

CO-INNOVATION KELAPA SANGRAI NAIK KELAS: STRATEGI DIVERSIFIKASI KULINER LOKAL MENUJU IKON EKONOMI KREATIF

**Dedeh Sri Sudaryanti¹, Andri Helmi Munawar^{1*}, Dim Zarita Suryanugraha¹,
Hetty Patmawati¹, Ana Sakinatun Nisa¹**

¹Universitas Siliwangi, Indonesia

*Correspondence E-mail: andri.helmi@unsil.ac.id

Kata Kunci:

Kelapa Sangrai,
Strategi
Diversifikasi,
Kuliner Lokal,
Ekonomi
Kreatif.

Abstrak

Desa Putrappinggan, Kecamatan Kalipucang, Kabupaten Pangandaran memiliki potensi kelapa yang melimpah, namun pemanfaatannya masih terbatas pada olahan tradisional sehingga nilai ekonominya rendah. Program Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan memberdayakan mitra, khususnya pelaku UMKM, kader PKK, dan karang taruna dalam mengembangkan produk inovatif berbasis kelapa sangrai sebagai ikon kuliner desa. Kegiatan dilaksanakan di Desa Putrappinggan dengan pendekatan Community Based Research (CBR) yang menekankan partisipasi aktif masyarakat melalui tahapan sosialisasi, pelatihan produksi higienis dan diversifikasi rasa, penerapan teknologi tepat guna, pengembangan kemasan berlabel, serta pelatihan pemasaran digital. Pelatihan ini dilaksanakan di Auda Desa Putrappinggan. Hasil program menunjukkan mitra mampu menghasilkan tiga varian produk kelapa sangrai (gurih, pedas, manis), menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi, dan memasarkan produk melalui media sosial serta marketplace. Produk yang dikemas modern dan berlabel mendapat respons positif di pasar lokal. Implikasi kegiatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan dan pendapatan mitra, tetapi juga memperkuat identitas kuliner lokal, membuka peluang usaha berkelanjutan, serta mendorong tumbuhnya ekonomi kreatif desa berbasis potensi lokal.

Keywords:

Roasted
Coconut,
Diversification
Strategy, Local
Culinary,
Creative
Economy

Abstract

Putrappinggan Village, Kalipucang Subdistrict, Pangandaran Regency has abundant coconut potential, yet its utilization remains limited to traditional processing, resulting in low economic value. This Community Service Program aims to empower partners, particularly SMEs, PKK women's groups, and youth organizations (karang taruna), in developing innovative roasted coconut products as a culinary icon of the village. The program was implemented in Putrappinggan Village using a Community Based Research (CBR) approach, emphasizing active community participation through stages of socialization, hygienic production training and flavor diversification, application of appropriate technology, labeled packaging development, and digital marketing training. The training activities were conducted at Auda, Putrappinggan Village. The results show that partners successfully produced three roasted coconut variants (savory, spicy, and sweet), developed a Standard Operating Procedure (SOP) for production, and marketed their

products via social media and online marketplaces. The modern, labeled packaging received positive responses in local markets. The program's implications include not only improving partners' skills and income but also strengthening local culinary identity, creating opportunities for sustainable businesses, and fostering the growth of a village-based creative economy rooted in local potential.

Article submitted: 2025-08-26. Revision uploaded: 2025-09-07. Final accepted: 2025-09-15.

PENDAHULUAN

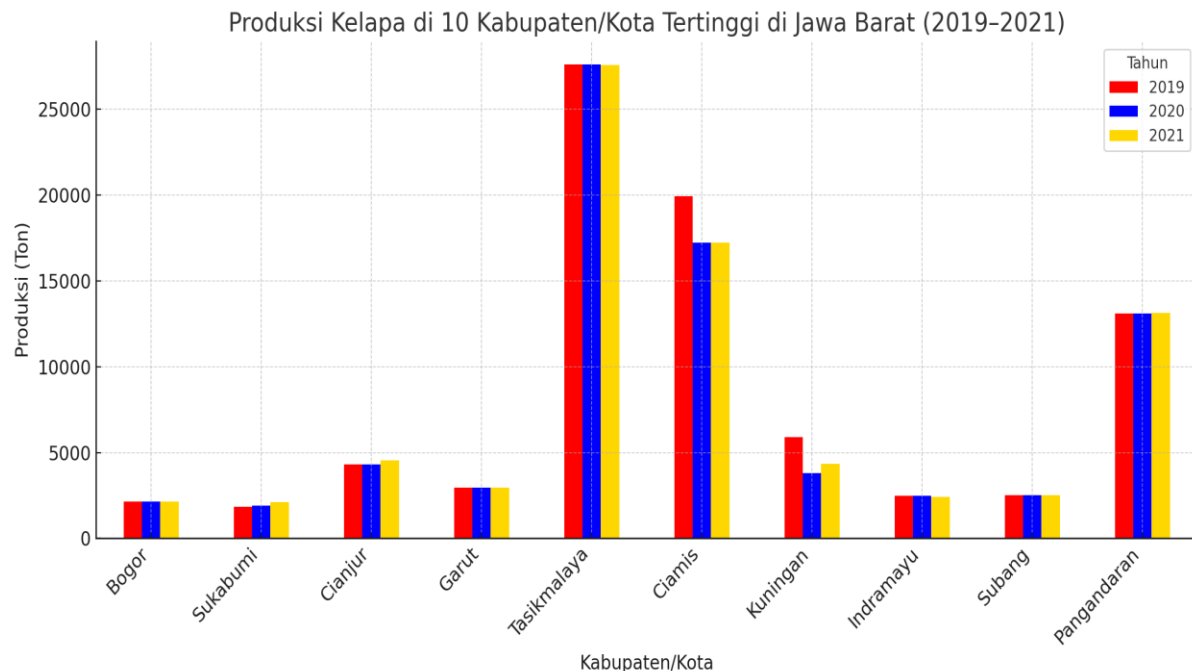
Desa Putrappinggan yang terletak di Kecamatan Kalipucang, Kabupaten Pangandaran, Provinsi Jawa Barat memiliki kondisi geografis beragam, dengan perbukitan di utara dan dataran rendah di selatan. Keanekaragaman bentang alam tersebut mendukung potensi sumber daya pertanian, perkebunan, dan kelautan. Salah satu komoditas utama desa ini adalah kelapa, yang telah lama dimanfaatkan masyarakat, namun pengolahannya masih terbatas pada bentuk tradisional seperti santan, minyak, atau kelapa parut. Kondisi ini menyebabkan nilai tambah ekonomi yang dihasilkan relatif rendah.

