



---

## PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK VIRGIN COCONUT OIL (VCO) KELURAHAN GAMTUFKANGE

Oleh

Rosdiana<sup>1\*</sup>, Tamrin Husaen<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Nuku Tidore

Email: <sup>1</sup>[rosdianakoe01@gmail.com](mailto:rosdianakoe01@gmail.com), <sup>2</sup>[alampatra70@gmail.com](mailto:alampatra70@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 15-11-2022

Revised: 22-11-2022

Accepted: 17-12-2022

### Keywords:

E-Commerce; VCO; Social,  
Media

**Abstract:** *Partners wish to introduce VCO products to a wider audience of their target market through targeted online promotional activities, but because the knowledge and skills of partners in e-commerce-based marketing are still lacking, training from competent and competent human resources is needed. mastering e-commerce-based marketing techniques so that the latest menus from e-commerce applications can be used and the products offered are widely known in the market. The purpose of community service is to increase partners' knowledge about e-commerce-based marketing because until now partners are still very difficult in marketing products because these products are not widely known by the public. The method used is the extension method to increase understanding of a problem that is closely related to the soft skills and hard skills possessed by partners regarding e-commerce-based marketing. The results of the PKM obtained are that partners are very enthusiastic in learning e-commerce-based marketing so that partners can quickly understand what has been conveyed by the presenter and can immediately practice it, therefore this PKM activity is very important to carry out.*

---

## PENDAHULUAN

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah memberikan kemudahan untuk menawarkan sejumlah produk atau jasa yang dihasilkan kepada konsumen. Pemasaran berbasis internet (e-commerce) adalah salah satu dampak dari kemajuan tersebut dan merupakan cara yang paling efektif digunakan karena dapat dilakukan kapan dan dimana saja dengan hanya bermodalkan handphone dan pulsa data. Oleh karena itu maka diharapkan para kelompok tani yang ada di Kota Tidore Kepulauan juga dapat memanfaatkan kecanggihan teknologi tersebut dengan melakukan pemasaran melalui internet agar produknya dapat dikenal luas oleh seluruh masyarakat. Salah satu usaha yang ada di Kota tidore Kepulauan adalah pembuatan Virgin Coconut Oil (VCO) berlokasi di kelurahan Gamtufkange dengan luas wilayah 0,47 km<sup>2</sup> dan penduduknya berjumlah 2.102 jiwa. Usaha ini dilakukan karena kelapa banyak dibudidayakan oleh sebagian besar masyarakat sebagai tanaman tahunan yang mempunyai nilai ekonomis dan sosial. Kelapa



juga sering disebut sebagai pohon kehidupan (tree of life) dan pohon surga (a heavenly tree) karena hampir semua bagian tanaman dapat dimanfaatkan untuk kehidupan.

Produk Virgin Coconut Oil (VCO) juga dipilih karena VCO mengandung banyak manfaat baik untuk kesehatan maupun kecantikan. Beberapa penelitian telah menyelidiki sifat farmakologis VCO termasuk sifat antiinflamasi, analgesik, antipiretik, anti oksidan, anti stres, dan antimikroba. Lebih lanjut, penelitian yang menyelidiki pencegahan keropos tulang serta efek kardioprotektif dari VCO, sebagai contoh, pemberian VCO pada hewan percobaan (tikus Sprague-Dawley) menunjukkan efek antitrombotik yang signifikan dibandingkan dengan minyak kopra. Efeknya sebanding dengan hewan yang diberi makan minyak bunga matahari<sup>1</sup>

Strategi Pemasaran yang tepat diperlukan untuk lebih mengenalkan VCO kepada masyarakat karena pada dasarnya VCO diketahui mengandung zat yang mampu meningkatkan jumlah kolesterol baik dalam tubuh<sup>23</sup>. Perkembangan teknologi e-commerce saat ini tepat untuk diimplementasikan guna menarik para buyer sehingga VCO menjadi produk yang digemari semua kalangan. Mitra berkeinginan untuk memperkenalkan produk VCO kekhlayak sasaran pasar mereka yang lebih luas lagi melalui kegiatan promosi yang tepat sasaran baik secara offline maupun online namun karena pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki mitra dalam pemasaran yang berbasis e-commercis masih sangat kurang maka diperlukan adanya pelatihan dari tenaga SDM yang kompeten dan menguasai teknik-teknik pemasaran berbasis e-commerce sehingga menu-menu terbaru dari aplikasi e-commerce bisa digunakan agar membuat tampilan website menjadi semakin interaktif dan mengikuti perkembangan transaksi online<sup>4</sup>

