
Penguatan Usaha Pkk Dalam Pemasaran Vco Melalui Digital Marketplace Dan Dimia.Id

Nani Irma Susanti¹, Rina Ani Sapariyah², Yusuf Sutanto³, Sumaryanto⁴,
Aris Tri Haryanto⁵, Hartati Dyah Wahyuningsih⁶

^{1,2,3,5,6} Universitas Dharma AUB Surakarta, ⁴Universitas Slamet Riyadi Surakarta

¹niss_irma@stie-aub.ac.id, ²rinaani@stie-aub.ac.id, ³pixel_cmp@yahoo.com, ⁴sumaryanto@unisri.ac.id,
⁵arisharyanto26@yahoo.co.id ⁶hartati.dyah@stmik-aub.ac.id

Abstrak

Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan pemasaran Virgin Coconut Oil (VCO) yang diproduksi oleh anggota PKK RT 04 RW 03 Gambirsari, Banjarsari, Surakarta. Program ini dilaksanakan sebagai tindak lanjut dari pelatihan pembuatan VCO yang telah diberikan sebelumnya. Permasalahan utama yang dihadapi adalah bagaimana memastikan VCO memiliki peluang pasar dan strategi pemasaran yang efektif agar dapat bersaing di marketplace. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pelatihan berbasis analisis data dan pengolahan informasi, di mana peserta diberikan pemahaman tentang cara mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data pasar menggunakan aplikasi Dimia.id. Dengan metode ini, peserta dapat mengidentifikasi tren pasar, persaingan, serta strategi pemasaran yang tepat. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa permintaan VCO terus meningkat, terutama untuk kebutuhan kesehatan dan perawatan tubuh. Namun, persaingan di marketplace cukup tinggi, sehingga diperlukan strategi pemasaran digital yang optimal. Dengan pendekatan yang berbasis data, anggota PKK dapat memanfaatkan inovasi pengemasan, pemasaran digital, dan media sosial untuk meningkatkan daya saing produk. Kegiatan ini memberikan manfaat langsung bagi peserta dengan meningkatkan literasi digital dan keterampilan pemasaran berbasis data. Dengan strategi yang tepat, produk VCO dari PKK Gambirsari masih berpeluang untuk berkembang dan bersaing di pasar digital.

Kata kunci: Pengabdian kepada masyarakat, Virgin Coconut Oil, pemasaran digital, daya saing, Dimia.id.

A. PENDAHULUAN

Surakarta adalah kota budaya, tempat berniaga masyarakat Jawa Tengah, Posisinya yang strategis dengan sarana prasarana membuat Kota Surakarta selalu menjadi tempat jujugan Bisnis, Pariwisata (Sumaryanto & Widajanti, 2023) dan Kuliner (Pradipta, 2021). Adanya 2 Keraton Surakarta yaitu Keraton kasunanan dan Keraton Mangkunegaran membuat daerah sekitar menjadi daerah penyokong kota Surakarta. Karanganyar, Klaten, Wonogiri, Sragen, Sukoharjo, dan Boyolali. Hasil alam maupun hasil produksi dari daerah penyokong menjadi suplier yang sangat diandalkan, sehingga barang yang dijual selalu fresh. Surakarta memiliki pasar induk yaitu pasar Legi. Kelapa sebagai bahan utama pembuatan Virgin coconut Oil diperoleh dari pasar Legi maupun pasar besar lainnya yang berada di Kota Surakarta, sehingga untuk bahan baku Virgin Coconut Oil dapat selalu tersedia setiap saat dengan jumlah yang melimpah. Hal ini untuk menjaga kualitas ketersediaan produk dan harga agar selalu stabil.

Anggota PKK RT. 04 RW. 03 telah menerima pelatihan pembuatan Virgin Coconut Oil. Setelah melalui sosialisasi bahwa VCO sangat bermanfaat dan telah banyak testimoni dari anggota masyarakat lainnya. Kepercayaan anggota PKK RT. 04 RW. 03 Banjarsari Surakarta terhadap produk Virgin Coconut Oil – VCO karena telah melihat mempraktekan proses produksi dan digunakan untuk perawatan maupun pengobatan (Mela & Bintang, 2021).

