

Optimasi Tatakelola Usaha UKM Jaengati di Masa Pandemi

^{1*} I Ketut Dedy Suryawan, ²I Wayan Karang Utama, ³I Komang Try Adi Stanaya

ITB STIKOM Bali^{1,2,3}

*Email: dedymeng@stikom-bali.ac.id

ABSTRAK

Pelaksanaan pengabdian di UKM Jaen Gati bertujuan untuk meningkatkan tatakelola usaha sehingga lebih mengedepankan manajemen berbasis teknologi digital. Hal ini dilakukan untuk mendukung transformasi tatakelola konvensional yang dilakukan selama ini dalam hal pencatatan order melalui Whatsapp atau telpon dan pembayaran melalui buku dan Microsoft Excel sederhana. Kegiatan pengabdian yang telah dilakukan untuk digitalisasi tersebut yaitu dengan berbagai pelatihan seperti pemakaian aplikasi Buku Warung untuk UMKM, Instagram Bisnis, Microsoft Excel dan pembangunan web sebagai media pemasaran dan *branding*. Peningkatan kualitas kemasan dilakukan penyerahan alat berupa *sealer*. Alat ini ditujukan agar proses dan kualitas kemasan bisa lebih erat dan bagus karena produk dibungkus dengan plastik. Hasil pengabdian menunjukkan adanya web branding usaha, lalu mitra mampu menggunakan aplikasi Buku Warung untuk mencatat penjualan, mitra mempunyai Instagram Bisnis serta kemasan yang lebih aman dan tahan lama karena penggunaan *vacuum sealer* kepada mitra

Kata kunci : UKM Jaen Gati, Kacang kapri, Oleh – Oleh Bali

ABSTRACT

The implementation of service at UKM Jaen Gati aims to improve business management so that it prioritizes digital technology-based management. This is done to support the transformation of conventional governance that has been carried out so far in terms of recording orders via whatsapp or telephone and payments through books and simple Microsoft excel. The service activities that have been carried out for digitization include various trainings such as using the Warung Buku application for MSMEs, Instagram Business, Microsoft Excel and web development as a marketing and branding medium. Improving the quality of packaging is carried out by the delivery of tools in the form of sealers. This tool is intended so that the packaging process and quality can be tighter and better because the product is wrapped in plastic. The results of the service show that there is a business web branding, then partners are able to use the Bukuwarung application to record sales, partners have business Instagram and packaging that is safer and more durable because of the use of a vacuum sealer for partners.

Key words: UKM Jaen Gati, Kacang kapri, Bali Souvenirs

PENDAHULUAN

Wisatawan yang berkunjung ke Pulau Bali seringkali membeli produk – produk yang ditawarkan baik itu berupa produk kerajinan, makanan minuman,

maupun lainnya. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat,

properti, organisasi, informasi dan ide (Kotler *et al*, 2009). Menurut Daryanto, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Daryanto, 2013). Oleh-oleh khas Bali yang banyak diminati salah satunya adalah kacang kapri, kacang kapri adalah kacang tanah yang diolah dengan cara digoreng namun sebelum digoreng, dibersihkan terlebih dahulu kulit arinya, direndam atau dimarinasi dengan bumbu sederhana seperti bawang putih dan garam, kemudian setelah itu digoreng.

Ibu Ni Made Sukerti merupakan salah satu pembuat camilan kacang kapri di Denpasar, usaha yang telah digeluti selama 2 tahun ini diberi nama “Kacang Kapri Jaen Gati”. Proses pembuatan kacang kapri ini sehari-hari dilakukan mitra dengan dibantu oleh 2 orang kerabatnya. Bahan dasar kacang kapri yaitu kacang tanah didapat mitra dengan cara membeli di pasar dengan harga Rp 25.000,- / kg. Dalam sehari sebelum pandemi, rata-rata mitra dapat memproduksi sebanyak 20kg kacang kapri dan dijual dengan harga Rp 60.000,- per kg mengingat proses pembuatan kacang kapri yang cukup memakan waktu dan tenaga.



Gambar 1. Pembuatan Kacang Kapri

Saat itu kacang kapri hasil produksi mitra ini dipasarkan hanya dengan menitipkan di beberapa toko oleh-oleh dan mitra belum sama sekali menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya. Dari awal pandemi hingga saat ini, mitra sudah tidak menitipkan lagi produknya di toko oleh-oleh. Jumlah

produksi dan penghasilan yang didapat mitrapun mengalami penurunan sebesar 60%. Kini dalam sehari mitra hanya memproduksi 8 kg kacang kapri per hari. Karena tidak lagi menitipkan di toko oleh-oleh, mitra kemudian mulai berinisiatif untuk memasarkan produknya melalui media sosial yaitu melalui Instagram. Namun karena pengetahuan mitra masih sangat terbatas dengan penggunaan Instagram, maka hasil pemasaran yang diharapkan sangat jauh dari ekspektasi. Selain itu juga mitra belum memasarkan produknya pada media *marketplace* seperti Shopee, untuk itu mitra akan diberikan pelatihan penggunaan media *marketplace* yaitu Shopee. Kacang Kapri yang dijual mitra terdiri dari beberapa ukuran dari ukuran 1 kg, 500 gram hingga kemasan kecil yang dijual dengan harga seribu rupiah



