

Digitalisasi Pemasaran dan Pemanfaatan Limbah Menjadi VCO (*Digitalization of Marketing and Utilization of Waste to Become VCO*)

Rolland E. Fanggidae¹, Aldarine Molidya^{2*}

Universitas Nusa Cendana, Nusa Tenggara Timur^{1,2}

rolland_fanggidae@staf.undana.ac.id¹, aldarine.molidya@staf.undana.ac.id^{2*}



Riwayat Artikel

Diterima pada 21 November 2022

Revisi 1 pada 9 Desember 2022

Revisi 2 pada 6 Januari 2023

Disetujui pada 6 Januari 2023

Abstract

Purpose: The purpose of implementing this PkM is to provide education to the community to be able to manage coconuts in order to produce a product that has economic value, which is converted into Virgin Coconut Oil (VCO).

Method: The method used is through training in the process of squeezing old coconut into raw material for VCO, providing counseling on the use of technology, procurement and supply of raw and auxiliary materials, layout and equipment, production supervision, production quality and packaging.

Results: The result of the PkM carried out is that the community can produce their own VCO with the product name Alamanda VCO.

Conclusions: The conclusion that can be drawn from this PkM is that there is an increasing understanding of the importance of online marketing. There are legal aspects that must be considered, especially those related to regulations and are regulated in the Electronic Information and Transaction Law (UU ITE) in online marketing. The determination of the price of Alamanda's VCO products is carried out through several considerations based on the results of the material exposure. 16 business actors already have accounts registered in the shopee market place. By holding a series of programs, partners are expected to increase profits and develop their business activities even better in the future.

Limitations: limitations of researchers in conducting this research, namely limited funds.

Contribution: This research can be useful in areas where there are many coconut trees, in economics and especially regarding the effective and efficient use of natural resources.

Keywords: VCO, online marketing, coconut.

How to cite: Fanggidae, R. E., Molidya, A. (2023). Digitalisasi Pemasaran dan Pemanfaatan Limbah Menjadi VCO. *Jurnal Abdimas Multidisiplin*, 1(2), 101-108.

1. Pendahuluan

Potensi Sumber Daya Alam yang ada tersebut apabila dikelola dengan baik dapat menjadi potensi bagi kemakmuran rakyat dan memajukan masyarakat (Raya, Fanggidae, & Fanggidae, 2020). Pengolahan buah kelapa menjadi Minyak kelapa murni yang sering dikenal dengan *Virgin Coconut Oil* (VCO) merupakan salah satu proses diverifikasi olahan produk dalam rangka meningkatkan nilai guna dari produk. VCO merupakan minyak yang dibuat dari kelapa tua yang diolah secara sederhana, pemasakan dilakukan pada suhu kurang dari 60 derajat, mempunyai karakteristik tahan terhadap panas, cahaya, oksigen dan tidak mudah tergradasi karena struktur kimianya tidak memiliki ikatan ganda. Menurut Bambang dan Surip (2006) VCO mempunyai hampir 90% asam lemak tak jenuh dan sisanya asam lemak jenuh sehingga dapat dicerna baik oleh tubuh. Karakteristik lain dari VCO memiliki warna yang jernih, beraroma khas, dan rasanya gurih. Menurut Pakar Kimia Agroindustri dari Universitas Tanjungpura Pontianak, Prof Dr Thamrin Usman DEA, virgin coconut oil atau VCO adalah lipid atau lemak. Menariknya, VCO secara keseluruhan merupakan Lipid, dan lipid dapat berinteraksi dengan lipid membran sel, salah satunya dengan membran sel virus corona. Ketika lipid berinteraksi dengan

membran sel virus corona, maka akan terjadi kerusakan pada membran sel virus itu. Tren masyarakat saat ini yang kembali pada pola makanan untuk kesehatan dari alam semakin membuat VCO banyak digemari. Widiyanti (2015) menyatakan bahwa kegunaan dari VCO antara lain mengurangi lemak yang ada pada tubuh, menangkal radikal bebas, menurunkan kadar kolesterol, sebagai cadangan antioksidan dalam tubuh, menurunkan resiko terjadinya penyakit jantung dan kanker.

