuk gerobak, stan sederhana, maupun kendaraan sehingga lebih fleksibel dalam menjangkau konsumen. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa usaha kopi tidak hanya berkaitan dengan perubahan gaya hidup masyarakat, tetapi juga dapat menjadi ruang ekonomi bagi pelaku usaha kecil.

Pengembangan usaha pedagang kaki lima dalam konsep *street coffee* tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan individu pedagang, tetapi juga oleh lingkungan usaha yang mendukung. Keberadaan kelompok usaha atau paguyuban dapat menjadi salah satu faktor yang mendukung keberlangsungan usaha melalui kerja sama, pertukaran informasi, perluasan jaringan, dan penciptaan lingkungan usaha yang kondusif. Melalui paguyuban, para pedagang dapat membangun hubungan sosial yang memungkinkan terjadinya proses pemberdayaan secara bersama-sama. Pemberdayaan masyarakat dalam konteks ekonomi tidak hanya berkaitan dengan peningkatan pendapatan, tetapi juga mencakup peningkatan kemampuan, kemandirian, serta kesempatan bagi masyarakat untuk mengembangkan potensi yang dimiliki (Ramadhani, 2020).

Para pedagang yang tergabung dalam kawasan *Street Coffee* memiliki karakteristik usaha yang beragam, baik dari jenis kopi, cita rasa, metode penyajian, maupun variasi menu. Keberagaman tersebut menjadi strategi usaha dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan daya tarik kawasan. Pelanggan tidak hanya mengonsumsi kopi untuk memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga menjadikannya sebagai sarana bersosialisasi dan memenuhi gaya hidup (*lifestyle*) di luar pendidikan dan tempat kerja (Arifin & Nur, 2025). *Street coffee* juga menawarkan variasi produk yang tidak terbatas pada minuman kopi. Sebagian pedagang

menyediakan berbagai jenis kopi, seperti espresso, cappuccino, latte, americano, dan kopi susu dengan berbagai pilihan rasa, sedangkan pedagang lainnya melengkapi usaha dengan makanan ringan maupun makanan berat. Penyediaan berbagai pilihan tersebut dapat memberikan pengalaman konsumsi yang lebih lengkap dan meningkatkan kenyamanan pelanggan sehingga berpotensi mendorong pembelian ulang (Hendratmo & Kurniawati, 2026). Fenomena tersebut tidak hanya mencerminkan perubahan gaya hidup masyarakat, tetapi juga membuka peluang ekonomi bagi pelaku usaha mikro, khususnya pedagang kaki lima (Rivaldi et al., 2026).

Paguyuban *Street Coffee* memberikan ruang bagi pedagang untuk mengembangkan usaha sekaligus membangun hubungan sosial antarpedagang. Lokasi usaha yang berada dalam satu kawasan memberikan peluang bagi pedagang untuk memperoleh akses pasar yang lebih luas. Selain itu, keberagaman karakteristik produk membuat persaingan antarpedagang tidak selalu bersifat langsung. Perbedaan varian kopi dan menu yang ditawarkan menciptakan diferensiasi usaha sehingga masing-masing pedagang dapat memiliki karakteristik produk dan konsumen yang berbeda. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberadaan pedagang dalam satu kawasan dapat membentuk lingkungan usaha yang saling melengkapi (*complementary*) dan mendukung aktivitas ekonomi.

Penelitian Afrizal (2022) menunjukkan bahwa perkembangan usaha pedagang kaki lima dipengaruhi oleh faktor inovasi, karakteristik kewirausahaan, serta kemampuan pelaku usaha dalam mengelola kegiatan bisnis. Penelitian Purnama dkk (2024) juga menjelaskan bahwa strategi pengembangan usaha pedagang kaki lima membutuhkan kemampuan adaptasi, inovasi produk, dan pemanfaatan peluang pasar agar usaha dapat bertahan dalam menghadapi perubahan lingkungan ekonomi. Selanjutnya, penelitian Khansa et al. (2022) menunjukkan bahwa keberadaan paguyuban usaha dapat menjadi wadah peningkatan kapasitas pelaku UMKM melalui penguatan jaringan dan peningkatan daya saing usaha. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengembangan usaha tidak hanya berkaitan dengan kemampuan individu, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh hubungan sosial dan kelembagaan kelompok.

Meskipun penelitian mengenai UMKM, pedagang kaki lima, dan pemberdayaan masyarakat telah banyak dilakukan, penelitian terdahulu lebih banyak membahas pengembangan usaha secara individual, strategi pemasaran, inovasi produk, dan