Secara keseluruhan, Desa Putrappinggan memiliki karakteristik wilayah yang unik dan kaya akan potensi sumber daya alam. Selain wilayah pegunungan dan persawahan, desa ini juga memiliki akses langsung ke laut, sehingga memungkinkan pemanfaatan potensi kelautan dan perikanan [1], [2]. Desa Putrappinggan juga merupakan salah satu desa yang memiliki wilayah hutan produksi milik Perhutani, menjadikannya sebagai desa dengan cakupan lahan terluas di wilayah Kalipucang [1]. Sebagian besar penduduk bermata pencaharian sebagai petani dan buruh tani, dengan komoditas pertanian utama meliputi padi, kelapa, dan pisang. Selain itu, terdapat pula masyarakat yang bekerja sebagai nelayan, pedagang, dan sebagian kecil sebagai pegawai negeri sipil. Dalam beberapa tahun terakhir, kegiatan ekonomi masyarakat mulai berkembang melalui aktivitas UMKM, khususnya dalam bidang pengolahan hasil pertanian dan perkebunan lokal. Namun, potensi tersebut belum dikelola secara optimal, terutama dalam aspek inovasi produk dan strategi pemasaran [3], [4], [5], [6]. Kegiatan ini merupakan kelanjutan dari riset tim pengusul pada tahun 2022-2023 mengenai pengembangan potensi pangan lokal di wilayah pesisir selatan Jawa Barat. Hasil kajian tersebut menunjukkan bahwa kelapa sangrai memiliki karakteristik rasa dan daya simpan yang unggul, namun masih belum banyak dikembangkan dalam bentuk produk turunan bernilai jual tinggi. Temuan ini menjadi landasan dalam merancang strategi co-innovation dan diversifikasi produk dalam program pengabdian ini.

Desa Putrappinggan, dengan luas wilayah sekitar 240,98 hektar, memiliki kondisi geografis yang mendukung untuk pertanian dan perkebunan. Topografi yang terdiri dari dataran rendah di selatan dan perbukitan di utara, serta iklim tropis dengan curah hujan yang cukup, menjadikan desa ini cocok untuk budidaya berbagai tanaman, termasuk kelapa.

Kabupaten Pangandaran, tempat Desa Putrappinggan berada, merupakan salah satu daerah penghasil kelapa di Provinsi Jawa Barat. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Barat, produksi kelapa di Kabupaten Pangandaran mencapai 13.109 ton pada tahun 2021. Angka ini menunjukkan kontribusi signifikan terhadap produksi kelapa di tingkat provinsi.

Berikut adalah grafik produksi kelapa di beberapa kabupaten di Provinsi Jawa Barat pada tahun 2021:



Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat (data diolah)

Gambar 1. Produksi Kelapa di Jawa Barat Periode 2019-2021s

Dari grafik tersebut, terlihat bahwa Kabupaten Pangandaran termasuk dalam tiga besar kabupaten dengan produksi kelapa tertinggi di Jawa Barat. Hal ini menunjukkan bahwa kelapa merupakan komoditas penting bagi perekonomian daerah, termasuk Desa Putrapinggian.

Masyarakat Desa Putrapinggian telah lama memanfaatkan kelapa sebagai salah satu hasil pertanian utama. Pemanfaatannya mencakup kebutuhan konsumsi rumah tangga maupun sebagai bahan dasar produk olahan seperti santan, minyak kelapa, dan kelapa parut. Namun, potensi ini belum sepenuhnya dimaksimalkan, terutama dalam hal diversifikasi produk dan pengembangan pasar.

Secara umum, kelapa memiliki nilai ekonomi yang relatif rendah jika dijual dalam bentuk segar [7], [8], [9]. Petani di desa kerap menjual buah kelapa secara utuh kepada pengepul dengan harga yang fluktuatif dan tidak selalu menguntungkan [10], [11]. Ditambah dengan melimpahnya produksi saat musim panen, kondisi ini sering menyebabkan kelebihan pasokan dan penurunan harga di tingkat petani [12], [13], [14], [15]. Hal tersebut menunjukkan pentingnya inovasi produk turunan untuk meningkatkan nilai tambah dari komoditas ini [16], [17], [18], [19], [20]

Salah satu bentuk olahan yang telah dikenal dan digunakan secara turun-temurun adalah kelapa sangrai, atau dalam istilah lokal disebut “kelapa gongseng”. Produk ini diperoleh melalui proses pemanggangan kelapa parut tanpa menggunakan minyak. Hasilnya biasa dimanfaatkan sebagai bumbu pelengkap masakan khas Indonesia, seperti nasi uduk, rendang, urap, abon, dan berbagai hidangan tradisional lainnya. Kelapa sangrai memiliki aroma khas dan rasa gurih alami, menjadikannya bahan pelengkap yang penting dalam kuliner Nusantara [19], [21]

Sayangnya, meskipun memiliki cita rasa dan nilai kuliner yang khas, pengolahan kelapa sangrai di Desa Putrapinggian masih bersifat tradisional, terbatas untuk konsumsi pribadi, dan belum dikembangkan sebagai produk ekonomi. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah minimnya inovasi produk turunan kelapa, rendahnya keterampilan produksi berbasis standar higienitas, serta belum adanya strategi pengemasan dan pemasaran modern. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang

mampu menjembatani potensi sumber daya dengan kebutuhan pasar melalui pendekatan inovatif.