Virgin Coconut Oil (VCO) mengandung asam lemak menengah tinggi yang berfungsi untuk meningkatkan Kesehatan atau sebagai suplemen. Aktivitas antioksidan dari Virgin Coconut Oil terutama disebabkan oleh senyawa Fenolik. Asam fenolik utama adalah asam ferulat dan asam p-kumarat. Emulsi lebih enak daripada bentuk minyak, karena berminyak rasa tidak nyaman bagi konsumen atau pasien, jadi pemanis. Aktivitas antioksidan dari Virgin Coconut Oil dan Virgin Coconut Oil Emulsion diukur dengan metode pemutihan karoten. Data ini menegaskan bahwa Emulsi VC) dengan sorbitol sebagai pemanis memiliki aktivitas antioksidan tertinggi (Wiyani, Aladin, & Juniar, 2020). Coronavirus diakui sebagai bahaya kesehatan masyarakat, yang diakui sebagai wabah bencana terbesar sejak wabah Sindrom Pernafasan SARS pada tahun 2003 (Amiri, Khademi, Khafri, Akbari, & Jangjoo, 2022). Coronavirus 19 (COVID-19), membuat orang mencari tahu lebih banyak produk obat-obatan, minuman, dan makanan yang bisa mempercepat proses penyembuhan penyakit menular ini (Tandra, 2021). VCO menjadi salah satu pilihan yang bisa digunakan. Sehingga menyebabkan permintaan di pasar tinggi dan sangat baik untuk kembali mempopulerkan VCO.

Digital marketing menjadi salah satu media yang sering digunakan oleh pelaku usaha karena kemampuan baru konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi, beberapa perusahaan sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional dan beralih ke pemasaran modern. Facebook adalah media sosial yang sangat banyak digunakan oleh masyarakat pada umumnya. Keunggulan dari facebook yaitu pada market place yang menyediakan informasi terkait produk yang ditawarkan kepada konsumen. Fitur ini lebih mengarah ke bidang bisnis dengan tujuan mengenalkan informasi terbuka kepada public. Melalui pelatihan penggunaan digital marketing ini, peserta langsung mempraktekkan cara penggunaan facebook. Rata-rata 20 peserta sudah memiliki akun facebook sehingga memudahkan narasumber untuk mempraktekkan cara promosi melalui marketplace. Selain facebook, pada pelatihan ini juga dibuat akun Instagram (IG), email, dan akun pemasaran di Tokopedia, dan TaniHub yang telah bisa dioperasikan oleh peserta Latihan (Sari, Samuel dkk, 2022).

Banyaknya manfaat yang ada pada VCO menjadikan minyak ini menjadi peluang usaha yang dapat dijadikan solusi untuk menambah ekonomi keluarga. Hal inilah yang membuka peluang bagi masyarakat pedesaan yang memiliki potensi pertanian kelapa, untuk dapat mengolah kelapa menjadi VCO sehingga dapat meningkatkan masyarakat di pedesaan setempat. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan mahasiswa KKN Ganjil 2018/2019 di desa Sumlili Kecamatan Kupang Barat, menemukan beberapa potensi Sumber Daya Alam yang belum dimanfaatkan secara optimal. Salah satunya yang paling terlihat adalah tidak dimanfaatkannya buah kelapa oleh masyarakat, padahal sebagian besar masyarakat menanam rata-rata dua atau lebih pohon kelapa di pekarangan rumah mereka, bahkan ada yang secara khusus memiliki perkebunan kelapa (Retno, Pujiati, & Utami, 2016).

