



## PERBAIKAN KEMASAN PRODUK VCO DESA SALUT, LOMBOK UTARA

Salman<sup>1</sup>; Sinarep<sup>1</sup>; I Dewa Ketut Okariawan<sup>1</sup>; Sultan<sup>2</sup>; Muhamad Ali Imron<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Teknik Mesin, Universitas Mataram, Jl. Majapahit No. 62, Mataram

<sup>2</sup>Teknik Elektro, Universitas Mataram, Jl. Majapahit No. 62, Mataram

<sup>3</sup>Manajemen, Ekonomi Bisnis, Universitas Mataram, Jl. Majapahit No.62, Mataram

Article history: Received: 15 Oktober 2024, Revised:20 October 2024 Accepted: 23 Oktober 2024  
Corresponding author: Salman, program T. Mesin, Fakultas teknik Unram, e-mail: [salman@unram.ac.id](mailto:salman@unram.ac.id)

### ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Nusa Tenggara Barat (NTB) saat ini banyak menghadapi persaingan produk sejenis dari daerah lain serta banyaknya retail modern yang dikhawatirkan dapat mematikan UMKM. Salah satu contoh UMKM yang perlu diperhatikan adalah usaha produksi Virgin Coconut Oil (VCO) di Desa Salut, Lombok Utara. Minyak VCO adalah salah satu jenis minyak kelapa yang cara pembuatannya tidak dipanaskan. Selama ini usaha produksi VCO di desa tersebut masih dilakukan secara sederhana dan pemasaran yang belum optimal. Karena itu anggota pelaksana kegiatan pengabdian melakukan usaha perbaikan pemasaran usaha VCO di Desa Salut, Lombok Utara. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan dengan cara survei ke lokasi pembuatan produk VCO, sosialisasi perbaikan kemasan produk VCO dan perbaikan pemasaran produk. Dari kegiatan pengabdian ini produk dibuat dengan perbaikan kemasan yang memuat teks label Minyak Mijeng, logo KWT, nama brand, berat bersih, logo halal, petunjuk penyimpanan, komposisi, nama produksi, no Hp, no P IRT (legalitas usaha), dan tanggal expired. Diiperoleh juga data produksi berupa pembuatan produk VCO disertai label dan komposisi, biaya per produksi Rp 22.000, harga produk Rp 30.000/liter dan nama merek yaitu Minyak Goreng Bening.

**Kata kunci:** UMKM, VCO, Pemasaran, Lombok Utara

### ABSTRACT

*Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) in West Nusa Tenggara (NTB) are currently facing a lot of competition from similar products from other regions and the many modern retailers that ask can decrease UMKM. One example of UMKM that needs to be considered is the Virgin Coconut Oil (VCO) production business in Salut Village, North Lombok. VCO oil is a type of coconut oil that is not heated. So far, the VCO production business in the village has been carried out simply and marketing has not been optimal. Therefore, members of the community service were implementing efforts to improve the VCO marketing business in Salut Village, North Lombok. The method was carried out by surveying the VCO product manufacturing location, socializing improvements to VCO product packaging and improving product marketing. From this community service activity, products are made with improved packaging that includes the text of the Mijeng Oil label, KWT logo, brand name, net weight, halal logo, storage instructions, composition, production name, cellphone number, P IRT number (business legality), and expiration date. Production data was also obtained in the form of VCO product manufacturing accompanied by labels and composition, production costs of IDR 22,000, product price of IDR 30,000/liter and the brand name is Clear Cooking Oil.*

