

Pemberdayaan Ekonomi Kelompok PKK Melalui Integrasi Teknologi Produksi dan Pemasaran Digital Olahan Kacang Mete di Kabupaten Sampang

**Halimatus Sa'diyah¹, Solikin², Muhammad Anang Firmasnya³,
Irwansyah⁴, Defia Oktaviana Nengtias⁵**
1,2,3,4,5 Universitas Muhammadiyah Surabaya, Indonesia

Received : 26 September 2025, Revised : 9 Oktober 2025, Published : 13 Oktober 2025

Corresponding Author

Nama Penulis: Halimatus Sa'diyah

E-mail: halimatus@fe.um-surabaya.ac.id

Abstrak

Kelompok pengrajin kacang mete di Desa Banyusokah menghadapi tantangan besar dalam usaha mereka. Proses pengupasan manual dengan alat tradisional sangat lambat dan menyebabkan hingga 30% produk mereka rusak. Akibatnya, penjualan hanya terbatas di lingkungan lokal dan bersifat musiman. Untuk mengatasi masalah ini, sebuah program pengabdian masyarakat memperkenalkan dua solusi utama. Pertama, sebuah mesin pengupas otomatis diberikan untuk meningkatkan kecepatan dan kualitas produksi. Kedua, para pengrajin diberi pelatihan untuk menjual produk mereka secara online melalui platform e-commerce dan memperbaiki kemasan agar lebih menarik. Hasilnya, penggunaan mesin baru berhasil membuat proses produksi menjadi jauh lebih efisien. Pelatihan pemasaran digital pun disambut dengan antusiasme tinggi oleh para peserta. Namun, implementasinya terhambat oleh dua kendala utama: tingkat literasi digital para pengrajin yang belum optimal dan infrastruktur jaringan internet yang kurang memadai di desa. Program ini berhasil membuka jalan bagi modernisasi, namun juga menyoroti pentingnya dukungan dasar digital untuk kemajuan lebih lanjut.

Kata kunci - kacang mete, pemberdayaan masyarakat, teknologi tepat guna, pemasaran digital

Abstract

Abstract consists of three main parts: what is the purpose of the article, then the method used to The cashew nut artisan group in Banyusokah Village faced significant challenges in their business. The manual peeling process using traditional tools was very slow and caused up to 30% of their products to be damaged. As a result, their sales were limited to the local area and were seasonal. To address this problem, a community service program introduced two main solutions. First, an automatic peeling machine was provided to increase the speed and quality of production. Second, the artisans were given training to sell their products online through e-commerce platforms and to improve their packaging to be more attractive. As a result, the use of the new machine successfully made the production process much more efficient. The digital marketing training was met with high enthusiasm from the participants. However, its implementation was hindered by two main obstacles: the artisans' suboptimal digital literacy and the inadequate internet infrastructure in the village. This program successfully paved the way for modernization, but it also highlighted the importance of basic digital support for further progress

Keywords - cashew nuts, community empowerment, appropriate technology, digital marketing

How To Cite : Sa'diyah, H., Solikin, S., Firmasnya, M. A., Irwansyah, I., & Nengtias, D. O. (2025). Pemberdayaan Ekonomi Kelompok PKK Melalui Integrasi Teknologi Produksi dan Pemasaran Digital Olahan Kacang Mete di Kabupaten Sampang . *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(2), 1004–1010.
<https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i2.564>

Copyright ©2025 Halimatus Sa'diyah, Solikin Solikin, Muhammad Anang Firmasnya, Irwansyah Irwansyah, Defia Oktaviana Nengtias

