

Original Research Paper

## Optimalisasi Potensi Lokal Melalui Penguatan Branding Minyak Kelapa Di Korleko Selatan

Made Sutha Yadnya<sup>1</sup>, Haeki Manzis<sup>2</sup>, Nanda Febriyani Putri<sup>3</sup>, Miranti Wulan Saputri<sup>4</sup>, Roro Ranti Dea Alfathya<sup>5</sup>, Risna Putri Zahara<sup>6</sup>, Nur Ariza Kurnia Dewi<sup>7</sup>, Lalu Diandra Surya Wardhana<sup>8</sup>, Dwi Lestari<sup>9</sup>, Baiq Faridha Aulya Maharani<sup>10</sup>, Elysa Mayori<sup>11</sup>, Nabilah Putri Nursuha<sup>12</sup>.

<sup>1</sup>Prodi Teknik Elektro Universitas Mataram,

<sup>2</sup>Prodi Ilmu Lingkungan Universitas Mataram,

<sup>3</sup>Prodi Ilmu Hukum Universitas Mataram,

<sup>4</sup>Prodi Ilmu Hukum Universitas Mataram,

<sup>5</sup>Prodi Pendidikan Bahasa Inggris Universitas Mataram,

<sup>6</sup>Prodi Manajemen Universitas Mataram,

<sup>7</sup>Prodi Manajemen Universitas Mataram,

<sup>8</sup>Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram,

<sup>9</sup>Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Mataram,

<sup>10</sup>Prodi Ilmu Hukum Universitas Mataram,

<sup>11</sup>Prodi Peternakan Universitas Mataram,

<sup>12</sup>Prodi Sosiologi Universitas Mataram

DOI : <https://doi.org/10.29303/jpmi.v8i3.12667>

**Situsi:** Yadnya, M. S., Manzis. H., Putri, N. F., Saputri, M. W., Alfathya, R. R. D., Zahara, R. P., Dewi, N. A. K. Wardhana, L. D. S., Lestari, D., Maharani, B. F. A., Mayori, E., Nursuha, N. P. (2025). Optimalisasi Potensi Lokal Melalui Penguatan Branding Minyak Kelapa Di Korleko Selatan. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 8(3)

### Article history

Received: 06 Agustus 2025

Revised: 23 Agustus 2025

Accepted: 06 September 2025

### \*Corresponding Author:

Made Sutha Yadnya,  
Program Studi Teknik Elektro  
Universitas Mataram  
Email: msyadnya@unram.ac.id

**Abstrak:** Program penguatan branding minyak kelapa di Desa Korleko Selatan, Lombok Timur, dilaksanakan untuk mengoptimalkan potensi lokal dan meningkatkan daya saing produk berbasis kelapa. Desa ini memiliki sumber daya kelapa melimpah, namun pemanfaatannya masih terbatas pada pengolahan tradisional skala kecil tanpa identitas merek yang jelas, kemasan standar, maupun strategi pemasaran yang efektif. Melalui survei potensi, pelatihan, dan pendampingan selama 45 hari, masyarakat khususnya kelompok ibu rumah tangga dibekali keterampilan dalam pengembangan identitas merek, desain kemasan, pemasaran digital, dan pemanfaatan teknologi QR Code untuk transparansi proses produksi. Hasil kegiatan menghasilkan produk "Koska Minyak Kelapa" dengan kemasan berlabel yang mencerminkan identitas lokal serta memenuhi standar kebersihan dan estetika. Penerapan pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace dinilai mampu memperluas pangsa pasar hingga potensi ekspor. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan nilai jual produk dan pendapatan masyarakat, tetapi juga memperkuat identitas budaya lokal dan memotivasi pengembangan produk turunan kelapa lainnya. Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa strategi branding partisipatif dapat menjadi instrumen efektif dalam pembangunan ekonomi desa yang berkelanjutan.

