

Pendampingan Pelaku Industri Kelapa Melalui Problem Mapping Terintegrasi dan Partisipatif Dalam Peningkatan Manajemen Usaha dan Inovasi Pemasaran

Adhitya Bagus Singandaru^{*1}, Abdurrahman², Baiq Krisnina Maharani Putri³, Dhanny Safitri⁴, Luluk Fadliyanti⁵, Baiq Saripta Wijumulawani⁶, Muhamad Bai'ul Hak⁷

^{1,5,6,7}Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram

^{2,4}Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram

³Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram

*e-mail: ab.singandaru@unram.ac.id¹, abdurrahmanfeb@unram.ac.id², baiqkrisninamputri@staff.unram.ac.id³, dhanny.safitri@staff.unram.ac.id⁴, fadliyanti@unram.ac.id⁵, baiqsariptaw@unram.ac.id⁶, baiulhak.muhamad@unram.ac.id⁷

ARTICLE INFO

Article history:

Received Maret 28, 2026

Revised April 01, 2026

Published April 02, 2026

Kata kunci

Industri Kelapa;
Problem Mapping Terintegrasi;
Partisipatif;
Manajemen Usaha;
Pemasaran Digital.

ABSTRAK

Industri olahan kelapa di Desa Pemenang, Kabupaten Lombok Utara memiliki potensi ekonomi yang besar, namun perkembangannya terhambat oleh manajemen usaha tradisional dan ketergantungan pada pengepul dari hulu hingga hilir. Margin keuntungan pelaku usaha menjadi sangat tipis akibat fluktuasi harga bahan baku, inefisiensi produksi, dan ketiadaan akses ke pasar modern. Kegiatan pengabdian bertujuan untuk memberikan pendampingan komprehensif guna mengurai dan menyelesaikan permasalahan tersebut. Adapun peserta yang terlibat berjumlah 15 orang yang terdiri dari 12 perempuan dan 3 laki-laki. Metode yang digunakan adalah *Problem Mapping* terintegrasi dengan pendekatan partisipatif melalui lima tahapan: pemetaan alur produksi, analisis pohon masalah (*problem tree analysis*), pemetaan aktor dan jaringan pasar, matriks pemeringkatan masalah, dan penyusunan rencana aksi secara kolaboratif bersama pelaku industri. Hasil identifikasi menyepakati dua masalah prioritas, yakni inefisiensi operasional dan ketertinggalan literasi pemasaran. Sebagai respons, dirumuskan rencana aksi terintegrasi: pada sektor hulu dilakukan penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) sederhana yang visual, pemanfaatan Teknologi Tepat Guna (TTG) skala mikro, dan produksi nir-limbah (*zero waste*). Pada sektor hilir, intervensi difokuskan pada re-branding kemasan standar pengiriman dan transformasi pemasaran digital melalui WhatsApp Business, Google Maps, serta promosi media sosial berbasis *storytelling*. Intervensi strategis ini diharapkan mampu memutus rantai tengkulak, meningkatkan daya saing produk, dan memperluas jangkauan pasar industri turunan kelapa di Desa Pemenang, Kabupaten Lombok Utara.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Corresponding Author:

Adhitya Bagus Singandaru, Program Studi S1 Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Indonesia

Email: ab.singandaru@unram.ac.id

1. PENDAHULUAN

Kabupaten Lombok Utara (KLU) merupakan salah satu daerah penghasil kelapa terbesar di Provinsi Nusa Tenggara Barat yang memiliki potensi ekonomi sangat menjanjikan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, capaian produksi buah kelapa di wilayah KLU mampu menembus angka lebih dari 12.122 ton per tahun. Potensi besar ini menjadi tulang punggung perekonomian bagi banyak masyarakat lokal, khususnya di Desa Pemenang yang dikenal sebagai salah satu sentra industri pengolahan kelapa [1], [2]. Melimpahnya ketersediaan bahan baku ini tentunya membuka peluang yang sangat luas bagi pengembangan industri hilir untuk menciptakan nilai tambah komoditas daerah. Oleh karena itu, optimalisasi pemanfaatan hasil panen kelapa tidak boleh hanya berfokus pada penjualan bahan mentah, melainkan harus terus bertransformasi menjadi produk turunan yang bernilai jual tinggi.

