

Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Informasi Sebagai Media Pemasaran Dan Manajemen Keuangan Pada IRT Keripik Bawang

¹I Made Budi Adnyana, ²Ni Wayan Deriani, ³I Made Pasek Pradnyana Wijaya, ⁴Rara Febyan Damayanti, ⁵Nyoman Setiawan Jordy Wiguna Sujana

ITB STIKOM BALI ^{1,2,3,4,5}

*Email: budi.adnyana@stikom-bali.ac.id¹, deriani@stikom-bali.ac.id², pasek_pradnyana@stikom-bali.ac.id³, 190030200@stikom-bali.ac.id⁴, 190030262@stikom-bali.ac.id⁵

ABSTRAK

Industri Rumah Tangga (IRT) Keripik Bawang yang dikelola oleh Ibu Sintya Sumartini berdiri sejak tahun 2018 dan terletak di Banjar Anyar, Desa Ubung Kaja, Kecamatan Denpasar Utara. Pemasaran produk masih dilakukan secara lokal dengan menawarkan langsung ke warung dan toko sekitar, belum memanfaatkan teknologi media sosial sehingga sulit untuk memperluas pasar. Produk mitra juga belum memiliki logo atau label kemasan sehingga kurang menarik dan kurang diingat oleh masyarakat. Manajemen keuangan yang dilakukan oleh mitra pun masih tidak terstruktur dengan baik dan belum memanfaatkan teknologi informasi sehingga seringkali mitra menemui kendala dalam pencatatan penjualan, pengeluaran, dan laba rugi tiap bulannya. Adapun tahapan yang dilakukan dalam menyelesaikan permasalahan mitra yaitu dengan memberikan pelatihan pemasaran menggunakan media sosial Instagram, pelatihan desain label kemasan sederhana, serta memberikan pelatihan manajemen keuangan menggunakan aplikasi Microsoft Excel. Tahap berikutnya adalah evaluasi dimana pada tahap ini akan dilakukan perbandingan antara kondisi sebelum dan sesudah dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini pada IRT Keripik Bawang. Dengan adanya kegiatan pengabdian ini, saat ini mitra sudah memiliki akun Instagram untuk promosi produk dan desain label pada kemasan produknya. Selain itu mitra juga memiliki pengetahuan tentang pencatatan keuangan menggunakan aplikasi Microsoft Excel.

Kata kunci : keripik bawang, media pemasaran, manajemen keuangan

ABSTRACT

The Home Industry of Keripik Bawang managed by Mrs. Sintya Sumartini was established in 2018 and is located in Banjar Anyar, Ubung Kaja Village, North Denpasar District. Product marketing is still done locally by offering directly to local stalls and shops, not yet utilizing social media technology so it is difficult to expand the market. Partner products also do not have a logo or packaging label so they are less attractive and less remembered by the public. The financial management carried out by partners is still not well structured and has not utilized information technology so that partners often encounter obstacles in recording sales, expenses, and revenue every month. The steps taken in solving partner problems are by providing marketing training using Instagram social media, simple packaging label design training, and providing financial management training using Microsoft Excel applications. The next stage is an evaluation where at this stage a comparison will be made between the conditions before and after this community service activity at IRT Keripik Bawang. With this service activity, partners currently have an Instagram account for product promotion and

label design on product packaging. In addition, partners also have knowledge of financial accounting using Microsoft Excel software..

Key words: *keripik bawang, marketing media, financial management*

PENDAHULUAN

Desa Ubung Kaja merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Denpasar Utara. Desa Ubung Kaja terdiri dari 17 dusun/banjar dan dihuni oleh 19.416 orang (5.014 KK). Mata pencaharian terbesar yang dijalankan oleh masyarakat di Desa Ubung Kaja adalah sebagai wiraswasta atau wirausaha (Prayoga, 2020). Salah satu usaha yang terdapat di Desa Ubung Kaja adalah industri rumah tangga (IRT) keripik bawang yang dijalankan oleh Ibu Sintya sejak tahun 2018. IRT keripik bawang ini terletak di Banjar Anyar, Desa Ubung Kaja, Kecamatan Denpasar Utara, Kota Denpasar. Dalam menjalankan usahanya Ibu Sintya dibantu oleh kerabatnya dalam melakukan produksi, pengemasan dan pengiriman keripik bawang. Produk yang dihasilkan oleh mitra adalah keripik bawang dengan kemasan plastik bening, satu kemasan besar (*pack*) berisi 12 pcs kemasan kecil. Selain sebagai makanan ringan (camilan), produk keripik bawang ini juga banyak dicari untuk digunakan dalam *banten soda* oleh masyarakat Ubung Kaja.

