

## **MANAJEMEN PEMASARAN DIGITAL DAN JEJARING KEMITRAAN DALAM PENGEMBANGAN PRODUK VIRGIN COCONUT OIL (VCO) SEBAGAI UPAYA PENGUATAN EKONOMI LOKAL**

**Wilda Widiawati<sup>1)</sup>, Nursyawal Nacing<sup>2)</sup>, Yunus Busa<sup>3)</sup>,  
Amran Laga<sup>4)</sup>, Retno Fitrianti<sup>5)</sup>**

<sup>1)</sup> Biokewirausahaan, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Enrekang

<sup>2)</sup> Agroteknologi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Enrekang

<sup>3)</sup> Pendidikan Dasar, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Enrekang

<sup>4)</sup> Teknologi Industri Pertanian, Universitas Hasanuddin

<sup>5)</sup> Ekonomi Sumber Daya, Universitas Hasanuddin

*wildawidiawati@unimen.ac.id.*

### **Abstract**

This community service activity aims to enhance the economic value and competitiveness of Virgin Coconut Oil (VCO) products through the implementation of purification technology and digital marketing strategies in Tungka Village, Enrekang District, Enrekang Regency. The implementation methods included training on purification technology based on adsorption and filtration systems, assistance in product quality management, and digital marketing workshops utilizing social media and online marketplaces. The result demonstrated a significant improvement in the partners' knowledge and skills in VCO production, particularly in quality control and product durability. Moreover, the application of digital marketing expanded market networks and increased partners income through online sales. Overall, this program successfully strengthened the local economy based on coconut resources and served as model for rural community empowerment through technological innovation and sustainable digital marketing management.

**Keywords:** *Virgin Coconut Oil, purification technology, digital marketing, community empowerment, local economy.*

### **Abstrak**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan nilai ekonomi dan daya saing produk Virgin Coconut Oil (VCO) melalui penerapan teknologi pemurnian dan strategi pemasaran digital di Desa Tungka, Kecamatan Enrekang, Kabupaten Enrekang. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan teknologi pemurnian berbasis sistem adsorpsi dan filtrasi, pendampingan manajemen mutu produk, serta pelatihan digital marketing melalui pemanfaatan media sosial dan marketplace. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan terhadap pengetahuan dan keterampilan mitra dalam proses produksi VCO, terutama dalam hal pengendalian mutu dan daya tahan produk. Selain itu, penerapan pemasaran digital mendorong perluasan jaringan pemasaran dan peningkatan pendapatan mitra melalui penjualan daring. Secara keseluruhan, program ini berhasil memperkuat ekonomi lokal berbasis sumber daya kelapa, sekaligus menjadi model pemberdayaan masyarakat desa melalui inovasi teknologi dan manajemen pemasaran digital yang aplikatif dan berkelanjutan.

**Keywords:** *Virgin Coconut Oil, teknologi pemurnian, digital marketing, pemberdayaan masyarakat, ekonomi lokal.*

## PENDAHULUAN

Perekonomian daerah yang berbasis sumber daya pertanian, khususnya komoditas kelapa, memiliki potensi yang signifikan dalam mendukung kesejahteraan masyarakat lokal. Produk *Virgin Coconut Oil* (VCO) sebagai turunan kelapa menunjukkan nilai tambah yang tinggi karena manfaatnya dalam bidang kesehatan, kecantikan dan pangan. Namun demikian, kendala masih muncul, antara lain rantai distribusi yang panjang, keterbatasan akses pasar, dan kemampuan pelaku usaha dalam melakukan pemasaran yang efektif (Wati et al., 2025).

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, pemasaran digital telah menjadi instrumen strategis yang memungkinkan pelaku usaha pertanian untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan citra merek, dan berinteraksi langsung dengan konsumen tanpa dibatasi oleh lokasi geografis ataupun waktu (Syukri & Sunrawali, 2022). Di sisi lain, keberhasilan pemasaran digital tidak semata-mata bergantung pada *platform* dan konten yang digunakan, melainkan juga ditopang oleh jaringan kemitraan yang kuat antara kelompok tani, pengelola UMKM (Azhari, Burnama, Zarina, 2025), lembaga perguruan tinggi dan pihak pemerintahan. Program kemitraan jangka panjang terbukti memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan usaha dan efektivitas strategi *digital marketing* (Pertiwi et al., 2024)

Konteks pengembangan VCO lokal di daerah seperti Kabupaten Enrekang, sinergi antara manajemen pemasaran digital dan jejaring kemitraan menjadi sangat penting. Penguasaan teknologi pemurnian saja tidak cukup, produk harus mampu

masuk ke pasar luas dan bersaing secara digital. Oleh karena itu, manajemen pemasaran digital yang didukung jejaring kemitraan yang produktif akan memperkuat posisi VCO sebagai produk unggulan ekonomi lokal yang mampu memberikan manfaat berkelanjutan bagi masyarakat (Khaidir, 2024).

Berdasarkan kajian sebelumnya, implementasi teknologi digital dalam rantai pasok agribisnis telah menunjukkan hasil positif dalam meningkatkan efisiensi distribusi, memperpendek rantai pemasaran, serta meningkatkan pendapatan pelaku usaha kecil (Widiawati et al., 2025). Walaupun demikian, pemasaran digital di sektor pertanian Indonesia masih menghadapi hambatan seperti rendahnya literasi digital kelompok tani, infrastruktur teknologi yang belum merata, serta minimnya dukungan kemitraan formal antarlembaga.