Namun jika dilihat dari situasi yang dihadapi oleh mitra maka saat ini pemasaran produk adalah merupakan masalah utama yang harus segera diselesaikan. Dalam dunia bisnis, Pemasaran merupakan kunci kesuksesan suatu usaha baik bidang jasa maupun produk karena perputaran modal kerja (working capital Inventory) sangat dipengaruhi oleh seberapa banyak dan cepatnya produk itu bisa sampai ke tangan konsumen. Di era digital sekarang ini pemasaran produk tidak hanya dilakukan secara konvensional yang mana pembeli dan penjual harus ketemu secara langsung akan tetapi pemasaran produk berbasis online (e-commercis) justru akan mempermudah penjual dan pembeli dalam mendapatkan suatu produk yang diinginkan. Berdasarkan hasil pengamatan dan tanya jawab yang dilakukan pada survei awal PKM maka tujuan PKM yang menjadi hal penting yang harus secepatnya di tangani yaitu meningkatkan pengetahuan mitra tentang pemasaran yang berbasis e-Commercis karena sampai sekarang mitra masih sangat kesulitan dalam pemasaran produk disebabkan produk tersebut belum dikenal luas oleh masyarakat khususnya yang ada di kota Tidore Kepulauan.

Oleh karena itu maka solusi yang ditawarkan terhadap mitra di Kelurahan Gamtufkange Kecamatan Tidore untuk menyelesaikan permasalahan tersebut adalah memberikan penyuluhan dan pemahaman mengenai pentingnya pemasaran berbasis e-

<sup>1</sup> Gerard Dumancas et al, "Health benefits of virgin coconut oil"

<sup>2</sup> Dewa Ayu Ika Pramitha & I Wayan Karta, "Analysis of Fatty Acids in Virgin Coconut Oil Frying at Various Temperatures"

<sup>3</sup> Clarissa Hanjaya et al, "Quality of Virgin Coconut Oil with Addition of Peppermint Oil"

<sup>4</sup> Muhammad Rasid Ridho et al, "Pkm Ecommerce, Packaging Design Dan Manajemen Pemasaran Untuk Usaha Kuliner Kota Batam"



commerce. Adapun target luaran yang akan dicapai pada akhir program kegiatan PKM ini adalah meningkatnya penjualan produk sehingga produksi semakin bertambah dan berlangsung terus menerus serta segmen pasarnya semakin luas.

## METODE

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada Kelurahan Gamtufkange Kecamatan Tidore Kota Tidore Kepulauan. Waktu pelaksanaan selama 2 bulan. Metode yang digunakan adalah Metode penyuluhan untuk meningkatkan pemahaman terhadap suatu masalah yang berkaitan erat dengan kemampuan softskill dan hardskill yang dimiliki oleh mitra tentang pemasaran yang berbasis e-commerce.

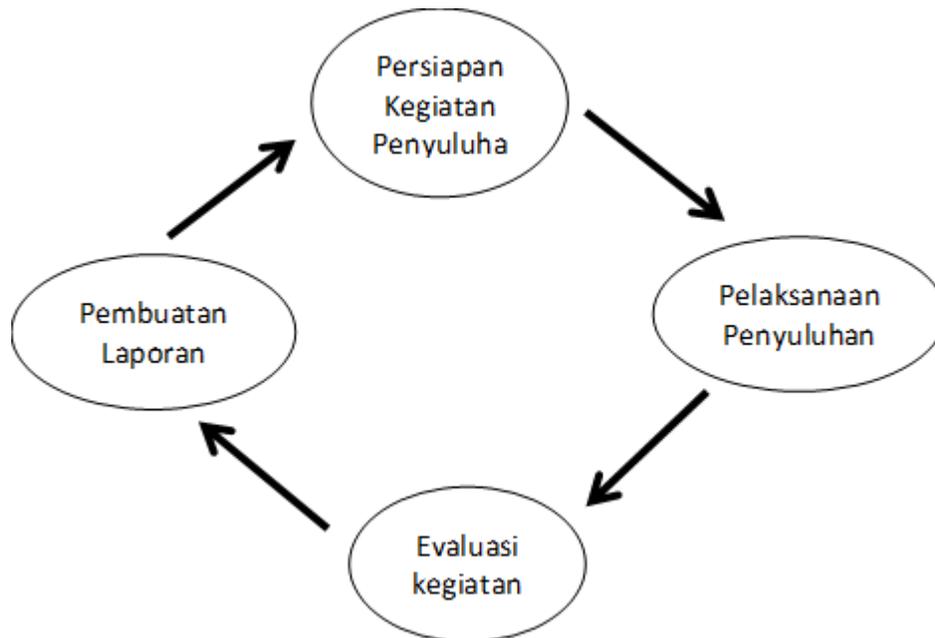
Langkah-langkah yang dilakukan oleh Tim P2M terhadap mitra bapak kamin S. Abdurrahman secara riil dilapangan adalah sebagai berikut:

