

MAKSIMALISASI PEMASARAN PRODUK LOKAL VCO MELALUI DIGITAL MARKETING

Ayu Made Dwi Apsari¹ dan I Gusti Ngurah Widya Hadi Saputra²

amdaayumadedwiapsari0804@gmail.com¹

hadisaputra@undiknas.ac.id²

Universitas Pendidikan Nasional Denpasar^{1,2}

Jl. Bedugul No.39, Sidakarya, Kec. Denpasar Sel., Kota Denpasar, Bali 80224

ABSTRACT

Nusa Penida is one of the coconut-producing districts in Bali Province, which is precisely located in the Klungkung Regency area. Most of the Nusa Penida residents sell coconuts in their whole form and not processed into other processed forms, so this affects the selling price of coconuts. The use of coconut is traditional and has been widespread, however, however, there are still few people who process it into virgin coconut oil or VCO. One of the industrial houses that produces Pure Coconut Oil (VCO) is located in Banjar Bodong, Ped Village, Nusa Penida District with the name "Sari Gading". Even though it has been running for 6 years, the revenue from this business has not been maximized due to poor marketing. For this reason, the authors offer a solution to help marketing Virgin Coconut Oil, namely by educating and coaching the use of social media as a means of online-based marketing activities. In this case, it focuses on activities to increase marketing through social media, namely Facebook.

Keywords: *VCO (Virgin Coconut Oil), marketing, social media.*

ABSTRAK

Nusa Penida merupakan salah satu kecamatan penghasil kelapa di Provinsi Bali, yang tepatnya berada di wilayah Kabupaten Klungkung. Sebagian besar warga Nusa Penida menjual buah kelapa dalam bentuk utuh dan tidak diolah ke bentuk olahan yang lain, sehingga hal tersebut mempengaruhi harga jual buah kelapa. Pemanfaatan kelapa secara tradisional dan sudah meluas tetapi, namun masih jarang ada yang mengolahnya menjadi minyak kelapa murni atau VCO. Salah satu rumah industri yang memproduksi Minyak Kelapa Murni (VCO) yaitu terletak di Banjar Bodong, Desa ped, Kecamatan Nusa Penida dengan nama "Sari Gading". Walaupun sudah berjalan 6 tahun tetapi pendapatan usaha ini belum maksimal dikarenakan pemasaran yang kurang baik. Untuk itu penulis menawarkan solusi untuk membantu pemasaran Minyak *Virgin Coconut Oil* yaitu dengan melakukan edukasi dan pembinaan mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana dalam kegiatan pemasaran berbasis online. Dalam hal ini berfokus pada kegiatan peningkatan pemasaran melalui sosial media yaitu Facebook.

Kata Kunci : *VCO (Virgin Coconut Oil), pemasaran, sosial media.*

PENDAHULUAN

Kelapa adalah tanaman serbaguna karena setiap bagian tanaman bermanfaat bagi manusia, sehingga tanaman kelapa dijuluki “*Tree of Life*”. Karena di beberapa Negara berkembang banyak yang menggantungkan kehidupannya pada tanaman kelapa sebagai sumber makanan, minuman, bahan bangunan, rumah, obat-obatan, kerajinan tangan, bahkan kelapa juga dijadikan bahan baku pada sejumlah industri penting seperti kosmetik, sabun, dan lain lain. Bagian tanaman kelapa yang paling bernilai ekonomi sampai saat ini adalah daging buah (Tenda dan Kumaunang, 2007).

Nusa Penida merupakan salah satu kecamatan penghasil kelapa di Provinsi Bali, yang tepatnya berada di wilayah Kabupaten Klungkung. Kelapa di Nusa Penida berbeda dengan kelapa pada umumnya, karena keadaan iklim yang kering sehingga mengurangi kadar air pada buah kelapa dan mengandung bahan aktif lainnya. Sebagian besar warga Nusa Penida menjual buah kelapa dalam bentuk utuh dan tidak diolah ke bentuk olahan yang lain, sehingga hal tersebut mempengaruhi harga jual buah kelapa, dan harga jual buah kelapa tersebut menjadi murah dan jarang laku di pasaran, walaupun buah kelapa tersebut laku dan harus dibawa ke kota, maka akan memerlukan dan mengeluarkan biaya tambahan untuk sebuah transportasi.

Pemanfaatan kelapa secara tradisional dan sudah meluas tetapi, ada salah satu produk inovatif olahan dari kelapa yang jarang diketahui oleh masyarakat. Olahan tersebut merupakan minyak kelapa murni atau *VCO* yang mempunyai manfaat begitu besar tetapi jarang diketahui oleh masyarakat. *VCO* memiliki banyak manfaat, terutama dalam dunia kesehatan dan kecantikan.