PENDAHULUAN

Berdasarkan analisis situasi pada kelompok Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) di Dusun Masaran, Desa Banyusokah, Kabupaten Sampang, teridentifikasi adanya sejumlah permasalahan mendasar yang menghambat optimalisasi potensi ekonomi dari komoditas kacang mete. Komunitas pengrajin yang mayoritas merupakan ibu rumah tangga ini menghadapi tantangan serius dalam aspek produksi dan pemasaran (Karmawati, 2008). Proses produksi pascapanen masih sangat bergantung pada teknologi manual tradisional yang disebut "kacip". Penggunaan alat ini terbukti tidak efisien, membutuhkan waktu sekitar 30 menit untuk mengupas satu kilogram biji mete dan menyebabkan tingkat kerusakan produk yang sangat tinggi, yakni mencapai 30%. Inefisiensi ini tidak hanya menurunkan kuantitas dan kualitas hasil akhir, tetapi juga secara langsung menekan daya saing dan nilai jual produk di pasaran (Zainuddin et al., 2023). Di sisi pemasaran, kelompok ini masih terikat pada sistem konvensional yang pasif, di mana penjualan hanya dilakukan berdasarkan pesanan musiman atau kepada pengepul besar yang datang ke desa (Lapanga et al., 2019). Ketergantungan ini menempatkan para pengrajin pada posisi tawar yang lemah dan menyebabkan pendapatan mereka menjadi tidak stabil serta minim margin keuntungan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Nurdiyah et al., 2014) menunjukkan adanya upaya untuk mengatasi problematika serupa di berbagai daerah. Penelitian menyoroti bahwa perbaikan teknik pengolahan, seperti proses pengukusan, terbukti dapat meningkatkan proporsi kacang mete utuh secara signifikan, yang berimplikasi pada peningkatan kualitas dan rendemen di tingkat petani. Di sisi lain, intervensi melalui digitalisasi pemasaran pada kelompok UMKM juga menunjukkan potensi besar dalam meningkatkan pendapatan dan memperluas jangkauan pasar, meskipun seringkali menghadapi tantangan terkait tingkat literasi digital peserta dan ketersediaan infrastruktur internet yang memadai (Indawati et al., 2025). Program sebelumnya yang memperkenalkan teknologi tepat guna, seperti mesin pengupas, juga menunjukkan hasil positif dalam meningkatkan efisiensi produksi (Asfat, 2024). Namun, keberhasilannya sangat bergantung pada pendampingan teknis berkelanjutan untuk memastikan penguasaan alat dan meminimalkan kendala operasional awal, seperti kerusakan produk dalam skala kecil.

Menanggapi permasalahan spesifik yang dihadapi kelompok PKK di Desa Banyusokah dan belajar dari hasil kegiatan sebelumnya, program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan tujuan yang strategis dan holistik. Tujuan utama dari program ini adalah untuk meningkatkan kapasitas produksi dan manajerial kelompok PKK melalui dua intervensi utama. Pertama, melakukan transfer teknologi tepat guna berupa mesin pengupas biji mete semi-otomatis untuk meningkatkan efisiensi, menekan tingkat kerusakan produk, dan pada akhirnya meningkatkan kuantitas serta kualitas produksi (Yasrin et al., 2025). Kedua, program ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan nilai tambah produk melalui pelatihan komprehensif dalam strategi pemasaran digital, yang mencakup pemanfaatan *platform e-commerce* dan perbaikan teknik pengemasan (Indayani et al., 2022). Dengan demikian, program ini diharapkan dapat mentransformasi model usaha kelompok dari subsisten menjadi lebih modern, stabil, dan berdaya saing, yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan ekonomi para pengrajin (Nopriyanto, 2024).

METODE

Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara sistematis dan terstruktur yang terdiri dari lima tahapan utama. Tahapan-tahapan ini mencakup sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program untuk memastikan intervensi yang dilakukan memberikan dampak yang optimal dan berkelanjutan bagi kelompok mitra PKK di Dusun Masaran, Desa Banyusokah. Berikut adalah uraian dari setiap tahapan pelaksanaan kegiatan:

1. Sosialisasi Program

Tahap awal ini dimulai dengan pertemuan antara tim pengusul dan kelompok PKK. Fokus utama pertemuan adalah untuk menyamakan persepsi mengenai program, menjelaskan alur kegiatan, dan memaparkan strategi implementasi yang akan dijalankan.