- a. Persiapan PKM terhadap mitra di kelurahan Gamtufkange adalah:
  - (1) Melakukan koordinasi dengan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat (LP2M) yang berkaitan dengan dokumen administrasi yang berkaitan dengan ijin kegiatan pelaksanaan pengabdian pada masyarakat.
  - (2) Melakukan kunjungan lapangan pada lokasi kegiatan untuk mendapatkan data, informasi dan gambar berkaitan dengan kegiatan yang sedang dilakukan calon mitra.
  - (3) Melakukan koodinasi dengan pejabat pemerintah setempat tentang pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Untuk mencapai hasil yang diharapkan maka proses pelaksanaannya akan dilakukan sesuai jadwal yang telah disepakati.
- b. Partisipasi Mitra Dalam Pelaksanaan Program.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh tim PKM, kelompok mitra adalah orang yang ulet, pekerja keras dan tidak pernah menyerah dalam memproduksi VCO meskipun hanya menggunakan peralatan seadanya dan sering mengalami kendala dalam pemasaran produknya. Dalam pelaksanaan program PKM ini mitra akan berpartisipasi dengan cara:

  - (1) Mengikuti kegiatan penyuluhan mengenai pemasaran berbasis e-commers.
  - (2) Menyiapkan segala perlengkapan dan peralatan yang diperlukan untuk proses pelaksanaan penyuluhan.
- c. Evaluasi pelaksanaan Program dan keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan PKM selesai dilaksanakan.

Kegiatan ini merupakan bentuk kerjasama dengan mitra sehingga evaluasi perlu dilakukan apakah memiliki dampak bagi mitra ataukah tidak. Evaluasi terhadap kegiatan ini akan dilakukan 3 (tiga) bulan setelah kegiatan ini dilaksanakan. Adapun tahapan pelaksanaannya adalah:



**Gambar 1. Tahap pelaksanaan PKM**

Jika program berjalan dengan baik dapat dilanjutkan dengan program lainnya seperti membangun kelompok masyarakat lain pembuat Virgin Coconut Oil (VCO) yang pemasarannya berbasis e-Commerce, menggerakkan pemerintah setempat untuk mendukung pelaku usaha pembuat VCO agar produknya dapat berkembang dan dikenal oleh masyarakat luas sehingga kegiatan ini dapat dilanjutkan untuk kegiatan pengabdian selanjutnya.

## HASIL

Produk Virgin Coconut Oil (VCO) merupakan salah satu produk minyak alami yang bahan dasarnya adalah kelapa dan memiliki banyak manfaat yang bisa digunakan sebagai obat luar maupun dapat diminum secara langsung. Kelapa adalah kehidupan bagi rakyat Maluku Utara (Malut) khususnya di kota Tidore Kepulauan. Kota ini memiliki luas wilayah 1.550,37 km<sup>2</sup>, yang menjadikannya kota terluas ketiga di Indonesia setelah Kota Palangka Raya dan Kota Dumai dengan luas lahan perkebunan kelapa mencapai 8.541 ha. Oleh karena itu mitra sebagai penghasil VCO tidak mengalami kesulitan dalam mendapatkan bahan baku VCO.