**Keywords:** UMKM, VCO, Marketing, North Lombok

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Nusa Tenggara Barat (NTB) saat ini banyak menghadapi persaingan produk sejenis dari daerah lain serta banyaknya retail modern yang dikhawatirkan dapat mematikan UMKM. Adanya persaingan produk sejenis dari daerah lain, di

satu sisi akan meningkatkan persaingan namun di sisi lain dengan inovasi yang baik, akan memunculkan produk baru yang berbeda dan mempunyai keunikan tersendiri. Ujung dari persaingan tersebut adalah harga, sebagai cerminan dari kualitas produk. Peluang dalam memajukan UMKM di NTB juga sangat luas, terutama didukung oleh sumber daya alam yang variatif, sehingga memunculkan potensi pengembangan produk-produk turunan [1]. Badan Pusat Statistik (BPS) NTB [2] menunjukkan sumbangan sektor pertanian, perikanan dan kehutanan tahun 2021 terhadap PDRB yang mencapai lebih dari 22% dan sektor pertambangan dan galian sebesar 17%. Hal ini mengindikasikan bahwa 39% perekonomian di NTB disumbang oleh sektor primer yaitu sektor yang mengandalkan sumber daya alam, sementara sektor industri pengolahan hanya menyumbang 4% terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).

Produk dari sektor primer tersebut umumnya diperdagangkan dalam bentuk bahan mentah atau produk yang belum diolah. Struktur perekonomian NTB yang masih didominasi oleh sektor primer dan sektor tersier, merupakan peluang bagi UMKM untuk mengolah menjadi barang dan jasa. UMKM sebagai usaha yang mengolah bahan mentah menjadi barang jadi dan barang setengah jadi, akan diperoleh nilai tambah dan mempunyai posisi penting dalam upaya peningkatan kontribusi sektor industri. BPS NTB, mencatat tahun 2019, jumlah UMKM di NTB sebanyak 645.000 unit dan menyerap 1.695.000 pekerja NTB (71,01% dari 2.387.000 orang yang bekerja), sementara tahun 2018, jumlah IKM mencapai 96.205 unit dan menyerap 259.140 orang pekerja NTB (11,58% dari 2.237.000 orang yang bekerja) dengan pertumbuhan IKM mencapai 8,14%. Jumlah tenaga kerja yang besar dan terserap dalam UMKM tersebut, menunjukkan bahwa UMKM NTB mempunyai peran yang sangat penting dalam memajukan perekonomian daerah [3].

UMKM perlu ditumbuhkan dan diperkuat agar mampu merebut pasar kebutuhan masyarakat yang sebelumnya banyak dipasok oleh daerah luar NTB. Jika 64% dari total PDRB NTB dibelanjakan pada produk-produk lokal NTB dan UMKM mampu memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat, maka dapat dipastikan bahwa perekonomian daerah akan berputar serta meningkatkan kesejahteraan. Untuk meningkatkan konsumsi masyarakat terhadap produk-produk dalam daerah, maka pemerintah menetapkan berbagai kebijakan sebagai bentuk keberpihakan kepada UMKM NTB [4].

Salah satu contoh UMKM yang perlu diperhatikan adalah usaha produksi *Virgin Coconut Oil* (VCO) di Desa Salut, Lombok Utara. Minyak VCO adalah salah satu jenis minyak kelapa yang cara pembuatannya tidak dipanaskan. Menurut penelitian Harvard Medical School, minyak ini mampu meningkatkan kadar kolesterol HDL (kolesterol baik) sehingga menjaga kesehatan jantung. Virgin Coconut Oil adalah minyak kelapa yang diproses dengan cara yang tidak menggunakan panas tinggi atau bahan kimia. Minyak kelapa murni ini diperoleh dari daging kelapa muda yang baru dipetik, kemudian diproses dengan cara pres atau sentrifugasi [5].

Memiliki rasa dan aroma yang lebih kuat dibandingkan dengan minyak kelapa yang diproses dengan cara lain. Minyak VCO juga kaya akan asam lemak tak jenuh tunggal (medium chain fatty acids) yang dapat membantu meningkatkan metabolisme dan mengurangi lemak tubuh. Minyak kelapa murni ini dikenal memiliki sifat antioksidan yang tinggi, sehingga dapat membantu menjaga kesehatan kulit dan rambut. Asam lemak pada VCO lebih mudah dicerna dan diserap oleh tubuh [6-9].