Dengan demikian, penguatan manajemen pemasaran digital (Andirwan et al., 2023) dan jejaring kemitraan menjadi langkah strategi dalam upaya meningkatkan daya saing produk VCO sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Pendekatan ini tidak hanya berorientasi pada aspek peningkatan produksi dan penjualan, tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan teknologi, inovasi dan kolaborasi lintas sektor. Melalui sinergi tersebut, diharapkan produk VCO dari Enrekang dapat menjadi representasi kekebhinekaan daerah dalam mengembangkan potensi sumber daya alam berbasis kearifan lokal menuju kemandirian ekonomi yang berkelanjutan.

## METODE

### Lokasi dan Partisipan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di Desa Tunga, Kecamatan Enrekang, Kabupaten Enrekang, Provinsi Sulawesi Selatan. Desa Tunga merupakan salah satu sentra produksi kelapa di wilayah Enrekang yang memiliki potensi besar dalam pengembangan produk turunan kelapa, khususnya *Virgin Coconut Oil (VCO)*. Kondisi geografis desa yang berada di wilayah dataran menengah dengan ketersediaan sumber daya kelapa melimpah menjadi faktor pendukung utama bagi keberlangsungan program ini. Selain itu, masyarakat setempat sebagian besar berprofesi sebagai kelompok tani kelapa dan pelaku usaha kecil yang bergerak di sektor pengolahan hasil pertanian, sehingga relevan untuk dijadikan lokasi implementasi kegiatan pengabdian.

Partisipan dalam kegiatan ini meliputi kelompok kelompok tani Makmur dan PCM Tunga pengolah VCO di Desa Tunga. Mereka bergabung dalam kelompok usaha kecil yang berorientasi pada peningkatan nilai tambah produk hasil kelapa. Pemilihan partisipan dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan keterlibatan aktif dalam kegiatan produksi dan komitmen untuk mengembangkan usaha secara berkelanjutan (Amaliah et al., 2023). Selain itu, kegiatan ini juga melibatkan unsur pemerintah desa Tunga, tokoh masyarakat, kelompok tani, pemuda desa, dosen dan mahasiswa pelaksana dari Universitas Muhammadiyah Enrekang dan dosen pendamping dari Universitas Hasanuddin, yang berperan dalam mendukung pelaksanaan pelatihan, pendampingan teknis dan penerapan teknologi pemurnian VCO.

Secara umum, partisipasi

masyarakat dalam kegiatan ini bersifat kolabortif dan partisipatif. Mitra terlibat secara langsung dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari pengenalan teknologi pemurnian VCO, pelatihan manajemen pemasaran digital, hingga penguatan jejaring kemitraan usaha lokal. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh kegiatan yang dilakukan tidak hanya bersifat transfer pengetahuan, tetapi juga menciptakan proses pembelajaran bersama antara tim pelaksanaan, tim pendamping dan mitra sasaran.

Kegiatan pelatihan dilaksanakan di Kantor Desa atau Balai Pertemuan Desa Tunga, yang berfungsi sebagai pusat aktivitas pemberdayaan masyarakat. Sementara itu, praktik produksi dan penerapan teknologi dilakukan di lokasi usaha mitra sasaran Kelompok Tani Makmur yang telah memiliki peralatan dasar pengolahan kelapa. Tim pelaksana menyediakan dukungan teknis berupa peralatan sederhana untuk proses pemurnian serta perangkat pendukung kegiatan *digital marketing* seperti pelatihan penggunaan media sosial bisnis (Allo et al., 2025).

Dengan penetapan lokasi dan partisipan tersebut, kegiatan PKM ini diharapkan mampu menciptakan model pemberdayaan masyarakat yang aplikatif dan berkelanjutan, khususnya dalam pengembangan produk VCO berbasis potensi lokal melalui pendekatan teknologi pemurnian dan pemasaran digital. Selain memperkuat kapasitas produksi, kegiatan ini juga menekankan pada peningkatan literasi digital dan penguatan jejaring kemitraan antar pelaku usaha, sehingga mendukung terbentuknya ekosistem ekonomi lokal yang mandiri dan kompetitif di Kabupaten Enrekang.

### Alat dan Bahan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini memerlukan seperangkat alat dan bahan yang mendukung dua aspek utama kegiatan, yaitu (1) penerapan teknologi pemurnian Virgin Coconut Oil (VCO) dan (2) pelatihan manajemen pemasaran digital produk VCO. Penggunaan alat dan bahan tersebut disesuaikan dengan kebutuhan teknis di lapangan serta mempertimbangkan ketersediaan sumber daya lokal agar kegiatan dapat berjalan efektif dan berkelanjutan.