Masyarakat belum mengetahui bagaimana cara mengelola buah kelapa tersebut. Akibatnya, buah kelapa yang sudah tua dibiarkan tergeletak di tanah begitu saja, bahkan sampai bertunas. Melihat permasalahan ini, tim menemukan ide untuk menciptakan peluang usaha baru bagi masyarakat dengan memanfaatkan buah kelapa yang sudah tua, yaitu memberikan pelatihan sekaligus memproduksi minyak kelapa murni (*Virgin Coconut Oil*) khas Desa Sumlili. Untuk dapat melaksanakan dan tercapainya pelatihan tersebut, maka Tim pengabdian Prodi Manajemen bekerjasama dengan mahasiswa KKN Ganjil 2018/2019 serta masyarakat baik itu dalam memproduksi minyak kelapa dan pembuatan label dengan nama produk “VCO Alamanda”. Kelompok Perempuan GMT Horeb Oebatu dan UKM Desa Sumlili, sebagai kelompok masyarakat yang telah di latih dan melakukan produksi VCO. Produksi pertama “VCO Alamanda” dan UKM Desa Sumlili dipasarkan dalam kegiatan “PAN Indo Hash XXXV” yang berlangsung pada tanggal 1-3 Agustus 2019 di Pantai Alamanda, Desa Sumlili. Selain itu VCO Alamanda dipasarkan di Pameran pembangunan Provinsi NTT di Pantai Lasiana pada

Stand UNDANA. Hasil dari kegiatan ini adalah terbentuknya pola pikir baru pada masyarakat yang ditandai dengan terbentuknya komunitas produksi “VCO Alamanda” dan UKM Desa Sumlili untuk VCO dan sumber pendapatan baru bagi BUMDes dengan cara menjual botol kemasan kepada masyarakat dalam komunitas produksi. Namun sejauh ini VCO Alamanda dan UKM Desa Sumlili memiliki kelemahan dalam beberapa produksinya, dimana VCO kurang jernih dan mudah basi (tengik). Bau tengik ini muncul bisa dikarenakan pada saat proses pembuatannya yang terlalu banyak campuran airnya dan proses pengolahan. Tetapi dalam konteks VCO Alamanda dan UKM Desa Sumlili kurang jernih dan mudah basi (tengik) dipengaruhi metode pengolahan yang masih bersifat manual dan menggunakan peralatan seadanya, dengan cara kelapa yang telah di parut di ambil santannya dan hanya diendapkan dengan menggunakan saringan pada rak-rak yang disiapkan.

Berdasarkan permasalahan yang ada maka perlu adanya sterilisasi dalam produksi dgn menggunakan peralatan produksi yang lebih baik sehingga dapat menghasilkan VCO yang jernih dan tidak berbau tengik sehingga VCO dapat bertahan lama. Hal ini menyebabkan proses produksi kelompok perempuan VCO alamanda hanya terjadi saat ada pesanan/orderan sehingga tidak memberikan dampak ekonomis secara signifikan pada perempuan yang tergabung dalam kelompok tersebut. Menurut Gugule dan Fatimah (2010), Di sisi lain salah satu alternatif dalam meningkatkan kualitas, aktivitas serta tingkat penerimaan konsumen terhadap VCO adalah dengan menambahkan bahan alam yang mengandung komponen fungsional. Salah satu bahan alam tersebut adalah rempah-rempah.

Teknologi informasi yang cepat berubah dan memiliki system yang modern memiliki dampak yang meningkat pada efisien kerja perusahaan secara keseluruhan. Saat ini, kemampuan perusahaan untuk menggunakan alat pemasaran yang tepat melalui ruang virtual sangat penting untuk menunjang keberhasilan dalam proses branding. Perusahaan dipaksa untuk bekerja sama untuk mengembangkan alat komunikasi, serta beragam saluran untuk menjangkau konsumen, dengan konten yang paling berguna dan menarik yang sesuai dan cepat dengan memperhatikan perubahan dilingkungan masyarakat. Oleh karena itu, semakin banyak inovasi pada e-marketing maka semakin memberikan efisien dalam pemasaran (Labanauskaitė, Fiore, & Stašys, 2020). Produksi VCO Alamanda sejak 2019 hingga saat ini masih terus berjalan, produksi yang bersifat Pre Order menyebabkan produksi belum berlangsung secara stabil. Kondisi ini di pengaruhi oleh Pandemi Covid saat ini menyebabkan proses pemasaran menjadi permasalahan yang di hadapi pengelola dan anggota. Pemasaran secara elektronik atau E-Commerce dapat menjadi solusi dalam perluasan pemasaran, namun belum semua anggota maupun pengelola dapat mempraktekan hal tersebut, padahal peluang dan permintaan pasar cukup besar baik di kupang maupun di luar kupang.