Salah seorang pelaku Usaha produksi VCO di Desa salut adalah Eli Purnamasari (37). Selama ini kelemahan atau kekurangan dari usaha produksi VCO di desa tersebut adalah proses produksi masih dilakukan secara sederhana dan pemasaran yang belum optimal. Terutama sekali tampilan kemasan yang masih belum ber-label. Karena itu anggota pelaksana kegiatan pengabdian melakukan usaha perbaikan pemasaran usaha VCO di Desa Salut, Lombok Utara.

## **METODE**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- Survei ke lokasi pembuatan produk VCO
- Sosialisasi perbaikan kemasan produk VCO oleh anggota pelaksana pengabdian,
- Perbaikan pemasaran produk

Survei dilakukan dengan cara mengunjungi pelaku usaha produksi VCO di Desa Salut, Lombok Utara. Data-data yang diambil antara lain kondisi usaha, SDM, sarana prasarana, kapasitas produksi dan pemasaran.

Dari data data tersebut disimpulkan permasalahan yang dihadapi pelaku usaha produksi VCO dan Tindakan yang perlu dilakukan oleh tim pegabdian.

Sosialisasi dilakukan dengan cara mendtangkan pembicara kegiatan sosialisasi Pengemasan dan Pemasaran Produk serta Manajemen Keuangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kegiatan Sosialisasi dengan tema “Pengemasan dan Pemasaran Produk Serta Manajemen Keuangan Bisnis untuk Masyarakat Lokal” berlangsung pada Sabtu, (27/7/2024) di Desa Salut, Kecamatan Kayangan, Kabupaten Lombok Utara, Nusa Tenggara Barat (NTB).

Tujuan sosialisasi adalah menjadikan Kelompok Wanita Tani yang ada di Desa Salut lebih bersemangat lagi untuk mempromosikan produknya melalui pemanfaatan kemajuan teknologi informasi yakni salah satunya melalui media sosial. Selain itu juga, kami berharap semoga dengan diterapkannya materi-materi yang disampaikan oleh pemateri nanti dapat meningkatkan pendapatan KWT yang ada di Desa Salut dan produk-produknya dapat dikenal luas bukan hanya sebatas di sini saja melainkan dapat mencakup skala Nasional.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Survei

Dari hasil survei diperoleh sejumlah data seperti ditunjukkan di Tabel 1.

Tabel 1. Data aktivitas produksi minyak VCO di lokasi kegiatan mitra.

Uraian	Data
Nama pengrajin	D. Eli Purnamasari
Pendidikan terakhir	SMP
Umur	37 tahun
Jumlah pekerja	12 orang
Bahan baku yang dibutuhkan	Kelapa tua
Jumlah/volume/berat bahan baku yang dibutuhkan	10 kelapa tua berukuran kecil
Biaya pengadaan bahan baku	Rp. 2000,00/butir kelapa
Tahun Merintis	2018
Sewa/Milik Lahan	Kebun milik anggota KWT
Asal bahan baku	Membeli di Pengepul
Ketahanan sampai expired	6 bulan
Dijual ke	Outlet, apotik, pameran
Cara owner memasarkan	Konvensional atau secara langsung
Asal bantuan	Kantor Desa, Yayasan SIP Indonesia
Masalah yang dihadapi	Pemasaran, cuaca
Jumlah Produksi per/minggu	15-20 botol per minggu (untuk jumlah per waktu tertentu tidak tetap, karena tidak ada pasar. Mereka hanya memproduksi ketika ada pesanan dan disesuaikan dengan pesanan)
Jumlah pengrajin serupa di lokasi	Tidak Ada
Peralatan yang dimiliki	Bak, toples besar, kapas saring, gayung, selang sendok, pamarut, wajan