Saat ini, kegiatan industri pengolahan kelapa di Desa Pemenang sudah berjalan dengan cukup masif dan melibatkan banyak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Para pelaku industri lokal telah berhasil memproduksi ragam produk turunan yang sangat bervariasi, mulai dari minyak kelapa tradisional, *Virgin Coconut Oil* (VCO), hingga aneka produk makanan olahan [1]. Variasi produk olahan kelapa ini menunjukkan bahwa masyarakat sebenarnya telah memiliki keterampilan dasar produksi yang sangat baik dan adaptif terhadap potensi lingkungan sekitar. Selain itu, produk olahan kelapa bahkan dipasarkan hingga menembus pasar di luar daerah seperti ke Pulau Jawa. Namun, keberhasilan ini belum sepenuhnya stabil dan seringkali hanya bersifat musiman karena belum ditopang oleh fondasi bisnis yang benar-benar kuat.

Di balik potensi dan capaian tersebut, industri turunan kelapa di Desa Pemenang masih menghadapi oleh berbagai kendala yang menghambat pertumbuhan usaha mereka. Sebagian besar pelaku usaha masih sangat mengandalkan sistem manajemen bisnis yang bersifat tradisional tanpa adanya pembukuan maupun standar operasional yang jelas. Kondisi tata kelola yang seadanya ini berdampak langsung pada inefisiensi biaya produksi dan kesulitan pelaku dalam mengakses permodalan dari lembaga keuangan formal. Selain itu, jangkauan target pasar produk olahan kelapa mereka masih tergolong sangat tidak stabil dan rentan terhadap fluktuasi permintaan konsumen lokal harian. Ketidakmampuan merespons dinamika pergeseran tren pasar ini semakin diperparah oleh minimnya literasi pemanfaatan teknologi bagi para pelaku industri.

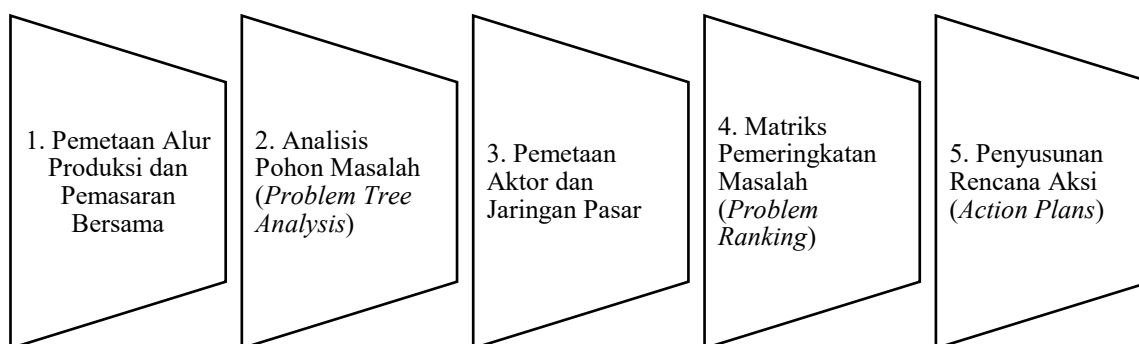
Menghadapi dinamika tersebut, identifikasi akar masalah melalui *problem mapping* yang komprehensif dan terintegrasi menjadi langkah krusial yang harus segera dilakukan oleh pelaku usaha dan juga peneliti. Pemetaan masalah ini bertujuan untuk menginventarisir secara presisi letak kelemahan operasional UMKM kelapa, baik dari sisi tata kelola manajerial maupun inovasi pemasaran. Dengan mengetahui peta kendala yang spesifik, tim dapat merumuskan intervensi program pendampingan yang benar-benar tepat sasaran dan bukan sekadar formalitas akademik. Strategi pemetaan ini juga didesain agar adaptif terhadap karakteristik sosio-kultural masyarakat Kabupaten Lombok Utara sehingga solusi yang ditawarkan lebih mudah diaplikasikan. Tanpa adanya kerangka diagnosis pemetaan yang jelas, segala bentuk bantuan atau pelatihan yang diintroduksi berisiko salah sasaran dan tidak mampu menyelesaikan permasalahan dasar.