Dari sisi kandungan gizi, kelapa juga menyimpan banyak manfaat kesehatan. Daging kelapa mengandung asam lemak rantai sedang (MCT) seperti asam laurat, yang dapat diubah cepat menjadi energi dan memiliki sifat antimikroba. Selain itu, kelapa kaya akan serat, zat besi, magnesium, serta antioksidan yang baik untuk daya tahan tubuh dan kesehatan metabolik. Produk olahannya, termasuk kelapa sangrai, tetap mempertahankan sebagian besar manfaat ini. Dalam 100 gram kelapa kering, terkandung sekitar 660 kalori, 6,9 gram protein, 24 gram karbohidrat, serta 33 gram serat makanan, menjadikannya sebagai sumber energi yang kaya sekaligus fungsional [22].

Melihat peluang tersebut, kelapa sangrai dapat dikembangkan menjadi berbagai produk inovatif bernilai jual tinggi, seperti bumbu tabur siap pakai, camilan rasa gurih-pedas, isian makanan ringan, atau campuran granola lokal. Dengan proses yang relatif sederhana dan bahan baku yang mudah didapat, pengembangan kelapa sangrai sangat potensial dilakukan oleh kelompok masyarakat, seperti UMKM, ibu rumah tangga, atau pemuda desa. Produk ini juga dapat dikemas secara modern, diberi label dan merek khas desa, serta dipasarkan melalui jalur digital untuk memperluas jangkauan konsumen. Dengan strategi yang tepat, kelapa sangrai tidak hanya menjadi sumber pendapatan alternatif bagi masyarakat, tetapi juga berpotensi menjadi ikon kuliner khas Desa Putrappinggan yang mampu bersaing di tingkat regional bahkan nasional.

Kelapa sangrai dengan berbagai variasi rasa dan bentuk aplikasi produk memiliki potensi bisnis yang sangat menjanjikan jika diolah secara kreatif dan dipasarkan dengan strategi yang tepat. Potensi pasar yang luas, baik domestik maupun ekspor, serta ketersediaan bahan baku kelapa yang melimpah di Desa Putrappinggan, menjadi nilai tambah besar dalam pengembangan produk olahan ini. Oleh karena itu, diharapkan masyarakat, terutama pelaku usaha mikro dan ibu-ibu rumah tangga, dapat memanfaatkan peluang ini untuk meningkatkan pendapatan keluarga serta memperkenalkan kelapa sangrai sebagai kuliner khas lokal Desa Putrappinggan.

Dengan melihat potensi tersebut, Tim PkM menginisiasi program pelatihan dan pendampingan pengolahan kelapa sangrai menjadi produk bernilai tambah. Program ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam memproduksi, mengemas, dan memasarkan olahan kelapa sangrai secara inovatif. Pelatihan ini menggunakan pendekatan co-innovation atau inovasi kolaboratif, yaitu metode pemberdayaan yang melibatkan masyarakat secara aktif sejak tahap identifikasi masalah hingga penciptaan produk akhir.

Pendekatan ini dilakukan secara *bottom-up*, di mana masyarakat sebagai mitra (kelompok ibu PKK, pemuda, dan pelaku UMKM lokal) tidak hanya menjadi penerima pelatihan, tetapi juga ikut merancang dan mengembangkan produk sesuai dengan potensi, budaya, dan selera lokal [23], [24], [25]. Hal ini diyakini dapat meningkatkan rasa memiliki terhadap hasil inovasi, sekaligus memperkuat keberlanjutan program jangka panjang [18], [19], [20].

Para mitra akan terlibat langsung dalam seluruh proses pembuatan kelapa sangrai, mulai dari penyiapan bahan, proses sangrai dengan teknik higienis dan efisien, eksplorasi varian rasa (gurih, pedas, manis), hingga teknik pengemasan yang menarik dan ramah pasar. Selain itu, pelatihan juga akan mencakup aspek kewirausahaan seperti penetapan harga, branding, promosi digital, dan pemanfaatan platform online sebagai saluran distribusi produk.

Pengembangan kelapa sangrai berbasis co-innovation tidak hanya menciptakan nilai tambah ekonomi secara langsung, tetapi juga berdampak positif secara sosial, budaya, dan lingkungan [26], [27]. Sejalan dengan gagasan [28], [29], [30], [31] bahwa ketika masyarakat

