

Diversifikasi Produk Kopi Sidikalang: Pengembangan Scrub Berbasis Bahan Alami & Kearifan Lokal Untuk Mendorong Ekonomi Kreatif

Lesmita Munthe¹, Sanggam Pardede², Lasma Siagian³

^{1,2,3}Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas HKBP Nommensen, Medan, Indonesia

lesmita.munthe@student.uhn.ac.id¹, sanggam.pardede@uhn.ac.id², lasma.siagian@uhn.ac.id³

Info Artikel

Diterima :
Tgl. 30 April
2026
Revisi :
Tgl. 12 Mei 2026
Terbit :
Tgl. 28 Juni
2026

Key words:

Diversification,
Sidikalang
Coffee, Scrub,
Creative
Economy, ADDIE

Kata Kunci:

Diversifikasi,
Kopi Sidikalang,
Scrub, Ekonomi
Kreatif, ADDIE

Corresponding Author :

Lesmita
Munthe¹,
Sanggam
Pardede²,
Lasma Siagian³
E-mail :
lesmita.munthe@student.uhn.ac.id¹,
sanggam.pardede@uhn.ac.id²,
lasma.siagian@uhn.ac.id³

Abstract

This study aims to develop a preliminary design for a Sidikalang coffee-based scrub product and to formulate strategic steps to preserve and strengthen the local identity of the Sidikalang coffee-based scrub in order to support the growth of the creative economy. This study also analyzes the potential of Sidikalang coffee as an alternative ingredient for body care and formulates preservation strategies through product innovation. The method used is Research and Development (R&D) with the ADDIE model, which includes the Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation stages. The analysis stage was conducted to identify the characteristics of the coffee and product development needs. The design stage covered the formulation, texture, and packaging design based on local identity. The development stage was carried out through prototype creation and expert validation. Implementation involved limited testing with users, while evaluation was conducted to assess the product's feasibility and identify improvements. The research results indicate that Sidikalang coffee possesses characteristics suitable for use as a natural scrub ingredient and can be developed without compromising local cultural values. The product received a 97.76% rating from validators and elicited positive user feedback with an average feasibility score of 92.5%. Consequently, the Sidikalang coffee scrub product is deemed feasible and has the potential to support the preservation of local wisdom and the development of the region's creative economy.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan desain awal produk scrub berbasis kopi Sidikalang, merumuskan langkah strategis dalam melestarikan dan memperkuat identitas lokal scrub berbasis kopi sidikalang guna mendukung penguatan ekonomi kreatif. Penelitian ini juga menganalisis potensi kopi Sidikalang sebagai bahan alternatif perawatan tubuh serta merumuskan strategi pelestariannya melalui inovasi produk. Metode yang digunakan adalah Research and Development (R&D) dengan model ADDIE yang meliputi tahap Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation. Tahap analisis dilakukan untuk mengidentifikasi karakteristik kopi dan kebutuhan pengembangan produk. Tahap desain mencakup perancangan formula, tekstur, dan kemasan berbasis identitas lokal. Tahap pengembangan dilakukan melalui pembuatan prototype dan validasi ahli. Implementasi berupa uji coba terbatas kepada pengguna, sedangkan evaluasi dilakukan untuk menilai kelayakan dan perbaikan produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kopi Sidikalang memiliki karakteristik yang sesuai sebagai bahan scrub alami dan dapat dikembangkan tanpa menghilangkan nilai budaya lokal. Produk memperoleh penilaian sebesar 97,76% dari validator, dan respon positif pengguna dengan rata-rata kelayakan 92,5%. Dengan demikian, produk scrub kopi Sidikalang dinyatakan layak serta berpotensi mendukung pelestarian kearifan lokal dan pengembangan ekonomi kreatif daerah.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan terbesar hayati dengan 30.000 jenis tumbuhan, berpotensi menjadi salah satu sumber ekonomi masyarakat berbasis kearifan lokal. Melalui UU Nomor 24 Tahun 2019 "pelaku usaha ekonomi kreatif didorong untuk memanfaatkan kekayaan intelektual berbasis kearifan lokal". Pada Tahun 2021 Presiden telah mengeluarkan PP No. 33 Tahun 2021 mengatur pembentukan Badan Ekonomi

Kreatif yang bertugas mengembangkan potensi lokal menjadi produk bernilai ekonomi tinggi di Indonesia. Namun perkembangan ekonomi kreatif berbasis tumbuhan dari kearifan lokal khususnya kopi belum berjalan secara maksimal, disebabkan masyarakat belum banyak memiliki pengetahuan dalam melakukan diversifikasi produk kopi sesuai kebutuhan konsumen masa kini.

Dari sebuah laporan yang dirilis oleh Kementerian Perdagangan pada tahun 2024, perkembangan nilai ekspor kopi Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pola yang fluktuatif dan belum stabil. Meskipun sempat mengalami peningkatan pada periode tertentu, nilai ekspor kopi kembali mengalami penurunan pada tahun berikutnya. Kondisi ini mengindikasikan bahwa potensi besar kopi Indonesia sebagai salah satu komoditas unggulan non- migas belum dimanfaatkan secara optimal. Padahal, Indonesia memiliki kekayaan hayati serta kearifan lokal yang beragam, khususnya pada kopi daerah seperti kopi Sidikalang. Melalui strategi diversifikasi produk, inovasi kemasan, penguatan branding berbasis lokalitas, serta edukasi konsumen, kopi Indonesia berpotensi meningkatkan daya saing di pasar global sekaligus memberikan nilai tambah ekonomi bagi pelaku usaha dan masyarakat lokal.

Tabel 1. Perkembangan Nilai Ekspor Kopi di Indonesia

Tahun	Nilai Ekspor Kopi (FOB, ribu USD)
2018	806,878.6
2019	872,355.4
2020	809,158.9
2021	849,373.2
2022	1,135,516.2
2023	915,919.6
2024	1,638,000.0

Sumber: <https://satudata.kemendag.go.id/>

Dari observasi awal dan wawancara pendahuluan yang dilakukan di Dusun Tangga Rube, Kabupaten Dairi sebagai salah satu wilayah penghasil kopi, ditemukan bahwa pengolahan kopi Sidikalang masih terbatas hanya pada produksi bubuk kopi untuk minuman. Padahal pengamatan awal menunjukkan bahwa masyarakat lokal memiliki tradisi menggunakan bubuk kopi dan rempah-rempah lokal dicampur air untuk perawatan tubuh. Akan tetapi, tradisi ini belum terintegrasi secara modern untuk menghasilkan nilai tinggi. Temuan tersebut menunjukkan

bahwa praktik tradisional yang sudah dikenal masyarakat sebenarnya memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih jauh melalui inovasi yang berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi sederhana.

Oleh karena itu, dapat diduga bahwa pengembangan scrub alami berbasis kopi Sidikalang dengan sentuhan kearifan lokal dapat menjadi bentuk inovasi produk kopi yang relevan dengan kebutuhan pasar saat ini. Selain membuka peluang diversifikasi produk, pengembangan ini juga sejalan dengan tren konsumen yang semakin mengutamakan bahan alami, keberlanjutan, serta produk yang memiliki identitas budaya. Dengan demikian, penelitian ini sangat penting dilakukan tidak hanya untuk memperkuat nilai tambah kopi, tetapi juga untuk memperluas ranah ekonomi kreatif di Dairi khususnya Dusun Tangga Rube melalui pemanfaatan potensi lokal secara lebih optimal dan berkelanjutan.