Selama ini produk yang dihasilkan oleh mitra lebih banyak di konsumsi sendiri karena selain produk dan manfaatnya belum dikenal luas oleh masyarakat, teknik pemasarannya juga belum dilakukan secara daring. Pada kegiatan ini tim PKM akan memberikan penyuluhan cara menggunakan facebook pages sehingga produk yang dipasarkan lebih menarik dan lebih muda dikenal oleh masyarakat, baik yang ada di Kota Tidore Kepulauan maupun di luar wilayah Kota Tidore Kepulauan. Dari hasil pengamatan yang dilakukan selama kegiatan berlangsung, kegiatan ini mendapat respon positif dari mitra sehingga diharapkan produk yang dihasilkan bisa berkembang dan berlangsung secara terus menerus sehingga pendapatan mitra lebih meningkat.



## DISKUSI

### Konsep Pemasaran

Pemasaran adalah tindakan murah hati untuk membantu seseorang memecahkan masalah. Pemasar menawarkan solusi, peluang bagi manusia untuk memecahkan masalah mereka dan bergerak maju. Pada kenyataannya, pemasaran adalah cara berpikir tentang bisnis, bukan sekumpulan teknik. Ini lebih dari sekadar menjual barang dan mengumpulkan uang. Ini adalah hubungan antara orang dan produk, pelanggan dan perusahaan<sup>5</sup>. Pada hakekatnya pemasaran online dan pemasaran offline mempunyai tujuan yang sama yaitu menawarkan produk maupun jasa agar sampai ketangan konsumen hanya saja strategi dan toolsnya yang mempunyai perbedaan.

E-Marketing adalah sisi pemasaran dari E-Commerce, yang merupakan kerja dari perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet<sup>6</sup>. Pemasaran Online adalah pemasaran yang dilakukan melalui system komputer online interaktif yang menghubungkan konsumen dan penjual secara elektronik. Jasa online komersial adalah jasa yang menawarkan jasa informasi dan pemasaran online kepada pelanggan yang membayar iuran bulanan. Pemasaran online/online marketing/internet marketing menggambarkan usaha perusahaan untuk memasarkan produk dan jasa, serta membangun hubungan dengan pelanggan melalui internet<sup>7</sup>.

### Media Pemasaran Online

Promosi sebuah produk atau jasa kini semakin maju dan mudah dilakukan semenjak populernya sosial media. Semenjak kehadiran media sosial untuk promosi, promosi bisnis tidak lagi dilakukan via radio, media cetak atau televisi. Saat ini dapat disebut era digital dimana media online merupakan wadah yang populer dimanfaatkan untuk mempromosikan sebuah bisnis. Hadirnya sosial media yang didukung oleh kekuatan internet saat ini berpotensi mendukung keberhasilan promosi suatu usaha atau produk dengan mudah, cepat dan murah, bahkan tanpa modal sama sekali. Apalagi dengan berbagai sarana beragam internet tools yang ada seperti website, blog, sosial media dan sifatnya yang global, real time dan praktis membuat kegiatan promosi usaha Anda akan lebih maksimal karena jangkauannya yang luas dan hampir tidak terbatas.

Oleh karena itu tim PKM menganjurkan kepada mitra sebagai pelaku usaha untuk menggunakan whatapp sebagai pilihan utama dalam melakukan pemasaran online dan facebook sebagai pilihan kedua karena selain whatapp mitra juga lebih sering menggunakan facebook walaupun sesuai data yang dirilis pengguna facebook berada di urutan yang ke tiga dibanding instagran yang berada di urutan ke dua

#### 1. Penggunaah Whatsapp

Untuk menggunakan whatapp sebagai media pemasaran online maka langkah-langkah yang harus dilakukan adalah:

1. Mengunduh aplikasi whatsapp bisnis secara gratis melalui google play store dan apple app store kemudian ketik ikon whatsapp business pada layar utama telepon lalu klik install lalu buka