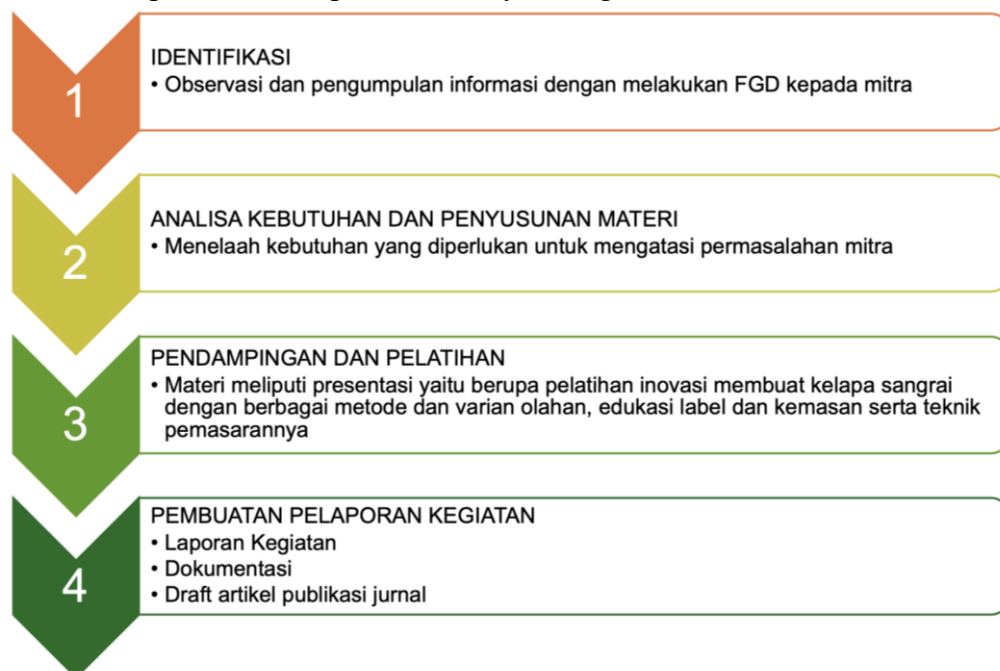
dilibatkan aktif dalam proses penciptaan nilai, maka hasil akhir tidak hanya lebih bermakna tetapi juga lebih kompetitif dibandingkan produk yang dihasilkan secara konvensional.

Dari hasil observasi awal, ditemukan bahwa masyarakat Desa Putrapinggian belum pernah menerima pelatihan yang terstruktur mengenai inovasi produk kelapa, khususnya dalam bentuk kelapa sangrai. Pengetahuan yang masih terbatas, teknik produksi yang tradisional, serta kurangnya pendekatan pasar menjadi tantangan utama. Program ini hadir untuk menjawab tantangan tersebut dengan pendekatan kolaboratif, kreatif, dan berorientasi jangka panjang.

Berdasarkan kondisi tersebut, program PkM ini dirancang untuk memberdayakan pelaku UMKM, kader PKK, dan pemuda desa dalam mengembangkan produk olahan kelapa sangrai. Tujuannya adalah meningkatkan keterampilan produksi higienis, diversifikasi rasa, pengemasan berlabel, serta pemanfaatan pemasaran digital, sehingga kelapa sangrai dapat dikembangkan sebagai ikon kuliner lokal sekaligus pendorong pertumbuhan ekonomi kreatif desa.

METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan Community Based Research (CBR), yaitu metode partisipatif yang melibatkan komunitas secara aktif dalam seluruh proses pelaksanaan program [32]. Dalam pendekatan ini, tim pengusul (dosen dan mahasiswa) bertindak sebagai fasilitator yang bekerja sama dengan mitra (ibu-ibu PKK, UMKM, pemuda desa) untuk mengidentifikasi masalah, merancang solusi, melaksanakan kegiatan, serta melakukan evaluasi dampak. Metode ini dipilih karena sejalan dengan semangat *co-innovation*, di mana inovasi dikembangkan bersama-sama dengan masyarakat, bukan hanya diberikan secara top-down. Alur pelaksanaannya sebagai berikut:



Gambar 2. Tahapan Kegiatan PkM

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif berbasis komunitas (*community based research*) dengan melibatkan mitra secara aktif pada setiap tahapan kegiatan. Metode ini dipilih agar proses pemberdayaan tidak hanya berlangsung satu arah, tetapi mendorong keterlibatan masyarakat dalam merumuskan, melaksanakan, dan

mengevaluasi program. Secara umum, pelaksanaan program dibagi ke dalam beberapa tahapan sebagai berikut:

A. Tahap Sosialisasi dan Identifikasi Masalah

Pada tahap awal dilakukan sosialisasi program kepada aparat desa, kelompok PKK, dan pelaku UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan program serta menggali permasalahan nyata yang dihadapi mitra terkait produksi dan pemasaran produk olahan kelapa.

B. Tahap Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk workshop dan praktik langsung. Materi pelatihan mencakup:

1. Teknik pengolahan kelapa sangrai yang higienis dan standar.
2. Diversifikasi produk dan formulasi varian rasa.
3. Desain kemasan yang menarik dan sesuai standar pasar.
4. Pengenalan pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace.

C. Tahap Penerapan Teknologi Tepat Guna

Pada tahap ini, diperkenalkan peralatan sederhana seperti wajan sangrai datar, timbangan digital, dan sealer untuk meningkatkan efisiensi dan konsistensi produk. Mitra dilibatkan langsung untuk mengoperasikan peralatan tersebut.

D. Tahap Pendampingan dan Monitoring

Tim pelaksana melakukan pendampingan intensif untuk memastikan mitra mampu menjalankan SOP produksi, menghitung harga pokok produksi, dan mengelola distribusi produk. Monitoring dilakukan secara berkala untuk mengidentifikasi kendala dan memberikan solusi praktis.

E. Tahap Evaluasi dan Keberlanjutan Program

Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test, observasi lapangan, serta uji coba pasar. Keberlanjutan program diarahkan pada pembentukan kelompok usaha bersama (KUB) yang fokus pada produksi dan pemasaran kelapa sangrai sebagai produk unggulan desa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di Desa Putrapinggan, Kecamatan Kalipucang, Kabupaten Pangandaran, telah melalui serangkaian tahapan sesuai dengan rancangan yang tertuang dalam proposal. Seluruh tahapan tersebut dilaksanakan dengan melibatkan partisipasi aktif mitra, baik dari kelompok PKK, pelaku UMKM, maupun aparat desa, sehingga kegiatan benar-benar berangkat dari kebutuhan dan kondisi nyata masyarakat.

Hasil kegiatan ini difokuskan pada upaya mengatasi permasalahan mitra yang sebelumnya telah diidentifikasi, yaitu keterbatasan inovasi produk, rendahnya keterampilan produksi berbasis standar higienitas, ketiadaan kemasan berlabel yang layak jual, serta minimnya pengetahuan pemasaran digital. Melalui pendekatan partisipatif dan pendampingan intensif, program berhasil menghasilkan sejumlah capaian yang nyata, baik dari sisi teknis produksi, penguatan kelembagaan usaha, maupun strategi pemasaran.

Pada bagian ini akan dijelaskan hasil-hasil kegiatan pengabdian yang telah dicapai, dilengkapi dengan uraian perubahan kondisi mitra sebelum dan sesudah kegiatan dilaksanakan. Untuk memperkuat penjelasan, ditampilkan pula dokumentasi berupa foto kegiatan dan produk sebagai bukti autentik pelaksanaan program.

A. Sosialisasi dan Identifikasi Masalah

Kegiatan dimulai dengan sosialisasi program kepada mitra di Desa Putrapinggian yang melibatkan aparat desa, ibu-ibu PKK, pelaku UMKM, dan perwakilan masyarakat. Dari kegiatan ini teridentifikasi permasalahan utama mitra, yaitu:

1. keterbatasan inovasi produk berbasis kelapa,
2. keterbatasan keterampilan pengolahan dan standar higienitas,
3. belum adanya kemasan berlabel yang layak jual, serta
4. rendahnya pemahaman tentang pemasaran digital.

Sosialisasi berhasil menumbuhkan pemahaman bersama akan pentingnya inovasi produk kelapa sangrai sebagai potensi unggulan desa.

B. Pelatihan dan Peningkatan Kapasitas Produksi

Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk teori dan praktik langsung. Peserta diperkenalkan teknik pengolahan kelapa sangrai dengan memperhatikan standar kebersihan, pengaturan suhu, serta variasi varian rasa (gurih, pedas, dan manis). Hasil yang dicapai: 1) Sebanyak 30 peserta aktif mengikuti pelatihan. 2) Peserta mampu memproduksi 3 varian kelapa sangrai sesuai target. 3) Tersusun Standar Operasional Prosedur (SOP) sederhana yang digunakan mitra dalam produksi.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Putrapinggian dilaksanakan secara sistematis mulai dari sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi tepat guna, hingga pendampingan pemasaran. Setiap tahapan kegiatan ditujukan untuk memberikan solusi atas permasalahan mitra yang teridentifikasi pada awal program.

Pada tahap sosialisasi, kegiatan berhasil menghimpun partisipasi aktif dari aparat desa, kelompok PKK, dan pelaku UMKM. Proses diskusi dan identifikasi masalah memperlihatkan bahwa keterbatasan inovasi produk, keterampilan teknis, serta minimnya strategi pemasaran merupakan persoalan utama yang harus ditangani. Sosialisasi ini penting karena menumbuhkan rasa kepemilikan (*sense of belonging*) dari mitra terhadap program, sehingga memotivasi mereka untuk terlibat lebih aktif dalam tahap-tahap berikutnya.



Gambar 3. Tim memberikan pelatihan mengenai diversifikasi kelapa sangrai

Pada gambar di atas, Tim PkM memberikan pelatihan terhadap mitra, melalui praktik langsung, mitra belajar mengolah kelapa sangrai dengan standar higienitas dan diversifikasi varian rasa. Sebelum program, produksi kelapa sangrai masih dilakukan secara sederhana untuk konsumsi rumah tangga, tanpa standar kualitas yang jelas.

Sesudah program, mitra mampu menghasilkan tiga varian produk (gurih, pedas, manis) dan menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) sederhana yang menjadi pedoman bersama. Hal ini membuktikan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik lebih efektif dibandingkan hanya teori.

C. Penerapan Teknologi Tepat Guna

Dalam mendukung produksi, diperkenalkan teknologi sederhana berupa wajan datar anti lengket, timbangan digital, dan sealer plastik. Hasilnya, mitra lebih mudah mengontrol kualitas rasa dan tekstur produk, serta mampu menghasilkan kemasan yang lebih rapi dan tahan lama.

Pada tahap penerapan teknologi tepat guna, diperkenalkan peralatan sederhana seperti wajan sangrai datar anti lengket, timbangan digital, dan mesin sealer. Teknologi ini membuat proses produksi lebih efisien dan menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih konsisten. Inovasi ini sekaligus mengurangi permasalahan mitra terkait keterbatasan pengetahuan teknik pengolahan dan kualitas kemasan.

D. Pengembangan Kemasan dan Branding

Salah satu capaian penting adalah pengembangan kemasan berlabel untuk produk “Kelapa Sangrai Putrappinggan”. Kemasan didesain dengan standing pouch modern yang menampilkan logo, komposisi, dan informasi nilai gizi. Kemasan ini telah diuji coba di pasar lokal dan mendapat tanggapan positif, terutama karena tampilan produk yang lebih menarik dan higienis dibanding kemasan lama.

Tahap pengembangan kemasan dan branding menjadi kunci peningkatan daya tarik produk. Melalui desain kemasan standing pouch berlabel “Kelapa Sangrai Putrappinggan”, produk tidak hanya tampil lebih higienis, tetapi juga memiliki identitas visual yang mampu meningkatkan nilai jual. Perubahan ini menunjukkan pergeseran dari pola produksi tradisional menuju usaha yang lebih profesional dan siap bersaing di pasar.

Selanjutnya, pelatihan pemasaran digital memberikan keterampilan baru bagi mitra dalam mengakses pasar yang lebih luas. Melalui pembentukan akun media sosial dan marketplace, serta pembuatan katalog digital, mitra kini tidak hanya menjual produk secara konvensional, tetapi juga mampu memanfaatkan platform digital untuk promosi. Capaian ini bahkan melampaui target awal, karena mitra berhasil mengaktifkan lebih dari satu akun untuk pemasaran.

Setelah dilakukan pelatihan selama kurang lebih 1,5 jam termasuk diskusi/tanya jawab dengan mitra, dilakukan foto bersama dengan Ketua PKK Putrappinggan dan Tim PkM.