**Kata kunci:** potensi lokal, minyak kelapa, *branding*, pemasaran digital, Korleko Selatan.

## Pendahuluan

Pembangunan ekonomi lokal berbasis potensi daerah telah menjadi salah satu pendekatan strategis dalam mendukung kemandirian desa dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Strategi ini bertumpu pada pemanfaatan sumber daya lokal secara berkelanjutan untuk menghasilkan nilai tambah yang dapat memperkuat daya saing ekonomi wilayah tersebut. Di berbagai wilayah Indonesia, pendekatan ini terbukti mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan mengurangi ketergantungan terhadap produk impor atau distribusi pasar luar daerah (Kementerian Desa, 2020).

Salah satu potensi sumber daya alam yang penting namun belum dioptimalkan secara maksimal adalah kelapa. Indonesia merupakan salah satu produsen kelapa terbesar di dunia, dan pulau-pulau seperti Lombok menjadi wilayah penghasil utama tanaman ini salah satunya di daerah Korleko Selatan yang menjadi salah satu desa penghasil kelapa. Masyarakat di desa ini sebagian besar bekerja sebagai petani dan pekebun. Hal ini karena kondisi alam berupa perkebunan kelapa yang cukup luas pada desa ini (Yadnya et al., 2025).

Korleko Selatan merupakan salah satu desa di Kecamatan Labuhan Haji, Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat. Desa ini terdiri atas enam dusun, yaitu Banjar getas, Lembak Daya, Lembak Lauq, Dasan Baru, Dasan Baru Induk, Mekar Indah (BPS Lombok Timur, 2024). Situs geografis desa ini berjarak 1 km dari tepi pantai dan mencakup luas 605 hektar (ha). Kondisi tanahnya berpasir aktifitas galian C dilaporkan ada dan berdampak pada kualitas tanah dan aliran sungai. Berada pada ketinggian antara 10 dan 15 meter dari permukaan laut dan dibatasi oleh dua aliran sungai atau kali, yaitu kali rumpang dan kali sordang. Kemiringan tanah adalah 0,5 derajat. Korleko Selatan terletak di 35°46.54" Lintang Selatan (LS) dan 116°03'11.85" Bujur Timur (BT). Suhu rata-rata di Desa Korleko Selatan adalah 280–320 °C, dan curah hujan umumnya sedang. Pada tahun 2023, ada 3.143 penduduk di Desa Korleko Selatan, dengan 1.600 pria dan 1.543 perempuan, serta 1.146 Kepala Keluarga (KK) (Yadnya et al., 2025).

Namun demikian, pemanfaatan kelapa di daerah ini masih terbatas pada bentuk bahan mentah atau olahan tradisional sederhana, seperti kopra, minyak kelapa, dan serabut kelapa tanpa adanya

proses hilirisasi yang bernilai tinggi (Damayanti, R., & Rahmawati, N. (2022). Hal ini menyebabkan pendapatan masyarakat belum meningkat secara signifikan, padahal produk turunan kelapa seperti minyak kelapa memiliki nilai ekonomi dan peminat pasar yang luas, baik untuk konsumsi rumah tangga maupun industri.

Salah satu hambatan mendasar yang sering dihadapi dalam pengembangan produk minyak kelapa lokal adalah kelemahan dalam aspek pemasaran dan strategi branding. Banyak pelaku usaha mikro, khususnya yang berada di wilayah pedesaan, belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai pentingnya membentuk identitas merek (brand identity) yang kuat sebagai elemen utama dalam membangun kepercayaan pasar (Harahap, 2020). Identitas merek yang lemah membuat produk sulit dikenali, baik oleh konsumen lokal maupun pasar yang lebih luas. Selain itu, masih rendahnya perhatian terhadap kualitas desain kemasan, label produk, dan pesan komunikasi yang disampaikan juga berkontribusi pada rendahnya daya tarik produk di mata konsumen.

Penguatan branding terhadap produk lokal seperti minyak kelapa bukan hanya relevan secara ekonomi, tetapi juga berdampak sosial dan budaya. Produk yang memiliki merek kuat mampu menjadi simbol identitas lokal, memperkenalkan kekayaan alam dan tradisi masyarakat Desa Korleko Selatan, serta menarik minat pasar yang lebih luas, termasuk wisatawan dan investor (Utami, I. D, 2019). Selain itu, proses pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan branding juga dapat meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dan menumbuhkan semangat kewirausahaan di tingkat desa.