2. Tinjauan pustaka dan pengembangan hipotesis

2.1 Pengertian Pemasaran

Secara formal atau informal, orang dan organisasi terlibat dalam sejumlah besar aktivitas yang dapat disebut pemasaran. Pemasaran yang baik telah menjadi elemen yang semakin vital untuk kesuksesan bisnis. Pemasaran sangat penting untuk membangun merek dan basis pelanggan yang loyal, yang merupakan aset tak berwujud yang membentuk presentase nilai yang besar dari sebuah perusahaan. Inti dari pemasaran (*Marketing*) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial (Kotler & Armstrong, 2008). Pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. Sedangkan American Marketing Association (AMA) memberikan definisi pemasaran yaitu suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan.

2.2 Pengertian Digitalisasi

Digitalisasi adalah proses media dari bentuk tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital (Widiyanti, 2015). Digitalisasi dilakukan untuk membuat arsip dokumen bentuk digital. Digitalisasi memerlukan peralatan seperti komputer, *scanner*, operator media sumber dan *software* pendukung. Digitalisasi adalah proses pengelolaan dokumen tercetak/*printed* document menjadi dokumen elektronik (Lasa, 2005)

3. Metode penelitian

Untuk memecahkan masalah yang dihadapi dalam hal ini Kelompok Perempuan GMT Horeb Oebatu dan UKM Kelompok Desa Sumlili, maka tim kami sepakat untuk dilakukan pelatihan dalam proses mesin pemerasan kelapa tua menjadi bahan baku VCO. Memberikan penyuluhan tentang pentingnya penggunaan teknologi yang higienis pengolahan VCO yang jernih dan tidak berbau sehingga memiliki nilai jual yang tinggi, hal ini dalam kaitannya dengan manajemen produksi dan pemasarannya. Materi yang akan disampaikan antara lain pengadaan dan persediaan bahan baku dan bahan penolong, tata letak bahan dan peralatan, pengawasan produksi, kualitas produksi, dan pengemasan. Pengendalian persediaan bahan baku yang baik adalah dimana persediaan itu optimum, cukup tersedia selalu, dan dengan biaya yang ekonomis (Haobenu, Nyoko, Molida, & Fanggidae, 2021). Selanjutnya menunjukkan/demonstrasi proses kerja pembuatan VCO dengan menggunakan Teknologi, Membantu melakukan pengemasan, dan Melakukan pendampingan selama kegiatan berlangsung.

Secara rinci kegiatan Pengabdian Masyarakat ini menggunakan metode untuk mempermudah mitra dalam pembenahan segi produktivitas,

1. Kegiatan perencanaan tim teknis kami, memerlukan dan memanfaatkan beberapa masukan dari instruktur pengrajin berkaitan dengan proses yang sudah mereka lakukan untuk memperbaiki produktivitas.
2. Memberikan pengetahuan melalui perihal pemanfaatan teknologi tepat guna dalam proses produksi.
3. Memberikan penyuluhan tentang pentingnya penggunaan teknologi yang higienis pengolahan VCO yang jernih dan tidak berbau sehingga memiliki nilai jual yang tinggi, hal ini dalam kaitannya dengan manajemen produksi dan pemasarannya.
4. Melakukan pelatihan dan pendampingan dalam Pemasaran secara elektronik (E-Commerce) pada Marketplace, WA Bussines, Tokopedia, Shopee, dll