Kegiatan PKM ini adalah kelanjutan dari kegiatan PKM di Gambirsari RT 04 RW 03 Kelurahan Joglo Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta. Anggota PKK telah mendapatkan pelatihan pembuatan VCO. VCO adalah Virgin coconut Oil yang sebenarnya sudah ada sejak tahun 1990. Awalnya digunakan untuk gangguan penyakit pada kucing. Tetapi sekarang menjadi primadona kembali setelah masyarakat menyadari untuk menggunakan barang berbahan natural. VCO menjadi andalan

untuk yang sedang berdiet seperti diet Keto. VCO saat ini banyak digunakan untuk pengganti deodorant yang aman dan ampuh. Demikian juga untuk membersihkan wajah sekaligus untuk melembakan kulit. Sehingga masyarakat mulai beralih ke VCO untuk mengatasi berbagai masalah kulit mereka. Demikian juga untuk mengatasi berbagai masalah rambut. VCO juga dapat dikonsumsi langsung untuk menjaga kesehatan. Anggota PKK Gambirsari RT 04 RW 03 Kelurahan Joglo Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta yang telah mendapatkan pelatihan memberikan pertanyaan apakah membuat VCO dapat dijual dan memperoleh penghasilan jika diproduksi? Bagaimana cara mengetahui VCO masih punya peluang/laku dijual?

B. METODE PENGABDIAN

Metode hendaknya memuat tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat dan juga memuat penjelasannya secara detail.



Gambar 1 Tahapan Kegiatan

Metode Kegiatan Pelatihan dilakukan dengan menggunakan metode pelatihan analisis data dan pengolahan informasi. Metode pelatihan Analisis Data dan Pengolahan Informasi adalah pendekatan yang digunakan untuk melatih peserta dalam mengumpulkan, mengolah, menganalisis, dan menginterpretasikan data agar dapat digunakan dalam pengambilan keputusan yang lebih efektif. Dengan ceramah dan presentasi interaktif untuk memberikan pemahaman teoretis, serta demonstrasi dan praktik langsung menggunakan alat analitik yang relevan (Sinduningrum et al., 2022).

Peserta diajarkan cara memperoleh dan membaca data dari dimia.id. Setelah memasukkan data produk VCO dan mencari produk VCO yang ada di platforma digital hijau dan orange sebagai pembandingan, tahap berikutnya adalah pengolahan data, pengolahan data sudah tersedia dari dimia.id dengan menu yang dapat dipilih agar lebih mudah dipahami dan digunakan dalam analisis. Saat pelatihan sampai di sini semua peserta dapat memahami dengan baik.

Langkah selanjutnya memberikan penjelasan dengan Bahasa yang sederhana bagaimana metode ini menitikberatkan pada analisis data yang dapat mencakup analisis deskriptif untuk memahami kondisi data, analisis prediktif untuk memperkirakan tren masa depan, atau analisis preskriptif yang memberikan rekomendasi berbasis data.

Manfaat dari metode pelatihan ini sangat signifikan, terutama dalam meningkatkan kemampuan berpikir kritis, mempermudah pengambilan keputusan berbasis data, serta mengoptimalkan strategi bisnis dan pemasaran. Dalam konteks pemasaran digital, pemahaman analisis data memungkinkan anggota PKK dapat mengidentifikasi tren pasar, memahami preferensi pelanggan, dan mengukur efektivitas strategi pemasaran yang telah diterapkan. Selain itu, pelatihan ini juga membantu meningkatkan efisiensi dan produktivitas dengan memastikan bahwa setiap keputusan yang diambil didasarkan pada informasi yang akurat dan terukur. Dengan menguasai keterampilan analisis data, anggota PKK dapat lebih kompetitif dalam menghadapi era digital yang semakin bergantung pada informasi berbasis data. Hal ini menjadi sangat relevan terutama bagi pelaku usaha, seperti anggota PKK yang ingin membuat produk VCO dan mengetahui posisi produk mereka di pasar melalui platform DIMIA.ID, sehingga mereka memiliki peluang dan dapat meningkatkan daya saing serta mencapai hasil yang lebih optimal dalam bisnis mereka berdasarkan data. Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan Jumat 13 September 2024 di rumah Ibu Sri Wahyuni, Gambirsari RT 04 RW 03 Joglo Banjarsari Surakarta. Anggota PKK yang familiar dengan laptop diberi tugas untuk mengikuti

arahan dari Tim PKM, sedangkan anggota yang lain mencari data dari platform Hijau maupun kuning info mengenai produk VCO yang telah ada. Untuk Wifi karena keterbatasan sarana, Tim PKM memberikan akses tethering kepada laptop yang digunakan saat pelatihan.