Setelah peta permasalahan secara empiris terbentuk, langkah strategis berikutnya adalah memberikan pendampingan intensif yang berfokus pada perbaikan manajemen usaha dan inovasi pemasaran. Peningkatan kapasitas manajemen akan mencakup praktik pengelolaan keuangan yang terstruktur, standardisasi kualitas produk turunan kelapa, serta pembentukan kelembagaan usaha yang jauh lebih profesional. Di saat yang bersamaan, pengenalan inovasi pemasaran harus didorong secara massif dan terukur dengan memanfaatkan kemajuan teknologi digital. Para pelaku industri akan dilatih dan didampingi untuk mengoptimalkan berbagai platform e-commerce serta media sosial agar jangkauan pasar produk turunan kelapa kembali stabil dan bahkan meluas. Sinergi kuat antara tata kelola usaha yang sehat dan strategi pemasaran digital inovatif inilah yang akan memberikan peluang lebih baik bagi industri kelapa lokal KLU.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan tersebut, peran perguruan tinggi sangat dibutuhkan untuk memberikan pendampingan bagi pelaku industri kelapa di Desa Pemenang. Melalui transfer pengetahuan dan teknologi yang terarah, kemandirian ekonomi serta stabilitas pasar pelaku industri olahan kelapa di Kabupaten Lombok Utara dapat diwujudkan secara bersama-sama. Oleh karena itu, pelaksanaan program pengabdian melalui pendekatan metode *problem mapping* terintegrasi dan partisipatif menjadi langkah strategis perbaikan [3], [4]. Hal ini akan membantu dalam merumuskan solusi perbaikan manajemen dan inovasi pemasaran yang relevan dengan kebutuhan pelaku industri, sekaligus menjamin keberlanjutan daya saing produk turunan kelapa Desa Pemenang.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian dilakukan dengan pendekatan *problem mapping* terintegrasi dan partisipatif dengan melibatkan sekitar 15 pelaku industri kelapa di Desa Pemenang. Dalam pendekatan ini, pelaku industri kelapa tidak diperlakukan sebagai objek pengabdian yang hanya mendengarkan ceramah, tetapi terlibat secara aktif. Mereka dilibatkan secara aktif sebagai subjek yang menganalisis kondisi usaha mereka sendiri. Adapun tujuannya adalah membangun *sense of ownership* (rasa memiliki) terhadap masalah yang disampaikan, sehingga rencana solusi yang akan diterapkan benar-benar dilakukan secara berkelanjutan [4].



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Berdasarkan gambar 1, pelaksanaan pengabdian meliputi 5 (lima) tahapan, antara lain (1) Tahap Pemetaan Alur Produksi dan Pemasaran Bersama; (2) Analisis Akar Masalah (*Problem Tree Analysis*); (3) Pemetaan Aktor dan Jaringan Pasar; (4) Matriks Pemingkatan Masalah (*Problem Ranking*); dan (5) Penyusunan Rencana Aksi (*Action Plans*).

(1) Tahap Pemetaan Alur Produksi dan Pemasaran Bersama

Tahap ini melibatkan partisipasi aktif pelaku industri kelapa di Desa Pemenang untuk memvisualisasikan seluruh rantai nilai bisnis mereka, mulai dari pengadaan bahan baku hingga produk sampai ke tangan konsumen. Tim pengabdian berperan sebagai fasilitator yang mendampingi warga dalam menandai titik-titik kritis pada alur tersebut yang kerap memicu pembengkakan biaya operasional atau hambatan distribusi. Melalui pemetaan ini, pelaku usaha dapat menyadari secara mandiri letak inefisiensi bisnis mereka tanpa merasa dihakimi, sehingga tercipta keterbukaan untuk perbaikan ke depan.