4. Hasil dan pembahasan

Program PKM telah dilaksanakan oleh Tim pada hari Minggu, 14 November 2021 di GMT HOREB Oebatu, Sumlili, Kupang Barat. Pada kegiatan tersebut terdapat 30 peserta yang hadir yang merupakan Kelompok Usaha Perempuan GMT Horeb Oebatu (VCO ALAMANDA) dan Pemuda Pemudi GMT Horeb Oebatu, Serta Pimpinan dan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebagai Inisiator dan Mitra kelompok VCO Alamanda. Peserta antusias mengikuti kegiatan sosialisasi dan pelatihan dari awal hingga akhir acara, khususnya pada saat praktek penggunaan berbagai aplikasi e-commerce maupun media sosial, karena selama ini mitra masih menggunakan pemasaran secara konvensional, meskipun ada beberapa pelaku usaha yang sudah melakukan pemasaran secara online namun hanya sebatas penggunaan facebook saja yang jangkauan pasarnya masih terbatas dan lebih cocok digunakan sebagai media sosial. Pelatihan berlangsung menarik karena banyak interaksi dua arah antara pemateri dengan peserta, selain itu tiap peserta diberikan pendampingan dan pengarahan secara khusus agar materi yang diberikan dapat dipahami dan dipraktikkan dengan baik meskipun ada beberapa kendala yang dialami pada sesi praktek. Selain itu, agar pendampingan berjalan maksimal, Tim PkM mengikutsertakan alumni dan 2 Mahasiswa untuk berpartisipasi sebagai trainer dalam pelatihan. Tentunya, alumni dan mahasiswa tersebut telah melakukan praktek e-commerce dan dilatih sebelumnya oleh Tim PkM.



Gambar 1. Pemateri 1

Materi pertama disampaikan oleh Anto Piter Hattu, SM yang merupakan alumni Prodi Manajemen dengan bidang keahlian Kewirausahaan. Di awali dengan pernyataan *“What do you know about Entrepreneurship”* mengantar untuk memberikan perspektif berbeda terkait entrepreneur dan pedagang konvensional, kemudian di jelaskan terkait kewirausahaan dalam konteks 4.0 baik secara teoritis maupun sering pengalaman. Niat seseorang untuk berwirausaha tergantung pada pengetahuan dari pendidikan dan latar belakang lingkungan (Masunah, 2022). Wirausaha sedikitnya harus memiliki sifat: Berkemampuan mengenali kesempatan yang ada di pasar, Berkemampuan mengambil tindakan alternatif, Berkemampuan mengkombinasikan elemen faktor produksi secara rasional dalam proses pengambilan keputusan. Di sisi lain Faktor yang mendorong munculnya wirausaha:

1. Makin meningkatnya kebutuhan manusia
2. Adanya harapan memperoleh keuntungan yang cukup besar dari kegiatan mandiri jika di kelola secara profesional
3. Berubahnya minat dalam bekerja
4. Tantangan pertumbuhan ekonomi sehingga orang harus berpacu dan bersaing dalam mencari nafkah
5. Berubahnya pola kehidupan manusia
6. Semakin menipisnya sumber ekonomi masyarakat pedesaan, pesatnya pertumbuhan penduduk dan majunya industri.

Sehingga melalui materi ini diharapkan dapat mengubah cara berfikir dan cara pandang masyarakat khususnya generasi muda untuk mencari alternatif baru dalam bekerja melalui kegiatan wirausaha.



Gambar 2. Pemateri 2

Materi Kedua disampaikan oleh Ibu Christien C. Foenay, SE, ST, M.Si mengenai penetapan harga produk barang secara sederhana. Adapun materi yang disampaikan meliputi pengertian dan tujuan penetapan harga produk, manfaat penetapan harga produk dan jenis metode dalam penetapan harga produk. Materi ini sangat membantu mitra dalam memutuskan penetapan harga terhadap tiap produk yang akan dijual, sehingga mitra dapat menyesuaikan penetapan harga tersebut baik berdasarkan permintaan, laba, biaya maupun persaingan. Berikut merupakan dokumentasi pada saat pemaparan materi oleh Ibu Christien C. Foenay, SE, ST, M.Si.