2. Pelatihan Digital Marketing dan Manajemen Pemasaran

Pada tahap ini, diselenggarakan pelatihan praktis yang komprehensif. Materi pelatihan mencakup dua aspek utama, yaitu cara mengoperasikan mesin pengupas kacang mete otomatis,

manajemen pemasaran strategi pemasaran digital menggunakan platform media sosial serta *marketplace*.

3. Penerapan Teknologi (Teknologi Tepat Guna)

Tim pengabdian menyediakan dan melakukan instalasi alat pengupas otomatis di lokasi mitra. Dilakukan juga uji coba alat untuk memastikan mesin berfungsi dengan baik. Selain itu, tim mengajarkan cara mendaftarkan produk di platform digital dan membantu merancang strategi pemasaran yang efektif.

4. Pendampingan dan Evaluasi

Tim melakukan kunjungan lapangan secara rutin untuk memberikan pendampingan langsung, baik dalam proses pengolahan maupun pemasaran. Sesi evaluasi juga diadakan secara berkala untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi mitra dan memberikan solusi yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

Berdasarkan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, diperoleh beberapa hasil utama yang mencakup aspek produksi, pemasaran, dan luaran program.

1. Sosialisasi dan Respon Awal Mitra

Tahap sosialisasi menjadi fondasi penting bagi keberhasilan program ini. Pertemuan awal dengan Kelompok Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) pengrajin kacang mete menunjukkan bahwa program yang ditawarkan sangat relevan dengan kebutuhan mendesak mereka. Inisiatif untuk mengatasi masalah inefisiensi produksi dan keterbatasan pemasaran mendapatkan sambutan yang sangat positif dan antusiasme tinggi dari kelompok mitra (Putri, 2025). Hal ini mengindikasikan bahwa permasalahan yang diidentifikasi oleh tim pengabdian yaitu tingginya tingkat kerusakan produk akibat alat manual dan rendahnya nilai jual merupakan kendala nyata yang dirasakan sehari-hari oleh para pengrajin. Kesamaan persepsi ini memastikan bahwa sejak awal, mitra memiliki komitmen dan partisipasi aktif dalam setiap alur kegiatan yang direncanakan.



Gambar 1. Sosialisasi Program

2. Pelatihan Teknologi Produksi dan Pemasaran Digital

Pelatihan dilaksanakan sebagai inti dari transfer pengetahuan dan keterampilan, yang terbagi menjadi dua sesi utama: pengoperasian mesin pengupas mete dan pemasaran digital. Sesi bimbingan teknis (bimtek) untuk pengoperasian mesin pengupas biji mete diselenggarakan pada Sabtu, 16 Agustus 2025, di kediaman Ketua PKK, Ibu Kunnamah. Tingkat partisipasi dalam pelatihan ini sangat tinggi, mencapai 90% (18 dari 20 pengrajin yang diundang), yang menunjukkan minat besar untuk mengadopsi teknologi baru. Pelatihan pemasaran digital yang mencakup strategi pengemasan produk dan pemanfaatan platform *e-commerce* (Shopee, Tokopedia, TikTok Shop) juga disambut dengan antusiasme serupa (Sari, 2025). Namun, pada tahap implementasinya, sesi ini menghadapi tantangan signifikan. Peserta yang mayoritas adalah perempuan mengalami kesulitan dalam memahami materi pengembangan aplikasi pemasaran (Primandari et al., 2025). Kendala ini bersumber dari dua faktor utama: tingkat literasi digital yang belum optimal, terlihat dari rendahnya frekuensi penggunaan *smartphone* untuk aktivitas produktif, serta infrastruktur jaringan internet yang tidak memadai di lokasi

pelatihan. Kombinasi faktor ini menghambat peserta untuk dapat mempraktikkan materi secara langsung.



Gambar 2. Pelatihan Digital Marketing dan Manajemen Pemasaran

3. Penerapan dan Adaptasi Teknologi Tepat Guna

Penerapan teknologi diwujudkan melalui pengenalan mesin pengupas biji mete otomatis sebagai solusi untuk menggantikan alat manual "kacip" yang tidak efisien (Harahap et al., 2022). Proses adopsi teknologi ini tidak berjalan mulus seketika; mesin tidak dapat langsung beroperasi dengan sempurna pada awalnya. Namun, melalui pendekatan pemecahan masalah yang partisipatif dan diskusi aktif dengan para pengrajin, kendala teknis tersebut berhasil diatasi secara bertahap (Hidayati et al., 2025).