Gambar 2. Foto Tim PKM dan Peserta

Virgin Coconut Oil (VCO) telah semakin dikenal sebagai produk dengan berbagai manfaat kesehatan, seperti potensi antivirus, antibakteri, serta kemampuannya dalam menurunkan kadar kolesterol. Dalam bidang kecantikan, VCO sering digunakan untuk melembabkan kulit dan mengatasi bau badan. Selama pandemi COVID-19, permintaan VCO meningkat secara signifikan karena banyak konsumen beralih ke produk alami untuk mendukung kesehatan mereka. Tren ini menciptakan peluang besar bagi pelaku usaha, terutama di daerah Surakarta, untuk memperluas pasar dan mempromosikan produk VCO mereka sebagai solusi kesehatan dan kecantikan berbasis bahan alami.

Surakarta, dengan berbagai pasar tradisional yang menjadi pusat perdagangan dan interaksi sosial, menyediakan potensi besar untuk pemasaran VCO. Beberapa pasar utama, seperti Pasar Gede Hardjonagoro yang terkenal dengan produk lokal, Pasar Klewer yang menjadi pusat batik, hingga Pasar Legi sebagai sentra sayuran segar, berfungsi sebagai platform distribusi potensial. Meski keberadaan pasar tradisional tetap relevan, persaingan dengan pasar modern menuntut inovasi dari para pedagang. Diversifikasi produk berbasis kelapa yang ramah lingkungan, pengembangan kemasan menarik untuk meningkatkan daya tarik produk, serta optimalisasi pemasaran digital melalui media sosial dan kampanye iklan berbayar menjadi langkah strategis untuk meningkatkan penjualan dan daya saing VCO di Surakarta.

Surakarta, sebagai salah satu pusat ekonomi di Jawa Tengah, memiliki potensi pasar yang baik untuk produk VCO. Banyak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Surakarta, produk yang dijual selain pusat batik (Hakim et al., 2021) juga makanan/kuliner (Pradipta, 2021), . Untuk produk kecantikan dan kesehatan masih kurang, walaupun Surakarta terkenal dengan 2 Keraton sebagai sumber budaya di mana kecantikan putri keraton menjadi panutan. VCO di Indonesia pernah sangat populer pada akhir tahun 1990 sampai awal 2000-an. Pada saat itu masyarakat percaya kandungan bahan-bahan yang ada pada VCO bermanfaat untuk kesehatan tubuh. Namun karena pengaruhnya yang tidak instan, masyarakat yang berharap VCO dapat memulihkan penyakit secara cepat mulai berhenti mengonsumsinya (Papatungan, 2021). Hal ini berdampak pada penurunan penjualan dan produksi VCO (Mela & Bintang, 2021). Menurut data, meskipun VCO telah dikenal luas oleh masyarakat, kesadaran akan kualitas dan manfaatnya masih perlu ditingkatkan.

Peran Dimia.id dalam Pemasaran

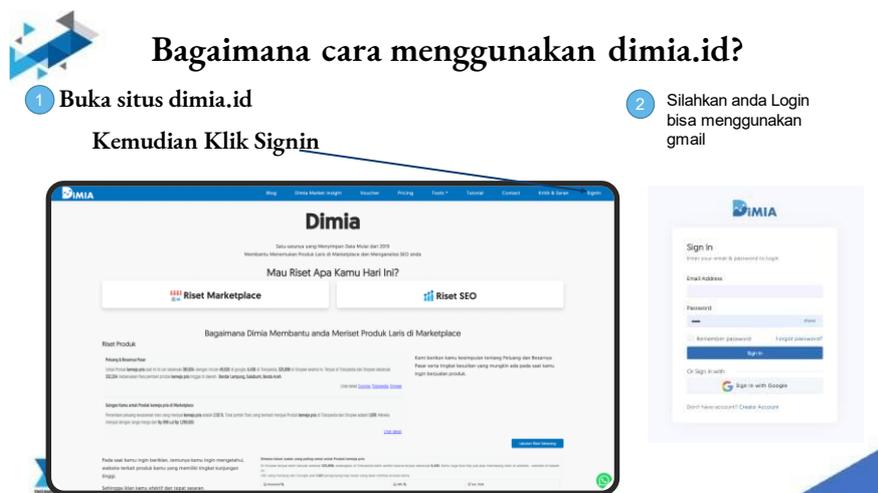
Dimia.id merupakan aplikasi yang bisa digunakan untuk membantu untuk dalam melakukan riset di Marketplace dan Tools SEO terbaik dalam meningkatkan penjualan dan optimasi website yang kamu kelola. (Yohandini et al., 2020)