Gambar 3. Pemateri 3

Materi pertama disampaikan oleh Bapak Klasvakumok Y. Kamuri, S.Kom, MM. mengenai pemasaran *online* untuk produk dagang mitra. Materi tersebut diberikan dengan tujuan merubah strategi pelaku usaha dalam memasarkan produknya yang semula secara konvensional agar berganti secara *online*. Mengingat pada jaman sekarang perdagangan dilakukan secara *online* dengan memanfaatkan media *smartphone* maupun komputer dengan tujuan menjangkau pasar lebih luas lagi baik pasar nasional maupun internasional. Selain itu, perdagangan secara *online* juga memudahkan pembeli dalam bertransaksi dan mendapatkan barang sehingga saat ini perdagangan *online* lebih diminati masyarakat daripada berbelanja ke toko. Materi yang disampaikan meliputi pengertian dan tujuan pemasaran *online*, manfaat pemasaran *online*, jenis media pemasaran *online* dan terakhir mekanisme pemasaran *online*. Setelah materi tersebut disampaikan, Pemateri memperkenalkan pula satu akun *market place* yang banyak digunakan pelaku usaha di Indonesia yaitu Shopee sebagai media pemasaran *online*. Mengapa akun shopee dipilih, karena shopee merupakan akun *market place* untuk kegiatan pergangan dengan mekanisme rekening bersama. Dana yang di transfer pembeli atas pembelian suatu barang masuk pada rekening bersama shopee dan ditahan sampai barang 23 diterima oleh pembeli dalam keadaan aman, sehingga ketika barang sudah diterima dengan aman oleh pembeli maka shopee akan melepas dana ke rekening penjual. Mekanisme tersebut bertujuan untuk menghindari adanya penipuan karena jika barang yang dikirim tidak sesuai maka pembeli dapat mengajukan pengembalian dana. Pembuatan dan tutorial penggunaan akun shopee lebih lanjut dijelaskan pada sesi praktek. Respon dari Peserta sangat aktif dan terbuka ditunjukkan dengan interaksi dua arah dan beberapa pertanyaan yang disampaikan oleh Peserta kepada Pemateri. Dengan demikian, materi yang telah diberikan dapat bermanfaat bagi mitra. Berikut merupakan dokumentasi pada saat pemaparan materi oleh Klasvakumok Y. Kamuri, S.Kom, MM.



Gambar 4. Produk VCO Alamanda dan Sabun Alamanda

5. Kesimpulan

Setelah program PkM selesai dilaksanakan, adapun keberhasilan program sebelum dan sesudah kegiatan diukur melalui tanya jawab sebelum materi disampaikan dan evaluasi serta latihan pada saat materi sudah disampaikan. Adapun hasil yang telah tercapai dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

Tabel 1. keberhasilan Luaran Program PkM

Kegiatan	Indicator	Luaran	Prosentase Sebelum	Prosentase Sesudah	Ket
Kewirausahaan di Era 4.0	- Pemahaman esensi Kewirausahaan - Dapat membedakan entrepreneur & Pedagang	- Dapat menjawab esensi Kewirausahaan - Dapat menjawab perbedaan entrepreneur & Pedagang	50% 50%	90% 90%	Tercapai Tercapai
Sosialisasi Penetapan Harga Produk	• Pemahaman penetapan harga produk • Membuat penetapan harga produk	• Dapat memahami penetapan harga produk • Dapat membuat penetapan harga produk	10% 10%	50% 50%	Tercapai Tercapai
Sosialisasi Pemasaran online	- Pemahaman esensi pemasaran online - Dapat membedakan pemasaran konvensional & online	- Dapat menjawab esensi pemasaran online - Dapat menjawab perbedaan pemasaran online.	50% 50%	90% 90%	Tercapai Tercapai

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa program PkM telah mencapai luaran yang diharapkan yaitu pemahaman dan keahlian dalam perdagangan online khususnya mengenai pemasaran melalui pembuatan akun shopee untuk kegiatan usaha, sehingga hasil dari program tersebut diharapkan dapat diterapkan dan dimanfaatkan oleh Peserta dalam meningkatkan keuntungan dan pengembangan kegiatan usaha. Indikator program ini merupakan indikator yang terukur dengan adanya bukti akun pelaku usaha yang terdaftar dalam shopee yang berhasil dibuat oleh mitra. Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Tim PkM disimpulkan bahwa pertama, pelaksanaan sosialisasi pemasaran online telah memenuhi luaran yang ditargetkan, yaitu terjadi peningkatan pemahaman mengenai pentingnya pemasaran secara online, sehingga setelah sosialisasi diberikan, peserta dapat menjelaskan pentingnya pemasaran online. Selain itu, mitra juga sangat tertarik untuk mulai melakukan pemasaran secara online. Kedua, sosialisasi aspek hukum yang berkaitan dengan pemasaran online juga telah mencapai target luaran. Peserta menjadi paham bahwa pemasaran secara online juga ada aspek hukum yang harus diperhatikan terutama yang berkaitan dengan regulasi dan diatur dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Dengan demikian, peserta dapat menjelaskan dan mengantisipasi hal-hal yang boleh dan dilarang pada pemasaran secara online. Ketiga, program penyampaian materi penetapan harga produk juga telah tercapai karena semula produk ditetapkan dengan perkiraan saja, setelah penyampaian materi mulai ada beberapa pertimbangan. Keempat, program pelatihan pembuatan dan penggunaan akun shopee telah mengalami peningkatan pula, dari