Berdasarkan hal tersebut, kegiatan ini dilangsungkan dengan harapan dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan serta mengkaji bagaimana penguatan strategi branding dapat menjadi instrumen utama dalam optimalisasi potensi lokal, khususnya pada pengembangan produk minyak kelapa di Desa Korleko Selatan kepada masyarakat di desa ini terkait pemanfaatan lebih lanjut limbah tempurung kelapa menjadi briket. Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat membangun semangat masyarakat untuk dapat menghasilkan lebih banyak produk-produk turunan dari pohon kelapa. Hal lainnya juga untuk memaksimalkan pemanfaatan seluruh bagian pohon kelapa dan meningkatkan nilai jualnya. Semakin banyaknya produk turunan ini akan mampu

mendukung ekonomi masyarakat desa (Yadnya et al., 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana penguatan strategi branding dapat menjadi instrumen utama dalam optimalisasi potensi lokal, khususnya pada pengembangan produk minyak kelapa di Desa Korleko Selatan. Kajian ini tidak hanya akan menganalisis aspek visual dan pemasaran dari branding, tetapi juga melihat keterlibatan masyarakat lokal, dukungan kelembagaan, serta hambatan yang dihadapi dalam membangun merek produk desa. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat dirumuskan sebuah model branding partisipatif yang relevan dengan karakteristik sosial-budaya masyarakat dan mampu memberikan dampak ekonomi secara berkelanjutan strategis dalam mewujudkan pembangunan ekonomi desa yang mandiri, inklusif, dan berbasis kearifan lokal.

## Metode

Langkah awal yang dilakukan pada kegiatan ini adalah survei potensi yang terdapat di desa. Survei dilakukan untuk mengetahui potensi yang dapat dimanfaatkan lebih lanjut. Produk unggulan Desa Korleko Selatan diketahui Kelapa. Hasil buah kelapa yang diperoleh, dijual langsung keluar kota oleh masyarakat desa ini. Untuk buah kelapa yang tidak lolos sortir pengiriman akan dimanfaatkan masyarakat untuk membuat minyak goreng ataupun minyak kelapa murni (Yadnya et al., 2024). Mahasiswa yang ber-KKN di Korleko Selatan sudah berpengalaman menjalankan pengembangan pertanian organik.

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil survei wawancara dengan masyarakat Desa Korleko Selatan, Minyak kelapa umumnya sudah di produksi skala kecil/rumahan tetapi karena belum ada brand atau merek minyak kelapa tersebut dijual ke daerah lain menggunakan botol minyak polosan dengan harga yang relatif murah dan dijual kembali dengan pihak lain dengan brand dari daerah tersebut. Dalam kondisi tersebut, nilai tambah dari produksi minyak kelapa tidak maksimal, dan pendapatan petani relatif rendah. Sebagian kecil warga memang telah mengolah kelapa menjadi minyak goreng secara tradisional, namun penjualannya masih terbatas, baik dari sisi

volume produksi, kualitas kemasan, maupun daya saing di pasar luar desa.

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa permasalahan utama dalam pengembangan minyak kelapa lokal adalah belum adanya upaya serius dalam membangun branding. Produk minyak kelapa dijual dalam botol plastik bekas tanpa label, tanpa logo, dan tanpa informasi produk yang memadai. Selain itu, belum ada pencatatan usaha, izin edar, maupun pencatatan merek. Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap pentingnya kemasan dan narasi produk turut memperparah kondisi ini. Padahal, dalam ekonomi modern, branding memiliki peran krusial dalam membangun persepsi konsumen, meningkatkan kepercayaan, dan memperluas pasar (Kotler & Keller, 2016).

Melalui program pendampingan yang dilaksanakan selama 45 hari, dilakukan serangkaian pelatihan dan praktik langsung kepada masyarakat, khususnya kelompok ibu rumah tangga yang telah memproduksi minyak kelapa secara tradisional. Pelatihan ini meliputi:

1. Pengenalan Konsep Branding dan Identitas Produk,
2. Desain Kemasan dan Label Produk, Logo dan Nama Produk
3. Pemasaran Digital melalui Media Sosial dan Marketplace.