Gambar 3. Alat Pengupas Manual (Kacip)

Implementasi mesin ini secara fundamental mengubah proses produksi. Waktu pengolahan 20 kg kacang mete yang sebelumnya memakan waktu satu jam, berhasil dipangkas menjadi hanya 30-40 menit. Bahkan, tercatat bahwa dengan penggunaan mesin ini, kapasitas pengupasan kulit bisa melebihi 1 ton per hari, sebuah peningkatan produktivitas yang eksponensial. Meskipun mesin telah berfungsi meningkatkan efisiensi, pada tahap awal masih teridentifikasi adanya kekurangan minor, yaitu tingkat kerusakan produk (biji pecah) dalam skala kecil. Tim pelaksana optimis bahwa seiring meningkatnya pengalaman, para pengrajin akan dapat meminimalkan kelemahan ini.



Gambar 4. Mesin Pengupas Mete Otomatis

4. Pendampingan, Evaluasi, dan Rencana Tindak Lanjut

Tahap pendampingan dan evaluasi dilakukan secara berkelanjutan selama program berlangsung. Tim secara aktif memantau proses adaptasi teknologi dan mengidentifikasi tantangan yang dihadapi mitra. Hasil evaluasi menunjukkan keberhasilan dalam peningkatan efisiensi produksi namun juga menyoroti kesenjangan digital sebagai kendala utama dalam aspek pemasaran (Saragih et al., 2024). Berdasarkan temuan ini, disusunlah rencana tahapan berikutnya yang lebih terfokus. Rencana tersebut meliputi:

- a) Optimalisasi Teknologi: Menyelenggarakan pendampingan teknis lanjutan untuk mengurangi tingkat kerusakan produk.
- b) Penguatan Literasi Digital: Merancang program pelatihan digital dasar sebelum masuk ke materi *e-commerce* yang lebih kompleks, serta mencari solusi untuk masalah konektivitas internet (Rifaldi et al., 2025).
- c) Monitoring Jangka Panjang: Melakukan evaluasi pasca-program secara berkala untuk memantau volume produksi, penjualan online, dan peningkatan pendapatan anggota.

Pembahasan

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang diimplementasikan di Dusun Masaran, Desa Banyusokah, secara komprehensif berhasil mengidentifikasi dan memberikan solusi relevan terhadap permasalahan fundamental yang dialami oleh kelompok pengrajin kacang mete PKK. Intervensi program ini secara strategis menasar dua titik kritis yang menghambat pertumbuhan usaha mereka, yaitu inefisiensi pada proses produksi dan keterbatasan dalam jangkauan pemasaran (Surahman & Anam, 2024).

Program ini adalah keberhasilan dalam transformasi teknologi produksi. Sebelum adanya intervensi, para pengrajin sangat bergantung pada alat manual tradisional "kacip," sebuah metode yang menjadi sumber utama inefisiensi. Proses manual ini tidak hanya lambat, membutuhkan waktu sekitar 30 menit untuk mengupas 1 kg biji mete, tetapi juga menyebabkan tingkat kerusakan produk yang sangat tinggi, yakni mencapai 30%. Pengenalan mesin pengupas biji mete semi-otomatis secara fundamental mengubah lanskap produksi. Adopsi teknologi ini terbukti mampu meningkatkan efisiensi secara drastis, dimana pengolahan 20 kg kacang mete dapat dipangkas menjadi hanya 30-40 menit. Peningkatan kapasitas produksi bahkan sangat eksponensial, dengan potensi pengupasan bisa melebihi 1 ton per hari. Meskipun pada tahap awal masih ditemukan kerusakan produk dalam skala kecil, hal ini dipandang sebagai bagian dari kurva belajar yang dapat diatasi seiring waktu.