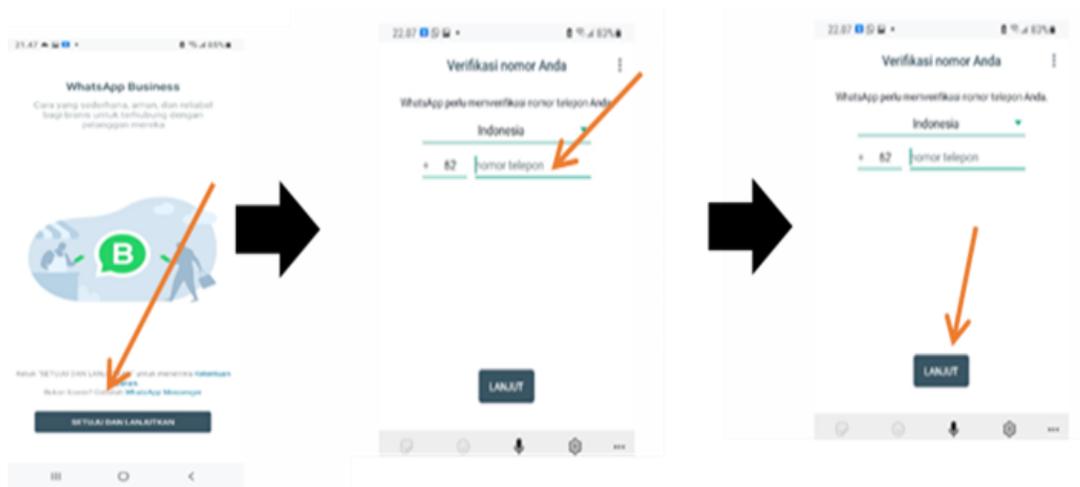
<sup>5</sup> Sisca et al. "Pemasaran: Dasar dan Konsep"

<sup>6</sup> Gary Armstrong & Philip Kotler. "Dasar-Dasar Pemasaran"

<sup>7</sup> Philip Kotler & Gary Armstrong, "Prinsip-Prinsip Pemasaran"



2. Selanjutnya klik setuju dan lanjutkan kemudian memasukkan nomor telepon yang digunakan untuk bisnis dan klik lanjut

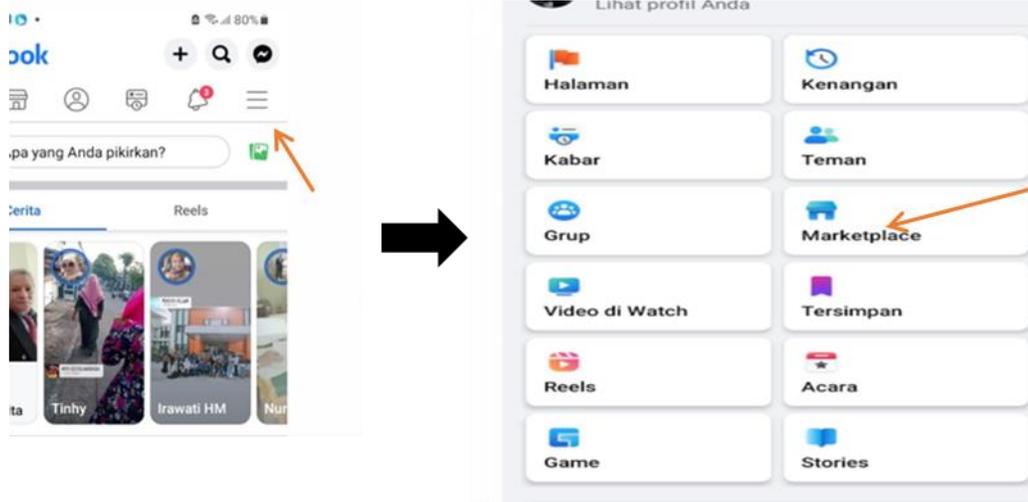


3. Izinkan Akses ke kontak dan foto dan membuat profil akun bisnis dengan memasukkan nama bisnis dan kategori bisnis kemudian klik lanjut sehingga whatsapp bisnis siap digunakan