Dari hasil pendampingan tersebut, terbentuklah identitas merek lokal bernama "*Minyak Goreng Kelapa Korleko Selatan*" dengan tagline "*Asli dari Alam Korleko Selatan*". Logo dan kemasan produk didesain menggunakan elemen lokal seperti pohon kelapa, dan warna-warna natural (hijau dan coklat tanah). Produk ini dikemas ulang dalam botol plastik berukuran 1 liter, lengkap dengan label produk, informasi komposisi, alamat produksi, nomor kontak produsen, dan petunjuk penyimpanan.

Minyak kelapa adalah minyak nabati yang diperoleh dari daging buah kelapa (*Cocos nucifera*) yang sudah tua melalui proses pemanasan atau ekstraksi tertentu. Dalam proses tradisional, minyak kelapa dibuat dengan memarut kelapa, kemudian diperas dan dimasak hingga menghasilkan minyak. Minyak kelapa termasuk dalam kategori minyak jenuh, namun kaya akan asam lemak rantai sedang (medium-chain fatty acids) yang memiliki banyak manfaat untuk kesehatan dan industri (Ginting, 2017).

Komponen	Percentase (%)
Asam laurat	± 45–50%
Asam miristat	± 16–21%
Asam kaprat	± 5–10%
Asam kaprilat	± 6–9%
Asam palmitat	± 7–10%
Asam oleat (tak jenuh)	± 5–8%
Asam linoleat (tak jenuh)	± 1–2%
Air dan kotoran	< 0,1%

Sumber: kajian laboratorium (USDA, 2020)

Selain itu, keunggulan utama minyak kelapa adalah kandungan lemak jenuhnya yang tinggi namun bersifat stabil, terutama yang berupa asam laurat. Asam laurat (C12:0) adalah asam lemak rantai sedang (medium-chain fatty acid/MCFA) yang menyusun sekitar 45–50% dari total kandungan minyak kelapa. Menurut penelitian dari (*Kris-Etherton et al., 2018*), asam laurat memiliki efek antimikroba dan antiviral yang sangat baik, sehingga minyak kelapa sering dimanfaatkan tidak hanya untuk keperluan dapur, tetapi juga sebagai bahan dasar produk kesehatan dan kecantikan.

Selain itu, kandungan asam kaprilat dan kaprat dalam minyak kelapa juga berperan dalam melawan mikroorganisme patogen (*Kris-Etherton et al., 2018*). Oleh sebab itu, minyak kelapa sering digunakan sebagai pelembap alami untuk kulit dan rambut karena kemampuannya menutrisi dan mencegah infeksi kulit. Tidak sedikit masyarakat yang menggunakan minyak kelapa sebagai minyak urut tradisional, pelembut rambut alami, bahkan obat luka ringan, terutama di daerah pedesaan tropis seperti di Korleko Selatan.

Sejak minggu ketiga kegiatan KKN berlangsung, telah dilakukan pembuatan minyak goreng kelapa. Proses pembuatan minyak dilakukan di posko KKN, oleh kelompok KKN PMD dan dapat dilihat pada Gambar 1. Proses pembuatan dimulai dengan pemisahan tempurung kelapa. Setelah diperoleh daging kelapa, dilakukan pemanutan kelapa dan dilakukan ekstraksi/pemerasan sehingga menghasilkan sari pati santan. Santan hasil ekstraksi ini kemudian dituangkan dalam wajan untuk dilakukan proses pemanasan dengan suhu ideal 90–100°C dengan durasi waktu sekitar 1–2 jam. Setelah ±1–2 jam pemanasan, santan akan berubah menjadi padatan (blondo) dan minyak mulai keluar, setelah itu, minyak yang sudah keluar secara maksimal akan

dipisahkan dari ampas/blondo. Dinginkan minyak terlebih dahulu sebelum dimasukkan ke dalam botol kaca atau plastik food-grade.