Kelebihan Dimia.id;

1. Kemudahan Dalam Riset Produk Terlaris
2. Membantu Mengetahui Jumlah Kompetitor
3. Membandingkan Penjualan di 2 Marketplace terbesar di Indonesia
4. Riset Keyword dengan mudah
5. Mengetahui Backlink Kompetitor

Cara menggunakan Dimia.id

1. Dalam menu dimia.id terdapat menu Riset Produk Laris yang terdiri dari: Analisa Foto Produk, Analisa Judul Produk, Analisa Harga, Analisa Review Produk dan Analisa Service yang diberikan oleh Kompetitor
2. Menu selanjutnya adalah Riset Toko dan Pesaing
3. Menu analisa Trend dan pencarian di Google

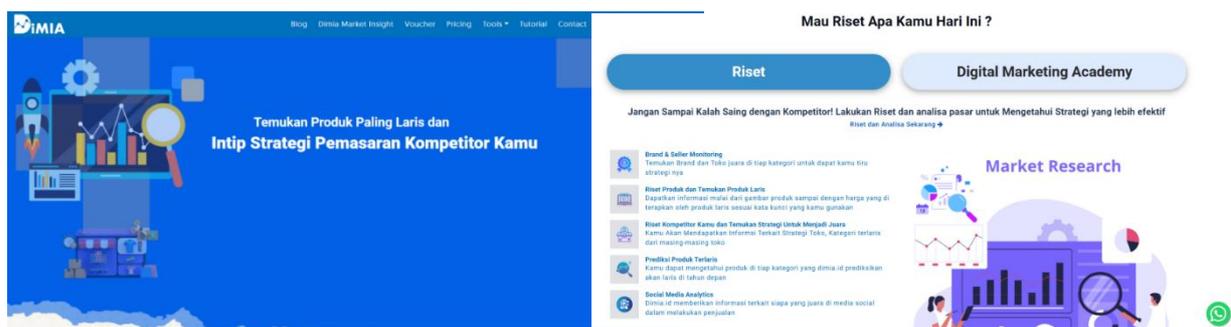


Gambar 3. Menu Utama Dimia.id

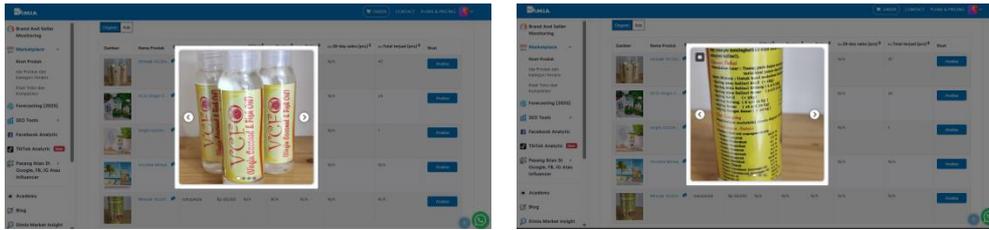
C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Cara Riset VCO

- a. Membuka web dimia.id
- b. Membuat akun dan verifikasi lewat email.