#### 1 Alat untuk Teknologi Pemurnian VCO

Alat utama yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi:

- a Mesin pamarut kelapa dan pemeras santan (press): Model Stainless 22, kapasitas produksi 35-50 liter/ jam. Sasis roda dan engine penggerak GX-200.
- b Mesin sentrifugal: material Stainless Steel, daya 350 watt, kapasitas 18 toples volume 1 liter.
- c Oven Pengering: memiliki 5-7 layer, kapasitas alat sekitar 40-50kg bahan dasar, memiliki dimensi p x l x t (1,2 x 1,2 x 1,2 m)
- d Refrigerator (showcase): ukuran dimensi 495 x 515 x 1400 mm, tegangan listrik 220 V/50 Hz kekuatan 178W, temperatur 0° ~ 10°C, kapasitas 180L
- e Inkubator: model DI- 45-OL, capacity 45L, Temp. range RT + 5- 80C inner dimension 350X350x350mm, outer dimension 500X 550X 735 mm, voltage 220V/50Hz power 500W.
- f Mixer pencampuran: memiliki dimensi p x l x t

(1.8 x 0.7 x 2 m)

- g Kolom pemisah: tinggi 1 m dengan diameter 40-50m, ketebalan 1-2 cm.
- h Filtrasi bertingkat: wadah saringan berbentuk lonjong dengan dimensi d x l x t (30x40x25cm) volume 5-20 liter.
- i Mesin penutup botol: model DK-50Z, voltase 220-240 Vlt, frekuensi 50/60Hz, daya listrik 370watt berat mesin 68kg, dimensi mesin 560x200x920mm.

#### 2 Bahan yang digunakan

Bahan utama dalam kegiatan ini adalah kelapa segar lokal yang diperoleh langsung dari kelompok tani di Desa Tungka, Kecamatan Enrekang. Pemilihan bahan baku kelapa segar dilakukan dengan memperhatikan kriteria kematangan, kesegaran dan kadar air untuk menghasilkan VCO berkualitas tinggi. Selain bahan utama, digunakan pula bahan tambahan seperti:

- a Air bersih terstandar, untuk proses pencucian dan pemurnian awal
- b Bahan sanitasi ringan, guna menjaga kebersihan alat dan lingkungan produksi
- c Label dan bahan kemasan (plastik PET, tutup foil seal) sebagai pendukung kegiatan branding dan pemasaran produk.

#### 3 Alat untuk Pelatihan Digital Marketing

Dalam kegiatan pelatihan manajemen pemasaran digital, alat yang digunakan meliputi:

- a Laptop dan komputer untuk simulasi pembuatan konten, desain label dan pembuatan akun bisnis digital.

- b Proyektor dan layar presentasi untuk menampilkan materi pelatihan serta demonstrasi strategi *digital marketing*.
- c *Smartphone* yang digunakan dalam pengambilan foto produk dan pembuatan konten promosi media sosial
- d Akses internet sebagai sarana utama pelatihan pembuatan toko online dan penggunaan marketplace.
- e P-IRT dan Sertifikat Halal untuk memenangkan persaingan di pasar lokal maupun global.

Seluruh alat dan bahan tersebut mendukung penerapan pendekatan integratif antara teknologi produksi dan strategi pemasaran digital yang menjadi inti kegiatan pengabdian ini. Dengan memanfaatkan kombinasi alat sederhana namun efektif, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi produksi, menjaga mutu VCO, serta memperluas akses pasar melalui media digital secara berkelanjutan.

### Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif dan kolaboratif, yang menempatkan masyarakat mitra sebagai subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar proses transfer pengetahuan dan teknologi tidak hanya bersifat instruktif, tetapi juga mendorong partisipasi aktif, pembelajaran bersama, serta keberlanjutan praktik setelah kegiatan berakhir.

Secara garis besar, kegiatan dilaksanakan melalui empat tahapan utama, yaitu (1) analisis situasi dan identifikasi kebutuhan mitra, (2)

penerapan teknologi pemurnian VCO, (3) pelatihan manajemen pemasaran digital dan penguatan jejaring kemitraan serta (4) evaluasi dan tindak lanjut keberlanjutan program.

1 Analisis situasi dan Identifikasi Kebutuhan Mitra (observasi)

Tahapan awal kegiatan diawali dengan survei lapangan dan wawancara langsung dengan kelompok mitra di Desa Tunga, Kecamatan Enrekang. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi aktual produksi VCO, kemampuan teknologi yang dimiliki, serta tantangan dalam aspek pemasaran. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa mitra telah memiliki kemampuan dasar dalam produksi minyak kelapa, namun masih menghadapi kendala dalam proses pemurnian dan pemasaran digital.



**Gambar 1. Kegiatan analisis situasi (observasi) tim pelaksana bersama mahasiswa melakukan observasi lapangan**

dan diskusi langsung dengan kelompok tani Harapan mengenai pengolahan kelapa untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi mitra.

2 Penerapan Teknologi Pemurnian VCO Tahap ini berfokus pada transfer teknologi pemurnian VCO menggunakan metode pemurnian alami yang dikombinasikan dengan penyaringan bertingkat dan kontrol suhu terstandar. Kegiatan diawali dengan demonstrasi teknis oleh tim pelaksana, diikuti dengan praktik langsung oleh peserta. Aspek yang ditekankan meliputi pemilihan bahan baku kelapa berkualitas, proses ekstraksi santan, pemisahan minyak dari air dan endapan, serta penyaringan akhir untuk menghasilkan minyak dengan kejernihan tinggi dan daya simpan lebih lama.