Semenjak masa pandemi covid-19 daya beli masyarakat terhadap produk mitra mengalami penurunan yang signifikan. Sebelum pandemi omzet rata-rata per bulan mencapai Rp. 5.000.000, namun setelah pandemi turun menjadi Rp. 3.000.000. Pemasaran produk masih dilakukan secara lokal dengan menawarkan langsung ke warung dan toko sekitar dengan menerapkan sistem titip jual, belum memanfaatkan teknologi media sosial sehingga sulit untuk memperluas pasar. Produk mitra juga belum memiliki logo atau label kemasan sehingga kurang menarik dan kurang diingat oleh masyarakat. Desain kemasan

dan logo kemasan dapat menjadi daya tarik pembeli dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian (Angelina et al, 2017). Manajemen keuangan yang dilakukan oleh mitra pun masih belum terstruktur dengan baik dan belum memanfaatkan teknologi informasi sehingga seringkali mitra menemui kendala dalam pencatatan pemasukan, pengeluaran, dan laba rugi tiap bulannya. Dalam sebuah usaha, pembukuan merupakan salah satu faktor pondasi usaha yang penting. Pembukuan usaha berkaitan erat dengan progres usaha. Dengan adanya pembukuan, pelaku usaha dapat mengetahui sejauh mana perkembangan usahanya. Selain itu, pembukuan yang tepat dan jelas dapat memberikan informasi yang berguna terkait dengan permodalan usaha (Cahyani et al, 2017).

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil analisis situasi yang dilakukan terhadap mitra Ibu Sintya selaku pemilik usaha Keripik Bawang, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Mitra belum menggunakan teknologi media sosial dalam pemasaran produknya
2. Mitra belum memiliki desain label kemasan produk
3. Mitra belum menggunakan teknologi informasi dalam manajemen keuangan

METODE

Metode yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pelatihan dengan melaksanakan ceramah, diskusi dan praktek secara daring. Alur kegiatan pengabdian ini ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Kegiatan Pengabdian

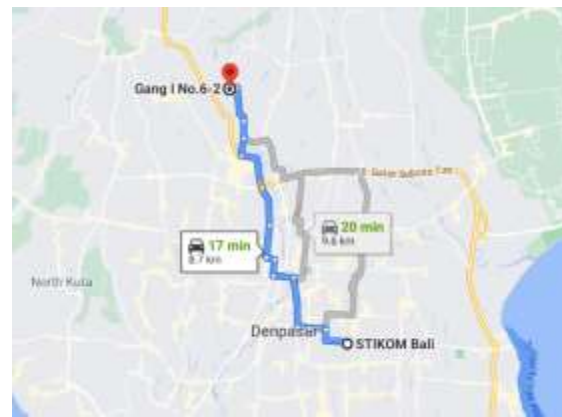
Kegiatan pengabdian ini diawali dengan sosialisasi dengan mitra yaitu Ibu Sintya Sumartini selaku pemilik usaha beserta seluruh anggota pengabdian. Pada kegiatan sosialisasi ini disampaikan mengenai latar belakang, target, sasaran dan tujuan kegiatan pengabdian. Kegiatan sosialisasi ini dilakukan dengan tatap muka secara langsung di lokasi mitra yaitu di Banjar Anyar, Desa Ubung Kaja.

Kegiatan berikutnya adalah Pelatihan Media Sosial dan Desain Label Kemasan. Pelatihan pemasaran dengan media sosial disepakati dengan mitra menggunakan media sosial Instagram. Pelatihan desain label kemasan sederhana menggunakan aplikasi Microsoft Word. Kegiatan berikutnya adalah pelatihan pembukuan keuangan menggunakan aplikasi Microsoft Excel untuk mencatat data kas masuk, kas keluar, dan menghitung laba rugi. Kegiatan pelatihan ini dilakukan secara daring.

