

Pelatihan Pemasaran dan Keuangan Telur Asin Mengwi

¹I Wayan Gede Narayana, ²Putu Setyarini, ³I G A Liana D, ⁴P A Diah R

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali
Email: narayana@stikom-bali.ac.id

ABSTRAK

Telur Asin merupakan makanan yang banyak disukai. Proses pembuatan telur asin menggunakan telur bebek yang dibekam selama tujuh hari. Telur direbus saat akan menyajikannya. Telur asin banyak dijumpai di pasar tradisional atau minimarket di seluruh Bali. Produksi telur asin ditekuni oleh mitra, Ibu Ni Ketut Mastini, salah satu pembuat telur asin dengan nama produk “Tulus”, dengan tempat kedudukan usaha di daerah Mengwi Badung. Sejalan dengan usahanya, UKM ini terkadang mengalami penurunan penjualan. Hal ini disebabkan oleh menurunnya pendapatan yang diperoleh dari pemasaran produk ke warung-warung tradisional. Dapat diamati bahwa pendapatan yang diperoleh tergantung pada penjualan ke warung-warung. Selain itu telur hanya bertahan maksimal empat hari dari mulai dipasarkan. Selain tentang penjualan, pencatatan keuangan tidak memiliki catatan terkait laba dan rugi. Memperhatikan situasi dan kondisi yang terjadi, solusi diusulkan adalah pelaksanaan pelatihan pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran serta pelatihan keuangan untuk mengetahui laporan laba rugi. Kegiatan ini, sesuai harapan, telah mampu memberikan peningkatan penjualan dan kemampuan menyusun pelaporan keuangan yang menyatakan laba rugi. Evaluasi kegiatan dilakukan dengan cara pengukuran kemampuan mitra dalam penggunaan sosial media dan pelaporan laba rugi dengan *excel*. Hasil pengukuran sebesar 86% di mana UKM sudah mampu menggunakan sosial media dan *excel*.

Kata kunci : telur, makanan, Mengwi

ABSTRACT

Salted egg is one of favorite food in Indonesia. This food is usually eaten with rice. In its making process, salted egg is made by using duck egg which is salted for seven days and try then is boiled when consumed. This food can be found in traditional markets or mini markets in Bali. The production of the salted egg is conducted by our partner, whose name is Ni Ketut Mastini, a salted egg maker located in Mengwi, Badung Regency. Just as other business, this UKM sometimes have declining in sales. This is caused by the declining revenue by only marketing it in traditional shops. The revenue is based on the sales of this product in the shops, in which the eggs can only last day for four days since its marketing. Besides the sales, the financial records are not exist especially on the profit and loss. To handle those problems, then it is suggested training on social media utilization as marketing media and financial training to record the profit and loss. These activities are expected to give increase in sales and can provide financial reports of profit and loss. The activity evaluation is conducted by measuring the ability of the partner in utilizing Social Media and producing profit and loss report in Excel. The results are 86% UKM are able to use social media and Excel properly.

Key words: egg, food, Mengwi

PENDAHULUAN

Pangan telur asin (Erdi, 2017) merupakan makanan pendamping bagi sebagian orang wajib untuk dihidangkan dengan nasi. Slogan empat sehat lima sempurna juga menyatakan bahwa telur merupakan lauk yang mempunyai protein tinggi, di mana juga ditentukan dari level suhu pengovenan (D. Novia, 2011). Telur yang digunakan untuk pembuatan telur asin adalah telur itik, telur ayam dan telur puyuh. UKM Telur asin dengan nama produk “Tulus” memproduksi telur asin dengan telur bebek sebagai bahan pokok yang dibekam selama 7 hari, tetapi dapat dibekam dalam waktu 15-20 hari untuk telur asin yang disukai konsumen (Susi, Eni, 2014). Pembuatan telur asin menggunakan abu dan tanah merah serta dicampurkan dengan garam agar tidak mempengaruhi kandungan protein (Listyorini, Ruriyawati, 2010).

UKM Telur Asin Tulus berlokasi di Mengwi Badung. UKM ini memulai usaha dari tahun 2010. Pembuatan telur asin di UKM ini menggunakan telur bebek sebagai bahan utama. Telur Bebek yang digunakan dipasok setiap 1 minggu sekali sebanyak 150 sampai 250 butir, Jumlah ini dapat berkurang mengikuti hasil produksi telur dari peternak.