**Gambar 2. Penerapan teknologi pemurnian Virgin Coconut Oil (VCO) berbasis sistem adsorpsi dan filtrasi. proses pemurnian dilakukan dengan metode penyaringan berlapis guna menghasilkan minyak kelapa murni berkualitas tinggi dengan kadar air rendah dan daya simpan yang lebih lama.**

3 Pelatihan Manajemen Pemasaran Digital dan Penguatan Jejaring Kemitraan.

Setelah peserta memahami proses produksi yang baik, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan pemasaran digital (*digital marketing*). Pelatihan ini mencakup materi tentang strategi *branding*, pembuatan konten promosi, pemanfaatan media sosial serta pembukaan toko daring melalui platform marketplace. Selain itu, dilakukan pula penguatan jejaring kemitraan dengan menghubungkan kelompok mitra kepada pelaku usaha lokal dan koperasi desa. Kegiatan ini bertujuan membangun *value chain* yang berkelanjutan antara produsen dan pasar.



**Gambar 3. Pelatihan manajemen pemasaran digital dan penguatan jejaring kemitraan bagi pelaku usaha Virgin Coconut Oil (VCO) di Desa Tunga. Peserta mendapatkan pendampingan langsung terkait strategi branding, pembuatan konten digital, dan pengelolaan hubungan kemitraan yang berkelanjutan antara kelompok tani, pelaku UMKM, dan mitra pemasaran.**

4 Evaluasi dan Tindaklanjut Keberlanjutan Program.

Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan pendekatan evaluasi partisipatif dengan menilai aspek pengetahuan, keterampilan dan sikap mitra setelah kegiatan. Selain itu, dilakukan pendampingan pasca pelatihan untuk memastikan keberlanjutan praktik pemurnian VCO

dan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi.



**Gambar 4.** Tim pelaksana bersama mitra dan mahasiswa melakukan sesi refleksi hasil kegiatan teknologi pengolahan dan pemurnian *Virgin Coconut Oil (VCO)* difokuskan pada peningkatan kemampuan mitra dalam produksi, pengemasan dan pemasaran digital.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Desa Tungka, Kecamatan Enrekang, Kabupaten Enrekang dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang tersusun secara sistematis dan terukur. Setiap tahap dirancang untuk mendukung ketercapaian tujuan utama program yaitu peningkatan kapasitas kelompok tani kelapa dalam produksi dan pemasaran produk *Virgin Coconut Oil (VCO)* berbasis digital. Rangkaian kegiatan disusun dalam bentuk jadwal operasional yang menggambarkan tahapan observasi, perencanaan, pelatihan, pendampingan serta evaluasi program. Adapun rincian pelaksanaan kegiatan tersebut disajikan pada tabel berikut:

Nama Kegiatan	Bulan					
	Jun	Juli	Agustus	Sept	Okt	Nov
Tahap Observasi						
Penyusunan langkah kerja, pedoman kerja eserta materi pelatihan						
Sosialisasi kegiatan. Pada tahap ini sosialisasi pelaksanaan kasabangsa dilakukan sebelum melaksanakan kegiatan Pelatihan						
Pelaksanaan pelatihan: - pelatihan produksi VCO dengan sistem pancingan, proses pemurnian VCO dengan sistem adsorpsi dan filtrasi dan pengendalian mutu - Pelatihan manajemen pemasaran produk secara online						
Pendampingan dilakukan dimulai dari tahap pelatihan, produksi dan penggunaan alat dan bahan sampai pada tahap pemasaran produk penjualan secara online. Pendampingan dilakukan sampai pada tahap terbentuknya industri skala rumah tangga dan penyusunan laporan wajib						
Evaluasi dan Monitoring penyusunan laporan dan seminar serta upload laporan						

**Gambar . 5** Jadwal pelaksanaan kegiatan.

Berdasarkan tabel di atas, kegiatan PKM dimulai dengan tahap observasi dan penyusunan pedoman kerja pada bulan Juni hingga Juli, tahap ini bertujuan untuk memperoleh gambaran awal mengenai kondisi sosial, ekonomi dan potensi sumber daya lokal di Desa Tungka. Selanjutnya, kegiatan berlanjut dengan sosialisasi dan pelaksanaan pelatihan yang meliputi produksi VCO menggunakan sistem pancingan serta proses pemurnian melalui teknik adsorpsi dan filtrasi.

Selain itu, pelatihan juga difokuskan pada manajemen pemasaran digital, termasuk pengenalan strategi promosi produk melalui *platform daring* dan jejaring kemitraan lokal. Tahapan pendampingan dilakukan secara berkelanjutan sejak proses produksi hingga pemasaran untuk memastikan kemampuan mitra dalam mengelola usaha secara mandiri.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Mitra

Kabupaten Enrekang dkenal

sebagai sentra penghasil tanaman pertanian dan perkebunan di Sulawesi Selatan. Salah satu produk perkebunan yang menjadi komoditi andalan adalah kelapa dari 12 kecamatan di Kabupaten Enrekang tercatat Kecamatan Enrekang adalah penghasil kelapa tertinggi dengan luas panen 232Ha dan produksi mencapai 81,2 ton. Desa Tungka diidentifikasi sebagai pusat produksi kelapa yang signifikan di Kecamatan Enrekang. Industri kelapa di wilayah ini memainkan peran penting dalam perekonomian lokal, salah satu produk yang dihasilkan adalah *Virgin Coconut Oil (VCO)* namun produk ini belum bisa meningkatkan perekonomian setempat karena berbagai kendala diantaranya proses produksi VCO yang dilakukan secara tradisional sehingga membutuhkan waktu yang lama, kualitas VCO dihasilkan mudah mengalami ketengikan, sistem produksi VCO yang masih tradisional serta sistem pengemasan yang masih sangat sederhana. Melalui pemberdayaan masyarakat desa diharapkan dapat mewujudkan kemandirian dan keswadayaan masyarakat dan desa. Kemandirian dicerminkan dari meningkatnya kualitas sumberdaya manusia juga diimbangi dengan meningkatnya kapasitas dan kualitas kelembagaan kemasyarakatan di tingkat desa, meningkatnya kapasitas dan kualitas SDM dan kelembagaan maka keswadayaan pembangunan di desa diharapkan semakin meningkat.

#### **Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Mitra**

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dalam program Kosabangsa ini menunjukkan adanya peningkatan yang nyata terhadap pengetahuan dan keterampilan mitra dalam proses produksi *Virgin Coconut Oil (VCO)*. Sebelum kegiatan dimulai sebagian

besar peserta belum memiliki pemahaman yang memadai tentang prinsip dasar pemurnian minyak kelapa murni, termasuk pengendalian kadar air dan penentuan suhu ideal selama proses ekstraksi. Melalui pelatihan berbasis praktik langsung, peserta mampu memahami alur produksi VCO mulai dari tahap pamarutan, pemisahan krim santan, fermentasi alami, hingga proses pemurnian akhir dengan sistem adsorpsi dan filtrasi. Pendekatan ini terbukti efektif karena menempatkan peserta sebagai pelaku aktif dalam proses pembelajaran, bukan sekedar penerima informasi pasif.



**Gambar 6: peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra**

Peningkatan kompetensi peserta tidak hanya terlihat dari kemampuan teknis, tetapi juga dari aspek pemahaman konseptual terhadap prinsip kebersihan dan standar mutu produksi. Selama pelatihan, peserta dibimbing untuk mengenali indikator kualitas VCO yang baik, seperti warna bening, aroma khas kelapa dan ketahanan terhadap oksidasi.

Selain peningkatan keterampilan teknis, kegiatan ini turut memperluas wawasan mitra mengenai pentingnya *quality control* dalam menjaga konsistensi produk. Peserta diajarkan mengenai pengaruh berbagai faktor produksi, antara lain suhu pemanasan,

durasi fermentasi dan kondisi penyimpanan terhadap kualitas akhir VCO. Pengetahuan ini menjadi penting karena kesalahan kecil pada salah satu tahap dapat menurunkan nilai jual dan daya simpan produk.

Kegiatan ini juga menumbuhkan rasa percaya diri dan motivasi kewirausahaan di kalangan peserta. Sebelum pelatihan, sebagian besar kelompok tani hanya berperan sebagai penyedia bahan baku kelapa tanpa memahami potensi pengolahan lanjutan yang dapat meningkatkan pendapatan. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai menyadari bahwa produk VCO memiliki prospek pasar yang luas baik di tingkat lokal maupun regional. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya memberikan transfer teknologi, tetapi juga menanamkan semangat inovasi dan kemandirian ekonomi di kalangan masyarakat desa. Transfer pengetahuan yang dilakukan melalui kegiatan Kosabangsa tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis, tetapi juga membentuk pola pikir produktif dan berorientasi pasar. Dengan demikian, program ini menjadi salah satu model efektif dalam memperkuat keterampilan masyarakat berbasis potensi lokal, khususnya dalam pengembangan produk turunan kelapa yang memiliki nilai ekonomi tinggi seperti VCO.

#### **Implementasi Teknologi Pemurnian VCO**

Implementasi teknologi pemurnian *Virgin Coconut Oil (VCO)* dalam kegiatan Kosabangsa ini menjadi salah satu aspek penting dalam peningkatan kualitas dan nilai jual produk olahan kelapa. Proses pemurnian yang diterapkan berbasis sistem adsorpsi menggunakan bahan alami seperti karbon aktif dan zeolit. Kedua bahan ini berfungsi sebagai

penyerap efektif terhadap sisa air, pigmen warna serta senyawa volatil yang dapat menurunkan kualitas minyak. Teknologi ini dipilih karena mampu menghasilkan VCO dengan karakteristik fisik yang lebih baik tanpa memerlukan peralatan canggih atau biaya tinggi, sehingga sesuai diterapkan pada skala rumah tangga dan usaha mikro di wilayah pedesaan seperti Enrekang.

Hasil uji organoleptik dan pengamatan fisik menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan terhadap kualitas minyak yang dihasilkan. VCO hasil pemurnian memiliki warna lebih jernih, aroma lebih segar dan tingkat kejernihan yang stabil meskipun disimpan dalam jangka waktu lama. Perubahan ini menunjukkan bahwa proses adsorpsi berjalan optimal dalam menghilangkan sisa air serta zat pengotor non minyak yang biasanya menjadi penyebab utama kerusakan produk. Selain itu, uji penyimpanan selama dua minggu memperlihatkan bahwa VCO hasil pelatihan ketahanan terhadap oksidasi lebih baik dibandingkan produk yang dihasilkan dengan metode tradisional.