Gambar 1. Proses Pembuatan Minyak Goreng Kelapa; a) Pengupasan dan Pemisahan Kelapa, b) Pemanutan Kelapa, c) Pemerasan/Ekstraksi Santan Kelapa, d) Proses Pemanasan Santan, e) Minyak Kelapa Siap Saring, f) pengemasan

Pembuatan minyak goreng kelapa dapat dilakukan melalui dua metode, yaitu dengan proses metode fermentasi atau pengendapan alami dan dengan memanaskan santan langsung di wajan. Metode pertama memerlukan waktu fermentasi sekitar 12–24 jam hingga santan terpisah menjadi santan dan air. Minyak yang dihasilkan lebih jernih, beraroma ringan, serta kandungan senyawa bioaktif seperti asam laurat dan polifenol relatif lebih terjaga karena proses pemanasan yang singkat sekitar 1–2 jam. Sebaliknya, metode pemanasan langsung memerlukan waktu 3–5 jam pemanasan. Santan dipanaskan hingga air menguap dan minyak keluar, menghasilkan minyak berwarna kuning kecokelatan dengan aroma sangrai, dan Rendemen minyak lebih tinggi karena pemanasan membantu memecah emulsi santan. Namun, kualitasnya cenderung menurun akibat paparan panas tinggi dan proses pemanasan yang relatif lama. Dengan demikian, metode fermentasi lebih unggul dari kualitas dan waktu pemanasan, sedangkan pemanasan langsung

lebih unggul dari segi Prosesnya sederhana dan mudah dipraktikkan masyarakat.

### Tabel 1. Perbandingan Kedua Metode

Jika dibandingkan secara keseluruhan, perbedaan utama kedua metode terletak pada aspek waktu, kualitas, rendemen, dan keamanan produk:

Aspek	Fermentasi Alami (Ditunggu Seharian)	Pemanasan Langsung (Santan Dipanaskan)
Waktu Proses	Lama (12–24 jam)	Cepat (2–3 jam)
Kualitas Minyak	Lebih jernih, ringan aromanya, nutrisi lebih terjaga	Lebih gelap, beraroma sangrai, sebagian nutrisi berkurang
Rendemen	Lebih rendah	Lebih tinggi
Risiko Kontaminasi	Tinggi (karena proses tanpa panas)	Rendah (karena ada pemanasan)
Daya Simpan	Lebih lama jika higienis	Relatif lebih singkat karena residu panas
Kesesuaian Skala Produksi	Cocok untuk produksi kecil dengan fokus kualitas	Cocok untuk produksi rumah tangga cepat dan praktis

**Sumber:** Diolah dari Rindengan & Novarianto (2004), Marina et al. (2009), Ketaren (2012), dan Dayrit (2014).

Minyak kelapa yang telah diproduksi kemudian diuji secara sederhana untuk mengetahui kualitas hasil akhir. Proses pengujian dilakukan dengan memanaskan minyak dan mengamati secara langsung warna, kejernihan, serta aroma yang dihasilkan. Dari hasil tersebut, minyak tampak bening dengan warna keemasan, tidak menghasilkan busa saat dipanaskan, dan tidak memiliki aroma tengik. Selain itu, endapan yang terbentuk setelah didiamkan juga sangat sedikit, menandakan bahwa proses produksi telah berjalan dengan baik dan menghasilkan produk berkualitas.



Gambar 2. Proses Uji Coba Minyak Goreng Kelapa

Sebagai hasil akhir dari produksi yang telah berhasil dibuat produk minyak goreng kelapa dengan merek "Koska Minyak Kelapa". Produk ini merupakan minyak kelapa asli yang diproses secara tradisional namun higienis, dan dikemas dalam botol plastik berlabel brand lokal.

Desain label produk mencerminkan identitas daerah melalui pemilihan nama "Koska" yang merujuk pada kependekan dari "Korleko Selatan Kelapa". Label ini juga mencantumkan kode QR (barcode) yang dapat dipindai oleh konsumen untuk melihat video proses pembuatan minyak kelapa, sebagai bentuk transparansi dan edukasi kepada masyarakat.