Untuk menggali secara mendalam potensi bahan alami lokal seperti kopi Sidikalang, akan dilakukan dengan penelitian dasar berbasis *Research and Development* (R&D) Penelitian ini akan melalui tahapan eksplorasi potensi bahan, formulasi produk *scrub*, hingga pengembangan model awal produksi berbasis UMKM. Pendekatan yang digunakan bersifat multidisipliner, menggabungkan kajian kualitatif terhadap kearifan lokal dan persepsi masyarakat, serta pendekatan kuantitatif untuk pengujian produk. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar konseptual dan teknis bagi pengembangan produk inovatif yang dapat dilanjutkan ke tahap hilirisasi.

Adapun kebaruan dari penelitian ini terletak pada integrasi antara bahan lokal (kopi Sidikalang) dengan kearifan lokal (pengetahuan tradisional masyarakat Tangga Rube) untuk menciptakan produk kosmetik alami berbasis ekonomi kreatif. Sedangkan tujuan penelitian untuk mengembangkan desain awal produk scrub berbasis kopi Sidikalang, merumuskan langkah strategis dalam melestarikan dan memperkuat identitas lokal scrub berbasis kopi sidikalang.

Dari uraian yang telah disampaikan peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut melalui penelitian berjudul "Diversifikasi Produk Kopi Sidikalang: Pengembangan Scrub Berbasis Bahan Alami dan Kearifan Lokal untuk Mendorong Ekonomi Kreatif." Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam pengembangan produk kreatif berbasis kopi Sidikalang yang bernilai tambah serta mendorong pertumbuhan UMKM dan ekonomi kreatif lokal secara berkelanjutan.

Berdasarkan paparan tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini Adalah bagaimana potensi kopi Sidikalang sebagai bahan dasar dalam pengembangan produk scrub berbasis bahan alami dan kearifan lokal, dan bagaimana melestarikan scrub berbahan dasar kopi Sidikalang dengan bahan alami dan lokal. Sejalan dengan hal tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan desain awal produk scrub berbasis kopi Sidikalang,

merumuskan langkah strategis dalam melestarikan dan memperkuat identitas lokal scrub berbasis kopi Sidikalang guna mendorong pertumbuhan UMKM dan ekonomi kreatif lokal secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan teoritis dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi kreatif dan inovasi produk. Secara praktis, penelitian ini menjadi acuan bagi pelaku UMKM dan masyarakat dalam meningkatkan nilai tambah kopi. Secara sosial-ekonomi, penelitian ini diharapkan mampu mendorong terciptanya lapangan kerja baru serta memperkuat identitas budaya lokal melalui pemanfaatan potensi kearifan lokal secara optimal.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian dan pengembangan (Research and Development/R&D). Penelitian R&D adalah suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mengembangkan dan menguji kelayakan suatu produk, dalam hal ini berupa scrub berbahan dasar kopi Sidikalang yang berbasis bahan alami dan kearifan lokal. Penelitian ini menggunakan model pengembangan ADDIE yang terdiri dari empat tahap, yaitu Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation. Dengan pendekatan ini, diharapkan akan diperoleh produk yang tidak hanya layak secara kualitas dan fungsi, tetapi juga mengandung nilai budaya lokal serta berpotensi dikembangkan dalam konteks ekonomi kreatif dan UMKM lokal

2. Prosedur Pengembangan

Menurut Branch (Suryani, 2024) model ADDIE dirancang sebagai proses yang sistematis dan fleksibel, yang bertujuan untuk membantu perancang mengembangkan produk atau solusi berbasis kebutuhan pengguna yang telah teridentifikasi secara spesifik. Model ini menekankan pentingnya pengumpulan data kebutuhan, penyusunan desain yang valid, dan proses evaluasi yang berkelanjutan agar produk yang dihasilkan benar-benar efektif dan tepat guna. Dalam penelitian ini, model ADDIE diterapkan secara menyeluruh melalui lima tahapan berikut:

a. Analysis (Analisis)

Tahap analisis dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna serta potensi lokal yang dapat diolah menjadi produk. Peneliti melakukan studi literatur mengenai manfaat kopi Sidikalang, wawancara dengan petani kopi dan tokoh masyarakat lokal, serta terhadap praktik tradisional dalam penggunaan bahan alami untuk perawatan tubuh. Tujuan dari tahap ini adalah merumuskan dasar konseptual produk yang dikembangkan dan memastikan bahwa produk tersebut relevan dengan karakteristik dan budaya masyarakat sasaran.

b. Design (Perancangan)

Tahap ini bertujuan menyusun desain awal produk berdasarkan informasi yang diperoleh dari tahap analisis. Perancangan mencakup formulasi bahan scrub (kopi Sidikalang, minyak kelapa, , rancangan tekstur dan aroma, serta desain kemasan yang mencerminkan unsur estetika dan budaya lokal. Peneliti juga menyusun angket uji kelayakan produk yang mencakup beberapa indikator utama seperti kenyamanan, manfaat, estetika, dan nilai budaya lokal. Tahap ini memastikan bahwa produk memiliki arah yang jelas dan dapat dievaluasi secara objektif.

c. Development (Pengembangan)

Setelah rancangan ditetapkan, produk dikembangkan dalam bentuk nyata (prototipe) dan diuji secara internal maupun eksternal. Validasi dilakukan oleh ahli untuk menilai keamanan dan kelayakan produk dari sisi formulasi.

d. Implementation (Implementasi)

Pada tahap ini, produk hasil pengembangan digunakan secara langsung oleh responden terpilih dalam situasi penggunaan nyata. Produk scrub kopi Sidikalang yang telah divalidasi dan direvisi diperkenalkan kepada 5–10 responden untuk dicoba sesuai prosedur pemakaian. Tahap ini bertujuan untuk melihat penerapan produk secara praktis dalam konteks penggunaan sesungguhnya sebelum dilakukan evaluasi lebih lanjut.

e. Evaluation (Evaluasi)

Tahap evaluasi merupakan langkah penting dalam model ADDIE karena memungkinkan proses reflektif terhadap efektivitas produk dan proses pengembangannya. Evaluasi dilakukan dalam dua bentuk, yaitu formatif (selama proses berlangsung) dan sumatif (pada akhir proses). Evaluasi formatif digunakan untuk melakukan perbaikan selama tahapan berjalan, sedangkan evaluasi sumatif dilakukan untuk mengetahui apakah produk yang dikembangkan telah memenuhi standar kelayakan.

3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Dusun Tanggarube, Desa Simartugan, Kecamatan Pegagan Hilir, Kabupaten Dairi, Provinsi Sumatera Utara pada bulan Oktober 2025 hingga bulan Februari tahun 2026.

4. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini dibagi ke dalam tiga kelompok utama yaitu informan lokal yang meliputi petani dan masyarakat lokal, ahli atau validator produk, serta respon pengguna untuk memberikan umpan balik yang terdiri

atas 10 orang. Sedangkan objek penelitian ini adalah produk inovatif berupa Scrub Kopi Sidikalang.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara Mendalam

Wawancara dilakukan pada tahap Analysis untuk menggali informasi dari informan lokal, seperti petani kopi, dan tokoh masyarakat/orang tua masyarakat, serta pelaku usaha kecil sebagai informan pendukung. Wawancara bertujuan untuk mengetahui potensi bahan alami yang biasa digunakan dalam perawatan tubuh, nilai-nilai kearifan lokal, serta pandangan masyarakat terhadap penggunaan produk berbasis alam.

b. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian yang berkaitan dengan proses pengembangan produk scrub berbahan dasar kopi Sidikalang. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan bukti berupa foto dan catatan yang berkaitan dengan kegiatan penelitian, seperti proses pembuatan produk, desain kemasan, serta hasil validasi ahli dan respon pengguna terhadap produk yang dikembangkan.

c. Angket

Angket digunakan sebagai alat evaluasi awal setelah produk scrub kopi Sidikalang melalui tahap implementasi. Instrumen ini diberikan kepada responden yang telah mencoba produk secara langsung untuk memperoleh tanggapan terhadap pengalaman penggunaan. Angket disusun dalam bentuk pertanyaan sederhana yang disesuaikan dengan karakteristik produk yang dikembangkan, mencakup aspek isi produk, aroma, tekstur, kenyamanan penggunaan, serta tampilan kemasan.

d. Lembar Validasi Ahli

Validasi produk dilakukan melalui konsultasi dan penilaian terbatas dengan pihak yang memiliki pemahaman terhadap bahan alami dan pengembangan produk lokal.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian pengembangan dapat menggunakan gabungan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, karena pengembangan suatu produk tidak hanya membutuhkan pemahaman deskriptif terhadap proses dan kondisi lapangan, tetapi juga penilaian terukur untuk menguji kualitas atau kelayakan produk yang dikembangkan.

a. Analisis Data Kualitatif

Analisis data kualitatif dilakukan dengan menggunakan pendekatan tematik, yaitu teknik yang

mengelompokkan data berdasarkan tema atau kategori tertentu yang relevan dengan fokus penelitian.

Tahapan analisis kualitatif ini meliputi:

1. Reduksi data: Proses awal dalam analisis data yang bertujuan untuk menyaring, memilih, dan memfokuskan data mentah yang diperoleh dari lapangan. Data yang dikumpulkan melalui wawancara, dan dokumentasi biasanya masih bersifat kompleks dan beragam, sehingga perlu diseleksi agar hanya informasi yang relevan dengan tujuan penelitian yang digunakan.
2. Penyajian data: Menyusun hasil analisis ke dalam bentuk deskripsi yang sistematis, seperti ringkasan hasil wawancara dan catatan proses pengembangan produk.
3. Penarikan kesimpulan: Menyusun interpretasi makna terhadap data yang telah dianalisis berdasarkan kategori seperti: potensi bahan lokal, nilai kearifan budaya, dan tanggapan awal terhadap produk.

b. Analisis Data Kuantitatif

Data kuantitatif diperoleh melalui hasil evaluasi respon pengguna terhadap produk serta masukan numerik dari validator ahli pada tahap pengembangan produk. Teknik analisis data kuantitatif dilakukan dengan metode statistik deskriptif.

1. Menghitung rata-rata skor dari setiap indikator penilaian dilakukan untuk mengetahui kecenderungan penilaian terhadap produk secara umum.

$$\text{Mean} = \frac{\text{Jumlah Total Skor}}{\text{Jumlah Penilai}}$$

2. Menghitung persentase skor untuk menggambarkan tingkat penerimaan produk oleh pengguna dan validator. Produk dinyatakan layak apabila memperoleh persentase skor $\geq 75\%$

$$\text{Persentase Skor} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\%$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Kopi Sidikalang sebagai Basis Pengembangan Produk

Kopi Sidikalang merupakan salah satu komoditas unggulan di Kabupaten Dairi, Provinsi Sumatera Utara, yang telah dikenal masyarakat lokal sejak beberapa generasi. Dusun Tangga Rube menjadi lokus kajian sebagai salah satu desa penghasil kopi yang merepresentasikan praktik budidaya dan pemanfaatan kopi di wilayah tersebut. Berdasarkan wawancara dengan petani kopi setempat, pengolahan kopi di daerah ini awalnya lebih menekankan pada produksi biji kopi untuk minuman, sementara pemanfaatannya sebagai bahan perawatan tubuh masih jarang dilakukan. Meskipun demikian, kopi tetap menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat, baik dari sisi ekonomi maupun budaya, dan telah menjadi identitas lokal yang melekat. Keunikan aroma, kualitas biji,

serta tradisi turun-temurun menjadikan kopi Sidikalang tidak sekadar komoditas, tetapi juga simbol kearifan lokal dan potensi ekonomi kreatif yang belum sepenuhnya dimanfaatkan.

Kopi Sidikalang dikenal memiliki kualitas tinggi dan aroma yang khas, sehingga mulai dikenal secara luas. Berdasarkan wawancara petani, kualitas kopi Sidikalang diakui karena biji yang utuh, aroma yang wangi, dan cita rasa yang konsisten, baik untuk jenis Arabika maupun Robusta. Proses pemilihan biji yang ketat, hanya memetik buah yang matang sempurna, serta penyimpanan biji di tempat kering untuk menjaga aroma, menjadikan kopi Sidikalang memiliki standar mutu yang tinggi. Reputasi ini membuat harga kopi Sidikalang relatif tinggi dibandingkan kopi dari daerah lain, sehingga menjadi daya tarik bagi pedagang dan konsumen. Lebih dari itu, reputasi kopi Sidikalang meningkatkan kebanggaan masyarakat lokal terhadap produk mereka, serta mendorong potensi pengembangan ekonomi kreatif melalui inovasi produk turunan berbasis kopi.

Secara geografis, Sidikalang terletak di dataran tinggi Kabupaten Dairi, dengan tanah vulkanik yang subur dan iklim sejuk yang mendukung pertumbuhan kopi berkualitas tinggi. Kondisi alam ini menjadi salah satu faktor pembeda yang tidak dimiliki daerah lain, menghasilkan biji kopi yang tidak mudah pecah dan memiliki karakteristik rasa yang khas. Dari sisi budaya, menanam kopi menjadi bagian dari tradisi lokal, di mana hampir setiap rumah tangga memiliki tanaman kopi sendiri.

Kopi Sidikalang memegang posisi strategis dalam kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat setempat. Hampir seluruh warga terlibat dalam kegiatan menanam, merawat, dan memanen kopi, menjadikannya sebagai sumber pendapatan utama sekaligus mata pencaharian. Petani menyampaikan bahwa kopi tersedia sepanjang tahun, walaupun hasil panen dipengaruhi musim hujan atau kemarau panjang. Ketersediaan kopi yang melimpah memungkinkan masyarakat untuk mengembangkan produk turunan, baik untuk konsumsi pribadi maupun sebagai peluang usaha kecil dan menengah.

Selain nilai ekonomis, kopi juga memiliki nilai budaya yang signifikan. Menurut masyarakat lokal, dahulu kopi pernah digunakan sebagai pengganti sabun untuk membersihkan badan, menandakan bahwa masyarakat telah memanfaatkan potensi bahan alami lokal untuk kebutuhan sehari-hari. Kini, kesadaran akan nilai budaya ini menjadi peluang untuk revitalisasi tradisi lokal melalui pengembangan inovasi produk modern, seperti scrub kopi Sidikalang, yang tetap mempertahankan identitas budaya sekaligus memberikan nilai tambah ekonomi.