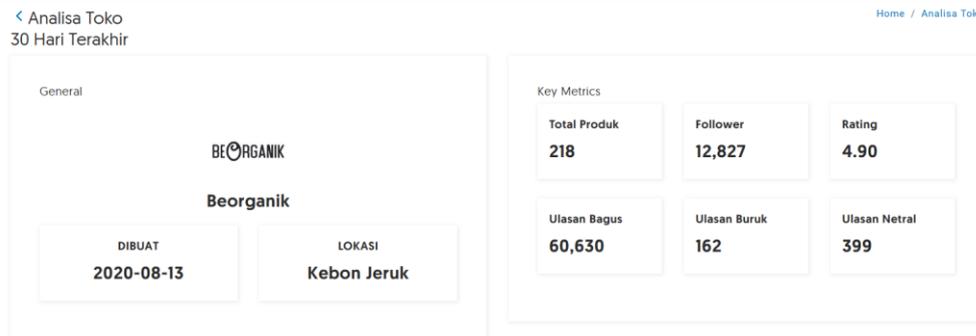
Gambar 4. Proses Login dan Menemukan Posisi Produk VCO di marketplace



Gambar 8. Penampakan layout Dimia.id untuk detail Produk

f. Klik Analisa Toko

Toko bernama Beorganik Berlokasi di Kebon Jeruk Mulai dipasarkan secara online tanggal 13 Agustus 2020 telah terjual sebanyak 218, memiliki Follower 12,827, dengan rating 4,9 dan mendapatkan ulasan Bagus 60.630, Ulasan Buruk 162.



Gambar 9. Data Salah Satu Produk VCO yang telah ada Prestasi Toko di TokoPedia jika produk masuk Kategori 1 maka Virgin Coconut Oil memiliki marketshare 80,91% jika dimasukkan ke dalam kategori makanan dan minuman atau Perawatan tubuh. Jika dimasukkan ke dalam kategori Kesehatan marketshare 0.52%.

Kategori Level 1		Kategori Level 2		Kategori Level 3	
No	Nama Kategori	Market Share	Total Produk Terlaris	Terjual (Pcs)	Terjual (Rp)
1	makanan-minuman	80.91%	30	7,48 RB	350,12 JT
2	perawatan-tubuh	16.65%	2	5,62 RB	72,04 JT
3	kecantikan	1.92%	2	165	8,31 JT
4	kesehatan	0.52%	1	45	2,25 JT

g. Untuk Mengetahui Posisi Virgin Coconut Oil dimasukkan ke dalam kategori Kesehatan



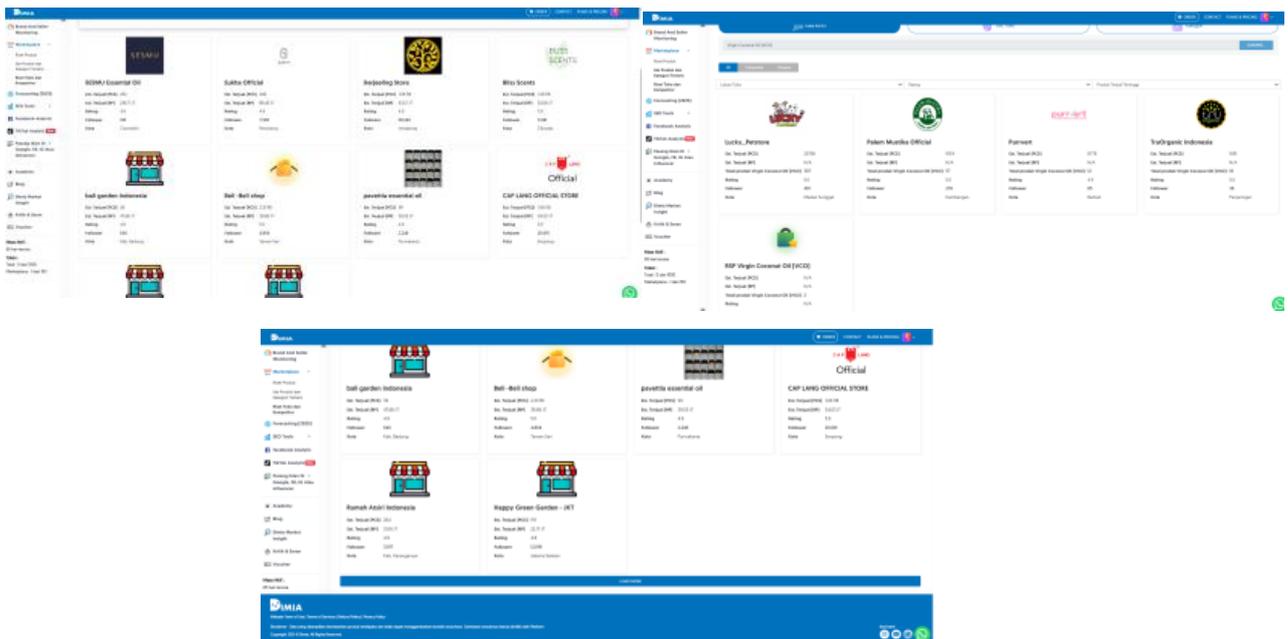
Gambar 11. Statistik VCO dimasukkan kategori Kesehatan

Dari gambar di atas tampak jika Virgin Coconut Oil akan dimasukkan kedalam produk Kesehatan maka detail dan Caption Virgin Coconut Oil menggunakan keterangan masuk untuk perlengkapan kebersihan, Obat-obatan dan Tulang dan sendi (Dapat disesuaikan dengan Manfaat Virgin Coconut Oil).



Gambar 12. Peluang memproduksi VCO dari Kota Surakarta

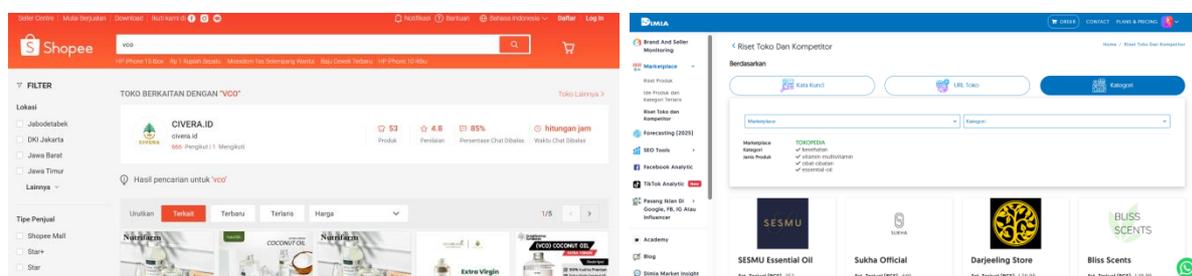
- h. Untuk mengetahui lokasi Produsen Virgin Coconut Oil dapat dilihat dari Lokasi Toko Kota Surakarta belum masuk ke dalam market place TokoPedia dan Shopee, hal ini masih memberikan kesempatan karena ada kemungkinan market place di Kota Surakarta dan sekitarnya masih sangat terbuka. Produksi Virgin Coconut Oil bisa menggunakan Free ongkir dalam memenangkan persaingan.



Gambar 13. Peluang Produk VCO di kota Surakarta

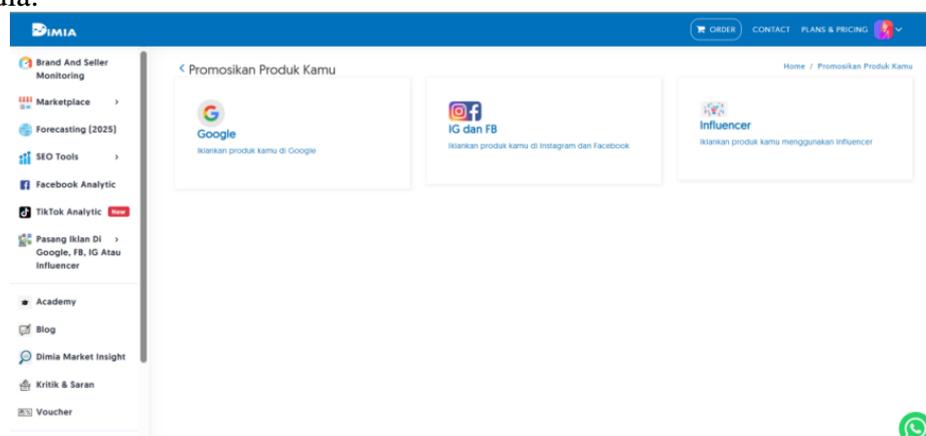
Tujuan dari analisa bersaing ini adalah untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan VCO di Surakarta melalui Dimia.id. Dengan melakukan analisis ini, pelaku usaha dapat mengembangkan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing produk mereka dan memastikan bahwa produk VCO yang ditawarkan tidak hanya laris di pasaran tetapi juga memenuhi ekspektasi konsumen.