(2) Analisis Pohon Masalah (*Problem Tree Analysis*)

Setelah masalah terpetakan, pelaku usaha diajak untuk merumuskan masalah-masalah tersebut, peserta diajak mengidentifikasi akar dari permasalahan yang muncul menggunakan pendekatan pohon masalah. Bagian daun merepresentasikan dampak nyata seperti pasar yang tidak stabil, sedangkan bagian akar mengilustrasikan penyebab dasar seperti minimnya literasi pembukuan dan ketiadaan inovasi kemasan. Metode ini diharapkan efektif untuk memastikan bahwa intervensi yang dirancang nantinya benar-benar menysasar akar permasalahan usaha, bukan sekadar mengobati gejala yang tampak di permukaan.

(3) Pemetaan Aktor dan Jaringan Pasar

Langkah ini bertujuan untuk menganalisis hubungan strategis antara pelaku industri turunan kelapa dengan berbagai pihak eksternal, seperti pengepul, *re-seller*, pemerintah daerah, hingga kompetitor. Dalam praktiknya, pelaku industri diajak untuk memetakan seberapa besar pengaruh dan seberapa erat hubungan usaha mereka dengan aktor-aktor tersebut. Hal ini akan menjadi landasan analitis bagi tim pengabdian untuk merumuskan strategi inovasi pemasaran serta memperluas jaringan distribusi produk ke pasar yang lebih luas.

(4) Matriks Pemeringkatan Masalah (*Problem Ranking*)

Mengingat banyaknya kendala yang mungkin ditemukan di lapangan, tahap ini memfasilitasi pelaku UMKM untuk memprioritaskan masalah mana yang paling mendesak dan rasional untuk diselesaikan lebih dulu. Bersama tim pengabdian, pelaku industri melakukan penilaian partisipatif berdasarkan kriteria tingkat keparahan masalah terhadap keberlangsungan usaha dan kapasitas sumber daya lokal untuk mengatasinya. Proses pemeringkatan ini memastikan bahwa program pendampingan manajemen dan pemasaran nantinya berjalan efektif, terukur, dan sesuai dengan realitas kemampuan pelaku industri kelapa di Desa Pemenang.

(5) Penyusunan Rencana Aksi (*Action Plans*)

Berdasarkan masalah prioritas yang telah disepakati bersama, tim pengabdian dan pelaku industri merumuskan langkah-langkah solutif beserta jadwal pendampingan teknis secara kolaboratif. Rencana aksi ini akan memuat agenda intervensi spesifik, seperti pelatihan digitalisasi keuangan untuk membenahan tata kelola usaha dan pemanfaatan *e-commerce* untuk modernisasi pemasaran. Dengan menyusun rencana dan target luaran secara bersama-sama, rasa kepemilikan (*sense of ownership*) warga terhadap program akan tumbuh kuat sehingga keberlanjutan roda ekonomi tetap terjaga pasca-pengabdian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Pemenang, Kabupaten Lombok Utara (KLU) berfokus pada kelompok pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berjumlah 15 orang yang memproduksi turunan kelapa seperti minyak kelapa tradisional, Virgin Coconut Oil (VCO), dan panganan lokal. Sesuai dengan pendekatan partisipatif yang direncanakan, kegiatan ini memposisikan tim pengabdian sebagai fasilitator dan pelaku usaha sebagai subjek utama dalam mendiagnosis masalah serta merumuskan solusi bisnis mereka.



Gambar 2. Diskusi Tim Pengabdian dengan Pelaku Industri

Peserta terdiri dari 12 orang perempuan dan 3 orang laki-laki. Peserta difasilitasi untuk mengungkapkan permasalahan yang mereka hadapi serta menceritakan hal-hal baik selama mereka menjalani usaha. Peserta secara keseluruhan antusias dalam menyampaikan perkembangan positif dari usahanya maupun kendala yang dihadapi.



Gambar 3. Contoh Produk Industri Kelapa dari Kelompok

Adapun hasil dari pelaksanaan pengabdian ini dikelompokkan berdasarkan tahapan pelaksanaan, yaitu 5 (lima) hasil utama. Hasil kami jadikan ringkasan dalam tabel 1 di bawah ini untuk memudahkan identifikasi poin dari masing-masing tahapan.