Upaya modernisasi pemasaran melalui pelatihan digital menyingkap sebuah tantangan yang kompleks. Pelatihan pemanfaatan *platform e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop disambut dengan antusiasme yang sangat tinggi, dengan tingkat partisipasi mencapai 90% (Safriadi & Adhi, 2024). Hal ini mengindikasikan bahwa para pengrajin memiliki kesadaran dan keinginan kuat untuk memperluas pasar mereka. Namun, semangat ini berhadapan dengan kenyataan adanya kesenjangan digital yang signifikan. Implementasi praktis terhambat oleh dua faktor utama: tingkat literasi digital peserta yang belum optimal dan infrastruktur jaringan internet yang tidak memadai di lokasi. Temuan ini menjadi pembahasan krusial bahwa transfer pengetahuan digital harus diimbangi dengan penguatan kapasitas dasar dan dukungan infrastruktur agar dapat diadopsi secara efektif oleh masyarakat pedesaan (Anggraini, 2025). Secara keseluruhan, partisipasi aktif masyarakat menjadi kunci keberhasilan program ini dan menunjukkan keselarasan antara intervensi yang ditawarkan dengan kebutuhan nyata di lapangan. Untuk memastikan keberlanjutan dampak positif ini, rencana pembentukan unit usaha bersama atau koperasi menjadi langkah strategis yang sangat tepat (Salsabila, 2024). Kelembagaan ini diharapkan dapat menjadi motor penggerak untuk mengelola pemasaran secara kolektif, membangun identitas merek, dan secara efektif mengubah peningkatan kapasitas produksi menjadi kesejahteraan ekonomi yang berkelanjutan bagi seluruh anggota kelompok.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pemberdayaan di Desa Banyusokah berhasil menjawab kebutuhan pengrajin kacang mete dengan memperkenalkan mesin pengupas otomatis, secara signifikan meningkatkan produksi serta meningkatkan jangkauan pasar yang lebih luas, yang awalnya secara offline store menjadi online store di beberapa marketplace. Transfer pengetahuan mengenai teknologi dan pemasaran digital juga telah dilaksanakan. Meskipun adopsi mesin produksi sukses, pelatihan pemasaran digital menghadapi