peningkatan daya saing. Sementara itu, kajian yang menghubungkan pengembangan usaha *street coffee* dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui peran paguyuban, hubungan sosial antarpedagang, kerja sama, dan diferensiasi produk masih terbatas. Selain itu, pemberdayaan ekonomi dalam penelitian mengenai usaha kecil sering kali lebih ditekankan pada peningkatan pendapatan dan aktivitas ekonomi, sedangkan aspek kapasitas, partisipasi, akses, kemandirian, dan penguatan posisi pedagang belum banyak dikaji secara bersamaan dalam konteks *street coffee*. Penelitian mengenai *street coffee* sebagai ruang pengembangan usaha sekaligus pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal, khususnya di Kabupaten Kudus, juga masih terbatas. Celah tersebut menjadi dasar penelitian ini untuk mengkaji *Street Coffee* tidak hanya sebagai aktivitas perdagangan, tetapi juga sebagai ruang yang memungkinkan terjadinya proses pemberdayaan ekonomi melalui pengembangan kapasitas pedagang, partisipasi dalam paguyuban, akses terhadap pasar, kemandirian usaha, serta penguatan posisi melalui hubungan dan kerja sama antarpedagang. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengembangan Usaha *Street Coffee* dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Kudus.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu peneliti melakukan terjun langsung terhadap objek atau objek penelitian (Dewangga & Rosdiana, 2024). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami secara mendalam fenomena *Street Coffee* sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Kudus.

Peneliti mengumpulkan data menggunakan Teknik *Purposive Sampling* yaitu Teknik pengambilan *sampel* untuk sumber data berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi serta metode survey dilokasi penelitian (Ermawati et al., 2023). Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai aktivitas usaha, kondisi kawasan, serta interaksi antar pedagang. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali informasi mengenai perkembangan usaha, strategi usaha, manfaat keberadaan *Street Coffee*, serta dampaknya terhadap pemberdayaan masyarakat. Dokumentasi catatan lapangan, serta dokumen pendukung lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

Penelitian dilaksanakan di kawasan *Street Coffee* Jalan Jenderal Sudirman, Kudus mulai tanggal 1 – 31 Agustus 2026. Peneliti memilih 10 orang yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Pemilihan informan didasarkan pada keterlibatan langsung, pengetahuan, serta pengalaman mereka mengenai aktivitas usaha, perkembangan usaha, dan keberadaan paguyuban *Street Coffee*.

Tabel 1: Data Informan

No	NAMA	USIA	LAMA
1	Ketua Paguyuban	30 tahun	10 tahun
2	Wakil Ketua Paguyuban	31 tahun	7 tahun
3	Pedagang kopi 1	22 tahun	5 tahun
4	Pedagang kopi 2	24 tahun	5 tahun
5	Pedagang kopi 3	22 tahun	4 tahun
6	Pedagang kopi 4	21 tahun	1 tahun
7	Pedagang kopi 5	20 tahun	4 tahun
8	Pedagang kopi 6	34 tahun	5 tahun
9	Pedagang kopi 7	50 tahun	10 tahun
10	Pedagang kopi 8	23 tahun	2 tahun

Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari beberapa pedagang sebagai informan penelitian, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga meningkatkan kredibilitas temuan penelitian. Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana, yaitu pertama, kondensasi data yaitu data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi serta survey para pedagang *Street Coffee*. Kedua, penyajian data yaitu Data yang telah dikondensasi disajikan dalam bentuk uraian deskriptif dan pengelompokan tematik dengan menggambarkan bagaimana street coffee dijalankan, bagaimana masyarakat terlibat dalam aktivitas ekonomi tersebut, serta bentuk pemberdayaan yang muncul melalui kegiatan street coffee. Ketiga, penarikan serta verifikasi kesimpulan yaitu Peneliti mengidentifikasi bentuk pemberdayaan, keterlibatan masyarakat, manfaat ekonomi, serta faktor pendukung dan

penghambat yang ditemukan di lapangan. Proses analisis dilakukan secara berulang sejak pengumpulan data hingga penelitian selesai sehingga menghasilkan temuan yang sistematis dan dapat dipertanggungjawabkan (Sugiyono, 2022: 40).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. *Street Coffee* sebagai Pengembangan Usaha Pedagang Kaki Lima

Street Coffee yang berlokasi di Jalan Jenderal Sudirman, Kabupaten Kudus, berkembang sebagai salah satu kawasan yang menjadi pusat aktivitas usaha pedagang kaki lima (PKL) pada malam hari. Para pedagang menjalankan usaha tersebut dengan latar belakang mata pencaharian yang beragam, yaitu sebagian menjadikannya sebagai mata pencaharian utama, sedangkan sebagian lainnya menjadikannya sebagai pekerjaan atau sumber pendapatan tambahan. Hasil wawancara dari Wakil Ketua paguyuban menjelaskan bahwa “kawasan *street coffee* di Jalan Jenderal Sudirman, Kabupaten Kudus, terbagi menjadi tiga kawasan utama”. Pertama, berada pada ruas Jalan Jenderal Sudirman dari Simpang Tujuh ke arah timur hingga Pegadaian. Kedua, berada pada ruas jalan mulai dari SMP Negeri 2 Kudus hingga Pasar Kliwon.