- 1) Dari hasil riset VCO dengan dimia.id dapat dilihat VCO terlaris adalah produk untuk kesehatan kucing, hal ini dapat menjadi peluang untuk memproduksi VCO yang layak dikonsumsi manusia
- 2) Membantu Mengetahui Jumlah Kompetitor, di Platform market place Shopee saat ini produk VCO ada sekitar 53 produk VCO, sedangkan di marketplace Tokopedia baru ada 5 produk VCO. Produk yang satu khusus untuk kucing.
- 3) Membandingkan Penjualan di 2 Marketplace terbesar di Indonesia



Gambar 14. Membandingkan Penjualan Produk VCO di 2 marketplace besar di Indonesia

Gambar 13 menunjukkan bahwa produk VCO banyak ditawarkan di marketplace orange dan terbanyak VCO digunakan untuk Kucing. Virgin Coconut Oil di Market dapat di pasarkan melalui berbagai media sosial baik dari Google, IG FB dan menggunakan Influencer. Pada dimia.id menu Promosikan Produk tersedia.



Gambar 15. dimia.id terhubung dengan berbagai media sosial

D. KESIMPULAN

- a. Dengan melihat kompetitor di market place tokopedia dan shopee, anggota PKK Gambirsari RT 04 RW 03 Kelurahan Joglo Kecamatan Banjarsasri Kotamadya Surakarta dapat segera membuat keputusan menentukan tempat memasarkan VCO mereka yaitu di marketpalace Tokopedia.
- b. Riset Keyword dengan mudah
Dengan google trends anggota PKK dapat melihat produk posisi VCO mereka dibandingkan dengan pesaing.
- c. Mengetahui Backlink Kompetitor
Manfaatnya Backlink Kompetitor,
 - 1) Identifikasi Peluang: Dengan mengetahui bancklink yang dimiliki kompetitor, Anggota PKK Gambirsari dapat mengidentifikasi peluang untuk mendapatkan tautan serupa yang dapat meningkatkan visibilitas situs produk VCO.

-
- 2) Strategi Amati, Tiru dan Modifikasi: Mengamati Strategi backlink kompetitor memungkinkan anggota PKK Gambirsari untuk meniru dan memodifikasi.
 - 3) Outranking Pesaing: Dengan menganalisis kekuatan dan kualitas backlink kompetitor Anggota PKK Gambirsari dapat merumuskan rencana untuk menggeser posisi di hasil pencarian
 - 4) Pemantauan Perkembangan: Alat analisis backlink memungkinkan Anggota PKK Gambirsari untuk memantau perubahan dalam jumlah dan kualitas Backlink yang dimiliki oleh kompetitor, membantu Anggota PKK Gambirsari menyesuaikan strategi SEO secara real-time

E. SARAN

1. Optimalisasi Pemasaran Digital
Pelaku usaha VCO, khususnya anggota PKK Gambirsari, disarankan untuk memanfaatkan platform digital seperti *Dimia.id* secara maksimal. Hal ini meliputi analisis tren pasar, identifikasi kompetitor, riset kata kunci, serta promosi melalui media sosial dan marketplace. Strategi ini dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan visibilitas produk di pasar.
2. Diversifikasi Produk
Untuk meningkatkan daya saing, pelaku usaha disarankan mengeksplorasi diversifikasi produk berbasis kelapa, seperti minyak kelapa murni dengan berbagai ukuran, deodorant alami, atau produk perawatan kulit. Diversifikasi ini dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan memenuhi berbagai kebutuhan konsumen.
3. Inovasi Kemasan
Pengemasan (Paputungan, 2021) produk VCO yang menarik dan fungsional perlu dikembangkan, misalnya dengan menggunakan botol berlabel profesional yang mencantumkan informasi manfaat dan cara penggunaan. Kemasan yang menarik tidak hanya meningkatkan daya tarik produk tetapi juga menciptakan citra positif di mata konsumen.
4. Pelatihan Lanjutan untuk Anggota PKK
Disarankan untuk menyelenggarakan pelatihan lanjutan yang fokus pada pemasaran digital, manajemen usaha, dan inovasi produk. Pelatihan ini dapat meningkatkan kompetensi anggota PKK dalam menghadapi persaingan di pasar modern.
5. Kolaborasi dengan Mitra Lokal
Pelaku usaha disarankan untuk bekerja sama dengan berbagai pihak, seperti pemerintah daerah, komunitas UMKM, atau institusi pendidikan, guna memperluas jejaring distribusi dan memperoleh dukungan dalam pengembangan usaha.
6. Promosi melalui Influencer Lokal
Menggunakan jasa influencer lokal atau media sosial untuk mempromosikan produk VCO dapat meningkatkan kesadaran konsumen dan memperluas pasar secara efektif, terutama di kalangan anak muda yang lebih aktif di platform digital.