Gambar 4. Foto bersama Tim PkM dan Ketua PKK Desa Putrappinggan

Pada gambar di atas Tim PkM foto bersama dengan Ketua PKK Desa Putrappingan pasca pelatihan dengan mitra, diharapkan adanya sesudah program, mitra memiliki keterampilan produksi dengan SOP, produk berlabel yang layak jual, serta kemampuan memasarkan secara digital. Perubahan ini membuktikan bahwa pendekatan partisipatif dan pendampingan intensif mampu meningkatkan kapasitas mitra secara signifikan.

E. Pelatihan Pemasaran Digital

Mitra dilatih menggunakan media sosial (Instagram, WhatsApp Business) dan marketplace lokal sebagai sarana promosi dan penjualan. Peserta juga diperkenalkan teknik fotografi produk sederhana. Capaian: 1) Terbentuk minimal 2 akun media sosial dan 1 akun marketplace yang digunakan untuk promosi. 2) Mitra memiliki katalog produk digital yang siap digunakan untuk pemasaran.

F. Perubahan Kondisi Mitra

Sebelum program: 1) Produk kelapa sangrai hanya diproduksi secara tradisional untuk konsumsi rumah tangga. 2) Tidak ada standar produksi, kemasan, maupun strategi pemasaran.

Sesudah program: 1) Mitra mampu memproduksi kelapa sangrai dalam 3 varian rasa dengan SOP sederhana. 2) Produk memiliki kemasan berlabel yang layak jual. 3) Mitra mulai aktif memanfaatkan pemasaran digital, sehingga jangkauan produk semakin luas.



Gambar 5. Foto bersama Tim PkM dan mitra/ peserta pelatihan di Desa Putrappingan

Gambar di atas menunjukkan foto bersama antara tim pengabdian dan masyarakat Desa Putrappingan setelah kegiatan pelatihan selesai dilaksanakan. Foto ini menandakan keberhasilan program edukasi yang telah dilaksanakan, di mana masyarakat tampak antusias dan bersemangat mengikuti kegiatan yang diadakan.

G. Pembahasan

Hasil pelaksanaan program PkM di Desa Putrappingan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kapasitas mitra. Peserta berhasil memproduksi tiga varian kelapa sangrai (gurih, pedas, manis), menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) sederhana, dan mengemas produk dengan desain modern berlabel. Selain itu, mitra mampu

memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk memperluas jangkauan pemasaran. Capaian ini membuktikan bahwa pendekatan *Community Based Research* (CBR) efektif dalam mendorong partisipasi aktif masyarakat, sehingga inovasi yang dihasilkan lebih sesuai dengan potensi lokal.

Implikasi dari kegiatan ini sangat positif bagi masyarakat. Pertama, dari sisi ekonomi, produk kelapa sangrai yang bernilai tambah mampu meningkatkan pendapatan keluarga dan membuka peluang usaha baru. Kedua, dari sisi sosial-budaya, kegiatan ini memperkuat identitas kuliner lokal dengan menghadirkan produk khas desa yang berdaya saing. Ketiga, dari sisi pemberdayaan, keterlibatan UMKM, kader PKK, dan pemuda desa membangun rasa kepemilikan serta meningkatkan kapasitas kewirausahaan masyarakat. Temuan ini sejalan dengan studi [3] yang menekankan peran digitalisasi pemasaran dalam pemberdayaan UMKM, serta [5] yang menunjukkan bahwa inovasi produk dan orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM.

Untuk keberlanjutan, program ini masih memiliki ruang perbaikan. Mitra perlu didorong untuk memperoleh legalitas produk, seperti sertifikasi halal, PIRT, dan merek dagang agar produk lebih dipercaya konsumen. Selain itu, pengembangan varian baru, jejaring kerja sama dengan dinas terkait, serta partisipasi dalam pameran UMKM perlu diperkuat agar pemasaran semakin luas. Dukungan kebijakan desa dalam bentuk promosi dan akses permodalan juga menjadi faktor penting. Dengan langkah-langkah tersebut, kelapa sangrai Putrappingan berpotensi menjadi ikon kuliner lokal yang tidak hanya mendukung ekonomi desa, tetapi juga mampu bersaing di tingkat regional maupun nasional.

KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan di Desa Putrappingan, Kecamatan Kalipucang, Kabupaten Pangandaran bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM, kader PKK, dan pemuda desa melalui pengembangan inovasi produk kelapa sangrai. Pelaksanaan program dengan pendekatan *Community Based Research* (CBR) berhasil menghasilkan tiga varian produk kelapa sangrai, penyusunan SOP produksi sederhana, pengemasan modern berlabel, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace untuk pemasaran. Capaian tersebut tidak hanya meningkatkan keterampilan dan pendapatan mitra, tetapi juga memperkuat identitas kuliner lokal dan membuka peluang berkembangnya ekonomi kreatif desa. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu tentang digitalisasi pemasaran UMKM dan pentingnya inovasi produk dan orientasi pasar dalam meningkatkan daya saing UMKM. Untuk keberlanjutan, program perlu diarahkan pada pengurusan legalitas produk (sertifikasi halal, PIRT, merek dagang), pengembangan varian baru, serta perluasan jejaring kerja sama dengan dinas dan pelaku usaha lokal. Dengan langkah-langkah tersebut, kelapa sangrai Putrappingan berpotensi menjadi ikon kuliner desa yang berdaya saing di tingkat regional maupun nasional.