Sementara itu, ketiga berada pada ruas jalan antara Pasar Kliwon hingga Bank Mandiri Kudus. Setiap kawasan memiliki ketua dan wakil ketua paguyuban. Pembagian tersebut menunjukkan adanya konsentrasi aktivitas *street coffee* pada beberapa titik di sepanjang Jalan Jenderal Sudirman yang menjadi lokasi aktivitas ekonomi pedagang pada malam hari. Dari Hasil wawancara pedagang kopi 1 mengatakan bahwa “kawasan ini menyediakan berbagai usaha yang menawarkan minuman berbasis kopi serta aneka kuliner dengan harga yang relatif terjangkau, sehingga mampu menarik minat masyarakat dari berbagai kalangan, terutama generasi milenial dan Gen Z”. Konsep berkumpulnya para pedagang dalam satu lokasi memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh beragam pilihan produk dalam satu kawasan, sekaligus menciptakan suasana yang lebih hidup dan menarik dibandingkan dengan pedagang yang berjualan secara terpisah. Selain berfungsi sebagai pusat aktivitas ekonomi masyarakat, kawasan *Street Coffee* juga berkembang menjadi ruang sosial yang mendukung interaksi, rekreasi, dan gaya hidup masyarakat perkotaan, khususnya bagi kalangan muda yang menjadikan aktivitas menikmati kopi sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari. Fenomena ini menunjukkan bahwa keberadaan *Street Coffee*

tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan pedagang, tetapi juga berperan dalam menggerakkan ekonomi lokal melalui pemberdayaan usaha mikro dan pedagang kaki lima.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pedagang, keberadaan *Street Coffee* memberikan pengaruh positif terhadap perkembangan usaha di Kudus. Sebagian besar pedagang menyatakan bahwa jumlah pelanggan meningkat setelah berjualan di kawasan tersebut, terutama pada saat *weekend*. Selain itu, lokasi yang strategis, mudah dijangkau, serta tingginya mobilitas masyarakat menjadi faktor yang mendukung peningkatan aktivitas perdagangan. Memulai usaha *street coffee* menjadi salah satu peluang ekonomi bagi pedagang, khususnya karena budaya minum kopi yang berkembang di masyarakat Kudus.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa keberadaan kawasan *Street Coffee* memberikan akses pasar kepada pedagang melalui lokasi yang strategis dan konsentrasi konsumen dalam satu kawasan. Kondisi ini merupakan bagian dari pengembangan usaha, karena berkaitan dengan kemampuan pedagang memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan jumlah pelanggan. Dengan demikian, peningkatan jumlah pelanggan dan kemudahan akses terhadap konsumen dapat dipahami sebagai bentuk perkembangan aktivitas usaha yang dirasakan oleh pedagang.

Pengembangan usaha tersebut juga terlihat dari strategi pedagang dalam melakukan inovasi. Berdasarkan hasil wawancara, pedagang melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan daya tarik usaha, antara lain menambah variasi menu, menyediakan fasilitas tempat duduk yang lebih nyaman, meningkatkan kualitas pelayanan, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Upaya tersebut menunjukkan bahwa pedagang tidak hanya mengandalkan lokasi usaha yang strategis, tetapi juga meningkatkan kualitas produk dan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan demikian, variasi produk, pelayanan, dan pemasaran merupakan bentuk pengembangan usaha, bukan secara langsung merupakan indikator pemberdayaan masyarakat.

Selain aspek pengembangan usaha, hasil penelitian juga menunjukkan adanya hubungan sosial antarpedagang. Berdasarkan hasil wawancara, para pedagang tidak saling menjatuhkan meskipun menjalankan usaha pada kawasan yang sama. Salah satu bentuknya terlihat dari perbedaan varian dan cita rasa kopi yang ditawarkan oleh

masing-masing pedagang. Perbedaan tersebut menciptakan diferensiasi produk sehingga pedagang memiliki karakteristik usaha dan pilihan produk yang berbeda bagi konsumen. Kondisi tersebut tidak hanya dapat dilihat sebagai strategi pengembangan usaha, tetapi juga menunjukkan adanya hubungan sosial yang memungkinkan para pedagang menjalankan aktivitas ekonomi secara berdampingan

Temuan tersebut dapat dianalisis melalui konsep modal sosial Robert D. Putnam (1994) yang memandang modal sosial melalui tiga unsur utama, yaitu hubungan sosial, kepercayaan, dan norma resiprositas (Tuominen & Haanpää, 2022). Dalam konteks *Street Coffee*, hubungan sosial terlihat dari interaksi dan keberadaan paguyuban yang menjadi wadah bagi para pedagang dalam menjalankan aktivitas usaha. Kepercayaan dan norma resiprositas dapat dilihat dari sikap pedagang yang tidak saling menjatuhkan serta adanya kesediaan untuk menjaga hubungan usaha di antara mereka. Dengan demikian, perbedaan produk tidak semata-mata menunjukkan adanya persaingan, tetapi dapat menjadi ruang bagi pedagang untuk mempertahankan karakteristik usahanya masing-masing tanpa harus merugikan pedagang lainnya.