Tahapan terakhir adalah kegiatan evaluasi. Evaluasi kegiatan merupakan prosedur kerja yang dilakukan setelah pelatihan selesai dilakukan yang bertujuan untuk mengetahui keberhasilan dari kegiatan yang telah dilakukan (Pratami et al. 2020). Kegiatan evaluasi ini pun dilakukan secara daring.

PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat ini dilakukan di IRT Keripik Bawang yang dimiliki oleh Ibu Sintya Sumartini yang berlokasi di Banjar Anyar, Desa Ubung Kaja, Kecamatan Denpasar Utara, Kota Denpasar. Jarak dari ITB STIKOM Bali menuju lokasi pengabdian adalah 8.7 km (berdasarkan aplikasi Google Map). Peta lokasi pengabdian masyarakat dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Lokasi Mitra Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini telah selesai dilaksanakan sesuai dengan metode pelaksanaan yang direncanakan, dengan rincian kegiatan sebagai berikut.

Pelatihan Desain Label Kemasan

Pelatihan desain label kemasan dilakukan secara daring menggunakan Google Meet. Perangkat lunak yang disepakati digunakan untuk membuat desain label pada pelatihan ini adalah Microsoft Word, dengan pertimbangan mitra sudah terbiasa menggunakan aplikasi ini namun belum memiliki pengetahuan tentang pembuatan label menggunakan aplikasi ini. Kegiatan pelatihan ini diawali dengan pemaparan pentingnya sebuah logo atau label kemasan dalam sebuah produk. Berikutnya dilakukan praktek secara langsung menggunakan aplikasi Microsoft Word untuk membuat sebuah desain label kemasan yang sederhana. Materi pelatihan ditunjukkan pada Gambar 3, hasil desain label kemasan yang berhasil dibuat oleh mitra ditunjukkan pada Gambar 4.



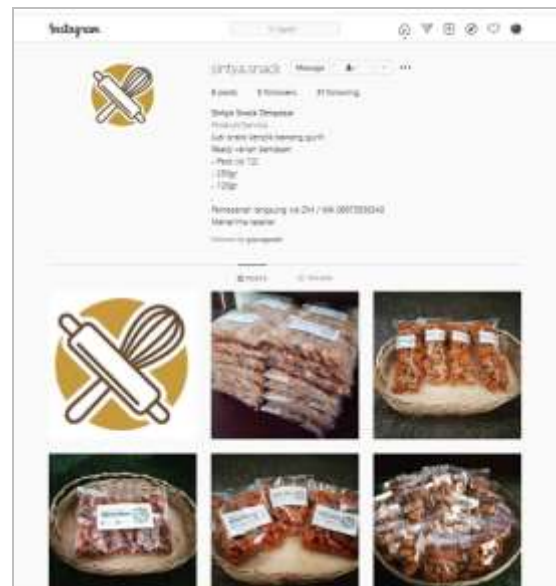
Gambar 3. Materi Pelatihan Desain Label Kemasan



Gambar 4. Desain Label Kemasan Mitra

Pelatihan Pemasaran dengan Media Sosial Instagram

Pelatihan pemasaran menggunakan media sosial Instagram juga dilakukan secara daring menggunakan aplikasi Google Meet. Pelatihan diawali dengan pengenalan *social media marketing* dan strategi pemasaran dengan media sosial. Selanjutnya praktek langsung membuat akun Instagram untuk promosi produk diawali dengan pembuatan email, pembuatan akun Instagram, sunting profil biodata, mengunggah dan membagikan foto, dan pembuatan *story* di Instagram. Mitra telah berhasil membuat sebuah akun Instagram dengan nama @sintya.snack dan mengunggah beberapa foto produknya seperti pada Gambar 5.



Gambar 5. Akun Instagram Mitra

Pelatihan Manajemen Keuangan Menggunakan Microsoft Excel

Pelaksanaan pelatihan ini pun sama seperti dengan sebelumnya, yaitu dilakukan secara daring menggunakan Google Meet seperti pada Gambar 6.