Gambar 2. Kacang Kapri

Kualitas produk juga menjadi salah satu factor kesuksesan penjualan, dimana salah satunya adalah kemasan. Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan (Usmara, 2008). Menurut (Canon dkk, 2008), kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen. Pengemasan masih dilakukan dengan sederhana tanpa menggunakan alat *vacuum sealer* serta pembukuan dan pencatatan *order* dan penjualan masih belum ada. Kegiatan pengabdian ini bertujuan agar mitra memanfaatkan media *digital* untuk mengelola usaha sehingga menjadi lebih baik dan efektif untuk

meningkatkan pemasaran maupun penjualan. Kegiatan yang dilakukan diantaranya melalui pelatihan pemasaran melalui Instagram Bisnis, Pelatihan penggunaan Microsoft Excel untuk laporan keuangan, pelatihan aplikasi pencatatan keuangan dengan Buku Warung, pembuatan *website* usaha dan untuk perbaikan kemasan diberikan peralatan *vacuum sealer*.

Tabel 1. Analisis Situasi

No	Bidang	Permasalahan	Solusi
1	Kemasan	Perekat Kemasan dengan lilin	<i>Vacuum Sealer</i>
2	Pembukuan	Pencatatan manual di buku	Aplikasi Buku Warung
3	Marketing	Pemasaran Tradisional	Instagram, Shoope, <i>website</i>

RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah pada pengabdian ini yaitu :

- (1) Sistem Manajemen dan tata kelola keuangan belum tersedia sehingga merepotkan.
- (2) Omset menurun 60% dimasa pandemi serta pemasaran konvensional.
- (3) Penutup/Perekat kemasan menggunakan lilin sehingga kadang terlepas

METODE

Berdasarkan permasalahan mitra yang menjadi prioritas maka tahapan – tahapan kegiatan pengabdian sebagai berikut :
Sosialisasi : dilaksanakan secara daring dimana dalam sosialisasi ini mitra diberikan pengarahan mengenai program pengabdian ini agar diketahui maksud dan tujuannya serta penjelasan mengenai tahapan pelaksanaan pengabdian secara garis besar.

Pelatihan : Materi pelatihan dan bimbingan diberikan oleh dosen pengusul. Pelatihan akan diberikan secara berkala dan bertahap untuk masing – masing materi sehingga bisa dipahami dan

dimanfaatkan dengan maksimal. Adapun materi yang diberikan yaitu :

- (1) Microsoft Excel untuk pencatatan keuangan (daring)
- (2) Penggunaan aplikasi Buku Warung untuk aplikasi di Android (daring)
- (3) Pemasaran melalui Instagram Bisnis (daring)
- (4) Pemasaran melalui Shoope (daring)
- (5) Pemakaian *website* (daring)
- (6) Penggunaan alat *vacuum sealer* untuk perbaikan kemasan (luring)

Pendampingan : Pendampingan dilakukan sebagai upaya untuk memastikan bahwa program yang diberikan benar – benar bisa dimanfaatkan dan dipakai untuk peningkatan usaha yang dijalankan. Pendampingan dilakukan meliputi semua implementasi dari pelatihan yang dilakukan untuk memastikan keberlangsungan target luaran yang ditentukan. Pendampingan dilakukan dalam hal :

- (1) Pedampingan penggunaan aplikasi Microsoft Excel dan Buku Warung (daring)
- (2) Pedampingan penerapan Instagram Bisnis dan Shoope (daring)
- (3) Pendampingan penggunaan *website*
- (4) Pedampingan penggunaan *vacuum sealer* (luring)

Evaluasi : Evaluasi merupakan tahapan untuk mengetahui sampai sejauh mana program yang direncanakan mencapai target atau sasaran yang diinginkan serta melihat kendala dan permasalahan yang mungkin terjadi selama keberlangsungan program. Untuk menjaman dan mengantisipasi bila ada kendala, maka secara berkala akan dilakukan evaluasi terhadap program yang dijalankan sebanyak 2x untuk mengoptimalkan setiap pelatihan, pelaksanaan dan implementasinya.