Gambar 3. Label produk "Koska Minyak Kelapa" hasil produksi warga Korleko Selatan. Label dilengkapi dengan QR Code yang berisi dokumentasi video proses pembuatan.

Adanya label ini tidak hanya menambah nilai estetika dan profesionalitas produk, tetapi juga merupakan bagian dari upaya branding dan pemasaran produk lokal agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Setelah dilakukan produksi minyak kelapa secara berulang dalam beberapa waktu, kelompok KKN PMD bersama perangkat desa dan warga merencanakan untuk mengadakan sosialisasi pemasaran digital produk minyak goreng kelapa. Kegiatan ini kemudian dilaksanakan pada hari Senin Jumlah partisipan yang hadir pada kegiatan ini lebih dari 34 peserta yang berasal dari berbagai kalangan masyarakat. Beberapa partisipan yang ikut serta dalam kegiatan tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.) pemuda wilayah di Desa Korleko Selatan juga turut hadir untuk menyemarakkan kegiatan ini. Sosialisasi dan pelatihan berlangsung dengan lancar serta disambut dengan antusias oleh masyarakat. Selama proses sosialisasi berlangsung, sejumlah rekan-rekan KKN PMD Universitas Mataram dari Desa Korleko dan Ijobalit juga turut hadir dalam sosialisasi pemasaran digital produk minyak kelapa.



Gambar 4. Foto Bersama pada Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing Minyak Kelapa

Selama kegiatan berlangsung, seluruh partisipan mengikuti dengan antusias. Terutama dalam sesi diskusi, muncul beberapa pertanyaan yang menunjukkan ketertarikan masyarakat terhadap proses produksi dan pemasaran produk minyak kelapa dengan merek lokal "Kelapa Korleko". Beberapa kelompok pemuda juga menyatakan minat untuk melanjutkan produksi serta memasarkan produk ini secara digital melalui berbagai platform media sosial. Potensi besar dari kelapa yang melimpah di desa ini menjadi modal utama dalam menjaga keberlanjutan produksi.

Pemasaran digital dinilai sangat potensial untuk memperluas jangkauan distribusi minyak kelapa, terutama dengan strategi branding lokal yang kuat. Target pemasaran tidak hanya mencakup pasar domestik, tetapi juga bisa diarahkan ke pasar ekspor yang saat ini semakin terbuka terhadap produk-produk alami dan lokal.

Dengan adanya sosialisasi dan pelatihan ini, diharapkan masyarakat semakin memahami pentingnya nilai tambah dari pengolahan kelapa serta strategi pemasaran digital yang efektif. Selain menambah pengetahuan dan keterampilan, kegiatan ini juga diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi desa melalui pemanfaatan potensi lokal yang berkelanjutan. Program KKN PMD ini pun mendapat dukungan penuh dari perangkat desa dan apresiasi dari masyarakat sekitar.

Produk "Koska Minyak Kelapa" yang dihasilkan merupakan representasi nyata dari hasil kolaborasi antara warga dan tim KKN PMD, yang tidak hanya meningkatkan kualitas produk tetapi juga memperkuat identitas lokal. Pemasaran digital menjadi saluran potensial dalam memperluas pasar, baik domestik maupun internasional.

Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan nilai jual produk, mendorong pertumbuhan ekonomi desa, dan menjadi model bagi pengembangan potensi lokal lainnya. Program ini juga mendapat sambutan positif dari masyarakat dan perangkat desa, menandakan keberhasilan pendekatan yang dilakukan. Ke depan, kesinambungan program dan dukungan kelembagaan menjadi faktor penting dalam memastikan keberlanjutan dampak dari kegiatan ini.

## Kesimpulan

Program pengembangan dan pendampingan branding produk minyak kelapa di Desa Korleko Selatan menunjukkan bahwa potensi lokal dapat dioptimalkan melalui pendekatan partisipatif dan terstruktur. Kegiatan ini berhasil mengidentifikasi permasalahan utama yaitu lemahnya strategi pemasaran dan ketiadaan identitas merek pada produk minyak kelapa lokal. Melalui pelatihan yang dilakukan, masyarakat, khususnya kelompok ibu rumah tangga, dibekali pemahaman mengenai pentingnya branding, desain kemasan, serta strategi pemasaran digital.