Kandungan asam laurat yang tinggi, yaitu sekitar 45-53 % membuat *VCO* dijuluki sebagai “minyak paling sehat di dunia” (Argawal & SJD, 2017). Selain kaya manfaat, harga jual *VCO* yang lebih mahal dan proses pembuatannya yang relatif mudah merupakan keunggulan tersendiri yang dimiliki oleh produk inovatif ini.

Salah satu rumah industri yang memproduksi Minyak Kelapa Murni (*VCO*) yaitu terletak di Banjar Bodong, Desa ped, Kecamatan Nusa Penida dengan nama “Sari Gading”. Walaupun sudah berjalan 6 tahun tetapi pendapatan usaha ini belum maksimal dikarenakan pemasaran yang kurang baik. Hal itu dikarenakan kurangnya pengetahuan terhadap teknik pemasaran modern yang menggunakan teknologi informasi atau yang disebut *digital marketing* menjadi salah satu aspek kurang maksimalnya pemasaran Minyak Kelapa Murni (*VCO*) Sari Gading ini.

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia. *Digital marketing* yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Di satu sisi, *digital marketing* memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. Pembeli kini semakin mandiri dalam membuat keputusan

pembelian berdasarkan hasil pencariannya. *Digital marketing* dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka

berada tanpa ada lagi batasan geografis maupun waktu.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan terdiri dari dua macam yaitu, pertama (1) : melakukan pemberian materi menyangkut edukasi dan pembinaan mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana dalam kegiatan pemasaran berbasis online. kedua (2) : metode praktek dimana penulis pengabdian masyarakat melakukan praktek demo langsung pembuatan akun media sosial

terutama halaman di Facebook serta pengelolaan halaman Facebook di hadapan mitra usaha dalam upaya peningkatan pemasaran berbasis *digital*.

Berdasarkan metode yang akan digunakan penulis di rumah produksi pemilik Minyak VCO, terdapat langkah-langkah kegiatan sebagai berikut :

Tabel 1 Langkah-Langkah Metode Kegiatan

| NO | LANGKAH-LANGKAH METODE KEGIATAN |
|----|--|
| 1 | Penulis menyiapkan bahan/ materi yang akan diberikan kepada mitra usaha |
| 2 | Proses memberikan materi tentang pemasaran online melalui media sosial kepada mitra usaha, terutama di Facebook |
| 3 | Setelah pemberian materi, penulis membantu serta mengajak mitra usaha untuk langsung melakukan praktek langsung pembuatan halaman di <i>Facebook</i> |
| 4 | Selanjutnya proses pembinaan menggunakan halaman di <i>Facebook</i> |
| 5 | Setelah selesai kegiatan dilaksanakan, penulis menganalisis Sebelum edukasi dan Setelah edukasi |



Gambar 1 Bukti penulis memberikan materi kepada mitra usaha
Sumber : Penulis

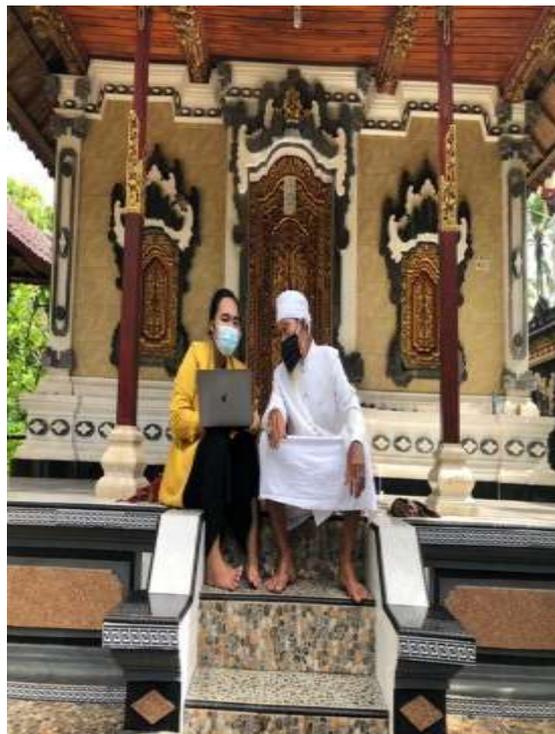
Kegiatan diatas merupakan salah satu bukti untuk proses edukasi terkait pemberian materi upaya peningkatan pemasaran online melalui komunikasi

interpersonal dengan pemilik RUMAH INDUSTRI Minyak VCO Banjar Bodong, Desa Ped, Nusa Penida.