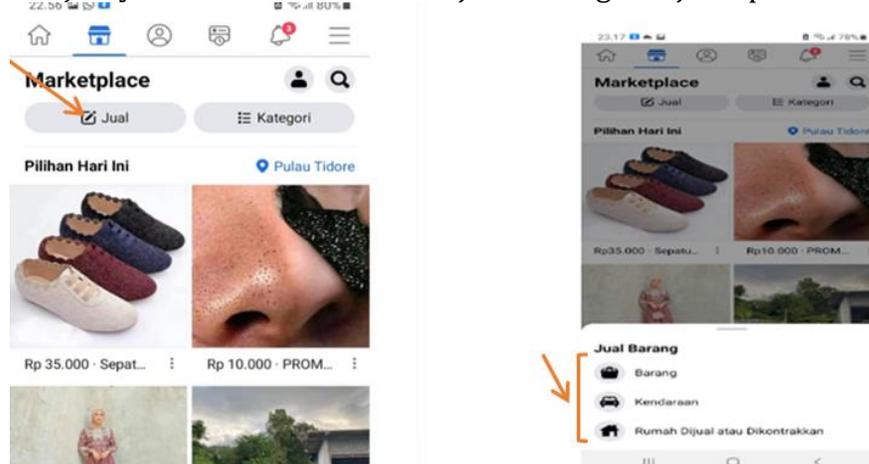
## 2. Penggunaan Facebook

Melakukan penjualan online menggunakan facebook dapat dilakukan dengan beberapa cara, akan tetapi cara ini hanya membahas tentang penjualan online menggunakan facebook marketplace. Langkah langkah yang harus dilakukan untuk menggunakan facebook marketplace sebagai media pemasaran online adalah:

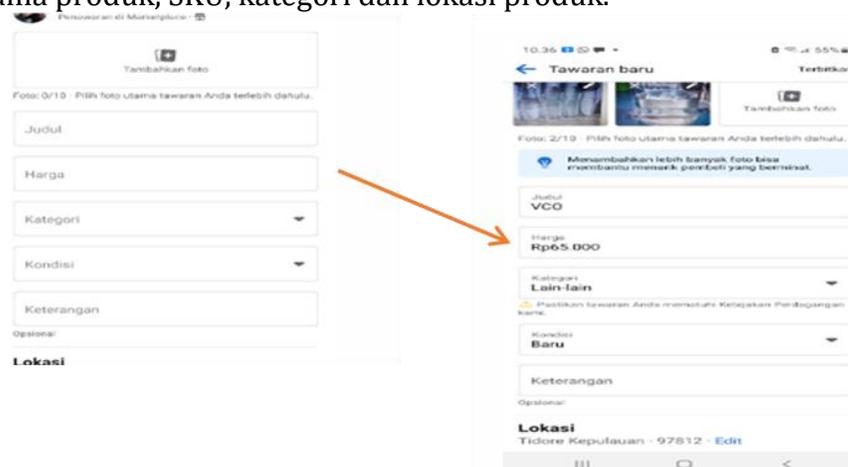
1. Masuk keakun facebook pengguna kemudian klik ikon garis tiga diujung kanan dan pilih marketplace dengan ikon toko yang terletak di menu bar atas



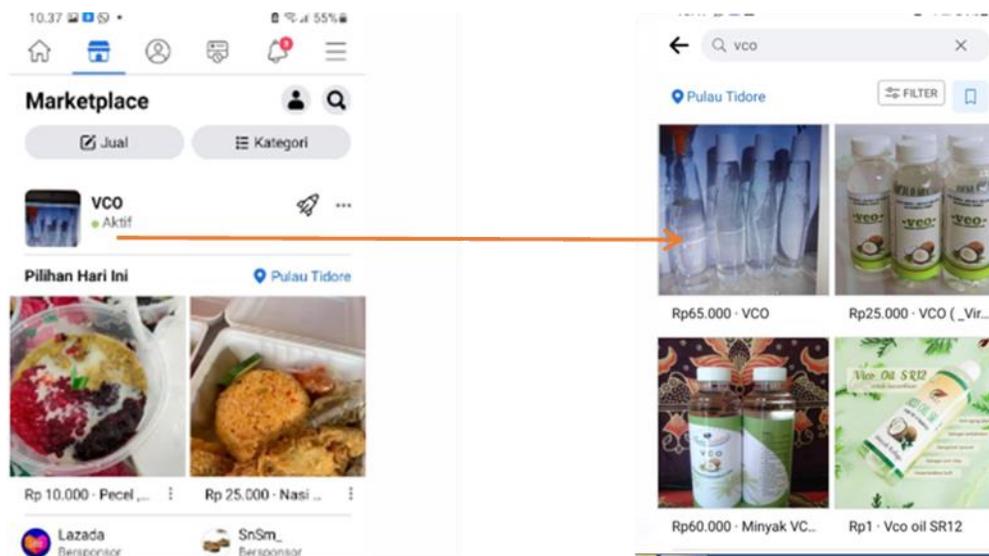
2. Langkah selanjutnya adalah memilih menu jual barang dan jenis penawaran



3. Langkah terakhir adalah mengisi informasi detail produk yang ingin dijual seperti foto produk, nama produk, SKU, kategori dan lokasi produk.