Hal tersebut menunjukkan bahwa hubungan sosial antarpedagang menjadi salah satu sumber daya yang mendukung keberlangsungan aktivitas ekonomi mereka. Sedangkan dalam perspektif Bourdieu mendefinisikan modal sosial sebagai keseluruhan sumberdaya baik yang aktual maupun potensial yang terkait dengan kepemilikan jaringan hubungan kelembagaan yang tetap dengan didasarkan pada saling kenal dan saling mengakui (Syahra, 2025). Dalam konteks *Street Coffee*, keberadaan paguyuban dan hubungan antarpedagang memberikan ruang bagi terbentuknya interaksi, komunikasi, dan kerja sama dalam lingkungan usaha. Dengan demikian, pengembangan usaha tidak hanya berlangsung melalui peningkatan pelanggan dan inovasi produk, tetapi juga didukung oleh hubungan sosial yang membantu pedagang mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Gambar 1: Varian Menu kopi



Hasil observasi menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi di *Street Coffee* berlangsung secara dinamis. Interaksi antara pedagang dan konsumen menciptakan suasana kawasan yang ramai sehingga memberikan peluang bagi pedagang untuk memperoleh konsumen. Semakin banyak pengunjung yang datang, semakin besar pula peluang pedagang untuk memperoleh pelanggan dan meningkatkan pendapatan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberadaan *Street Coffee* berfungsi sebagai sarana pengembangan usaha melalui peningkatan akses pasar dan terciptanya lingkungan usaha yang mendukung aktivitas perdagangan.

Selain itu, keberadaan paguyuban turut mendukung keberlangsungan aktivitas usaha di kawasan *Street Coffee*. Dalam perspektif *community development*, paguyuban dapat menjadi modal sosial yang memperkuat kerja sama dan keberlanjutan usaha masyarakat. Dalam konteks ini, paguyuban tidak hanya menjadi wadah bagi pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas ekonomi, tetapi juga menjadi ruang untuk membangun solidaritas, kerja sama, dan hubungan yang saling mendukung dalam mengembangkan usaha tanpa menciptakan persaingan yang merugikan antarpedagang (Pertiwi, 2022). Hal tersebut terlihat dari adanya perbedaan produk dan cita rasa yang ditawarkan oleh masing-masing pedagang sehingga setiap usaha memiliki karakteristik tersendiri.

Dengan demikian, *Street Coffee* tidak hanya menjadi tempat berjualan, tetapi juga menjadi lingkungan usaha yang mendukung perkembangan aktivitas ekonomi pedagang kaki lima. Pengembangan usaha terlihat melalui peningkatan akses pasar, bertambahnya peluang memperoleh konsumen, diferensiasi produk, hubungan antarpedagang, serta keberadaan paguyuban sebagai wadah sosial. Kondisi tersebut membantu pedagang mempertahankan keberlangsungan usaha sekaligus menciptakan

lingkungan perdagangan yang memungkinkan setiap pedagang mengembangkan usahanya tanpa harus menjatuhkan pedagang lainnya.

2. *Street Coffee* sebagai Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Keberadaan *Street Coffee* tidak hanya memberikan manfaat bagi pedagang kaki lima sebagai pelaku usaha, tetapi juga memberikan dampak terhadap kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat di sekitarnya. Aktivitas perdagangan yang berlangsung setiap malam menciptakan perputaran ekonomi yang melibatkan berbagai pihak, seperti pemasok bahan baku, pekerja, penyedia jasa parkir, serta masyarakat yang memanfaatkan peluang usaha di sekitar kawasan tersebut. Dengan demikian, *Street Coffee* tidak hanya menjadi pusat kegiatan ekonomi, tetapi juga menjadi ruang yang mendorong proses pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan partisipasi ekonomi dan pemanfaatan potensi lokal (Cemerlang, 2026).

Dalam penelitian ini, pemberdayaan ekonomi masyarakat tidak hanya dipahami berdasarkan peningkatan pendapatan atau terbukanya peluang kerja, tetapi memberikan ruang kepada pedagang dan masyarakat untuk mengembangkan kemampuan, memperoleh akses terhadap sumber daya ekonomi, terlibat dalam aktivitas bersama, menjalankan usaha secara mandiri, serta memperkuat posisi dalam lingkungan usaha. Pemberdayaan ekonomi dapat dilihat melalui beberapa aspek yaitu :

a. Kapasitas

Aspek kapasitas terlihat dari kemampuan pedagang dalam mengembangkan dan mengelola usaha. Berdasarkan hasil wawancara, pedagang melakukan berbagai upaya seperti melakukan inovasi produk, menjaga kualitas, meningkatkan pelayanan, serta memanfaatkan media sosial dan layanan pemesanan daring untuk menjangkau konsumen. Aktivitas tersebut menunjukkan adanya upaya pedagang dalam mengembangkan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki. Dengan demikian, keberadaan *Street Coffee* memberikan ruang bagi pedagang untuk meningkatkan kemampuan dalam mengelola usaha dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan pengetahuan, keterampilan, dan kapasitas untuk bekerja bersama merupakan bagian penting dalam proses pemberdayaan masyarakat (Lima et al., 2025).

b. Partisipasi

Aspek partisipasi terlihat melalui keterlibatan pedagang dalam aktivitas *Street Coffee* serta keberadaan paguyuban. Paguyuban memberikan ruang bagi pedagang untuk berkomunikasi, berkoordinasi, bekerja sama, dan membangun hubungan sosial dalam menjalankan kegiatan usaha. Keberadaan paguyuban juga menunjukkan bahwa pedagang tidak hanya menjalankan usaha secara individual, tetapi menjadi bagian dari kelompok yang memiliki kepentingan bersama. Penelitian Surya (2020) menunjukkan bahwa keanggotaan dan partisipasi belum dengan sendirinya menunjukkan pemberdayaan; partisipasi menjadi lebih bermakna ketika masyarakat memiliki kesempatan untuk menyampaikan pendapat dan terlibat dalam proses pengambilan keputusan.