Tabel 1. Ringkasan Hasil Utama Pelaksanaan Pengabdian

No	Tahapan	Hasil
1.	Pemetaan Alur Produksi dan Pemasaran	Pelaku industri menceritakan rantai pasok kelapa mereka yang dipandu oleh ketua kelompok Bernama Bapak Zul. Kemudian, tim pengabdian yang dipimpin oleh Bapak Adhitya memfasilitasi pelaku industri untuk bercerita. Dari hasil pemetaan bersama, ditemukan bahwa inefisiensi terjadi pada fluktuasi harga bahan baku yang tidak menentu karena sudah dikuasai oleh pengepul. Dari sisi pemasaran, selain distribusi yang banyak dikuasai oleh pengepul, harga yang diminta dari pengepul atau konsumen masih dibawah harga pokok penjualan, sehingga margin keuntungan menjadi sangat tipis.
2.	Analisis Pohon Masalah (<i>Problem Tree Analysis</i>)	Melalui diskusi intensif, pelaku industri menyadari bahwa kondisi pasar yang tidak stabil dan sulit berkembang (bagian daun/akibat dalam <i>tree analysis</i>) bukanlah masalah utama, melainkan dampak. Akar penyebabnya teridentifikasi pada dua aspek mendasar yaitu; (1) biaya produksi yang fluktuatif (bergantung pada harga bahan baku), dan (2) ketergantungan pada pemasaran konvensional tanpa adanya strategi branding (merek) yang kuat untuk produk VCO dan minyak kelapa mereka.
3.	Pemetaan Aktor dan Jaringan Pasar	Hasil diskusi menjelaskan bahwa jaringan usaha industri kelapa di Desa Pemenang, Kabupaten Lombok Utara dikuasai oleh Tengkulak, baik sejak dari bahan baku sampai dengan produk jadi. Selain itu, adanya sentra industri olahan kelapa di Kawasan mereka belum dapat dimanfaatkan secara optimal oleh mereka karena adanya konflik dengan pemerintah daerah. Selanjutnya, kompetitor utama dari produk mereka adalah minyak kelapa sawit yang secara harga lebih murah dari minyak kelapa. Meskipun minyak goreng kelapa dinyatakan lebih sehat, namun konsumen cenderung memilih produk yang lebih murah.
4.	Matriks Pemeringkatan Masalah (<i>Problem Ranking</i>)	Berdasarkan skoring dan <i>judgement</i> bersama terkait tingkat urgensi dan kemampuan pelaku industri kelapa, disepakati dua masalah prioritas yang harus segera diselesaikan, yaitu (1) masalah inefisiensi produksi; dan (2) kurangnya pemanfaatan media pemasaran digital.