**Kegiatan Sosialisasi.** Kegiatan sosialisasi berlangsung di Balai Desa, Kantor Desa Salut, Lombok Utara, dibuka oleh Kepala Desa (Kades) Salut, Bahrudin A.Ma. Selain dihadiri langsung oleh Kades Salut, kegiatan Sosialisasi juga dihadiri para ibu-ibu Kelompok Wanita Tani (KWT) (lihat Gambar 1). Materi sosialisasi adalah Pengemasan dan Pemasaran Produk Serta Manajemen Keuangan Bisnis untuk Masyarakat Lokal, dikarenakan Desa Salut memiliki sumber daya alam (SDA) yang melimpah mulai dari jambu mete, kelor, jagung, madu trigona, serta buah kelapa yang begitu melimpah dan masih banyak lagi hasil-hasil bumi lainnya. Dan masyarakat Desa Salut juga sudah mampu memanfaatkan sumber daya menjadi sebuah produk yang memiliki nilai jual yang cukup tinggi, hanya saja mereka masih terkendala pada pasar yang tidak pasti.

Atas dasar itulah tim pelaksana kegiatan pengabdian berinisiatif untuk membantu para UMKM/ KWT yang ada di Desa Salut untuk dapat memasarkan produknya dengan pasti yakni salah satunya melalui kegiatan sosialisasi tersebut.

Pemerintah Desa (Pemdes) diwakili Kades Salut, Bahrudin A.Ma memberikan dukungan penuh kepada Kelompok Wanita Tani, baik berupa materil maupun alat-alat yang dibutuhkan dalam proses produksinya yang sumber anggarannya dari Dana Desa (DD). Selain itu, pihak desa juga membantu untuk legalitas usaha, seperti sertifikat halal dan juga NIB yang dapat memudahkan mereka nantinya untuk di support oleh pemerintah apabila ada bantuan dan segala macamnya, karena sudah punya legalitas usaha.

Kendala yang dihadapi para KWT, adalah terkait dengan pemasaran atau pasar yang mau membeli produk-produk para KWT yang masih belum pasti. Sehingga berharap dengan adanya kegiatan sosialisasi juga bantuan tim kegiatan pengabdian Unram nantinya dapat membantu para ibu-ibu KWT untuk dapat memasarkan produknya kalau bisa sampai ke tingkat nasional.

Dalam kegiatan sosialisasi tersebut dihadirkan pemateri sosialisasi, Husnul Wati, S.T.P, lulusan Prodi Ilmu Teknologi Pangan, Unram. Selaku pemateri, Husnul memberikan edukasi terkait bagaimana pengemasan dan strategi pemilihan pasar yang tepat serta bagaimana memmanage keuangan yang baik kepada para kelompok wanita tani Desa Salut.

Materi yang disampaikan yaitu bagaimana pengemasan produk yang sesuai standar. Dalam melakukan pengemasan suatu produk, desain label kemasan sangat penting untuk diperhatikan, terutama yang sudah sesuai dengan standar BPOM. Informasi – informasi mengenai daftar bahan yang digunakan, berat bersih, tanggal produksi, keterangan kadaluarsa dan yang lainnya sangat menentukan persaingan di pasar, karena konsumen nantinya dapat memilah dan memilih produk seperti apa yang akan mereka konsumsi.

Disampaikan juga materi tentang bagaimana strategi pemasaran yang tepat di zaman sekarang yang serba digital. Langkah pertama untuk menentukan pangsa pasar adalah dengan segmentasi, yakni menentukan kelompok-kelompok yang akan dilayani oleh pasar, apakah target kita untuk mahasiswa, ibu rumah tangga, dan yang lainnya. Kemudian sebagai penjual harus memposisikan diri (positioning) dalam pasar seperti apa, misal inovasi minyak khas Kabupaten Lombok Utara. Baru setelah itu, dianalisis media sosial apa yang sering digunakan oleh target pasar untuk menentukan media promosi yang efektif.

Sosialisasi juga berisi materi penyuluhan tentang manajemen keuangan untuk UMKM yang dapat membantu para KWT dalam pengelolaan keuangan yang baik. Dalam berwirausaha, kita harus memisahkan antara keuangan pribadi dan juga keuangan usaha. Tidak sedikit dari mereka yang mempunyai toko/usaha sering mengambil uang maupun barang yang ada di toko/usaha, hal tersebut tidak diperkenankan. Boleh mengambil barang dagangan akan tetapi harus diganti. Hal tersebut dilakukan supaya keuangan usaha terstruktur dan keuangan jelas darimana sumber dan dikemana uang tersebut.