Gambar 1. Proses pembuatan Telur Asin

Hasil produksi telur dari peternak tergantung pada keadaan cuaca dan pasokan air pada musim kemarau. Proses produksi yang ditunjukkan pada Gambar 1 dilakukan dengan waktu bekam dengan

abu dan pasir selama tujuh hari. Setelah dianggap cukup lalu direbus selama 2,5 jam dan siap dikonsumsi dengan waktu konsumsi empat hari. Produk telur asin dijual dengan harga Rp. 3.500 per butir. Penjualan produk dengan menitipkan pada warung tradisional serta pencatatan keuangan dengan mengingat pesanan.

Permasalahan utama mitra, produk telur yang melewati batas konsumsi yaitu selama 4 hari akan dijadikan pakan ternak . Permasalahan lainnya, pencatatan keuangan dilakukan hanya dengan cara mengingat pesanan serta keuntungan yang diperoleh, belum ada laporan laba dan rugi. Terkait permasalahan yang dihadapi oleh UKM, telah dilakukan analisis situasi yang dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Analisis Situasi

No	Bidang	Permasalahan	Solusi
1	Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> • Pemasaran masih dilakukan secara konvensional dengan menitipkan pada warung tradisional • Hasil produksi yang melebihi 4 hari mengakibatkan kerugian 	Peningkatan pemasaran dengan menggunakan media sosial dan sistem <i>pre order</i>
2	Penjualan	Penjualan menitipkan pada warung tradisional	Peningkatan penjualan dengan menggunakan media sosial.

3	Keuangan	Mengingat pesanan tanpa catatan	Pembuatan laporan keuangan untuk mengetahui laba rugi
---	----------	---------------------------------	---

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan, maka permasalahan yang ada pada mitra antara lain:

1. Pemasaran hanya dilakukan secara konvensional dengan menitikpkan pada warung-warung tradisional.
2. UKM tidak melakukan pencatatan pendapatan dan pengeluaran sehingga seringkali keuntungan yang diperoleh tidak diketahui dengan pasti.

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian ini ada dua yaitu, pertama, pelatihan penggunaan sosial media untuk memasarkan produk UKM serta penggunaan excel untuk pembuatan laporan keuangan. Selain pelatihan, metode kedua, UKM juga diberikan substitusi iptek yakni dengan menawarkan iptek yang lebih baru serta memberikan kecepatan daripada iptek lama. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Mengwi Badung.

Kegiatan ini merupakan penggabungan teori pemasaran dan pencatatan keuangan dengan praktek langsung. Sarana yang digunakan untuk pemasaran adalah media sosial Instagram dan pencatatan keuangan menggunakan *Microsoft Excel*.

A. Kegiatan

Berdasarkan permasalahan mitra yang menjadi prioritas telah dilaksanakan beberapa kegiatan untuk menangani permasalahan tersebut.

1. Sosialisasi dilaksanakan secara klasikal, mengadakan pertemuan dengan pemilik UKM. Sosialisasi dilakukan dengan memberikan pengarahan kepada Mitra

agar program pelatihan dan penggunaan *social media* sebagai pembantu pemasaran dan Software Microsoft excel sebagai pembantu pembuatan laporan keuangan. Selain pencatatan data teknis, dilakukan juga pencatatan dalam bentuk visualisasi bentuk dokumentasi foto dan video.

2. Pelatihan dan bantuan sistem pengelolaan keuangan yang sederhana dengan excel, yang membantu mencatat bentuk dan jumlah pengeluaran serta pemasukan yang diperoleh.

3. Pelatihan dan bantuan sistem pemasaran yang lebih baik dan tidak hanya berfokus kepada menunggu pemesanan oleh pelanggan, namun juga secara proaktif melakukan pemasaran melalui *Sosial Media* untuk memberikan keunggulan kompetitif terhadap UMKM (Tito S, 2013).

4. Evaluasi kegiatan pelatihan dilakukan setelah pelatihan pengelolaan dan pemasaran. Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui keberhasilan kegiatan pelatihan yang dilaksanakan.