c. Akses

Street Coffee memberikan kesempatan kepada pedagang untuk memperoleh ruang usaha dan menjangkau konsumen. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian pedagang sebelumnya mengalami kesulitan memperoleh lokasi usaha yang strategis dan memiliki jumlah pelanggan yang stabil. Keberadaan *Street Coffee* kemudian memberikan akses terhadap lokasi yang lebih ramai dan peluang untuk memperluas pasar. Dalam kajian pemberdayaan, akses terhadap sumber daya merupakan bagian penting karena kemampuan masyarakat untuk memperoleh dan menggunakan sumber daya turut menentukan kemampuan mereka dalam menjalankan aktivitas ekonomi.

d. Kemandirian

Aspek kemandirian terlihat dari kemampuan pedagang dalam menjalankan dan mengembangkan usaha berdasarkan pengalaman, kemampuan, serta sumber daya yang dimiliki. Pedagang melakukan inovasi terhadap produk dan pelayanan serta menyesuaikan strategi pemasaran dengan kebutuhan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara, keberadaan *Street Coffee* memberikan kesempatan kepada pedagang untuk memperoleh penghasilan secara berkelanjutan dan mengembangkan usahanya berdasarkan kemampuan masing-masing. Kondisi tersebut menunjukkan adanya upaya untuk tidak bergantung sepenuhnya pada pihak lain dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Pemberdayaan masyarakat pada dasarnya diarahkan untuk menciptakan individu dan masyarakat yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan mengembangkan kehidupannya

secara mandiri (Fauziah et al., 2024). Dengan demikian, kemampuan pedagang mempertahankan dan mengembangkan usaha menjadi salah satu bentuk kemandirian ekonomi.

e. Penguatan Posisi Masyarakat

Aspek penguatan posisi masyarakat dapat dilihat melalui keberadaan paguyuban sebagai wadah kerja sama dan komunikasi antarpedagang. Keberadaan kelompok memberikan ruang bagi pedagang untuk menyampaikan kepentingan dan membangun posisi bersama dalam menghadapi persoalan usaha. Hubungan antarpedagang yang tidak saling menjatuhkan juga menunjukkan adanya hubungan sosial yang mendukung keberlangsungan usaha.

Berdasarkan hasil wawancara, Pedagang Kopi 2 menyatakan bahwa keberadaan *Street Coffee* memberikan kesempatan yang lebih luas untuk memperoleh penghasilan secara berkelanjutan. Sebelum adanya kawasan tersebut, sebagian pedagang mengalami kesulitan memperoleh lokasi usaha yang strategis dan jumlah pelanggan yang stabil. Setelah bergabung dengan paguyuban *Street Coffee*, para pedagang memperoleh peluang yang lebih besar untuk menjangkau konsumen sehingga pendapatan usaha cenderung meningkat dan pasar menjadi lebih luas. Selain memberikan manfaat ekonomi bagi pelaku usaha, keberadaan *Street Coffee* juga terlihat dari adanya pedagang yang tidak hanya mengelola usahanya secara mandiri, tetapi juga merekrut, saudara, teman maupun tetangga di lingkungan sekitarnya sebagai tenaga kerja. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas usaha yang berkembang dapat menciptakan peluang ekonomi bagi masyarakat di sekitar kawasan.

Gambar 2: Suasana Street Coffee



Dengan demikian, *Street Coffee* tidak hanya berperan sebagai pusat aktivitas ekonomi, tetapi juga memberikan dampak sosial melalui penciptaan lapangan kerja dan pemberdayaan masyarakat local. Dalam perspektif pemberdayaan masyarakat, akses terhadap sumber daya ekonomi merupakan salah satu indikator penting yang dapat meningkatkan kemampuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup secara mandiri (Adi, 2025). *Street Coffee* juga mendorong tumbuhnya semangat kewirausahaan di kalangan pedagang. Persaingan yang sehat mendorong mereka untuk terus melakukan inovasi, baik dari segi produk, pelayanan, maupun strategi pemasaran. Beberapa pedagang mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, menyediakan layanan pemesanan daring, serta melakukan inovasi menu sesuai dengan tren dan kebutuhan konsumen. Upaya tersebut menunjukkan adanya peningkatan kapasitas usaha yang menjadi bagian dari proses pemberdayaan ekonomi. Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Street Coffee* tidak hanya menjadi ruang perdagangan, tetapi juga menjadi ruang sosial yang memungkinkan berlangsungnya proses pemberdayaan ekonomi masyarakat.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Usaha Pedagang Kaki Lima di *Street Coffee*

Pengembangan usaha pedagang kaki lima di kawasan *Street Coffee* dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan, baik faktor pendukung maupun faktor penghambat. Faktor-faktor tersebut berperan dalam menentukan keberlangsungan usaha pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan, memperluas pasar, serta mempertahankan aktivitas ekonomi di kawasan tersebut.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dokumentasi dan survey pengembangan usaha pedagang di *Street Coffee* tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam mengelola usaha, tetapi juga oleh faktor eksternal, seperti kondisi lingkungan usaha, dukungan kelembagaan, dan respons masyarakat sebagai konsumen. Lingkungan usaha yang mendukung memberikan kemudahan bagi pedagang dalam menjalankan aktivitas ekonomi, terutama melalui tersedianya lokasi usaha yang strategis dan meningkatnya akses terhadap konsumen. Selain itu, keberadaan paguyuban sebagai kelembagaan pedagang turut membantu

menciptakan lingkungan usaha yang mendukung keberlangsungan aktivitas ekonomi.