Tabel 2 Hasil Edukasi dan Pembinaan Penggunaan Sosial Media Facebook

| No | INDIKATOR | SEBELUM PENGABDIAN | SESUDAH PENGABDIAN |
|----|--|---|--|
| 1 | Pengetahuan mengenai tentang pemasaran online melalui sosial media | Masih terpaku pada pemasaran offline yaitu hanya melalui lewat mulut ke mulut | Sudah mengetahui tentang pemasaran online melalui media sosial yaitu halaman <i>Facebook</i> |
| 2 | Niat mitra usaha untuk belajar | Masih ada rasa malas dikarenakan usia yang telah lanjut | Lebih bersemangat setelah dilakukan pengenalan serta pembinaan |

Sumber : Mitra Usaha Minyak VCO Sari Gading



Gambar 2 Bukti proses membantu serta mengajak mitra usaha untuk praktek.

Sumber : Penulis

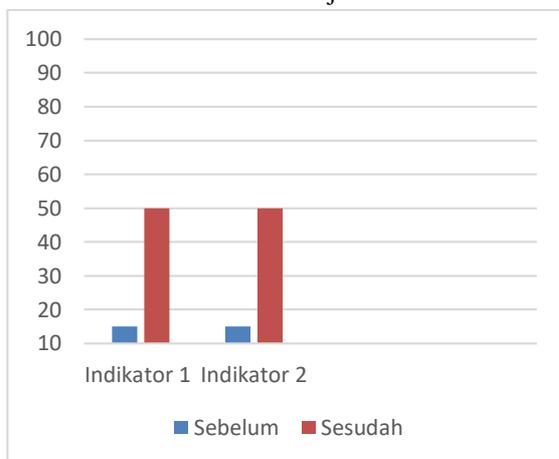
Kegiatan diatas merupakan proses praktek dalam pembuatan halaman di Facebook yang dilakukan penulis terhadap mitra usaha. Dalam proses ini dijelaskan

bagaimana *step by step* yang perlu dilakukan untuk membuat halaman di *Facebook* dan bagaimana cara pengelolaannya.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil yang didapat setelah memberikan edukasi dan juga pembinaan mengenai pemanfaatan sosial media *Facebook* sebagai media pemasaran digital terhadap mitra pemilik pengelola Minyak VCO Sari Gading di Banjar Bodong, Desa Ped, Kecamatan Nusa Penida, adalah sebagai berikut.

Grafik 1 Pengetahuan mengenai tentang pemasaran online melalui sosial media dan Niat mitra usaha untuk belajar



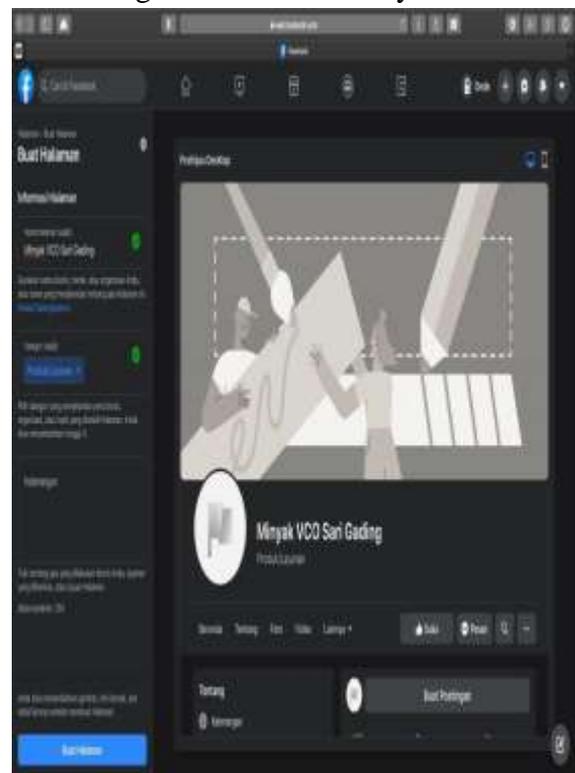
Sumber : Mitra Usaha Minyak VCO Sari Gading

Dari tabel dan grafik yang tertera diatas, dapat dilihat jika pengetahuan masyarakat mengenai pemasaran *online* melalui sosial media lebih meningkat dari pada sebelum mendapatkan edukasi dan pembinaan. Pada awalnya mereka hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, dan berjualan secara *offline*. Namun setelah mendapatkan edukasi tentang

KESIMPULAN

Minyak VCO merupakan minyak murni yang diolah tanpa adanya proses pemanasan, baik itu pemanasan dari kompor maupun matahari sehingga menghasilkan minyak yang sehat bagi tubuh. VCO “Sari Gading” merupakan salah satu rumah industri yang

pemasaran melalui sosial media mereka tergugah untuk mencobanya, dengan tujuan jangkauan promosinya semakin meluas dan tidak hanya mengandalkan metode promosi dari mulut ke mulut. Selain pengetahuannya yang meningkat, minat masyarakat untuk menjalankan usaha juga turut meningkat, yang awalnya masyarakat usia lanjut merasa enggan untuk belajar cara baru namun setelah mendapatkan edukasi dan pembinaan mereka tertarik dan bersemangat untuk mencobanya.