kendala serius akibat rendahnya literasi digital peserta dan buruknya infrastruktur internet. Untuk itu, disarankan adanya pendampingan teknis lanjutan untuk mesin, serta program literasi digital dasar sebelum pelatihan *e-commerce*. Selain itu, penting untuk mencari solusi konektivitas internet dan membentuk unit usaha bersama guna memastikan dampak ekonomi yang berkelanjutan bagi kelompok.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih yang tulus kepada segenap pihak yang telah berkontribusi pada keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. kepada Bima Kemdikbud saintek atas kesempatan melaksanakan program serta finansial, serta kepada LRIPM Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah menjadi wadah bagi tim. Penghargaan juga kami sampaikan kepada Ibu Kunnamah, pimpinan kelompok pengrajin kacang mete Banyusokah, atas perannya yang sangat vital dalam mengoordinasikan para anggota. Selain itu, kami berterima kasih kepada seluruh pengrajin atas keterlibatan proaktif dan bantuan mereka selama implementasi program berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, R. L. (2025). *Analisis Pengembangan Ekosistem Digital Dalam Tata Kelola Ekonomi Digital Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. IPDN.
- Asfat, A. M. P. (2024). *Uji Berbagai Konsentrasi Ekstrak Kulit Biji Mete (Cashew Nut Sheel Liquid) Terhadap Perilaku Ulat Grayak Spodoptera frugiperda (JE Smith)(Lepidoptera: Noctuidae)*. Universitas Hasanuddin. https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/34090/2/G011191309_skripsi_01-02-2024_1-2.pdf
- Harahap, D. R., Arriyani, Y. F., Darusman, M., & Andre, F. (2022). Rancangan Dan Simulasi Mesin Pengupas Biji Jambu Mete Semi Otomatis. *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Teknologi Terapan*, 2(02), 377–381.
- Hidayati, F., Syahni, R., Suliansyah, I., & Tanjung, H. B. (2025). Adoption Of Agricultural Technology Innovation In Indonesia: Challenges And Alternative Solutions. *AGRITEPA: Jurnal Ilmu Dan Teknologi Pertanian*, 12(1), 329–348.
- Indawati, N., Sari, Y. I., Meviana, I., & Muslim, L. T. A. (2025). Digitalisasi UMKM Sambal Bawang: Strategi Peningkatan Kualitas Produk. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(1), 282–289.
- Indayani, lilik, Hariasih, M., & Sumartik, S. (2022). Buku Ajar Manajemen Ritel. In *Buku Ajar Manajemen Ritel*. UMSIDA Press. <https://doi.org/10.21070/2022/978-623-464-046-5>
- Karmawati, E. (2008). Perkembangan jambu mete dan strategi pengendalian hama utamanya. *Perspektif*, 7(2), 102–111.
- Lapanga, M., Ruksanan, R., Utha, R., & Danggi, E. (2019). Perbaikan Teknik Pengolahan Mete Gelondong Dan Diversifikasi Produk Kacang Mete Di Desa Mabodo Kecamatan Kontunaga Kabupaten Muna Provinsi Sulawesi Tenggara. *Jurnal Sultra Sains*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.54297/sultrasains.v1i1.2>
- Nopriyanto, A. (2024). *Optimalisasi Potensi Ekonomi Desa Melalui Program Pelatihan Keterampilan Kerajinan Tangan Di Wilayah X*.
- Nurdiah, N., Fariyanti, A., & Jahroh, S. (2014). Analisis Pemasaran Jambu Mete di Kabupaten Muna Provinsi Sulawesi Tenggara. *Informatika Pertanian*, 23(1), 85–94.
- Primandari, N. R., Destiarini, D., & Sanjaya, R. (2025). Optimalisasi Kearifan Lokal Serta Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Digital Marketing di Desa Kungkulan Kecamatan Sosoh Buay Rayap Kabupaten OKU. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(1), 66–72.
- Putri, D. A. E. (2025). *Strategi Pemasaran, Kemitraan, dan Pengembangan Produk Inovatif Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pada KSPPS BMT Al-Fataa Ulujami Pemalang*. UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Rifaldi, M., Hartati, S., & Vajriansyah, M. A. (2025). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Brand Awareness di Era E-Commerce. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (JRIME)*, 3(1), 58–65.
- Safriadi, A., & Adhi, A. K. (2024). Daya Saing Kacang Mete Indonesia Di Pasar Negara Tujuan Ekspor. *Forum Agribisnis: Agribusiness Forum*, 14(2), 60–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.29244/fagb.14.2.60-72>

- Salsabila, Z. (2024). Peran manajemen strategi dalam mewujudkan kualitas unggul pada koperasi syariah. *Maliki Interdisciplinary Journal*, 2(12), 294–305.
- Saragih, J. F. L., Faradilla, A. J., Nasution, R. A., Tafonao, D. F. A., Pitaloka, D., Amelia, B., & Dongoran, D. (2024). Menutup Kesenjangan Digital: Studi tentang Meningkatkan Kehidupan UMKM Melalui Literasi Digital. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(5), 1788–1795.
- Sari, T. O. (2025). *Implementasi Pemanfaatan Digital Marketing Melalui Live Shopping Platform Social Commerce Tiktok pada UMKM Aromaterapi Natureline*. Universitas Islam Indonesia.
- Surahman, F., & Anam, S. (2024). Analisis Kritis Terhadap Implementasi Kebijakan Food Colony Dalam Pemberdayaan Usaha Kecil Dan Menengah Di Pamekasan. *Kabillah: Journal of Social Community*, 9(2), 234–242.
- Yasrin, M., Syafrun, M., & Rahman, F. (2025). Modifikasi Mesin Pemecah Biji Jambu Mete Otomatis. *Al-Gazali Journal Of Mechanical Engineering (AJME)*, 4(01), 16–23.
- Zainuddin, M. Z., Utha, R., & Ijar, L. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Pada UD. Mete Mubaraq Lombe Kendari. *Sultra Journal of Economic and Business*, 4(1), 52–59. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.54297/sjeb.v4i1.453>