Salah satu faktor pendukung utama dalam pengembangan usaha di *Street Coffee* adalah lokasi usaha yang strategis dan biaya operasional yang relatif terjangkau. Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang, kawasan *Street Coffee* yang berada di Jalan Jenderal Sudirman, Kabupaten Kudus, memberikan peluang bagi pedagang untuk menjangkau konsumen karena berada di lokasi dengan tingkat mobilitas masyarakat yang cukup tinggi, terutama pada malam hari. Selain itu, pedagang tidak dikenakan biaya sewa kios, tetapi hanya membayar biaya sebesar Rp10.000–Rp20.000 kepada Dinas perhubungan. Kondisi tersebut dapat membantu mengurangi beban operasional sehingga pedagang memiliki ruang yang lebih besar untuk menjalankan dan mengembangkan aktivitas usahanya..

Keberadaan pedagang dalam satu kawasan juga menjadi faktor pendukung karena menciptakan pusat kuliner dengan beragam pilihan produk. Konsumen dapat menemukan berbagai makanan dan minuman dalam satu lokasi sehingga kawasan tersebut memiliki daya tarik tersendiri. Keberagaman produk kopi dan kuliner memberikan pilihan kepada konsumen serta meningkatkan peluang kunjungan ke kawasan *Street Coffee*. Kondisi tersebut secara tidak langsung memberikan manfaat bagi pedagang karena meningkatnya jumlah pengunjung dapat memperbesar peluang memperoleh konsumen.

Faktor pendukung lainnya berkaitan dengan kemampuan pedagang dalam melakukan inovasi dan beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan konsumen. Beberapa pedagang melakukan variasi menu, meningkatkan pelayanan, serta memanfaatkan media sosial dan layanan pesan antar sebagai strategi pemasaran. Pemanfaatan teknologi digital tersebut menunjukkan kemampuan pedagang dalam menyesuaikan strategi usaha dengan perkembangan perilaku konsumen. Hasil penelitian Dzulhijjah et al. (2020) menunjukkan bahwa penguatan, perlindungan, penyokongan, dan pemeliharaan yang dilakukan kelompok usaha bersama dapat mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui peningkatan perekonomian, aktivitas sosial, kreativitas, dan kemandirian masyarakat. Temuan tersebut juga diperkuat oleh penelitian Rustyawati (2023) yang menjelaskan bahwa kewirausahaan berkelanjutan ditandai dengan kemampuan pelaku usaha dalam

melakukan inovasi, memperhatikan aspek sosial, serta mengembangkan strategi usaha yang dapat menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan bisnis.

Keberadaan paguyuban menjadi salah satu unsur penting dalam mendukung hubungan sosial antarpedagang di kawasan *Street Coffee*. Paguyuban tidak hanya berfungsi sebagai wadah berkumpulnya para pedagang, tetapi juga menjadi ruang terbentuknya komunikasi, hubungan sosial, dan kerja sama yang mendukung aktivitas usaha. Interaksi antarpedagang menciptakan hubungan saling mengenal, kepercayaan, dan kepedulian terhadap kepentingan bersama. Kondisi tersebut menunjukkan adanya modal sosial yang dapat dimanfaatkan pedagang dalam menjalankan aktivitas ekonomi.

Hal ini sejalan dengan penelitian Putri (2018) menyatakan bahwa jaringan sosial antar pelaku UMKM dapat berperan dalam mendukung pengembangan usaha melalui pertukaran informasi, kerja sama, dan pemanfaatan hubungan sosial sebagai sumber daya ekonomi. Selain itu, Menurut Helmi Damayanti dkk (2023). Mengatakan bahwa jaringan kerja sama antar pedagang kaki lima dimanfaatkan untuk saling berbagi informasi, membangun hubungan yang saling menguntungkan, serta menjaga kepercayaan, sehingga mendukung keberlangsungan dan pengembangan usaha.

Keberadaan paguyuban menjadi salah satu unsur penting dalam mendukung hubungan sosial antarpedagang di kawasan *Street Coffee*. Paguyuban tidak hanya berfungsi sebagai wadah berkumpulnya para pedagang, tetapi juga menjadi ruang terbentuknya komunikasi, hubungan sosial, dan kerja sama yang mendukung aktivitas usaha. Interaksi antarpedagang menciptakan hubungan saling mengenal, kepercayaan, dan kepedulian terhadap kepentingan bersama. Kondisi tersebut menunjukkan adanya modal sosial yang dapat dimanfaatkan pedagang dalam menjalankan aktivitas ekonomi.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa pengembangan usaha pedagang kaki lima di kawasan *Street Coffee* dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kemampuan pedagang dalam melakukan inovasi, menjaga kualitas produk, meningkatkan pelayanan, serta menyesuaikan strategi pemasaran dengan kebutuhan konsumen. Sementara itu, faktor eksternal meliputi lokasi usaha, biaya operasional, keberagaman produk dalam kawasan, keberadaan

paguyuban, hubungan antarpedagang, kondisi lingkungan, cuaca, serta respons dan partisipasi masyarakat sebagai konsumen.