REFERENSI

- [1] D. S. Sudaryanti, A. H. Munawar, and ..., "Transformasi UMKM Desa Putrappingan Melalui Pelatihan Pemasaran Digital untuk Pengembangan Berbasis Teknologi," *JPAD: Journal PENGABDIAN ADI DHARMA*, vol. X, 2023. <https://doi.org/10.61402/isco.v1i2.25>
- [2] N. Masyitoh, D. S. Sudaryanti, A. H. Munawar, and M. Rahmawati, "OPTIMALISASI KAWASAN RUMAH PANGAN LESTARI DENGAN BUDIKDAMBER UNTUK MENINGKATKAN KETAHANAN PANGAN MASYARAKAT DI MASA



- PANDEMIC COVID-19 DI DESA SUKAMAHI KECAMATAN SUKARATU KABUPATEN TASIKMALAYA,” *KOMMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 3, 2020.
- [3] S. Armada, C. Rozi, C. H. Hadityo, D. S. Direja, and I. Mayangjati, “Pemberdayaan Umkm Dengan Fokus Pada Peran Wanita: Inovasi Digitalisasi Pemasaran Di Kecamatan Kebon Pedas, Sukabumi,” *Blantika Multidisciplinary Journal*, vol. 2, no. 3, pp. 311–316, 2024. <https://doi.org/10.57096/blantika.v2i3.108>
- [4] S. Azzahra, E. P. Yusup, S. Laeli, and Y. Safari, “Pengembangan UMKM Zema Moring Melalui Inovasi Produk Dan Pemasaran Online,” *Almujtamae Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 3, no. 1, pp. 10–19, 2023. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v3i1.6587>
- [5] A. Afriyeni, R. V Rinesia, and A. Hamid, “Analisis Penggunaan Teknologi Informasi, Inovasi Produk, Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Sektor Kuliner Kota Padang,” *Mabsya Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, vol. 6, no. 1, pp. 115–126, 2023. <https://doi.org/24090/mabsya.v6i1.10895>
- [6] N. A. Wedhani, N. N. Yulianti, and M. Wahyullah, “Pengaruh Inovasi Produk, Financial Knowledge, Dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Asosiasi Pengrajin Mutiara Lombok (Pearl NTB),” *Kompeten Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, vol. 2, no. 3, pp. 619–630, 2023. <https://doi.org/10.57141/kompeten.v2i3.99>
- [7] S. Karouw, B. Santosa, and I. Maskromo, “TEKNOLOGI PENGOLAHAN MINYAK KELAPA DAN HASIL IKUTANNYA / Processing Technology of Coconut Oil and Its by Products,” *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pertanian*, vol. 38, no. 2, p. 86, 2019. <https://doi.org/10.21082/jp3.v38n2.2019.p86-95>
- [8] R. Rahayu, I. W. Sutapa, A. Bandjar, J. Latupeirissa, N. Gaspersz, and P. M. Pattiasina, “Peningkatan Nilai Ekonomis Buah Kelapa Dengan Pembuatan Nata De Coco Dari Air Kelapa Di Desa Morella,” *innov.com.serv.j.*, vol. 1, no. 2, pp. 37–41, 2023. <https://doi.org/10.30598/icsj.v1i2.10625>
- [9] M. F. Maahury, C. M. Bijang, M. F. Tanasale, N. Hattu, F. A. Souhoka, and M. R. Sohilit, “Peningkatan Nilai Ekonomis Kelapa Melalui Pembuatan Cuka Dari Air Kelapa Di Desa Morella,” *Mitra Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, vol. 7, no. 1, pp. 21–30, 2023. <https://doi.org/10.25170/mitra.v7i1.3213>
- [10] W. F. Dewi and L. D. P. WSWW, “Peningkatan Pengetahuan Dan Pendapatan Pengrajin Gula Kelapa Melalui Pelatihan Dan Pemasaran Online,” *Abdimasku Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 5, no. 2, p. 284, 2022, <https://doi.org/10.33633/ja.v5i2.444>
- [11] B. Hermanto, C. S. Barkah, H. Nirmalasari, and F. Fauzan, “Rintisan Kerjasama Industri Kelapa Unpad Dan Masyarakat Sekitar Kampus Dalam Meningkatkan Sumber Pendanaan Perguruan Tinggi Dan Kesejahteraan Masyarakat,” *Kumawula Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 5, no. 2, p. 420, 2022. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i2.38716>
- [12] D. m. Sihite, H. Fariadi, A. Nurmalia, and E. Sumartono, “Analisa Peningkatan Pendapatan Petani Kelapa Sawit Peminjam Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada Bank Mandiri,” *Sinta Journal (Science Technology and Agricultural)*, vol. 4, no. 2, pp. 199–208, 2023. <https://doi.org/10.37638/sinta.4.2.199-208>
- [13] E. Wildayana, “Pendekatan Pengendalian Fluktuasi Harga Tandan Buah Segar Terhadap Pendapatan Petani Kelapa Sawit,” *Habitat*, vol. 27, no. 3, pp. 103–108, 2016, <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2016.027.3.12>
- [14] B. Silaban, R. Amalia, R. Nurkhoiry, and Z. P. S. Nasution, “Keputusan Konsumen Membeli Kecambah Kelapa Sawit Pusat Penelitian Kelapa Sawit,” *Warta Pusat*