B. Partisipasi Mitra

Pengusul mitra, masing-masing memiliki peran dalam kesuksesan kegiatan. Pengusul berperan dalam menyediakan hal-hal yang berkaitan dengan fasilitas teknologi, seperti: laptop, sosial media serta aplikasi dalam pembuatan pencatatan keuangan, sedangkan mitra berperan aktif dalam memberikan masukan konten sosial media serta laporan keuangan yang diinginkan. Mitra juga berperan dalam *marketing* atau pemasaran yang aktif dengan memanfaatkan teknologi penggunaan *aplikasi* pemasaran yang diberikan.

PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan dengan datang langsung pada UKM dan pelatihan sosial media serta keuangan untuk memecahkan masalah mitra telah dilaksanakan secara daring dengan menggunakan *Ms.teams*. Berikut disampaikan rangkaian kegiatan.

A. Sosialisasi

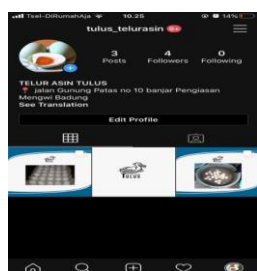
Sosialisasi kegiatan pengabdian telah dilaksanakan pada tanggal 11 Desember 2019 pukul 10.00 – 12.00, di mana dalam kegiatan tersebut memaparkan tentang disetujuinya proposal yang diajukan serta melakukan sosialisasi kegiatan yang diikuti oleh satu orang pemilik yaitu ibu Ni Ketut Mastini. Dalam sosialisasi tersebut dijelaskan tentang latar belakang, sasaran, target, tujuan, kegiatan yang dilaksanakan selama pengabdian serta bagaimana mekanisme pelatihan pemasaran dan keuangan yang diberikan. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Sosialisasi Kegiatan

A. Pelatihan Pemasaran dengan Sosial Media

Pelatihan penggunaan sosial media itu dilakukan pada tanggal 9 April 2020 dengan menggunakan system vicon, dikarenakan situasi masyarakat jaman sekarang. Untuk penggunaan *social media*, dibuatkan akun instagram. Penggunaan instagram dimaksudkan untuk meningkatkan *customer* baru dalam bisnis telur asin Tulus. Melalui konten yang berupa foto yang berisi caption tentang deskripsi produk, sehingga mendorong pembeli untuk lebih mengetahui tentang produk telur asin Tulus ini.



Gambar 2. Tampilan *Instagram*



Gambar 3. Tampilan Detail



Gambar 4. Pelatihan Pemasaran

Selain pembuatan media sosial Instagrammitra juga diberikan pelatihan terkait dengan strategi pemasaran, untuk peningkatan penjualan.

B. Pelatihan Manajemen Keuangan

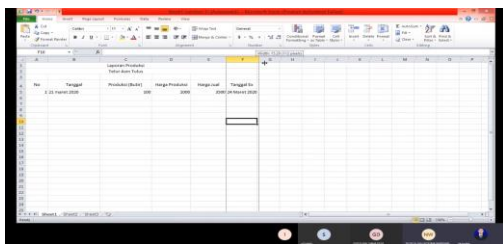
Pelatihan manajemen keuangan menggunakan media daring. Pelatihan tersebut diberikan agar mitra dapat mengetahui untung dan rugi yang diperoleh dari penjualan tersebut. Sarana pelatihan menggunakan aplikasi microsoft excel. Pada saat materi pelatihan, dijelaskan pada aplikasi tersebut dipaparkan barang masuk dan keluar serta keuntungan yang didapat setiap penjualan. Berikut pokok materi yang disampaikan.

1. Pengenalan Excel secara umum

Kegiatan ini telah dilaksanakan pada tanggal 21 Maret 2020. Peserta diberikan pelatihan tentang penggunaan excel secara umum seperti pengenalan cell, pembuatan table dan grafik, dan memberikan rumus-rumus umum yang digunakan dalam pembuatan pencatatan keuangan, seperti : SUM, AVERAGE, MIN, MAX, dan COUNTIF. Kompetensi peserta dalam penggunaan excel masih terbilang belum ada atau awam,

meskipun demikian peserta pelatihan yang hanya satu orang ini memiliki antusiasme yang tinggi mengikuti setiap materi yang disampaikan.