Setelah semua terisi kemudian klik terbitkan maka produk Virgin Coconut Oil (VCO) tersebut akan muncul di marketplace



## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil diskusi dan kegiatan penyuluhan yang dilakukan terhadap mitra maka dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya mitra sangat bersemangat dalam mempelajari dan mempraktekkan bentuk pemasaran yang berbasis e-commerce sehingga dengan cepat mitra dapat memahami apa yang telah disampaikan oleh pemateri. Mitra sangat berharap agar mendapatkan bimbingan lebih lanjut mengenai pemasaran dengan aplikasi online agar produk yang mereka hasilkan bisa berkembang dan dikenal oleh semua orang. Mitra juga mengharapkan pendampingan dan bimbingan cara membuat gambar produk yang bagus, cara menangani pemesanan produk secara online dan proses pencatatan transaksi yang benar dan tepat. Oleh karena itu tim PKM akan berusaha agar apa yang menjadi keinginan dan harapan mitra akan kami wujudkan. Untuk keberlanjutan produk maka tim PKM merekomendasikan agar produk yang dihasilkan oleh mitra dapat dikemas dalam botol yang lebih bagus dan unik serta dibuatkan label produk berhubung produk yang ada belum menggunakan label sebagai ciri khas dan karakteristik produk yang membedakannya dengan produk lain yang sejenis agar tampilan produk lebih cantik dan menarik, Untuk selanjutnya tim PKM.

## PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Tim pengabdian kepada masyarakat (PKM) mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu sehingga pelaksanaan PKM dapat berjalan sesuai yang diharapkan

## DAFTAR REFERENSI

- [1] Clarissa Hanjaya, Franciscus Sinung Pranata, Yuliana Reni Swasti. "Quality of Virgin Coconut Oil with Addition of Peppermint Oil". *agriTECH*, 40 (3) 2020, 215-222
- [2] Dewa Ayu Ika Pramitha & I Wayan Karta, "Analysis of Fatty Acids in Virgin Coconut Oil Frying at Various Temperatures". *Jurnal Sains dan Teknologi* Vol.10 No 1 Tahun 2021: 104-111.
- [3] Gerard G. Dumancas, Lakshmi C. Kasi Viswanath<sup>1</sup>, Arnie R. de Leon, Sindhura



- Ramasahayam<sup>3</sup>, Randall Maples, Rangika Hikkaduwa Koralege, Undugodage Don Nuwan Perera, Joel Langford<sup>1</sup>, Aamina Shakir and Samuel Castles. "Health Benefits Of Virgin Coconut Oil". 2016 Nova Science Publishers, Inc. Chapter. ISBN 978-1-63485-219-7
- [4] Gary Armstrong & Philip Kotler. "Dasar-Dasar Pemasaran". Edisi ke-12. Penerbit Erlangga. 2013
- [5] Kotler, Armstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- [6] Muhammad Rasid Ridho, Pastima Simanjuntak, and Desrini Ningsih. "Pkm Ecommerce, Packaging Design Dan Manajemen Pemasaran Untuk Usaha Kuliner Kota Batam". Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat. © 2019 Penerbit LPPM UNSERA. Volume 3 Nomor 1: 21-26 DOI: <http://dx.doi.org/10.30656/jpmwp.v3i1.1180>.
- [7] Sisca, Mariana Simanjuntak, Andriasan Sudarso, Ernest Grace Syafrida Hafni Sahir, Dini Mustika Buana Putri, Rosdiana, Candra Puspita Ningtyas, Hasyim & Yurilla Endah Muliatie. "Pemasaran: Dasar dan Konsep". Penerbit Yayasan Kita Menulis, ISBN: 978-623-342-217-8 Cetakan 1, September 2021.



**HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN**