

PKM Peningkatan Produksi dan Nilai Ekonomi VCO Melalui Penerapan K3, Strategi Pemasaran dan Stock Opname Pada Rumah Produksi Bali Nirmala, Kesiman

Ni Putu Ayu Tika Kurniawati^{1*}, Krisna Gangga Dewi A A Istri², Ratna Wahyu Lestari Ni Luh Putu³

¹Universitas Warmadewa, Denpasar, Indonesia

²Universitas Warmadewa, Denpasar, Indonesia

³Universitas Warmadewa, Denpasar, Indonesia

*e-mail korespondensi: tikakurniawati1991@gmail.com

Abstract

The community service activity was aimed at increasing the productivity and capacity of the micro, small, and medium enterprises (MSMEs) producing Virgin Coconut Oil (VCO) Bali Nirmala. This MSME faced major challenges related to the suboptimal implementation of Occupational Safety and Health (OSH) standards (K3), conventional product marketing strategies, and manual stock management. The solutions offered by the team involved three key approaches: socialization and provision of Personal Protective Equipment (PPE); mentoring and training on digital marketing strategies through social media; and digitalized stock management training using Microsoft Excel. The implementation of the program, conducted through an initial survey, problem identification, planning, and program implementation, yielded positive results. The outcomes showed an increase in partner awareness regarding OSH, an improvement in digital marketing skills which expanded the market reach, and more efficient stock recording that successfully minimized recording errors. Overall, the program successfully delivered a positive impact on enhancing partner capacity and business sustainability.

Keywords: Virgin Coconut Oil (VCO); Community Service; E-marketing; OSH; Digital Stock Management

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan produktivitas dan kapasitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Virgin Coconut Oil (VCO) Bali Nirmala. UMKM ini secara spesifik menghadapi tantangan utama, yaitu penerapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) yang belum optimal, strategi pemasaran yang masih konvensional, dan sistem manajemen stok yang dilakukan secara manual. Solusi yang ditawarkan oleh tim pengabdian meliputi tiga pendekatan utama: pertama, sosialisasi mendalam dan penyediaan standar Alat Pelindung Diri (APD); kedua, pelatihan dan pendampingan pembuatan konten serta implementasi strategi pemasaran digital melalui media sosial; dan ketiga, pelatihan komprehensif manajemen stok terdigitalisasi menggunakan aplikasi Microsoft Excel. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui survei awal, identifikasi masalah kritis, perencanaan, dan implementasi program yang terstruktur. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan kesadaran mitra terkait pentingnya K3, peningkatan keterampilan signifikan dalam memanfaatkan teknologi pemasaran digital yang berdampak pada perluasan jangkauan pasar, dan efisiensi pencatatan stok yang berhasil menekan kesalahan pencatatan. Secara keseluruhan, program ini berhasil memberikan dampak positif yang nyata dalam meningkatkan kapasitas mitra dan menjamin keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: Virgin Coconut Oil (VCO); Pengabdian Masyarakat; E-marketing; K3; Manajemen Stok Digital

Accepted: 2025-10-01

Published: 2025-10-30

PENDAHULUAN

Virgin Coconut Oil (VCO) merupakan produk olahan kelapa murni yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan banyak dimanfaatkan dalam industri kesehatan, kecantikan, dan kuliner. Permintaan VCO terus meningkat seiring dengan kesadaran masyarakat terhadap produk alami dan sehat. Namun, untuk memenuhi permintaan tersebut dan meningkatkan nilai ekonomisnya, diperlukan strategi komprehensif yang mencakup penerapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3), strategi pemasaran yang efektif, serta manajemen stok yang efisien.

Penerapan K3 dalam proses produksi sangat penting untuk menjamin keselamatan pekerja dan kualitas produk, terutama di sektor UMKM (Kasyfi, 2021). Selain itu, kemajuan teknologi digital di era globalisasi menuntut UMKM untuk beradaptasi, di mana pemasaran melalui media sosial terbukti efektif dan penting untuk menjangkau konsumen yang lebih luas (Puhi et al., 2024). Terakhir, isu manajemen stok yang sistematis juga esensial untuk menjaga stabilitas produksi dan distribusi. Pengelolaan stok yang baik dapat membantu industri kecil dan menengah memenuhi permintaan pasar tanpa mengalami overstock atau understock (Gaffar et al., 2022).

UMKM Rumah Produksi Bali Nirmala adalah salah satu pelaku usaha di Bali yang memproduksi VCO. Meskipun memiliki potensi besar, UMKM ini menghadapi beberapa kendala yang menghambat produktivitas dan perkembangannya. Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan tim pengabdian, ditemukan tiga permasalahan utama. Pertama, belum adanya standar penerapan K3 yang memadai, termasuk penggunaan Alat Pelindung Diri (APD), sehingga berisiko membahayakan pekerja. Kedua, strategi pemasaran produk masih sangat konvensional, menyebabkan jangkauan pasar terbatas dan kurangnya promosi optimal. Ketiga, manajemen stok produk masih dilakukan secara manual, yang sering kali menimbulkan ketidakseimbangan antara produksi dan permintaan (overstock atau understock).

Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengatasi kendala yang dihadapi UMKM Bali Nirmala melalui pendampingan. Target dari kegiatan ini adalah (1) meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam penerapan K3 dan penggunaan APD, (2) mengoptimalkan strategi pemasaran melalui e-marketing dan media sosial, serta (3) menyusun sistem manajemen stok yang lebih efisien berbasis digital. Artikel ini menyajikan proses dan hasil dari ketiga pendekatan tersebut untuk meningkatkan kapasitas dan keberlanjutan UMKM.

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Rumah Produksi Bali Nirmala, Kelompok Kerajinan Rakyat VCO yang berlokasi di Kesiman, Denpasar. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif yang melibatkan mitra secara aktif sejak awal kegiatan, dimulai dari survei awal pada bulan Februari 2025 hingga pelaksanaan program inti pada Mei-Juni 2025. Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan secara detail, menyusun program solusi, dan memastikan keberlanjutan program pengabdian.

Pelaksanaan program terbagi menjadi tiga tahapan utama, yaitu:

1. Tahap Identifikasi dan Perencanaan: Tim pengabdian melakukan kunjungan awal dan survei untuk mengidentifikasi tiga permasalahan krusial (K3, pemasaran, dan stok) serta menyusun rencana program secara terintegrasi.
2. Tahap Pelaksanaan/Intervensi: Tahap ini fokus pada implementasi solusi melalui pelatihan dan pendampingan serta pemberian bantuan usaha. Bantuan yang diberikan mencakup Alat Pelindung Diri (APD) untuk meningkatkan K3, dan aplikasi Microsoft Excel yang dipasang pada perangkat mitra untuk manajemen stok digital. Pendampingan meliputi sosialisasi K3, pelatihan pembuatan konten visual untuk media sosial (e-marketing), dan pelatihan pengoperasian Microsoft Excel untuk pencatatan stok.
3. Tahap Evaluasi dan Monitoring: Tahap akhir adalah evaluasi berkelanjutan untuk memantau kemajuan, mengukur dampak, serta memastikan program berjalan efektif.

Pengukuran keberhasilan dalam program pengabdian ini dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Keberhasilan dalam aspek K3 dan Pemasaran Digital diukur melalui observasi langsung terhadap penerapan APD dan analisis konten media sosial (jangkauan pasar). Sementara itu, keberhasilan dalam aspek Manajemen Stok diukur melalui kemampuan mitra dalam mengoperasikan sistem Excel yang diberikan dan perbandingan antara proses pencatatan stok manual dan digital. (Sesuai Bab V Laporan: Tahap Evaluasi Kegiatan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan dampak positif pada peningkatan kapasitas dan produktivitas UMKM Rumah Produksi Bali Nirmala. Berdasarkan tiga pendekatan solusi yang diberikan, berikut adalah capaian dan pembahasan yang diperoleh.

1. Peningkatan Kesadaran dan Keterampilan K3

Pada tahap awal, mitra tidak memiliki pemahaman yang memadai mengenai Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3), terutama penggunaan Alat Pelindung Diri (APD). Melalui sosialisasi, mitra diberikan pemahaman mendalam tentang pentingnya K3 untuk mengurangi risiko kecelakaan kerja dan menciptakan lingkungan kerja yang aman. Program ini berhasil meningkatkan kesadaran mitra, dan mereka mulai mengimplementasikan penggunaan sarung tangan dan celemek dalam proses produksi VCO. Peningkatan pemahaman K3 ini menjadi fondasi penting untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih aman dan terjamin (Prasetyo et al., 2025).

2. Optimalisasi Strategi Pemasaran melalui Digitalisasi

Sebelumnya, pemasaran produk VCO Bali Nirmala masih sangat konvensional dan terbatas. Tim pengabdian memberikan pelatihan dan pendampingan strategi pemasaran digital (e-marketing). Mitra diajarkan cara membuat konten visual yang menarik, seperti foto produk dan video, serta cara mengunggahnya ke media sosial seperti Facebook dan Instagram (Awa & Hutomo, 2025). Keterampilan mitra dalam memanfaatkan teknologi untuk pemasaran meningkat, yang berpotensi besar untuk memperluas jangkauan pasar produk dan meningkatkan penjualan. Strategi pemasaran melalui media sosial terbukti efektif untuk menjangkau konsumen yang lebih luas (Fadhilah & Pratiwi, 2021; Trulline, 2021).

3. Efisiensi Manajemen Stok dengan Digitalisasi

Manajemen stok yang dilakukan secara manual sering kali menyebabkan ketidakakuratan data dan inefisiensi. Tim pengabdian memberikan solusi dengan melatih mitra menggunakan aplikasi Microsoft Excel untuk pencatatan stok. Pelatihan ini mencakup cara input data produksi, permintaan, dan transaksi penjualan. Sistem digital sederhana ini memungkinkan mitra memantau ketersediaan stok secara real-time, sehingga dapat menghindari masalah overstock atau understock (Sihotang & Nabila, 2022). Efisiensi pencatatan juga mengurangi kesalahan dan memudahkan penyusunan laporan, yang pada akhirnya meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan (Subagio & Hadiyana, 2025).

Tabel 1. Capaian Hasil Kegiatan Pengabdian

No	Aspek	Kondisi Awal	Capaian Hasil
1	K3 (Keselamatan & Kesehatan Kerja)	Pemahaman dan penggunaan APD tidak konsisten.	Kesadaran meningkat, APD digunakan rutin, risiko kerja berkurang.
2	Pemasaran (Digital Marketing)	Pemasaran konvensional, jangkauan pasar terbatas.	Keterampilan digital meningkat, jangkauan pasar meluas.
3	Manajemen Stok	Pencatatan stok manual, rentan overstock/understock.	Pencatatan lebih efisien dan akurat, stok terpantau real-time.

Tabel 1 menunjukkan secara komprehensif transformasi yang dialami mitra UMKM setelah intervensi. Perubahan signifikan terlihat pada aspek K3, di mana kesadaran terhadap bahaya kerja meningkat drastis diikuti dengan penggunaan APD yang konsisten. Selain itu, transisi ke pemasaran digital telah sukses memperluas jangkauan pasar produk di luar metode konvensional. Terakhir, implementasi Microsoft Excel sebagai sistem pencatatan digital secara efektif mampu meminimalkan kesalahan data, sehingga meningkatkan efisiensi dan akurasi manajemen stok.

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat di UMKM Rumah Produksi Virgin Coconut Oil (VCO) Bali Nirmala telah berhasil meningkatkan kapasitas mitra melalui tiga intervensi utama yang terintegrasi. Intervensi pertama berfokus pada Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3); melalui sosialisasi dan penyediaan Alat Pelindung Diri (APD), tim pengabdian berhasil meningkatkan kesadaran dan pemahaman mitra terkait prosedur K3, yang berimplikasi langsung pada penciptaan lingkungan kerja yang lebih aman. Intervensi kedua adalah Pemasaran Digital (E-marketing), di mana pendampingan dalam pembuatan konten visual dan pemanfaatan media sosial (Facebook dan Instagram) telah meningkatkan keterampilan digital mitra dan memperluas jangkauan pasar produk VCO. Intervensi terakhir adalah Manajemen Stok Digital, di mana pelatihan penggunaan Microsoft Excel berhasil mentransformasi pencatatan stok dari manual menjadi digital, menghasilkan peningkatan efisiensi, pengurangan kesalahan pencatatan, dan kemampuan mitra untuk memantau ketersediaan stok secara real-time. Secara keseluruhan, program pengabdian ini memberikan dampak positif dan terukur dalam mengatasi masalah krusial UMKM, sehingga mendukung peningkatan produktivitas dan potensi keberlanjutan usaha di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Awa, A., & Hutomo, Y. P. (2025). Pelatihan dan Pendampingan Creative Digital Marketing sebagai Media Promosi Produk UMKM Menggunakan Canva dan CapCut. *Educivilia: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 40–60.
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing (Studi Kasus pada Kelompok Usaha "Kremes Ubi" di Desa Cibunar, Kecamatan Rancakalong, Sumedang). *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17–22.
- Gaffar, M. A. (2022). Perancangan Sistem Informasi Manajemen Berbasis Web pada UMKM. *EKOMA Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 195–205.
- Kasyfi, M. (2021). Pentingnya Penerapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) pada Mata Kuliah Produksi Busana Wanita di Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Implementasi*, 26-32.
- Prasetyo, E. A. (2025). Penerapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) Pada UMKM Cemilan Ringan. *BHAKTI NAGORI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 352–357.
- Puhi, G. A. (2024). Pemanfaatan Branding Digital Marketing Sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas dan Daya Saing Produk UMKM Penjaringsari. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPKMN)*, 994-999.
- Sihotang, L. &. (2022). Peran Sistem Informasi Manajemen Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia Dimasa Pandemi Covid-19. *EKOMA Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 195-205.
- Subagio, Y. &. (2025). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Manajemen Berbasis Web pada UMKM Kuliner di Indonesia. *Journal of Innovative and Creativity*, 17302-17312.
- Trulline, P. (2021). Pemasaran Produk UMKM Melalui Media Sosial dan E-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 154-167.