Kegiatan sosialisasi tersebut dilanjutkan dengan sesi tanya jawab yang di mana para peserta sangat antusias dalam menghidupkan diskusi dan ditanggapi dengan baik dan cekatan oleh pemateri.



Gambar 1. Para Kelompok Wanita Tani dalam sosialisasi pengemasan dan pemasaran produk serta manajemen keuangan bisnis.



Gambar 2. Proses pembuatan VCO



Gambar 3. Produk komersial VCO yang telah dibuat.

#### Perbaikan Kemasan Produk



Gambar 4. Bentuk tampilan kemasan produk VCO dalam botol air minum sebelum dilakukan perbaikan kemasan.

Produksi VCO yang dibuat oleh KWT Desa Salut, Lombok Utara (Gambar 2 dan 3), masih memiliki kemasan produk yang sangat sederhana. Kemasan produk hanya dibuat dalam

botolan plastik polos tanpa label, teks informasi komposisi dan tanggal kadaluarsa (Gambar4). Dengan kata lain Produk VCO dari mitra tersebut memerlukan kemasan yang diberi label atau merek disertai komposisi dan keterangan lainnya. Karena itu dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan pembimbingan pembuatan produk berlabel.

Perbaikan kemasan dilakukan dengan cara mengganti botol kemasan sebelumnya yang berupa botol plastik air minum atau minyak goreng bekas dengan botol plastik yang baru. Botol-botol plastik tersebut berukuran 1000 ml dan 200 ml.

Pada bagian tampilan depan luar botol ditempelkan label kemasan dengan desain yang menarik. Pada bagian kemasan terdapat gambar potongan kepala segar sebagai bahan utama VCO, daun kelapa menunjukkan simbol asal buah kelapa yaitu dari pohon kelapa, dan logo KWT sebagai produsen VCO Desa Salut, Lombok Utara.

Sedangkan pada tampilan bagian belakan kemasan, tertulis komposisi VCO yaitu murni 100 persen VCO dan tanggal kadaluarsa produk (Gambar 5).



Gambar 5. Bentuk produk VCO setelah dilakukan perbaikan kemasan.

Teks dari produk Mijeng itu sebagai berikut :

Minyak Mijeng

- Logo KWT
- Nama Brand
- Tentang Produk (Minyak Jeneng merupakan "tertulis di label")
- Berat bersih
- Logo halal
- petunjuk penyimpanan
- komposisi
- diproduksi oleh
- No Hp
- No P IRT (Legalitas usahanya)
- Expired

Selain itu dibuat pula briket dari arang tempurung kelapa dengan nama produk BRIM. Labelnya ditampilkan sebagai berikut:

Briket (BRIM)

- Logo KWT
- Nama brand
- Tentang produk (Briket arang merupakan "tertulis di label")
- Komposisi

- Diproduksi oleh
- Expired
- Berat Bersih
- Kode Produksi
- No telpon

Dari kegiatan pengabdian ini diperoleh data produksi berupa pembuatan produk VCO disertai label dan komposisi (Gambar 3). Data ditunjukkan di Tabel 2.

Tabel 2. Data produksi produk Merek Minyak Goreng Bening

Uraian	Data produksi
Biaya per produksi	Rp 22.000
Harga produk perkemasan/volume	Rp 30.000/liter
Nama merek	Minyak Goreng Bening

## KESIMPULAN

Produksi VCO yang dibuat oleh KWT Desa Salut, Lombok Utara masih memiliki kemasan produk yang sangat sederhana. Karena itu dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan pembimbingan pembuatan produk berlabel.

Perbaikan kemasan dilakukan dengan cara mengganti botol kemasan sebelumnya yang berupa botol plastik air minum atau minyak goreng bekas dengan botol plastik yang baru. Botol-botol plastik tersebut berukuran 1000 ml dan 200 ml.