## Ucapan Terima Kasih

Ucapan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan karunia yang telah diberikan sehingga seluruh kegiatan dapat berlangsung dengan baik dan lancar. Ucapan terima kasih disampaikan kepada Bapak Kepala Desa Korleko Selatan atas terlaksana san suksesnya KKN. Tidak lupa juga, ucapan terima kasih disampaikan kepada berbagai pihak yang telah memberikan membantu dan memberikan kontribusi yang besar berupa waktu, tempat, dan masih banyak lagi bantuan lainnya hingga seluruh kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Untuk seluruh anggota kelompok KKN disampaikan terima kasih atas kerja sama dan seluruh dedikasi yang telah diberikan selama berlangsungnya kegiatan ini. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan motivasi dan manfaat bagi masyarakat Desa Korleko Selatan.

## Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik Lombok Timur. (2024). *Data komoditas pertanian Kabupaten Lombok Timur*.
- Damayanti, R., & Rahmawati, N. (2022). Strategi peningkatan nilai tambah produk kelapa melalui hilirisasi. *Jurnal Agribisnis dan Pembangunan Pedesaan*, 10(2), 45–56.
- Food and Agriculture Organization. (2020). *Coconut market review and statistics 2019*. FAO. <https://www.fao.org>
- Ginting, R. (2017). Minyak kelapa tradisional sebagai produk pangan fungsional. *Jurnal Teknologi Pangan*, 8(2), 121–130.
- Harahap, A. S. (2020). Analisis kesiapan UMKM dalam membangun branding produk lokal. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 18(1), 51–60.
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia. (2020). *Model pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal*. Kemendes PDTT.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kris-Etherton, P. M., Petersen, K. S., Hibbeln, J. R., Hurley, D., Kolick, V., Peoples, S., & Volek, J. S. (2018). Nutrition and behavioral health disorders: Depression and anxiety. *Nutrition Reviews*, 76(1), 19–29. <https://doi.org/10.1093/nutrit/nux062>
- Rindengan, B., & Novarianto, H. (2004). *Teknologi Pengolahan Kelapa*. Manado: Balai Penelitian Tanaman Kelapa dan Palma Lain.
- Yadnya MS., Misbahhudin Misbahhudin, IK Wirajati, Abdullah Zaenuddin, Bulkis Kanata, IA Sri Adnyani , (2023) “Progam Isi Piring Dengan Nutrisi Bolu Singkong Atasi Stanting di Desa Sukadana Kabupaten Lombok Utara”, *Jurnal Gema Ngabdi* 5 (3), hal. 329-333
- Yadnya, M.S., Dwi Kurniadianto, Lani Sapitri Hajatsyah, Zurrizka Putri Wulandari, Muhammad Azwar Fidar Azminda, Aldhi Putra Ade Kurniawan, Ramdani Rahayuningsih, Affan Atsan “Progam Isi Piring Dengan Nutrisi Bolu Singkong Atasi Stanting di Desa Sukadana Kabupaten Lombok Utara”, *Jurnal Wicara Desa*, Volume 2 Nomor 1, Januari 2024, e-ISSN: 2986-9110.
- Yadnya, M.S, Irawan Apriandi , M., Vrndavanesvari Devi , R., Maryani, I., Ariana Wulandari, H., Sopian Holis , M., Rizki Amalia , A. (2025). *Potensi limbah tempurung kelapa di Desa Korleko Selatan sebagai bahan baku pembuatan produk briket*. *Jurnal Wicara Desa*, 3(2), 210–218. <https://doi.org/10.29303/wicara.v3i2.6785>
- Sutrisno, H. (2021). Pengembangan potensi lokal sebagai upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, 12(1), 23–35.
- United States Department of Agriculture. (2020). *Coconut oil composition data*. USDA. <https://fdc.nal.usda.gov>
- Utami, I. D. (2019). Branding produk lokal untuk meningkatkan daya saing usaha mikro. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 67–78.
- Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 46–52. <https://doi.org/10.31102/darmabakti.2024.5.01.46-52>