total 19 peserta semula hanya 1 peserta yang memiliki akun shopee, namun setelah pelatihan dilakukan terdapat 16 pelaku usaha yang telah memiliki akun yang terdaftar dalam shopee market place. Dengan diselenggarakan serangkaian program, maka mitra diharapkan dapat meningkatkan keuntungan dan mengembangkan kegiatan usahanya lebih baik lagi di masa mendatang.

Limitasi dan studi lanjutan

Keterbatasan yang dihadapi peneliti selama kegiatan pengabdian ini berlangsung yaitu biaya yang didanai terbatas, maka belum dapat menjangkau Peserta dalam kuantitas lebih banyak dan waktu pelatihan dilakukan secara singkat, sehingga diharapkan adanya penambahan dana agar program dapat dilaksanakan dengan melibatkan peserta yang lebih banyak dan waktu yang memadai. Adapun rencana program selanjutnya dengan mitra yang sama akan diselenggarakan program sosialisasi dan pelatihan pembuatan merek beserta regulasinya. Saran yang bisa diberikan peneliti bagi peneliti selanjutnya yaitu agar bisa mengembangkan VCO menjadi produk-produk lainnya sehingga bisa bermanfaat bagi masyarakat dan menjadi sumber pendapatan masyarakat.

Ucapan terima kasih

Kepada pihak-pihak yang telah membantu baik secara finansial dan non-finansial dalam Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini diucapkan terima kasih.

1. Pihak Mitra, Kelompok Perempuan GMT Horeb Oebatu.
2. Para Pemateri.
3. Para mahasiswa.
4. Seluruh pimpinan dan dosen serta pegawai FEB..

Referensi

- Amiri, Y., Khademi, N., Khafri, F. Z., Akbari, Z., & Jangjoo, R. (2022). The Impact of Corona Outbreak on Virtual Education Policy in Iranian Universities. *Journal of Social, Humanity, and Education*, 3(1), 1-15.
- Haobenu, S. E., Nyoko, A. E., Molidya, A., & Faggidae, R. E. (2021). Perencanaan Persediaan Bahan Baku pada UMK Tiga Bersaudara Kota Kupang dengan Metode Economic Order Quantity (EOQ). *Reviu Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis*, 1(2), 61-75.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1 edisi 12. *Jakarta: Erlangga*.
- Labanauskaitė, D., Fiore, M., & Stašys, R. (2020). Use of E-marketing tools as communication management in the tourism industry. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100652.
- Raya, V. C., Faggidae, R. E., & Faggidae, A. J. (2020). Modern dance commodification strategy in tourism promotion (Study on the modern dance community in Kupang city). *Journal of Sustainable Tourism and Entrepreneurship*, 1(4), 333-347.
- Retno, R. S., Pujiati, P., & Utami, S. (2016). Pelatihan pembuatan virgin coconut oil (VCO) secara fermentasi di Desa Belotan, Bendo, Magetan. *Jurnal Terapan Abdimas*, 1, 35-37.
- Tandra, H. (2021). *VIRUS CORONA BARU COVID-19: Kenali, Cegah, Lindungi Diri Sendiri & Orang Lain*: Rapha Publishing.
- Widiyanti, R. A. (2015). PEMANFAATAN KELAPA MENJADI VCO (VIRGIN COCONUT OIL) SEBAGAI ANTIBIOTIK KESEHATAN DALAM UPAYA Mendukung VISI INDONESIA SEHAT 2015.
- Wiyani, L., Aladin, A., & Juniar, M. E. (2020). Antioxidant activity of Virgin Coconut Oil and Virgin coconut Oil Emulsion. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(12).