No	Tahapan	Hasil
5.	Penyusunan Rencana Aksi (<i>Action Plan</i>)	<p>(1) Masalah Inefisiensi Produksi (Hulu)</p> <p>Masalah inefisiensi biasanya bersumber dari ketiadaan standar kerja, tingginya waktu yang terbuang (<i>wasted time</i>), dan pemanfaatan bahan baku yang tidak maksimal. Maka dari itu, disepakati beberapa langkah ke depan, antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Penyusunan dan Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) Sederhana. Menyusun panduan tertulis (berupa poster bergambar yang mudah dibaca) mengenai tahapan produksi yang efisien dan higienis. Hal ini dapat mengurangi produk gagal (misalnya VCO yang tengik) dengan mengatur standar suhu, waktu pemanasan, dan takaran bahan secara baku, sehingga tidak lagi menggunakan perkiraan atau feeling [5; 6]. b) Pemanfaatan Teknologi Tepat Guna (TTG) Skala Mikro. Pemanfaatan alat pemeras santan semi-mekanis atau alat parut hemat energi. Hal ini untuk mempercepat waktu produksi dan menekan biaya tenaga kerja fisik yang terlalu besar, sehingga kapasitas produksi per hari dapat meningkat tanpa menambah jam kerja secara signifikan [2; 7]. c) Konsep <i>Zero Waste</i> (Minimasi Limbah). Peserta berkomitmen untuk melakukan proses produksi berbasis <i>zero waste</i>. Hal ini menjadi tindakan nyata oleh pelaku industri agar tidak membuang hasil sampingan kelapa seperti air kelapa yang dapat diolah menjadi <i>nata de coco</i> skala rumah tangga, atau tempurung kelapa yang setelah dikumpulkan dapat diolah menjadi briket bekerjasama dengan pengepul khusus [2; 8; 9]. <p>(2) Transformasi Pemasaran Digital (Hilir)</p> <ol style="list-style-type: none"> a) <i>Re-branding</i> dan Standardisasi Kemasan Pengiriman. Hal ini dilakukan guna meningkatkan nilai jual (<i>perceived value</i>) produk dan memastikan keamanan produk saat dikirim ke luar Kabupaten Lombok Utara melalui jasa ekspedisi [6; 9; 10]. b) Pembuatan dan Optimasi Warung Digital (WhatsApp Business & Google Maps). Pendampingan teknis satu-per-satu (<i>one-on-one</i>) untuk menginstal dan mengatur WhatsApp Business (membuat katalog produk otomatis) serta mendaftarkan titik lokasi usaha mereka di Google My Business (Google Maps) [6; 10; 11; 12]. c) Pelatihan Konten Pemasaran Berbasis <i>Storytelling</i>. Mengajarkan cara mengambil foto produk menggunakan kamera HP secara menarik (dengan pencahayaan alami) dan membuat caption untuk media sosial (Facebook/Instagram/Tiktok) [6; 11; 12].



Gambar 4. Foto Bersama dan Serah Terima Alat Produksi

Gambar 4 mendokumentasikan foto bersama kegiatan pelatihan yang ditandai dengan penyerahan bantuan alat produksi kepada pelaku industri kelapa. Bantuan fasilitas ini merupakan wujud nyata dari implementasi rencana aksi untuk menyelesaikan masalah inefisiensi produksi sekaligus meningkatkan kapasitas operasional para pelaku industri kelapa. Sesi foto bersama pada penghujung acara tersebut menjadi simbol penguatan sinergi dan komitmen keberlanjutan antara tim pengabdian dari Universitas Mataram dengan masyarakat Desa Pemenang, Kabupaten Lombok Utara.

3 KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Pemenang, Kabupaten Lombok Utara telah berhasil mendiagnosis akar permasalahan usaha melalui metode problem mapping terintegrasi dan partisipatif. Hasil pemetaan mengungkap bahwa rendahnya margin keuntungan dan ketidakstabilan pasar selama ini merupakan dampak dari inefisiensi produksi akibat dominasi tengkulak, fluktuasi harga bahan baku, serta ketiadaan strategi branding di tengah persaingan pasar. Berdasarkan kondisi tersebut, disepakati rencana aksi terintegrasi yang berfokus pada dua agenda prioritas, yaitu penyelesaian inefisiensi produksi (hulu) melalui penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP), pemanfaatan Teknologi Tepat Guna (TTG), dan optimalisasi limbah produksi (*zero waste*); serta transformasi pemasaran digital (hilir) melalui *re-branding* kemasan dan digitalisasi pemasaran secara mandiri menggunakan *WhatsApp Business*, *Google Maps*, serta media sosial berbasis *storytelling*. Melalui intervensi hulu-hilir ini, pelaku industri olahan kelapa diharapkan mampu memutus rantai ketergantungan pada tengkulak, meningkatkan nilai tambah produk, dan memperluas jangkauan pasar langsung ke konsumen akhir guna mencapai kemandirian ekonomi yang berkelanjutan.

ACKNOWLEDGMENTS

Terima kasih kami sampaikan kepada seluruh panitia Dies Natalis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram yang telah berpartisipasi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat, baik terlibat langsung maupun tidak langsung. Kami juga menyampaikan apresiasi kepada seluruh donatur pada kegiatan pemberdayaan Masyarakat di Kabupaten Lombok Utara. Terakhir sebagai *disclaimer*, kami juga menggunakan AI dalam penulisan artikel ini dalam bentuk diskusi redaksi pada bagian latar belakang dan juga rujukan referensi penyusunan urutan metode pelaksanaan. Pemanfaatan AI tetap mengedepankan proses akademik yang dapat dipertanggungjawabkan oleh penulis.