2. Konsep Pengembangan ADDIE

a. Tahap Analisis

Kopi Sidikalang memiliki karakteristik fisik dan kualitas yang mendukung pemanfaatannya sebagai bahan perawatan tubuh tradisional. Berdasarkan wawancara dengan petani kopi Sidikalang di Tangga Rube dan seorang masyarakat lokal diperoleh gambaran yang jelas mengenai karakteristik fisik, mutu, serta praktik pemanfaatan kopi dalam kehidupan masyarakat. Data lapangan menunjukkan bahwa Kopi Sidikalang tidak hanya memiliki nilai ekonomis sebagai komoditas minuman, tetapi juga menyimpan potensi sebagai bahan perawatan tubuh berbasis alami. Secara fisik, kualitas kopi yang baik menurut petani ditandai oleh aroma yang wangi dan kondisi biji yang utuh. Aroma menjadi indikator utama dalam menentukan mutu kopi.

Selain itu kopi yang telah matang sempurna juga menghasilkan aroma yang lebih kuat. Tingkat kematangan mempengaruhi kekuatan aroma yang dihasilkan. Kualitas aroma yang kuat dan alami inilah yang menjadi salah satu alasan mengapa kopi dianggap cocok digunakan sebagai scrub. Kematangan yang tepat ini

berpengaruh terhadap kualitas bubuk yang dihasilkan, terutama dari segi aroma dan warna. Setelah melalui proses pengeringan dan pengongsengan, kopi menghasilkan warna cokelat kehitaman yang khas dan alami. Warna ini menjadi identitas visual bahan serta menunjukkan kemurnian tanpa campuran bahan sintetis.

Dari segi tekstur, proses pengolahan kopi untuk scrub dilakukan secara tradisional melalui tahapan digiling, dijemur, dikongseng, ditumbuk, dan diayak. Proses ini bertujuan untuk memperoleh bubuk yang lebih halus sehingga aman digunakan pada kulit. "Ditumbuk dan diayak/disaring supaya yang halus bisa didapatkan." (M001)

Proses penghalusan dan pengayakan ini menghasilkan bubuk kopi dengan tekstur relatif lembut, meskipun tetap memiliki butiran alami khas kopi. Tekstur berbutir halus inilah yang memberikan potensi fungsional sebagai eksfoliator alami, yaitu membantu proses pengangkatan sel kulit mati melalui gesekan ringan saat diaplikasikan pada permukaan kulit. Secara ilmiah, kopi diketahui mengandung senyawa alami seperti kafein dan antioksidan. Antioksidan berperan membantu melindungi kulit dari paparan radikal bebas, sedangkan kafein memberikan efek menyegarkan dan membantu meningkatkan sirkulasi mikro pada kulit. Kandungan alami ini semakin memperkuat dasar bahwa kopi tidak hanya berfungsi secara mekanis melalui tekstur butirannya, tetapi juga memiliki potensi biologis dalam mendukung kesehatan kulit.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Kopi Sidikalang memiliki karakteristik berupa aroma khas yang kuat dan wangi, tekstur bubuk berbutir halus hasil pengayakan, warna alami cokelat kehitaman, kandungan senyawa alami seperti antioksidan, penggunaan tradisional sebagai pembersih tubuh.

Kopi Sidikalang berperan sebagai sumber penghasilan utama masyarakat, namun pemanfaatannya masih dominan sebagai produk minuman dengan harga yang bergantung pada pasar. Diversifikasi produk seperti scrub dinilai mampu meningkatkan nilai tambah dan membuka peluang pendapatan yang lebih baik, bahkan berpotensi meningkat hingga 15% jika produksi konsisten. Selain itu, pengembangan produk turunan seperti sabun, masker, dan oleh-oleh khas daerah masih terbuka luas. Diversifikasi memberikan variasi produk bagi konsumen serta memperkuat ekonomi kreatif berbasis potensi lokal. Dengan inovasi pengolahan dan pemasaran, kopi tidak hanya menjadi komoditas pertanian, tetapi juga produk kreatif bernilai ekonomi lebih tinggi.

Perawatan tubuh tradisional di Desa Tangga Rube memanfaatkan bahan alami sebagai alternatif sebelum hadirnya produk modern. Kopi digunakan sebagai pengganti sabun dengan cara dihaluskan dan dicampur air. Praktik ini menunjukkan pemahaman empiris masyarakat terhadap fungsi kopi dalam membersihkan kulit. Pengetahuan ini diwariskan secara turun-temurun, terutama oleh perempuan dalam keluarga. Namun, praktik tersebut mulai jarang dilakukan akibat modernisasi. Meskipun demikian, ingatan kolektif masyarakat masih ada, sehingga berpotensi direvitalisasi menjadi inovasi produk berbasis kearifan lokal.

Masyarakat Tangga Rube memanfaatkan bahan alami yang tersedia di lingkungan, terutama kopi, sebagai bahan utama scrub tradisional. Penggunaannya dilakukan secara sederhana dengan mencampurkan bubuk kopi dan air. "Biasanya hanya pakai kopi saja, kadang dicampur pakai air" (M001). Kopi yang digunakan berasal dari kebun sendiri, dipilih dari buah merah matang, dan tersedia melimpah karena hampir setiap keluarga memiliki tanaman kopi, "Iya, hampir semua orang punya kopi di sini" (M001). Hal ini menunjukkan

bahwa pemanfaatan kopi sebagai scrub berkembang secara alami dari kebiasaan masyarakat dan mencerminkan kearifan lokal dalam menggunakan sumber daya yang tersedia.

Penggunaan kopi sebagai lulur tradisional merupakan kebiasaan lama yang berkembang sebelum adanya produk modern. "Tidak ada ini ajaran dari opung dulu-dulu karena kan mengganti sabun sebelum ada" (MOD1). Proses pembuatannya dilakukan secara manual melalui tahapan pengolahan tradisional hingga menghasilkan bubuk halus. Namun, praktik ini kini mulai jarang dilakukan dan lebih dikenal oleh generasi tua. Selain itu, praktik tersebut dahulu belum disadari sebagai bagian dari budaya, melainkan hanya kebiasaan sehari-hari. Oleh karena itu, revitalisasi diperlukan melalui inovasi produk yang tetap mempertahankan identitas lokal. Dengan demikian, revitalisasi tidak hanya melestarikan tradisi, tetapi juga membuka peluang ekonomi kreatif berbasis potensi lokal.

b. Tahap Design

Perancangan formula diawali dengan merekonstruksi praktik tradisional masyarakat setempat dalam memanfaatkan kopi sebagai bahan perawatan tubuh. Dalam pengembangan prototype, praktik tersebut tidak dihilangkan, melainkan disempurnakan agar lebih praktis dan nyaman digunakan. Peneliti menambahkan minyak kelapa murni sebagai bahan pendukung dengan pertimbangan bahwa minyak kelapa memiliki sifat melembapkan dan mampu meningkatkan kenyamanan saat proses eksfoliasi. Hal ini sejalan dengan pendapat (Yasir et al., 2022) yang menyatakan bahwa penggunaan bahan alami berbasis kopi dan minyak nabati merupakan inovasi bio-cosmetic yang efektif untuk regenerasi kulit serta minim efek samping kimia. Penambahan bahan ini tetap berada dalam kategori bahan alami yang mudah diperoleh di lingkungan sekitar masyarakat. Formula prototype terdiri atas:

Tabel 2. Formulasi Prototype

No	Bahan	Takaran	Fungsi
1.	Bubuk kopi robusta halus	50 gram	Eksfoliator alami untuk membantu mengangkat sel kulit mati.
2.	Minyak kelapa	30 gram setara 33 ml	Pelembap alami untuk menjaga kelembapan kulit

Sumber: Diolah Peneliti

Karakteristik fisik prototype dirancang sebagai berikut:

1. Tekstur: Semi basah, tidak terlalu cair namun cukup lembap untuk langsung diaplikasikan tanpa pencampuran tambahan
2. Butiran: Halus namun tetap memiliki daya eksfoliasi alami.
3. Aroma: Aroma khas kopi robusta alami tanpa tambahan pewangi sintetis.