**Gambar 7: Pelatihan Pemurnian teknologi VCO**

Penerapan sistem adsorpsi dalam pengolahan VCO juga memberikan keuntungan ekonomi bagi kelompok mitra. Proses ini tidak memerlukan investasi alat yang mahal dan dapat dilakukan dengan peralatan sederhana seperti wadah stainless steel, kain saring, serta filter berisi karbon aktif dan zeolit. Hal ini memungkinkan kelompok tani dan pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi secara mandiri tanpa ketergantungan pada pihak eksternal. Efisiensi biaya produksi yang dicapai menjadi faktor penting dalam memperkuat daya saing produk lokal di pasar yang kompetitif.

Implementasi teknologi juga berdampak positif terhadap kesadaran mitra dalam menjaga standar mutu produk. Melalui pelatihan dan pendampingan intensif, peserta memahami pentingnya menjaga higienitas selama proses produksi serta menerapkan sistem kontrol mutu sederhana berbasis pengamatan fisik dan sensorik. Dengan pemahaman yang baik terhadap standar mutu, produk VCO hasil olahan masyarakat Enrekang memiliki potensi besar untuk menembus pasar regional dan menjadi komoditas unggulan daerah.

#### **Penerapan Digital Marketing dalam Pemasaran Produk**

Tahap penerapan *digital marketing* dalam kegiatan pengabdian ini merupakan kelanjutan dari proses peningkatan kapasitas produksi yang telah dilakukan pada mitra kelompok tani kelapa di Desa Tunga, Kabupaten Enrekang. Setelah peserta memahami teknik pemurnian VCO, kegiatan difokuskan pada aspek pemasaran berbasis teknologi digital yang memanfaatkan berbagai media daring. Pendampingan ini bertujuan agar produk VCO tidak hanya berhenti pada proses produksi, tetapi mampu bersaing di pasar dengan strategi pemasaran yang efektif dan berkelanjutan.



**Gambar 8: pelatihan pemasaran digital dan pengembangan produk**

Pelatihan dimulai dengan pengenalan strategi penggunaan media sosial dan *platform e-commerce* sebagai sarana promosi. Peserta dilatih membuat akun bisnis pada *platform* Instagram, Facebook dan *WhatsApp Business*, serta toko daring di *Shoope* sebagai kanal utama penjualan produk. Melalui simulasi langsung, mitra diajarkan teknik pengambilan foto produk yang menarik, penulisan deskripsi yang komunikatif, serta penggunaan tagar (*#hashtag*) yang sesuai untuk meningkatkan visibilitas konten.

Lebih jauh, *digital marketing* menjadi sarana efektif dalam membangun citra dan identitas produk.

Melalui desain logo, kemasan dan narasi merek (*storytelling*) yang konsisten, produk VCO Enrekang kini memiliki nilai tambah yang membedakannya dari produk serupa di pasaran. Identitas digital yang kuat membantu membangun persepsi positif di kalangan konsumen terhadap produk lokal sebagai minyak kelapa murni berkualitas tinggi.

### **Penguatan Jejaring dan Dampak Ekonomi Lokal**

Kegiatan pengabdian ini tidak hanya berfokus pada peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran, tetapi juga pada penguatan jejaring kemitraan yang berperan penting dalam keberlanjutan usaha. Jejaring kemitraan dibangun melalui pendekatan kolaboratif antara kelompok kelompok tani kelapa, pelaku usaha mikro, koperasi desa serta mitra penjual lokal. Melalui kegiatan ini, peserta diajak memahami pentingnya kerja sama lintas sektor untuk memperluas rantai nilai (*value chain*) produk VCO. Pendampingan dilakukan dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan untuk menciptakan ekosistem bisnis yang saling menguntungkan baik dari sisi produksi maupun distribusi.



**Gambar 9: Pelatihan jejaring kemitraan dan pengembangan usaha**

Pendekatann jejaring efektif dalam memperkuat posisi kelompok tani di pasar lokal. Sebelumnya adanya program, kelompok tani hanya menjual kelapa dalam bentuk bahan mentah dengan harga relatif rendah. Namun setelah pelatihan dan terbentuknya jejaring usaha, kelompok tani mampu menjual produk olahan VCO dengan nilai jual lebih tinggi. Perubahan ini menunjukkan adanya transformasi ekonomi yang nyata, dari pola usaha berbasis bahan baku menuju model usaha berbasis produk bernilai tambah. Dengan dukungan jejaring kemitraan yang kuat, rantai distribusi menjadi lebih efisien dan potensi keuntungan mitra meningkat secara berkelanjutan.

Jejaring kemitraan juga berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas sosial masyarakat desa. Kegiatan pelatihan mendorong terbentuknya komunitas wirausaha baru yang memiliki semangat kolaboratif dalam memajukan potensi daerah. Penguatan jejaring usaha tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga memperkuat kohesi sosial antaranggota kelompok mitra dalam jangka panjang.