Pada hari yang sama, semua peserta diberikan sebuah kasus dalam proses laporan keuangan. Kasus diberikan menyesuaikan dengan format laporan secara umum. Soal pembuatan laporan keuangan ini, dibuatkan nilai yang disesuaikan dengan nota yang ada. Rumus yang diberikan adalah SUM, AVERAGE, IF dan COUNT IF. Hasil dari latihan soal kasus ini, baik pekerja maupun pemilik dapat mengetahui dan lebih mudah membuat laporan serta mengetahui omset yang diperoleh. Contoh tampilan soal pada kegiatan dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Contoh tampilan soal pelatihan pencatatan keuangan

C. Evaluasi Kegiatan

Kegiatan monitoring dan evaluasi dilakukan untuk mengetahui kemampuan peserta setelah mengikuti pelatihan dan mengetahui manfaat yang dirasakan setelah pelatihan. Monitoring dan evaluasi dilakukan pada tanggal 10 Juni 2020 via pengiriman kuesioner dengan media online. Penilaian kuesioner digunakan skala likert seperti Tabel 2.

Tabel 2. Skala Penilaian

Nilai.	Keterangan
1	Sangat Tidak Baik (STB)
2	Kurang Baik (KB)
3	Baik (B)
4	Sangat Baik (SB)

Hasil yang diperoleh dengan skala penilaian pada Tabel 2 di mana diperoleh hasil seperti pada Tabel 3.

Tabel 3 Hasil Penilaian

No	Evaluasi	Penilaian			
		STB	KB	B	SB
1	Mitra mampu membuat email			1	1
2	Mitra mampu mengunduh aplikasi instagram dan membuka				2
3	Mitra mampu register pada sosial media instagram			1	1
4	Mitra memahami fitur pada sosial media Instagram				2
5	Mitra mampu menginputkan produk pada sosial media Instagram				2
6	Mitra mampu membuat caption dan melakukan edit pada sosial media Instagram				2
7	Mitra mampu membuka aplikasi excel				2
8	Mitra mampu membuat tabel pada aplikasi excel				2
9	Mitra mampu untuk menggunakan rumus pada excel			1	1
		0	0	3	15
		0	0	9	60
Total Keseluruhan		69			
Persentase		86%			

SIMPULAN

Berdasarkan uraian pada pembahasan, dapat disimpulkan bahwa dampak yang dirasakan mitra setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian adalah pemerolehan pengetahuan tentang penggunaan media sosial Instagram yang dimanfaatkan untuk pemasaran produk. Untuk pelaporan mitra telah mampu membuat laporan keuangan dengan menggunakan aplikasi excel. Pengetahuan yang diberikan ini dengan demikian telah dapat meningkatkan produktivitas dan penghasilan perusahaan telur asin ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian ini terselenggara atas kerjasama Lembaga Pengabdian dan Penelitian Masyarakat STIKOM Bali dan Usaha Kecil Menengah Telur Asin Tulus. Untuk itu kami mengucapkan terima kasih kepada Rektor STIKOM Bali serta pihak Usaha Kecil Menengah yang dimiliki oleh ibu Ni Ketut Mastini serta pihak lain yang mendukung penuh kegiatan ini

DAFTAR PUSTAKA

- Erdi.S, Evi.A, fanisah.F (2017). *Pengaruh Penambahan Beberapa Jenis Asam Terhadap Proses Pengolahan Telur Asin Untuk Menghilangkan Bau Amis*, Jurnal Edo Bio Tropika, 5 (2), 86 - 92
- Listyorini, Ruriyawati (2010). *Perbandingan Kadar Protein Dan Sifat Organoleptik Pada Telur Asin Hasil Perendaman Serbuk Bata Merah Dengan Telur Bebek Tanpa Pengasinan*. Skripsi Thesis Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Novia D,Melia S,Ayuza (2011). *Kajian Suhu Pengovenan Terhadap Kadar Protein Dan Nilai Organoleptik Telur Asin* , Jurnal Peternakan, 8(2), 70-76
- Susi L, Eni S R (2014). *Pengaruh Lama Pemeraman Telur Asin Terhadap Tingkat Kesukaan Konsumen* Prodising Seminar Nasional Inovasi Teknologi Pertanian Spesifik Lokasi, 595-601
- Tito S (2013). *Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah*. Jurnal Luquidity, 2(1), 80-86