Desain formula ini sejalan dengan teori diversifikasi produk dan green innovation, di mana praktik tradisional kopi sebagai lulur disempurnakan dengan penambahan minyak kelapa murni agar tetap mempertahankan bahan lokal dan ramah lingkungan, sekaligus menciptakan produk kecantikan inovatif yang lebih nyaman digunakan. Pemilihan karakteristik tersebut bertujuan mempertahankan keaslian bahan sekaligus meningkatkan kenyamanan dan daya guna produk. Sejalan dengan hal tersebut Kotler & Keller dalam (Reken et al., 2016) mengungkapkan, diversifikasi produk merupakan strategi kunci untuk menciptakan nilai tambah bagi sumber daya yang ada agar mampu menjawab kebutuhan pasar yang kian dinamis.

Tahap design juga mencakup perancangan kemasan dan identitas brand sebagai bagian dari upaya memperkuat nilai produk berbasis bahan alami dan kearifan lokal. Sebagaimana dijelaskan oleh (Suprpti, 2018) kemasan bukan sekadar pelindung fisik, tetapi media komunikasi yang mampu membangun persepsi kualitas secara instan di mata konsumen. Perancangan kemasan dan identitas brand disusun berdasarkan hasil analisis kebutuhan serta wawancara dengan informan lokal. Masukan dari informan menjadi dasar dalam menentukan identitas visual, informasi produk, serta unsur budaya yang ditampilkan pada kemasan prototype. Berdasarkan hasil wawancara dengan nama "Sidikalang" harus tetap dicantumkan karena sudah dikenal sebagai daerah penghasil kopi berkualitas dan sebagai identitas utama. Untuk memperjelas asal produk, ditambahkan keterangan "Desa Tangga Rube" sebagai bentuk penguatan identitas lokal.

Prototype menggunakan botol lulur plastik ukuran 250 gram dengan badan bening yang dipilih agar konsumen dapat melihat langsung tekstur scrub di dalamnya dan tutup berwarna pink dusty yang memberikan sentuhan modern dan menarik, namun tetap dipadukan dengan label bernuansa coklat agar identitas kopi tetap kuat. Kemasan ini memadukan unsur tradisional dan tampilan yang lebih modern agar



produk tetap memiliki daya tarik pasar. Pemilihan kemasan transparan ini juga selaras dengan tren visual transparency dalam pemasaran, yang terbukti meningkatkan kepercayaan konsumen (consumer trust) terhadap kemurnian bahan produk (Putri, 2024).

Gambar 1. Kemasan

Desain label memiliki beberapa unsur visual dan informasi produk yaitu warna dominan coklat natural yang menggambarkan karakter kopi, gambar biji kopi matang sebagai simbol kualitas bahan baku, motif adat batak sebagai representasi budaya lokal, informasi manfaat produk pada bagian badan kemasan, tagline: "Eksfoliasi lembut dari kopi Sidikalang dan minyak kelapa membantu mencerahkan kulit." Unsur kopi dan motif adat, sebagai penegasan bahwa produk berasal dari tanah Batak dan memiliki akar budaya yang jelas. Integrasi unsur budaya ini merupakan implementasi dari strategi Cultural Branding, di mana produk yang membawa nilai identitas lokal memiliki daya tarik unik dan emosional bagi target pasar (Ratnawati & Atmaja, 2024).



Gambar 2. Desain Label

Sementara itu, pada bagian tutup kemasan ditambahkan desain berbentuk lingkaran yang menyesuaikan ukuran tutup. Desain pada tutup tetap menampilkan nama produk dan unsur kopi agar identitas brand tetap terlihat dari bagian atas.



Gambar 3. Desain Tutup

Identitas brand yang dirancang tidak hanya berfungsi sebagai tampilan visual, tetapi juga sebagai penyampai cerita produk. Pencantuman nama Sidikalang dan Desa Tangga Rube menunjukkan asal-usul produk secara jelas. Hal ini memperkuat karakter produk sebagai hasil pengembangan kopi lokal menjadi produk perawatan tubuh berbasis bahan alami. Dengan demikian, kemasan tidak hanya melindungi isi produk, tetapi juga menjadi media untuk menyampaikan nilai budaya, kualitas bahan alami, dan potensi ekonomi kreatif masyarakat setempat.

c. Tahap Development

Tahap pengembangan produk dilaksanakan melalui realisasi desain menjadi prototype scrub kopi berbasis bahan alami dan kearifan lokal. Prototype ini merupakan hasil konkret dari perancangan konsep dan formulasi yang telah disusun pada tahap sebelumnya. Dalam proses pengembangannya, tetap mempertahankan esensi praktik tradisional masyarakat Desa Tangga Rube dalam memanfaatkan kopi sebagai bahan perawatan tubuh, namun dengan penyempurnaan agar lebih praktis, higienis, dan sesuai dengan kebutuhan penggunaan masa kini. Dalam proses pembuatan prototype digunakan beberapa alat dan bahan sebagai berikut.

1. Alat : Timbangan digital, wadah pencampuran, sendok pengaduk, dan botol lulur plastik ukuran 250 gram
2. Bahan: Bubuk kopi robusta halus sebanyak 50 gram, dan minyak kelapa sebanyak 30 gram (33 ml)

Tabel 3. Prosedur Pembuatan

No	Tahap	Uraian Kegiatan
1.	Persiapan Bahan dan Alat	Menyiapkan bubuk kopi robusta dan minyak kelapa sesuai formulasi. Dan mempersiapkan alat yang diperlukan seperti wadah pencampuran dan sendok pengaduk.
2.	Penimbangan Bahan	Menimbang bubuk kopi sebanyak 50 gram dan minyak kelapa sebanyak 30 gram atau setara kurang lebih 33 ml.
3.	Pencampuran bahan	Mengaduk kedua bahan hingga homogen dan membentuk tekstur semi basah.
4.	Pengemasan	Memasukan campuran scrub ke dalam kemasan botol lulur ukuran 250 gram.

5.	Pelabelan	Menempelkan label sesuai desain identitas brand.
----	-----------	--

Sumber: Diolah Peneliti

Berdasarkan prosedur yang telah dijelaskan pada tabel, proses pembuatan prototype dilaksanakan secara bertahap. Dokumentasi kegiatan tersebut disajikan pada gambar berikut.