### **Dampak Ekonomi dan Keberlanjutan Program**

Pelaksanaan kegiatan penerapan teknologi pemurnian dan pemasaran digital produk *Virgin Coconut Oil (VCO)* di Desa Tungka menunjukkan hasil yang nyata terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi rumah tangga mitra. Sebelumnya, sebagian besar petani hanya menjual kelapa dalam bentuk bahan mentah dengan nilai ekonomi rendah. Namun, setelah mengikuti pelatihan, mereka dapat mengolah kelapa menjadi produk bernilai tambah tinggi yang memiliki permintaan pasar stabil. Kondisi ini menandakan bahwa kegiatan

pengabdian telah berhasil mengubah pola usaha masyarakat dari berbasis bahan mentah menjadi berbasis olahan bernilai tinggi.

Kegiatan ini juga mendorong tumbuhnya kesadaran kewirausahaan masyarakat desa. Mitra yang awalnya berorientasi pada produksi subsistem kini mulai memahami pentingnya inovasi, efisiensi dan diferensiasi produk untuk meningkatkan daya saing. Penguatan kapasitas dalam hal manajemen usaha dan pemasaran digital memberikan kepercayaan diri bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha secara mandiri. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi jangka pendek, tetapi juga membentuk pola pikir kewirausahaan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan pasar.

Dampak positif lain dari kegiatan ini adalah terciptanya ekosistem usaha baru di tingkat lokal yang melibatkan berbagai pihak, mulai dari petani kelapa, koperasi desa hingga pelaku bisnis ritel. Kolaborasi ini menghasilkan hubungan ekonomi yang lebih produktif dan berkelanjutan, di mana setiap pihak memiliki kontribusi nyata dalam rantai produk. Model kemitraan seperti ini mendorong terwujudnya pembangunan ekonomi yang inklusif dan berbasis komunitas.

Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan ekonomi lokal di Kabupaten Enrekang. Keberhasilan peningkatan pendapatan, perluas jaringan pemasaran dan terbentuknya kelembagaan usaha bersama menjadi indikator utama keberhasilan program Kosabangsa ini. Lebih dari sekedar pelatihan teknis, kegiatan ini menciptakan model pemberdayaan yang terintegrasi antara aspek produksi, teknologi, pemasaran dan kelembagaan sosial. Oleh karena itu, program ini dapat direplikasi di

wilayah lain yang memiliki potensi sumber daya kelapa untuk mendorong kemandirian ekonomi masyarakat desa secara keberlanjutan.

Penilaian terhadap pelaksanaan kegiatan bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peserta merasakan dampak pelaksanaan program. Penilaian dilakukan dengan mengukur aspek kesiapan peserta, pemahaman materi teknologi pemurnian VCO, keterampilan praktik, pemahaman digital marketing dan kepuasan terhadap kegiatan.

**Gambar 10. hasil penilaian pelaksanaan kegiatan pelatihan teknologi pemurnian VCO dan pemasaran digital**

No	Aspek Penilaian	Rata-rata Skor	Kategori
1	Kesiapan Peserta dalam Mengikuti Pelatihan	4.6	Sangat Baik
2	Pemahaman terhadap Materi Teknologi Pemurnian VCO	4.5	Sangat Baik
3	Keterampilan Praktik Produksi dan Pemurnian VCO	4.4	Baik
4	Pemahaman Strategi Digital Marketing	4.3	Baik
5	Kepuasan terhadap Fasilitasi dan Pendampingan	4.7	Sangat Baik

Hasil penilaian menunjukkan bahwa kegiatan berjalan dengan sangat baik. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi dan mampu memahami materi pelatihan baik pada aspek teknik (produksi dan pemurnian VCO) maupun non-teknis (pemasaran digital). Aspek kepuasan memperoleh skor tertinggi, menandakan bahwa peserta merasa terbantu dengan metode pendampingan yang diberikan.

## SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan

pengabdian masyarakat melalui pelatihan produksi *Virgin Coconut Oil (VCO)* dan penerapan pemasaran digital di Desa Tungka, Kabupaten Enrekang menunjukkan hasil yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas teknis dan ekonomi mitra. Penerapan teknologi pemurnian berbasis sistem adsorpsi menggunakan karbon aktif dan zeolit terbukti mampu menghasilkan VCO dengan kualitas lebih baik, ditandai dengan kejernihan, aroma segar dan daya simpan yang lebih lama. Teknologi ini tidak hanya sederhana dan mudah diterapkan, tetapi juga ekonomis untuk skala rumah tangga, sehingga sesuai dengan karakteristik usaha kecil di pedesaan.

Kegiatan pelatihan juga berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra dalam aspek manajemen mutu serta teknik pengolahan yang efisien. Peserta yang sebelumnya belum mengenal proses pemurnian modern kini mampu menerapkan metode tersebut secara mandiri. Keberhasilan ini memperlihatkan bahwa pendekatan berbasis praktik langsung efektif dalam meningkatkan kompetensi teknis petani dan menumbuhkan rasa percaya diri dalam mengembangkan produk turunan kelapa bernilai tambah tinggi.