- Penelitian Kelapa Sawit*, vol. 29, no. 3, pp. 171–180, 2024. <https://doi.org/10.22302/iopri.war.warta.v29i3.146>
- [15] S. Surya, D. Falihin, and S. Balkis, “Pengaruh Harga Kelapa Sawit Terhadap Tingkat Kesejahteraan Petani Sawit Desa Sinabatta Kecamatan Topoyo Kabupaten Mamuju Tengah,” *Social Landscape Journal*, vol. 2, no. 1, p. 14, 2021. <https://doi.org/10.56680/slj.v2i1.19717>
- [16] M. A. Kusuma and N. A. Putri, “Review: Asam Lemak Virgin Coconut Oil (VCO) Dan Manfaatnya Untuk Kesehatan,” *Jurnal Agrinika Jurnal Agroteknologi Dan Agribisnis*, vol. 4, no. 1, p. 93, 2020. <https://doi.org/10.30737/agrinika.v4i1.1128>
- [17] D. Pigersari, A. Syarief, and D. Larasati, “Eksperimen Pengembangan Produk Fungsional Bernilai Komersial Berbahan Baku Tempurung Kelapa Berusia Muda Dengan Teknik Pelunakan,” *Itb Journal of Visual Art and Design*, vol. 5, no. 1, pp. 74–91, 2013. <https://doi.org/10.5614/itbj.vad.2013.5.1.5>
- [18] I. F. Danasari, R. Heldiyanti, S. I. Selvia, and N. M. W. Sari, “Pelatihan Pembuatan Sirup Air Kelapa Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Kelompok Wanita Tani Di Desa Lendang Nangka,” *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan Ipa*, vol. 5, no. 4, pp. 282–286, 2022. <https://doi.org/10.29303/jpmipi.v5i4.2201>
- [19] A. Akuba, E. Z. Solikahan, S. Dunggio, M. Sakir, A. Zainuddin, and S. Abdussamad, “Inovasi Produk Lokal Kecap Manis Berbasis Air Kelapa Sebagai Alternatif Pangan Sehat,” *Ejppm*, vol. 2, no. 2, pp. 62–69, 2024, <https://doi.org/10.59713/ejppm.v2i2.1103>
- [20] S. Dai and M. A. Asnawi, “Analisis Pengembangan Produk Turunan Kelapa Di Provinsi Gorontalo,” *Frontiers Jurnal Sains Dan Teknologi*, vol. 1, 2018. <https://doi.org/10.36412/frontiers/001035e1/april201801.02>
- [21] V. Leterulu, S. F. W. Thenu, and E. D. Leatemia, “DIVERSIFIKASI DAN NILAI TAMBAH PRODUK KELAPA (Cocos Nucifera L.) DI DESA BEBAR KECAMATAN DAMER KABUPATEN MALUKU BARAT DAYA,” *Agrilan Jurnal Agribisnis Kepulauan*, vol. 7, no. 1, p. 17, 2019. <https://doi.org/10.30598/agrilan.v7i1.878>
- [22] M. DebMandal and S. Mandal, “Coconut (Cocos Nucifera L.: Arecaceae): In Health Promotion and Disease Prevention,” *Asian Pac J Trop Med*, vol. 4, no. 3, pp. 241–247, 2011. [https://doi.org/10.1016/s1995-7645\(11\)60078-3](https://doi.org/10.1016/s1995-7645(11)60078-3)
- [23] F. Mansir and T. Tumin, “Pemberdayaan UMKM Sebagai Usaha Meningkatkan Kualitas Pemasaran Produk Di Padukuhan Dukuhsari Wonokerto Turi Sleman,” *Jurnal Abdinus Jurnal Pengabdian Nusantara*, vol. 6, no. 3, pp. 656–664, 2022. <https://doi.org/10.29407/ja.v6i3.17698>
- [24] M. F. Najmudin, A. Suryadi, and A. Saepudin, “Implementasi Model Kolaborasi Pentahelix Dalam Pengembangan Sumber Daya Manusia UMKM,” *Abdimas Siliwangi*, vol. 6, no. 3, pp. 587–600, 2023. <https://doi.org/10.22460/as.v6i3.17681>
- [25] I. Hasyim, Z. Zzulfa, and A. R. Lukmana, “Digitalisasi Ekonomi Umkm Berbasis Kemasyarakatan,” *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (Snpk)*, vol. 2, pp. 217–224, 2023. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.120>
- [26] R. Amalia, A. H. Dharmawan, L. B. Prasetyo, and P. Pacheco, “Perubahan Tutupan Lahan Akibat Ekspansi Perkebunan Kelapa Sawit: Dampak Sosial, Ekonomi Dan Ekologi,” *Jurnal Ilmu Lingkungan*, vol. 17, no. 1, p. 130, 2019. <https://doi.org/10.14710/jil.17.1.130-139>
- [27] S. Susilawati and Supijatno, “Pengelolaan Limbah Kelapa Sawit (Elaeis Guineensis Jacq.) Di Perkebunan Kelapa Sawit, Riau,” *Buletin Agrohorti*, vol. 3, no. 2, pp. 203–212, 2015. <https://doi.org/10.29244/agrob.v3i2.14926>



-
- [28] G. Ginting, “The POWER OF COMMUNITY ENGAGEMENT FOR DELIVERING CO-CREATION VALUE (Case: Paguyuban Sentra Industri Tempe Sanan-Malang Jawa Timur),” *Journal of the Community Development in Asia*, vol. 5, no. 3, pp. 72–83, 2022. <https://doi.org/10.32535/jcda.v5i3.1844>
- [29] M. M. Leal, B. Casais, and J. F. Proença, “Tourism Co-Creation in Place Branding: The Role of Local Community,” *Tourism Review*, vol. 77, no. 5, pp. 1322–1332, 2022. <https://doi.org/10.1108/tr-12-2021-0542>
- [30] S. Parwez, “Community-Based Entrepreneurship: Evidences From a Retail Case Study,” *J Innov Entrep*, vol. 6, no. 1, 2017. <https://doi.org/10.1186/s13731-017-0074-z>
- [31] X. Luo and Z. Li, “Impact of Online Community Interaction on Value Co-Creation: Evidence From China,” *Problems and Perspectives in Management*, vol. 20, no. 1, pp. 310–321, 2022. [https://doi.org/10.21511/ppm.20\(1\).2022.26](https://doi.org/10.21511/ppm.20(1).2022.26)
- [32] Abd. B. J. W. Suwendi, *Metodologi Pengabdian Masyarakat*. 2022. Accessed: Jan. 21, 2024. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/71356/1/Buku.pdf>