Gambar 4. Proses Pembuatan

Prototype scrub kopi yang telah dikembangkan menghasilkan produk dengan karakteristik fisik sesuai dengan formulasi yang telah dirancang pada tahap design. Produk memiliki tekstur semi padat dan lembap dengan konsistensi yang tidak terlalu cair, sehingga dapat langsung diaplikasikan pada kulit tanpa penambahan air.

Secara visual, produk berwarna coklat tua kehitaman yang merupakan warna alami dari bubuk kopi robusta hasil pengongsengan. Warna tersebut menunjukkan bahwa produk tidak menggunakan pewarna tambahan dan sepenuhnya berasal dari bahan alami. Tampilan warna yang pekat juga dipengaruhi oleh tingkat kelembapan campuran akibat penggunaan minyak kelapa murni. Dari segi tekstur, butiran kopi masih terasa sebagai eksfoliator alami, namun tidak terlalu kasar sehingga tetap nyaman saat diaplikasikan pada kulit. Tekstur yang dihasilkan bersifat semi basah, cukup lembap untuk memudahkan pengolesan, namun tetap mempertahankan karakter scrub tradisional.

Aroma produk didominasi oleh wangi khas kopi robusta yang kuat dan alami, memberikan sensasi relaksasi saat penggunaan. Minyak kelapa murni turut memberikan aroma lembut tambahan serta berfungsi sebagai pelembap alami bagi kulit. Dalam aspek kemasan, prototype dikemas menggunakan wadah plastik transparan berkapasitas 250 gram dengan tutup berwarna pink dusty yang telah dilengkapi label identitas

produk. Penggunaan kemasan transparan bertujuan untuk menampilkan tekstur dan warna alami scrub sebagai bentuk transparansi komposisi bahan. Secara keseluruhan, prototype yang dihasilkan telah sesuai dengan rancangan konseptual pada tahap design, baik dari segi komposisi bahan, karakteristik fisik, maupun tampilan kemasan.

Produk ini selanjutnya siap memasuki tahap validasi oleh ahli guna menilai tingkat kelayakan dan potensi pengembangan lebih lanjut. Proses validasi melibatkan tiga validator dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 4. Rekapitulasi Hasil Penilaian Validator

No	Validator	Jumlah Skor	Persentase	Kategori
1.	Dr. Sanggam Pardede, S.E., M.Pd.	60	100	Layak
2.	Menti M. Simaremare, S.Kep., Ns	60	100	Layak
3.	Tison Siregar	56	93,33	Layak
Rata-Rata Persentase			97,76	Layak

Sumber: Diolah Peneliti

Berdasarkan hasil rekapitulasi validasi produk yang telah dilakukan oleh tiga validator, diperoleh skor yang menunjukkan tingkat kelayakan produk scrub kopi yang dikembangkan, diperoleh nilai sebesar 97,76%. Karena nilai tersebut lebih besar dari batas minimal 75% sebagaimana yang telah ditetapkan, maka produk scrub kopi berbasis bahan alami dan kearifan lokal dinyatakan layak untuk dilanjutkan ke tahap implementasi.

d. Tahap Implementasi

Selanjutnya prototype scrub kopi berbasis bahan alami dan kearifan lokal diimplementasikan kepada responden. Pada tahap implementasi ini, dilakukan uji coba dalam skala kecil (small group trial). Uji coba dilakukan kepada 10 responden yang merupakan calon pengguna produk. Responden diberikan kesempatan untuk melihat, mencoba, serta menilai produk scrub kopi yang telah dikembangkan. Setelah penggunaan produk, responden diminta untuk mengisi angket penilaian guna mengetahui tingkat penerimaan, daya tarik, serta kelayakan produk berdasarkan pengalaman penggunaan secara langsung. Adapun hasil respon responden terhadap produk scrub kopi berbasis bahan alami dan kearifan lokal dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5. Hasil Respon Pengguna

No	Nama Pengguna	Skor	Persentase
1.	Putri Natalia Manik	32	80
2.	Airen Situmorang	40	100
3.	Febriana Gultom	37	92,5
4.	Christi N. Simarmata	37	92,5
5.	Ramtida Sinaga	37	92,5
6.	Lestari Sihotang	40	100
7.	Reliana Munthe	33	82,5
8.	Eni Melianai Sipayung	37	92,5
9.	Triwanci Sinaga	40	100
10.	Friska Munthe	37	92,5
Jumlah		370	925
Persentase Rata-Rata(%)			92,5

Sumber: Diolah Peneliti

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh jumlah skor keseluruhan sebesar 370 dengan persentase rata-rata sebesar 92,5%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa produk scrub kopi berbasis bahan alami dan kearifan lokal memperoleh respon yang sangat baik dari pengguna. Karena nilai tersebut lebih besar dari batas minimal 75% sebagaimana yang telah ditetapkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa produk scrub kopi Tangga Rube Sidikalang layak untuk digunakan dan memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut sebagai produk berbasis ekonomi kreatif.

e. Tahap Evaluation

Setelah dilakukannya implementasi kepada responden, maka tahap terakhir dalam model pengembangan ADDIE adalah tahap evaluasi dan penyempurnaan produk sebagai bagian dari evaluasi akhir. Berdasarkan hasil validasi yang telah dilakukan kepada tiga validator yang terdiri atas ahli materi ekonomi kreatif, ahli bidang kesehatan, dan pelaku UMKM, diperoleh hasil bahwa validator pertama memberikan skor sebesar 100% yang termasuk dalam kategori layak dengan keterangan sangat baik. Validator kedua juga memberikan skor sebesar 100% yang termasuk dalam kategori layak dengan keterangan sangat baik. Sementara itu, validator ketiga memberikan skor sebesar 93,33% yang termasuk dalam kategori layak

dengan keterangan sangat baik. Dengan demikian, diperoleh rata-rata persentase dari ketiga validator sebesar 97,76% yang menunjukkan bahwa produk scrub kopi berbasis bahan alami dan kearifan lokal dinyatakan layak dan sangat baik untuk digunakan serta dilanjutkan ke tahap implementasi.

Selanjutnya, berdasarkan angket yang telah diberikan kepada 10 responden sebagai pengguna dalam skala kecil, diperoleh hasil bahwa respon pengguna terhadap produk scrub kopi Sidikalang sangat baik dengan rata-rata persentase sebesar 92,5%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa produk dapat diterima dengan baik oleh pengguna baik dari segi tekstur, aroma, kemasan, maupun daya tarik produk secara keseluruhan.

Dalam proses pengembangan produk scrub kopi ini, peneliti mengalami beberapa kendala, antara lain proses penyesuaian komposisi bahan untuk memperoleh tekstur yang sesuai membutuhkan beberapa kali percobaan, terutama dalam menentukan takaran minyak kelapa agar tidak terlalu cair dan tetap nyaman digunakan. Selain itu, pada tahap desain kemasan, diperlukan waktu untuk menentukan tampilan visual yang mencerminkan identitas lokal sekaligus tetap menarik secara komersial. Kendala lain yang dihadapi adalah keterbatasan dalam produksi skala besar karena produk masih berada pada tahap prototype dan belum melalui pengujian laboratorium dermatologis secara mendalam.