Gambar 3 Hasil Pembinaan Pembuatan Halaman Facebook

memproduksi minyak VCO yang beralamat di banjar Bodong, desa Ped, Kecamatan Nusa Penida, Klungkung, Bali. Walaupun sudah berjalan 6 tahun tetapi pendapatan usaha ini belum maksimal dikarenakan pemasaran yang kurang baik. Pendapatan minyak VCO “Sari Gading” masih belum

maksimal dikarenakan masih kurangnya pengetahuan terhadap teknik pemasaran berbasis online atau digital marketing yang juga membuat kurang terkenalnya produk ini ke luar daerah. Untuk itu maka dilakukan teknik pemasaran berbasis *online* atau *digital marketing* dengan cara pembuatan halaman atau *fanspage* di Facebook dengan tujuan agar jangkauan

pemasaran minyak VCO “Sari Gading” mengingat juga Facebook merupakan salah satu media sosial dengan pengguna terbanyak. Setelah melakukan pengajaran dan pembinaan mengenai teknik pemasaran melalui Facebook, mitra sudah mengetahui pemasaran berbasis online dan meningkatnya semangat untuk mencoba pemasaran melalui Facebook tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariasa, I Kadek Agus., I Wayan Treman. 2018. Pemetaan Potensi Objek Wisata Dengan Sistem Informasi Geografis Di Kecamatan Nusa Penida Kabupaten Klungkung. *Jurnal Pendidikan Geografi Undiksha. Volume 6, Number 2*, Agustus 2018, pp. 87-94. P-ISSN: 2614-591X E-ISSN: 2614-1094. DOI: [10.23887/jjg.v6i2.20686](https://doi.org/10.23887/jjg.v6i2.20686).
- Badung, I Dewa Ayu Agung Intan Aspriyani. 2018. Strategi Pengembangan Nusa Penida Sebagai Salah Satu Destinasi Wisata Unggulan Kabupaten Nusa Penida Kabupaten Klungkung Provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Vol. 7 No.1 (2018).
- Eniek Kriswiyanti. 2019. Keanekaragaman Karakter Tanaman Kelapa (*Cocos Nucifera L.*) Yang Digunakan Sebagai Bahan Upacara Padudusan Agung. 17(1). 15 – 19.
- Hapsoro, Bayu Bagas., Palupiningdyah., Achmad Slamet. 2019. Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi Klaster UMKM di Kota Semarang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat. ABDIMAS 23 (2)* (2019): 117-120.
- I N. Ardika., N.N Darmiati., I.N Sujana. 2019. Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Melalui Produksi Virgin Coconut Oil (VCO) Dan Turunannya Di Desa Dalang Dan Gadung Sari. Volume 18 Nomor 1, Januari 2019.
- Januhari, Ni Nyoman Utami., I Made Adi Purwantara. 2018. Pelatihan Penggunaan Internet Sebagai Media Pemasaran Online Pada KWT VCO Tabanan. *JURNAL ILMIAH POPULER* 1(1): 41-46.
- Marlina, Dwi Wijayanti, Ivo Pangesti Yudiastari, Lilis Safitri. 2017. Pembuatan Virgin Coconut Oil Dari Kelapa Hibrida Menggunakan Metode Penggaraman dan NaCl dan Garam Laut. *Jurnal Chemurgy*, Vol. 01, No.2, Desember 2017.
- Ni Putu Diah Puspitasari., Ainun Dhiya’a Nabillah., Reffan Bahari., Nanda Damar., Caksono Mustika. 2019. Penerapan Teknologi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Tiwul. 2(2).

Wachidah Nur Latifah, Siti Nur Ngaeni, Mohammad Damzun Zaeroni, Rillo Pambudi, Fatimatul Zahro, Nanda Ulfa Lutfiana, Maiga Surya N., Devi Irmayani, Mohammad Faisal, Miftakhul Khoir. 2019. VCO sebagai Produk Inovatif dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Daerah Penghasil Kelapa. 1. 421-424.

Zulfadli, Teuku. 2018. Kajian Sistem Pengolahan Minyak Kelapa Murni (Virgin Coconut Oil) dengan Metode Pemanasan. International Journal of Natural Sciences and Engineering. Volume 2, Number 1, Tahun 2018, pp. 34-4. P-ISSN: 2615-1383 E-ISSN: 2549-6395.