Gambar 6. Pelatihan Manajemen Keuangan Menggunakan Ms Excel

Pelatihan diawali dengan pemaparan pentingnya melakukan pembukuan keuangan pada usaha dengan baik dan benar. Dilanjutkan dengan pemaparan langkah-langkah pembukuan sederhana pada usaha kecil, meliputi pencatatan pengeluaran, pencatatan pemasukan, pembuatan buku kas utama, buku inventaris, buku stok barang, dan buku laba rugi. Selanjutnya dilakukan praktek langsung membuat pembukuan keuangan menggunakan aplikasi Microsoft Excel. Materi pelatihan yang diberikan ditunjukkan pada Gambar 7.



Gambar 7. Materi Pelatihan Manajemen Keuangan

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan wawancara dan pengisian kuisisioner oleh mitra secara *online*. Berdasarkan hasil wawancara dan kuisisioner dengan mitra mengenai kegiatan pelatihan yang diberikan, dapat dirangkum hasil evaluasi sebagai berikut.

Tabel 1. Evaluasi Kegiatan

Target	Capaian
Mitra memiliki media sosial untuk promosi produk	Mitra yang sebelumnya masih memasarkan produk secara lokal, setelah kegiatan pengabdian memiliki sebuah akun Instagram dan mampu memahami strategi memasarkan produknya menggunakan media sosial tersebut, sehingga dapat dikatakan pencapaiannya 100% sesuai target
Mitra memiliki desain label kemasan produk	Mitra sebelumnya belum memiliki label pada kemasan produknya, setelah kegiatan pengabdian mitra dapat merancang sendiri label yang akan dipasang pada kemasan produknya,

	sehingga pencapaian untuk target ini adalah 100%
Mitra menggunakan teknologi informasi dalam manajemen keuangan	Pembukuan keuangan usaha mitra sebelumnya belum terstruktur dengan baik di buku tulis biasa, setelah kegiatan pengabdian mitra mampu memahami dan menerapkan pembukuan keuangan dengan baik pada aplikasi Microsoft Excel, sehingga capaian untuk target ini adalah 100%

SIMPULAN

Dari pembahasan kegiatan diatas maka diperoleh beberapa simpulan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, antara lain:

1. Telah dilakukan pelatihan pemasaran di media sosial Instagram, dimana mitra telah berhasil membuat sebuah akun Instagram dengan nama @sintya.snack.
2. Telah dilakukan pelatihan desain label kemasan, dimana mitra telah berhasil merancang dan memiliki desain label kemasan produknya sendiri.
3. Telah dilakukan pelatihan manajemen keuangan berbasis teknologi informasi, dimana mitra telah memahami dan mampu menerapkan pembukuan keuangan usahanya menggunakan aplikasi Microsoft Excel.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada Ibu Sintya Sumartini selaku mitra dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini, serta ITB STIKOM Bali yang telah mendanai dan mendukung kegiatan berjalan sesuai dengan tujuan.

DAFTAR PUSTAKA

Angelina Diah Kusumasari dan Supriono., 2017. Pengaruh Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan

- Pembelian Wardah Exclusive Matte Bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 49 No.2
- Cahyani Tunggal Sari, Ety Indriani, 2017. Pentingnya Pembukuan Sederhana Bagi Kelompok UMKM Kub Murakabi Desa Ngargoyoso. *WASANA NYATA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 1, No. 1
- I Ketut Oka Yudhi Prayoga. 2020. Profil Desa Ubung. Retrieved from <http://ubungkaja.denpasarkota.go.id>.
- Pratami Ni Wayan Cahya Ayu, Muryatini NI Nyoman, Santiari Ni Putu Linda, Rahayuda I Gede Surya, Sunda I Nyoman., 2020. PKM Pengembangan Usaha IRT Jamu Tradisional di Desa Tibubiu Tabanan. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*. Vol. 3, No.1.
- Y. P. Prihatmaji, A. Fauzy, F. Firdaus, and M. B. Subekti. 2015. Evaluasi Dan Pemetaan Potensi Desa Mitra Dppm UII, *AJIE*, vol. 4, no. 1, pp. 55–70