Sebagaimana produk inovasi berbasis ekonomi kreatif lainnya, scrub kopi berbahan dasar kopi Sidikalang ini memiliki beberapa kelebihan, antara lain menggunakan bahan alami lokal yang mudah diperoleh, memiliki nilai kearifan lokal melalui identitas daerah dan unsur budaya pada kemasan, serta berpotensi menjadi produk inovatif yang dapat mendukung pengembangan ekonomi kreatif masyarakat. Produk ini juga memiliki aroma khas kopi yang memberikan pengalaman penggunaan yang unik bagi konsumen.

Namun demikian, produk ini juga memiliki beberapa keterbatasan, yaitu masih dalam tahap pengembangan awal dan belum dilakukan uji klinis secara komprehensif. Selain itu, uji coba masih dilakukan dalam skala kecil sehingga diperlukan penelitian lanjutan dengan jumlah responden yang lebih besar untuk memperoleh hasil yang lebih luas dan mendalam.

Kontribusi Scrub Terhadap SDgS

Pengembangan produk berbasis bahan alami dan kearifan lokal seperti scrub kopi Sidikalang memiliki relevansi kuat dengan pencapaian agenda global Sustainable Development Goals (SDGs). Produk ini bukan hanya hasil dari inovasi ekonomi kreatif, melainkan juga merupakan wujud konkret dari pembangunan berkelanjutan yang menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan. Ekonomi kreatif dapat berperan

penting dalam memperkuat daya saing wilayah, menghidupkan kembali identitas lokal, dan sekaligus mendorong pola produksi serta konsumsi yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan (Manioudis & Angelakis, 2023).

Dalam konteks SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), pengolahan kopi menjadi produk turunan seperti scrub menciptakan peluang kerja baru yang inklusif, terutama bagi kelompok marginal seperti perempuan, pemuda, dan pelaku UMKM. Transformasi dari komoditas mentah menjadi produk bernilai tambah lokal juga mendorong pertumbuhan ekonomi yang berbasis pada sumber daya lokal dan memberdayakan komunitas dari bawah (grassroots empowerment). Model bisnis semacam ini tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga memperkuat kemandirian ekonomi daerah melalui jalur kreatif dan inovatif.

Lebih jauh, pendekatan ini juga mendukung SDG 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab) karena menekankan pentingnya pemilihan bahan baku alami, teknik produksi yang ramah lingkungan, serta prinsip keberlanjutan dalam siklus hidup produk. Pemanfaatan kopi sebagai bahan dasar scrub menjadi bukti nyata dari ekonomi sirkular, di mana kopi yang sebelumnya tidak dimanfaatkan kini menjadi sumber nilai. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi dapat berjalan beriringan dengan pelestarian lingkungan tanpa harus mengorbankan efisiensi ekonomi.

Selanjutnya, melalui penguatan rantai nilai lokal dan penggunaan teknologi tepat guna dalam produksi dan distribusi, inisiatif ini juga mendukung SDG 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur). Meskipun berskala kecil, pengolahan produk ini melibatkan inovasi desain, pengemasan, serta pemanfaatan platform digital untuk pemasaran, sehingga mendorong industrialisasi berbasis komunitas. Selain itu, kolaborasi antara petani kopi, pelaku UMKM, akademisi, dan pemangku kebijakan lokal menunjukkan penerapan nyata dari SDG 17 (Kemitraan untuk Mencapai Tujuan). Sinergi multi-pihak ini merupakan kunci keberlanjutan, karena menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang saling mendukung dan berorientasi jangka panjang.

Dengan demikian, produk scrub kopi berbahan alami dan berbasis kearifan lokal tidak hanya membawa manfaat ekonomi secara langsung bagi masyarakat, tetapi juga berkontribusi pada tercapainya SDGs secara holistik. Inovasi lokal yang mengakar pada nilai budaya dan ekologis ini mampu menjadi representasi dari pembangunan yang inklusif, lestari, dan berbasis pada kekuatan lokal yang berdaya saing global.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengembangan yang telah dilakukan melalui model ADDIE, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pada tahap analisis ditemukan bahwa kopi Sidikalang memiliki karakteristik fisik dan kimia yang mendukung pemanfaatannya sebagai bahan perawatan tubuh, seperti aroma khas yang kuat, tekstur butiran alami yang efektif untuk eksfoliasi, serta kandungan antioksidan yang bermanfaat bagi kesehatan kulit. Selain itu, secara historis dan sosial-budaya, kopi Sidikalang telah menjadi bagian dari identitas masyarakat lokal. Adanya praktik tradisional pemanfaatan kopi sebagai pembersih tubuh menunjukkan bahwa inovasi produk scrub ini bukan sekadar ide modern, melainkan bentuk rekonstruksi dan penguatan kearifan lokal dalam konteks ekonomi kreatif.
2. Pada tahap desain dan pengembangan, produk diformulasikan menggunakan bahan alami lokal yang mudah diperoleh dan relatif aman, serta dikemas dengan identitas budaya Sidikalang untuk memperkuat nilai diferensiasi produk. Hasil validasi dari tiga ahli menunjukkan rata-rata persentase kelayakan sebesar 97,76% dengan kategori sangat layak. Sementara itu, hasil uji coba kepada responden memperoleh rata-rata persentase sebesar 92,5% dengan kategori sangat layak. Data tersebut menunjukkan bahwa produk tidak hanya valid secara konseptual, tetapi juga diterima secara positif oleh pengguna dari segi aroma, tekstur, kemasan, dan manfaat yang dirasakan.
3. Pada tahap evaluasi pengembangan scrub kopi Sidikalang mampu meningkatkan nilai tambah komoditas kopi, membuka peluang diversifikasi usaha berbasis potensi lokal, serta memiliki prospek dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif daerah. Integrasi bahan alami, identitas budaya, dan inovasi produk menunjukkan bahwa pendekatan berbasis kearifan lokal dapat menjadi strategi yang relevan dalam menciptakan produk yang bernilai ekonomi, berdaya saing, dan berkelanjutan.

Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa kopi Sidikalang tidak hanya memiliki potensi sebagai komoditas konsumsi, tetapi juga sebagai sumber inovasi produk kreatif yang mampu memperkuat identitas daerah sekaligus mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengembangan yang telah dilakukan, beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Aspek Keamanan dan Standarisasi Produk, untuk pengembangan ke tahap komersialisasi yang lebih luas, produk scrub kopi Sidikalang perlu melalui uji laboratorium yang lebih komprehensif guna memastikan keamanan, stabilitas, dan daya tahan produk sesuai standar kosmetik yang berlaku.
2. Pengembangan Variasi Produk, diversifikasi dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menciptakan varian aroma, kombinasi bahan alami lain, atau produk turunan berbasis kopi seperti body mask, sabun kopi, atau aromaterapi, sehingga memperluas lini produk dan meningkatkan daya saing di pasar.
3. Strategi Branding dan Digital Marketing, diperlukan strategi pemasaran berbasis digital dan storytelling budaya untuk memperkuat positioning produk sebagai produk lokal berbasis kearifan budaya Sidikalang. Pemanfaatan media sosial, marketplace, dan kemitraan UMKM dapat menjadi langkah strategis dalam memperluas jangkauan pasar.
4. Dukungan Stakeholder dan Kolaborasi, dukungan dari pemerintah daerah, pelaku UMKM, akademisi, serta lembaga pendukung ekonomi kreatif sangat diperlukan, terutama dalam hal perizinan, pelatihan kewirausahaan, sertifikasi produk, dan akses pembiayaan.
5. Pengembangan Penelitian Lanjutan, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan jumlah responden yang lebih besar, menguji efektivitas produk dalam jangka waktu tertentu, serta mengkaji aspek kelayakan usaha (feasibility study) untuk melihat potensi bisnis secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, B., Zumaeroh, Z., & Winarto, H. (2022). *Diversifikasi Produk Dan Ekspansi Pemasaran Melalui Media Sosial*. WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(1), 75–79. <https://doi.org/10.56681/wikuacitya.v1i1.19>
- Ayuningtyas, E., Santoso, B., & Winahyu, P. (2023). *Ayuningtyas- Analisis Loyalitas Pelanggan Berdasarkan diservifikasi produk, harga, dan kepuasan pelanggan*. Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME), 2(1), 99–114. <https://unars.ac.id/ojs/index.php/jme/article/view/2644>
- Doughty, H. A. (2015). *The Innovation Journal: Catherine A. Odora Hoppers, ed., Indigenous Knowledge and the Integration of Knowledge Systems: Towa. Reviewed by Howard A. Doughty (2015-12-23)*. 10(3), 1–10.
- Etistika Yuni Wijaya, Dwi Agus Sudjimat, & Amat Nyoto. (2016). *Transformasi Pendidikan Abad 21 Sebagai Tuntutan*. Jurnal Pendidikan, 1, 263–278. <http://repository.unikama.ac.id/840/32/263-278> Transformasi Pendidikan Abad 21

- Etnobotani, A. P. (2015). *BIOISD42*. 1995, 6–15.
- Haribowo, S. F., Wibowo, I. J. F. S., Rahayu, W. P., & Winarno, A. (2025). Universitas Negeri Malang , Indonesia. Profit : Jurnal Manajemen, BIsnis Dan Akuntansi, 4(2), 127–137.
- Iqbal, M., Puteri, A. M., Indra, Athalla, M. R., Dzaironi, M., & Anggraini*, L. D. (2024). *Innovation in Coffee Ground Soap to Support Eco-Friendly Consumption and Economic Empowerment*. Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 8(6), 1823–1832. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v8i6.22936>
- Iskandar, E. (2022). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Prepestif Kesejahteraan Masyarakat. Jurnal *Iqtishaduna*, 4(2), 627–636. <https://doi.org/10.53888/iqtishaduna.v4i2.478>
- Kurniawan, R., Sutapa, W., Interior, D. D., & Pradita, U. (2023). *Kajian Teori Emotional Design Dengan Pengguna Furnitur*. Dari. SENADA (Seminar Nasional...), 6188–197. <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/751%0Ahttps://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/download/751/482>
- Lucius, H. (2015). *Dilema Diversifikasi Produk: Meningkatkan Pendapatan Atau Menimbulkan Kanibalisme Produk?* Jurnal Studi Manajemen, 9(2), 142–153.
- Manioudis, M., & Angelakis, A. (2023). *Creative Economy and Sustainable Regional Growth: Lessons from the Implementation of Entrepreneurial Discovery Process at the Regional Level*. Sustainability (Switzerland), 15(9). <https://doi.org/10.3390/su15097681>
- Pereira Ferraz Soares Ferreira, A. P., & Maria Beatriz Pinto de Sá Moscoso, M. (2024). *The importance of the Ansoff matrix for the study of the information services market*. The Canadian Journal of Information and Library Science, 47(2), 78–84. <https://doi.org/10.5206/cjils-rcsib.v47i2.17432>
- Putri, A. (2024). *Komunikasi Visual dalam Pemasaran Digital: Tren dan Implikasinya pada Perilaku Konsumen*. 1–7.
- Ratnawati, S., & Atmaja, E. H. (2024). Reviving the Essence of Local Identity: Improving Coffee Packaging for Community-Based MSMEs. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 08(2), 383–395.
- Reken, F., Erdawati, & Rahayu, S. (2016).
- Saraswati, L. D., Herawati, V. E., Arfan, M., & ... (2020). *Penguatan Komoditi Unggulan Masyarakat melalui Diversifikasi Produk Olahan Kopi di Kecamatan Tretep Kabupaten Temanggung. ... Dan Inovasi ...*, 325–328. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/pasopati/article/view/5850>
- Sari, N. P., & Handayani, S. (2020). *AKUNESA: Jurnal Akuntansi Unesa*. Jurnal Akuntansi AKUNESA, 8(2). <http://jurnal.mahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akuntansi/>
- Suci Nasution, E., Ronaldo Tanjung, H., Sari, F., & Aprilia, C. (2024). *Pengembangan Potensi Ampas Kopi Gayo Robusta dan Bunga Kenanga Sebagai Body Scrub Antioksidan Di Kabupaten Aceh Besar Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat*. Jukeshum: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(1), 131–138. <https://doi.org/10.51771/jukeshum.v4i1.779>
- Suparyanto dan Rosad. (2020). *Pengertian Design Thinking*. Suparyanto Dan Rosad, 5(3), 248–253.
- Suprpti, Y. (2018). Pentingnya *Kemasan Terhadap Penjualan Produk*. Lppmunindra Sosio E-Kons, 1(1), 10.
- Suryani, L. (2024). Revolutionizing Learning : Unveiling the Influence of Liveworksheets Embedded within Contextual Teaching. 05(2).
- Syafitri, A. D. A., & Nisa, F. L. (2024). *Perkembangan serta Peran Ekonomi Kreatif di Indonesia dari Masa ke Masa*. Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen, 2(3), 189–198. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i3.810>
- Tarshish, E., & Hermoni, K. (2023). *Beauty from within: Improvement of skin health and appearance with Lycopersicon a tomato-derived oral supplement*. Journal of Cosmetic Dermatology, 22(6), 1786–1798. <https://doi.org/10.1111/jocd.15650>
- Tenrinippi, A. (2019). *Kewirausahaan Sosial di Indonesia (Apa , Mengapa , Kapan , Siapa Dan Bagaimana)*. Meraja Journal, 2(3), 25–40.

- Tiadeka, P., Nasyanka, A. L., & Zahiriyah, A. W. (2021). *Modifikasi Kopi Arabika Menjadi Becoffee Scrub Untuk Perawatan Tubuh Modification Of Arabic Coffee To Becoffee Scrub For Body Care*. Jurnal Sintesis, 2(1), 16–24.
- Wicaksana, S. A., Murtiyoso, D., & Sugianto, E. (2020). *Kerajinan Dengan Pemanfaatan Bahan Alami Di Kandi Ethnic Gunungpati Semarang*. Jurnal Pendidikan Seni, 9(1), 71–83. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eduart/article/view/38235>
- Yasir, A. S., Suryaneta, S., Fahmi, A. G., Saputra, I. S., Hermawan, D., & Berliyanti, R. T. (2022). *Formulasi Masker Gel Peel-Off Berbahan Ekstrak Biji Kopi Robusta (Coffea canephora) Khas Lampung*. Majalah Farmasetika, 7(2), 153. <https://doi.org/10.24198/mfarmasetika.v7i2.37312>
- Yusnidar, C., & Ameliany, N. (2023). *PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi pada Toko Greatman Distro Krunggeukueh)*. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(2), 228. <https://doi.org/10.29103/njiab.v6i2.14346>