Pada aspek pemasaran, penerapan *digital marketing* melalui media sosial dan *platform e-commerce* menjadi instrumen penting dalam memperluas akses pasar produk VCO. Mitra mampu mengelola akun bisnis dan memproduksi konten promosi secara mandiri, yang berdampak pada peningkatan visibilitas produk serta perluas jejaring pelanggan. Strategi ini sejalan dengan tren transformasi digital yang mendorong peningkatan daya saing produk lokal sekaligus mengurangi ketergantungan terhadap metode promosi konvensional.

Secara ekonomi, program ini memberikan dampak positif yang terukur sinergi antara inovasi teknologi dan digitalisasi pemasaran dapat menjadi strategi efektif dalam memperkuat ketahanan ekonomi rumah tangga kelompok tani.

Kegiatan ini tidak hanya berhasil meningkatkan kualitas produk dan pendapatan masyarakat, tetapi juga menumbuhkan ekosistem kewirausahaan baru di tingkat desa. Pemberdayaan berbasis inovasi teknologi dan pemasaran digital terbukti mampu mendorong transformasi sosial-ekonomi masyarakat secara berkelanjutan. Oleh karena itu, model pengabdian ini berpotensi direplikasi di wilayah lain yang memiliki sumber daya kelapa melimpah untuk mendukung pembangunan ekonomi berbasis potensi lokal dan kemandirian desa.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan (Ditjen Risbang) melalui Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) menghadirkan Program Program Kosabangsa (Kolaborasi Sosial Membangun Masyarakat) yang merupakan wujud kontribusi nyata insan perguruan tinggi bagi bangsa tahun 2025, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Muhammadiyah Enrekang dan Universitas Hasanuddin atas dukungan dan sinergi kelembagaan yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan.

Apresiasi yang mendalam diberikan kepada Pemerintah Desa Tungka Kecamatan Enrekang

Kabupaten Enrekang serta seluruh kelompok tani Makmur dan Pimpinan Cabang Muhammadiyah Tunga yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari pelatihan teknologi pemurnian *Virgin Coconut Oil (VCO)* hingga penerapan strategi pemasaran digital berbasis media sosial dan *e-commerce*.

Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada tim pelaksana, tim pendamping dan mahasiswa yang berperan penting dalam kegiatan evaluasi program. Kolaborasi yang terjalin antara akademisi, pemerintah dan masyarakat menjadi bukti nyata bahwa sinergi lintas sektor mampu memperkuat keberlanjutan ekonomi lokal berbasis potensi sumber daya alam desa.

Akhirnya, penulis berharap kegiatan ini dapat menjadi model implementatif bagi pendamping lapangan, dokumentasi dan pengembangan program pemberdayaan masyarakat di wilayah lain, serta menjadi inspirasi bagi upaya penguatan kapasitas kelompok tani dan pelaku usaha kecil dalam menghadapi tantangan ekonomi digital berbasis inovasi teknologi dan kewirausahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Allo, K. P., Widiawati, W., Danindra, F., & Haliq, M. I. (2025). Dampak Konten Viral di Platform Instagram: Tantangan dan Konsekuensi. *Literatify: Trends in Library Developments*, 6(1), 163–170. <https://doi.org/10.24252/literatify.v6i1.55463>
- Amaliah, A. N. S., Maisara, P., Waspada, S., & Armayani, A. (2023). Perilaku Konsumsi Berkelanjutan (Sustainable Consumption Behavior) di Indonesia: Peran Environmental Concern, Perceived Consumer Effectiveness dan Altruism. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 13(2), 157. <https://doi.org/10.24036/011261450>
- Andirwan, A., Asmilita, V., Zhafran, M., Syaiful, A., & Beddu, M. (2023). Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital. *JIMAT: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 2(1), 155–166. <https://journal.stieamsir.ac.id/index.php/abrj/article/view/405>
- Azhari, Burnama, Zarina, dkk. (2025). Meningkatkan Kompetensi Kewirausahaan Mahasiswa UNIMEN melalui Kunjungan Industri Rumah Produksi Bachis Pinrang. 8(1), 288–293. <https://www.ojspustek.org/index.php/SJR/article/view/1045>
- Khaidir, L. & M. I. (2024). Use Of Digital Marketing Information Technology In Marketing Agricultural. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.59024/jise.v2i1.542>
- Pertiwi, Z. V., Shafyra, I. R., Arifin, A. L., Azmy, A., Mm, U. P., Bisnis, F. E., & Jakarta, I. S. (2024). Long-Term Partnerships On Business Growth In Msmes In The Digital Age. *Costing: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7, 7322–7336. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/costing.v7i6.13019>
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Kinerja:*

*Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(1), 170–182.  
<https://doi.org/10.29264/jkin.v19i1.10207>

Wati, H., Putra, A., Damanik, J., Tumangger, R. A., Simanullang, R. J., Harahap, L. M., Ekonomi, F., Medan, U. N., Ekonomi, D. F., & Medan, U. N. (2025). Transformasi Pemasaran Agribisnis Di Era Digital : Analisis. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(7), 1801–1809.  
[https://j-economics.my.id/index.php/home/article/view/500?utm\\_source=chatgpt.com](https://j-economics.my.id/index.php/home/article/view/500?utm_source=chatgpt.com)

Widiawati, W., Potton, Z., & Azhari, B. (2025). Analisis Strategi Bauran Pemasaran dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(1), 139–143.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/riggs.v4i1.379>