Pada kemasan yang dibuat tertulis teks label Minyak Mijeng, logo KWT, Nama Brand, berat bersih, logo halal, petunjuk penyimpanan, komposisi, nama produksi, no Hp, no P IRT (legalitas usaha), dan tanggal expired

Dari kegiatan pengabdian ini juga diperoleh data produksi setelah dilakukan perbaikan kemasan berupa biaya per produksi Rp 22.000, harga produk perkemasan/volume Rp 30.000/liter dengan nama merek Minyak Goreng Bening

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan pada pihak-pihak yang telah membantu kegiatan pengabdian, khususnya dukungan dana dari kegiatan pengabdian LPPM, Universitas Mataram dan mitra yang terlibat di Desa Salut.

## REFERENSI

- [1]. Andi Pramaria (2023). Strategi Penumbuhkembangan UMKM di Nusa Tenggara Barat, *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*, 9(1),13-18 Diperoleh melalui [https://www.researchgate.net/publication/369637955\\_Strategi\\_Penumbuhkembangan\\_UMKM\\_di\\_Nusa\\_Tenggara\\_Barat#fullTextFileContent](https://www.researchgate.net/publication/369637955_Strategi_Penumbuhkembangan_UMKM_di_Nusa_Tenggara_Barat#fullTextFileContent)
- [2]. Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat (2021), Pertumbuhan Ekonomi Provinsi NTB Triwulan II-2021, Diperoleh melalui <https://ntb.bps.go.id/id/pressrelease/2021/08/05/764/pertumbuhan-ekonomi-provinsi-ntb-triwulan-ii-2021.html>
- [3]. Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat (2022) Produk Domestik Regional Bruto per Kapita Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Nusa Tenggara Barat (ribu rupiah), 2023, diperoleh melalui <https://ntb.bps.go.id/id/statistics-table/3/YWtoQIRVZzNiMU5qU1VOSIRFeFZiRTR4VDJOTVVUMDkiMw==/produk-domestik-regional-bruto-per-kapita-atas-dasar-harga-berlaku-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-nusa-tenggara-barat--ribu-rupiah---2023.html?year=2023>
- [4]. Wijaya, S.E. dan K. Ferbiadini (2023) Kajian Industri Kreatif NTB yang Berdaya Saing' dalam Membangun UMKM Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Indonesia Timur. Jakarta:

- ERIA dan Kementerian Perdagangan, 6-29.
- [5]. Anita, F., Muhlis, A., Hamim, T., (2022), Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan: Pembuatan Minyak Kelapa Murni (*Virgin Coconut Oil*) dan Blondo di Dusun Krajan Desa Balet Baru Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember, *Jurnal Pengabdian Masyarakat, As-sidanah*, 2(2), 1-20
- [6]. Melati, A., Kusuma, N., Ariani, P. (2020) Review: Asam Lemak Virgin Coconut Oil (VCO) dan Manfaatnya untuk Kesehatan, *Jurnal Agroteknologi dan Agribisnis* 4(1), 93
- [7]. Abast, M. A., Koleangan, H. S. J., &Pontoh, J. (2015). Analisis AsamLemak dalam Minyak Kelapa MurniMenggunakan Derivatisasi Katalis Basa. *Jurnal MIPA*, 4(2), 29. Diperoleh melalui <https://doi.org/10.35799/jm.5.1.2016.11408>
- [8]. Asy'ari, M., & Cahyono, B. (2006) Pra-Standarisasi: Produksi dan AnalisisMinyak Virgin Coconut Oil (VCO).*Jurnal Kimia Sains Dan Aplikasi*, 9(3), 74–80. Diperoleh melalui <https://doi.org/10.14710/jksa.9.3.74-80>
- [9]. Babu, A. S., Velus S. K., Arena,R., Guazzi, M., & Lavie, C. J. (2014) *Virgin Coconut Oil and ItsPotential Cardioprotective Effects.Postgraduate Medicine*, 126(7), 76 83. Diperoleh melalui <https://doi.org/10.3810/pgm.2014.11.2835>