Keberadaan paguyuban berperan dalam mendukung komunikasi dan koordinasi antarpedagang, sedangkan hubungan sosial yang terbangun dapat menjadi sumber daya dalam mempertahankan aktivitas usaha. Di sisi lain, kondisi cuaca dan ketidakstabilan jumlah pengunjung menjadi faktor yang dapat menghambat perkembangan usaha. Dengan demikian, *Street Coffee* menunjukkan adanya lingkungan ekonomi yang memberikan peluang bagi pedagang untuk mengembangkan usaha melalui akses pasar, inovasi, diferensiasi produk, dan jaringan sosial, meskipun masih menghadapi hambatan yang berasal dari kondisi eksternal.

Temuan tersebut bersifat kontekstual pada kawasan *Street Coffee* di Jalan Jenderal Sudirman, Kabupaten Kudus. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menunjukkan kontribusi *Street Coffee* terhadap pengembangan usaha pedagang kaki lima dan proses pemberdayaan ekonomi masyarakat pada kawasan yang diteliti, tetapi belum dapat digunakan untuk menyimpulkan dampak terhadap kesejahteraan atau keberlanjutan pemberdayaan ekonomi masyarakat secara lebih luas.

KESIMPULAN

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa *Street Coffee* di Jalan Jenderal Sudirman Kudus berperan sebagai sarana pengembangan usaha dan pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Kudus. Keberadaan kawasan tersebut memberikan akses pasar yang lebih luas, meningkatkan jumlah pelanggan, serta mendorong pedagang melakukan inovasi produk, pelayanan, dan strategi pemasaran. Kondisi tersebut memperkuat keberlangsungan usaha pedagang sekaligus meningkatkan daya saing usaha pada sektor informal. Selain itu, aktivitas ekonomi yang berkembang di kawasan tersebut menciptakan peluang usaha dan kesempatan kerja, meningkatkan perputaran ekonomi lokal, serta memperkuat interaksi sosial antar pedagang dan masyarakat. Dengan demikian, *Street Coffee* tidak hanya berfungsi sebagai kawasan perdagangan, tetapi juga menjadi ruang yang mendukung proses pemberdayaan masyarakat melalui penguatan ekonomi lokal. Di sisi lain, terdapat beberapa faktor penghambat, seperti

kondisi cuaca, serta perlunya penataan kawasan yang lebih baik. Oleh karena itu, sinergi antara pedagang, pemerintah daerah, dan masyarakat melalui paguyuban diperlukan untuk mewujudkan kawasan usaha yang tertata, nyaman, dan berkelanjutan, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan pedagang sekaligus memberikan manfaat bagi masyarakat luas.

Berdasarkan hasil penelitian, pemberdayaan di Street Coffee Kudus berada pada tingkat penguatan kapasitas dan kemandirian ekonomi masyarakat melalui aktivitas usaha, kerja sama antarpedagang, dan paguyuban. Model pemberdayaan yang terjadi berbasis komunitas dan ekonomi lokal. Pemberdayaan tersebut perlu diperkuat melalui inovasi usaha, pemasaran digital, peningkatan kualitas pelayanan, serta pembinaan dan fasilitasi dari pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, S. F. I. R. (2025). Intervention Strategy For Community Empowerment In The 3T Region Through The Five Main Outcome Areas (5 BHP) Method. *SOSIOEDUKASI, Vol 14 No 4 (2025): SOSIOEDUKASI: JURNAL ILMIAH ILMU PENDIDIKAN DAN SOSIAL*, 3210–3219. <https://ejournal.unibabwi.ac.id/index.php/sosioedukasi/article/view/6782/4062>
- Afrizal, M. (2022). Analisis Faktor Perkembangan Usaha Pedagang Kaki Lima. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 542–550. <https://doi.org/10.30606/hirarki.v4i1.1474>
- Aravik, H. (2023). *Pengantar Bisnis Islam: Mengenal Kajian Bisnis dalam Perspektif Islam*. Prenada Media.
- Arifin, M. F. T., & Nur, D. M. M. (2025). Coffe Street sebagai Ruang Sosial Alternatif: Perubahan Gaya Hidup dan Interaksi Sosial di Kalangan Mahasiswa IPS. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 3(2), 199–205. <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.62017/arima>
- Cemerlang, Y. I. (2026). Peran Street Coffee Dalam Pemberdayaan Ekonomi Lokal Dan Interaksi Sosial Masyarakat Kudus. *DINASTI Developing Innovation for Social Transformation and Inclusion Sekawan Press*, 1(2).
- Dewangga, A. S., & Rosdiana, J. W. (2024). Analisis Program Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Sentra Wisata Kuliner Di Kota Surabaya Studi Kasus Sentra Wisata Kuliner Penjaringan Sari. *Jurnal Inovasi Administrasi Negara Terapan, Vol. 2 No. 1 (2024)*. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/innovant/article/view/33279/11764>
- Dzulhijjah, L., Sumpena, D., & Azis, A. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Kelompok Usaha Bersama (KUBE). *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 5(1), 1–20.
- Ermawati, Y., Sodikin, M., & Supeni, E. (2023). Strategi Pemberdayaan Umkm Berbasis Sentra Wisata Kuliner Di Surabaya. *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*, 2(2), 390–404. <https://doi.org/10.51903/semnastekmu.v2i1.192>
- Fauziah, A., Heryadi, Y., & Pratama, R. (2024). *Konsep pemberdayaan masyarakat*.

CV HEI Publishing Indonesia.

- Hendratmo, A. C., & Kurniawati, D. (2026). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Tanjung Coffee Madiun. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 10(1), 62. <https://doi.org/10.35308/jbksm.v10i1.14055>
- Khansa, F. P., Nurjanah, S., Iskandar, D. A., & Uswatunkasanah, A. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Pemasaran Digital di Paguyuban Pusaka Berkarya Karawang. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 95–102.
- Lima, M. H., Salehin, M., Chowdhury, M. A., Hasan, M. H., Hossain, M. J., & Bala, S. K. (2025). From participation to empowerment: the case of women in community-based water management in hydrologically diverse southwest coastal Bangladesh. *Environment, Development and Sustainability*. <https://doi.org/10.1007/s10668-025-05994-y>
- Norvadewi, N. (2015). Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif). *Al-Tijary*, 1(1), 141373.
- Pertiwi, N. D. (2022). Solidaritas Paguyuban Pedagang Kaki Lima Kabupaten Ponorogo dalam mengatasi krisis ekonomi pada masa pandemi. *Paradigma*, 11(1).
- Purnama, A., & Rosmanidar, E. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Perspektif Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima:(Studi Kasus Pedagang Kaki Lima kawasan Tugu Keris Kota Baru). *Jurnal Development*, 12(2), 174–183.
- Putnam, R. D. (1994). Social capital and public affairs. *Bulletin of the American Academy of Arts and Sciences*, 5–19.
- Putri, Z. E. (2018). Pemanfaatan Jaringan Sosial Dalam Pengembangan Usaha Oleh Pelaku UMKM (Studi Kasus: 8 Pelaku UMKM pada Sentra Makanan Rendang di Kelurahan Sungai Durian, Kecamatan Lamposi Tigo Nagari, Kota Payakumbuh). *JSSH (Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora)*, *JSSH (Jurnal Sains Sosial dan Humaniora)* Vol. 2 No. 1 Maret 2018, 1–16. <https://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/JSSH/article/view/2171/1963>
- Rahman, S. (2022). Bisnis Dalam Islam. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 1(1), 54–62. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v1i1.104>

- Ramadhani, T. (2020). Pemberdayaan masyarakat berbasis komunitas melalui usaha mikro kecil menengah (UMKM)(studi kasus kelompok pembuat Kriticu BaBe di Desa Batu Belubang). *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 2(2), 200–210.
- Rasid, A. U., Junus, O., Masiaga, N., Walahe, D., Tuda, M. H., Hutudji, I. A., Mantali, G., Rauf, N. F., Daud, S. H., & Lakoro, E. (2026). Pengembangan Usaha *Street Coffee* Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 7(2), 3888–3895.
- Rivaldi, T., Julianto, A., Utami, D. F., & Fadhillah, M. D. A. (2026). Penerapan Experiential Marketing Melalui Desain Toko Instagramable Sebagai Inovasi Daya Tarik UMKM Coffee Shop. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, Vol. 14 No. 1 (2026): *Equator Journal of Management and Entrepreneurship*, 16–33. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jmdb/article/view/102580/75676608117>
- Rustya, D., & Siswoyo. (2023). Pengembangan Kewirausahaan Berkelanjutan dalam Pendidikan: Pendekatan Berdasarkan Prinsip-prinsip Ekonomi Islam. *Journal Islamic Banking*, 3(2), 61–75. <https://doi.org/10.51675/jib.v3i2.630>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Surya, B., Syafri, S., Hadijah, H., Baharuddin, B., Fitriyah, A. T., & Sakti, H. H. (2020). Management of Slum-Based Urban Farming and Economic Empowerment of the Community of Makassar City, South Sulawesi, Indonesia. *Sustainability, MDPI*, 12(18), 1–42.
- Syahra, R. (2025). Modal Sosial: Konsep Dan Aplikasi. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 5(1 SE-Articles), 1–22. <https://doi.org/10.14203/jmb.v5i1.256>
- Tuominen, M., & Haanpää, L. (2022). Young people's well-being and the association with social capital, ie social networks, trust and reciprocity. *Social Indicators Research*, 159(2), 617–645. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11205-021-02762-z>
- Yusuf, H. D. S. R. B. (2023). Modal Sosial Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Kendari Beach (Studi Di Kelurahan Punggaloba Kecamatan Kendari Barat). *SOCIETAL*, Vol 10, No 2 (2023): Edisi Oktober, 189–196. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/inovant.v2i1.33279>