F. UCAPAN TERIMA KASIH

Dihaturkan terimakasih kepada anggota Tim PKM Undha AUB Surakarta, Anggota PKK Gambirsari RT. 03 RW. 04 Banjarsari Surakarta, Ibu Sri wahyuni dan Bapak Eko Santosa, SE., MM yang telah meluangkan waktunya untuk berbagi dalam menerima pelatihan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Alifah, Y. (2023). *Metode Pembelajaran Kreatif dan Inovatif: Membuat Belajar Menjadi Lebih Menyenangkan!* Tak Terlihat. <https://takterlihat.com/metode-pembelajaran-kreatif-dan->

inovatif/?form=MG0AV3

- Hakim, L., Abdullah, I., & Sa'adah, N. (2021). Karakteristik Budaya Organisasi: Sebuah Studi Kualitatif terhadap Pengusaha Batik Muslim Laweyan Surakarta. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jurnal Ini Sudah Migrasi)*, 6(2), 1–24.
- Mela, E., & Bintang, D. S. (2021). Virgin Coconut Oil (VCO): Production, Advantages, and Potential Utilization in Various Food Products. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pertanian*, 40(2), 103. <https://doi.org/10.21082/jp3.v40n2.2021.p103-110>
- Paputungan, M. (2021). Optimasi Penggunaan Starter dengan Metode Pancingan dan Fermentasi Berbantuan Bakteri *Saccharomyces cerevisiae* untuk Optimalisasi Pemisahan Lemak, Protein dan Air pada Pembuatan VCO. *Jambura Journal of Chemistry*, 3(1), 57–68. <https://doi.org/10.34312/jambchem.v3i1.10467>
- Pradipta, M. (2021). Potensi Wisata Kuliner Kota Surakarta dan Strategi Mengembangkan Wisata Kuliner Kota Surakarta. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 17(1), 37–47.
- Sinduningrum, E., Hasan, F. N., Dzikrillah, A. R., Rossianiz, A. B., Febriawan, D., & Irawati, I. (2022). Peningkatan Kemampuan Data Analytic Melalui Pelatihan Asean Data Science Explorers Menggunakan Sap Analytic Cloud. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(4), 1708. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i4.10734>
- Sumaryanto, S., & Widajanti, E. (2023). MSME Marketing Performance during the COVID-19 Pandemic: The Role of Empowered Interaction Capability. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 25(3), 382–397. <https://doi.org/10.14414/jebav.v25i3.2799>
- Yohandini, H., Kimia, J., Matematika, F., Alam, P., Sriwijaya, U., Yohandini, H., Utara, G., & Indralaya, K. (2020). *INOVASI KERIPIK BERBAHAN BAKU KELAPA SEBAGAI PELUANG INNOVATION OF CHIPS WITH COCONUT RAW MATERIALS AS A BUSINESS Desa Tebing Gerinting merupakan Desa Tebing Gerinting Utara dengan dari tamat SD sampai SMA . mata pencaharian penduduk sangat panen yang men.* 4(2).
<https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-virgin-coconut-oil-vco>
<https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2021/03/bisnis-kelapa/>
<https://radarjember.jawapos.com/sinergi/791115619/peluang-pengembangan-produk-agribisnis-olahan-kelapa-indonesia>
<https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/panduan-lengkap-membuat-ri-set-produk-di-marketplace-6-strategi-sukses-untuk-penjual-online>
<https://blog.myorbit.id/produktivitas/cara-bersaing-di-marketplace-online-dan-tingkatkan-penjualan>
<https://digimind.id/pentingnya-ri-set-produk-untuk-membantu-meningkatkan-penjualan/>