REFERENSI

- [1] Basuki, P., Ismiwati, B., & Dayani, R. (2024). Pendampingan penyusunan rencana usaha sentra industri pengolahan kelapa di Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Abdimas Independen*, 5(1). <https://doi.org/10.29303/independen.v5i1.1101>
- [2] Paramartha, D. N. A., Widyasari, R., Kurniawan, H., & Hidayat, A. F. (2020). Inovasi dan optimasi produk olahan pangan berbasis kelapa dengan pendekatan teknologi tepat guna. *Jurnal PEPADU*, 1(4). DOI:10.29303/JURNALPEPADU.V1I4.148
- [3] Bokhari, S. H. (1981). On the mapping problem. *IEEE Transactions on Computers*, 30(3). <https://doi.org/10.1109/TC.1981.1675756>
- [4] Singh, A. (2025). Problem mapping: Implications for social work education and practice. *Human Service Organizations: Management, Leadership & Governance*, 49(5). <https://doi.org/10.1080/23303131.2024.2431080>
- [5] Hindaryatiningsih, N., Harjaty, E., Basri, A. M., Safaruddin, L. O., Ahiri, J., & Munadi, L. O. M. (2025). Pemberdayaan ekonomi masyarakat Desa Batu Putih menuju desa wisata melalui manajemen usaha produk olahan kelapa VCO. *Joong-Ki: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2). <https://doi.org/10.56799/joongki.v4i2.7733>
- [6] Sandra Dewi, N. Y., Ghazali, M., Azhari, Wardi, H. K., & Nurhayati, N. (2023). Pengembangan Industri Rumah Tangga Minyak Kelapa Melalui Inovasi Pengemasan Produk dan Digital Marketing di Desa Beleka. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 6(2), 201–207. <https://doi.org/10.29303/jpmi.v6i2.3549>
- [7] Widhiantari, I. A., Hidayat, A. F., Amuddin, A., Zulfikar, W., & Khalil, F. I. (2021). Penerapan teknologi tepat guna (TTG) alat pengupas kelapa untuk menunjang industri UKM berbasis kelapa. *Jurnal Abdimas*, 25(2). <https://doi.org/10.15294/abdimas.v25i2.32690>
- [8] Analisa, W. (2024). Pemanfaatan limbah ampas kopi dan kelapa berbasis zero waste sebagai pupuk organik terhadap pertumbuhan dan hasil tanaman jagung manis. *Agrifarm: Jurnal Ilmu Pertanian*, 13(1). <https://doi.org/10.24903/ajip.v13i1.2821>
- [9] Abdussamad, Z., & Abdussamad, J. (2024). Penguatan usaha mikro melalui peningkatan ekonomi kreatif di Desa Lamu Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo. *Jurnal Sibermas (Sinergi Pemberdayaan Masyarakat)*, 13(2). <https://doi.org/10.37905/sibermas.v13i2.19010>
- [10] Sambodja, E., Prayitna, H. N., & Ersanti, E. (2024). Penerapan marketing mix (4P) dan analisis SWOT terhadap branding produk didukung dengan manajemen keuangan kreatif pada UMKM industri kerajinan batok kelapa. *Edusight: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2). <https://doi.org/10.69726/edujpm.v1i2.20>
- [11] Ulum, A. S., Theresa, T. D., Firmansyah, A., & Rohman, F. (2022). Peningkatan kualitas produk UMKM melalui digital marketing dan legalitas produk di Desa Cerme. *Jurnal Terapan Abdimas*, 8(1). <https://doi.org/10.25273/jta.v8i1.13173>
- [12] Dewi, N. Y. S., Muanah, M., Ghazali, M., & Nurhayati, N. (2022). Pelatihan digital marketing sebagai upaya peningkatan produktivitas industri minyak kelapa. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(5). <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i5.10810>