PEMBAHASAN

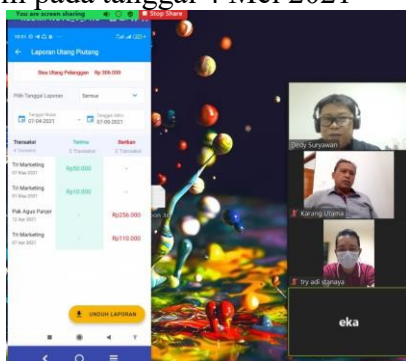
Tahapan kegiatan dimulai dengan sosialisasi kegiatan yang dilakukan secara daring melalui media Zoom yang diadakan selama kurang lebih 30 menit pada tanggal

24 pebruari 2021. Pada kegiatan tersebut diadakan sesi pengenalan anggota tim pengabdian dengan *owner* dari UKM Jaen Gati yaitu ibu Kadek Sukerti. Selain pengenalan juga dibahas tentang tujuan dan rencana – rencana kegiatan untuk pengabdian ini dalam usaha membantu mitra dalam meningkatkan pemasaran produknya melalui berbagai macam kegiatan pelatihan. Pelatihan pertama dimulai pada hari yang sama yaitu membahas tentang sosial media khususnya Instagram Bisnis untuk menunjang pemasaran usaha dan produk.



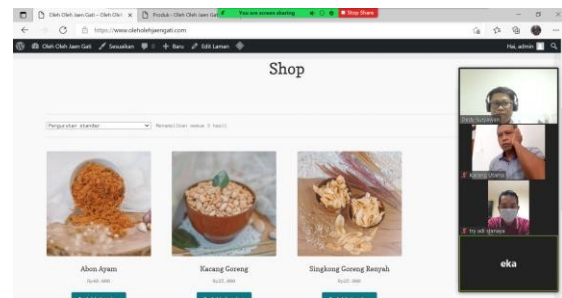
Gambar 3. Pemaparan Media Sosial

Buku Warung merupakan salah satu aplikasi pencatatan transaksi dan hutang piutang yang tersedia secara gratis di Playstore. Aplikasi ini memudahkan bagi pelaku usaha yang ingin menerapkan sistem informasi berbasis *mobile* untuk membantu manajemen usaha secara lebih professional dan rapi. Kegiatan ini diadakan secara daring melalui media Zoom pada tanggal 4 Mei 2021



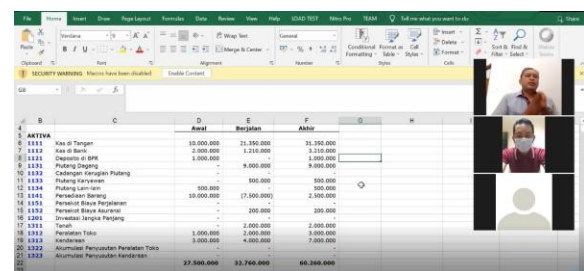
Gambar 4. Pelatihan Buku Warung

Website menjadi salah satu *output* dari kegiatan pengabdian ini. Adanya *website* akan menambah *branding* dan sebagai media promosi juga bagi mitra. Pelatihan pengenalan *website* menjadi kegiatan selanjutnya yang diadakan melalui media Zoom



Gambar 5. Pelatihan Web

Microsoft Office terutama Microsoft Excel menjadi tema pada kegiatan kali ini. Materi diutamakan mengenai pengenalan akutansi dasar yang bisa dibuat melalui Microsoft Excel.



Gambar 6. Pelatihan Microsoft Excel

Selain berbagai kegiatan pelatihan, dilakukan juga penyerahan bantuan alat berupa *vacuum sealer* untuk perekat kemasan produk kacang kapri dari plastik. Plastik tersebut harus ditutup dengan baik agar kacang kapri terjaga kerenyahannya. UKM Jaen Gati belum mempunyai alat untuk menutup rapat secara baik kemasan plastik tersebut dan masih mengandalkan lilin. Pada kegiatan ini diserahkan sebuah alat yaitu *vacuum sealer* yang digunakan untuk membantu dalam menutup kemasan plastik sehingga lebih rapat dan kuat.



Gambar 7. Penyerahan Alat

Kegiatan yang berjalan memerlukan pendampingan, monitoring dan evaluasi. Tim beberapa kali mengadakan sesi konsultasi untuk membantu implementasi dari kegiatan pengabdian yang dilakukan agar dapat berjalan maksimal. Kegiatan ini merupakan kegiatan untuk meninjau sejauh mana perkembangan mitra dalam mengadopsi pelatihan awal yang sudah diberikan, termasuk tingkat kesulitan yang dialami.



Gambar 8. Evaluasi

Secara keseluruhan, beberapa alat dan penunjang yang diberikan kepada mitra tertera dalam tabel 2 dibawah ini.

Tabel 2. Daftar Alat dan Materi Penunjang

No	Nama	Keterangan	Jml
1.	<i>Vacuum Sealer</i>	Alat merekatkan kemasan plastik	1
2.	<i>Manual Book</i> Buku Warung	Pedoman pemakaian aplikasi Buku Warung	3
3.	Materi Media Sosial	Materi pelatihan Instagram Bisnis	3
4.	Instagram Bisnis	Media Sosial Instagram untuk pemasaran	1
5.	Web Profil Usaha	Web untuk pemasaran usaha (www.oleholehjaengati.com)	1

Sebagai gambaran dampak pengabdian sebelum dan sesudah dilakukan berbagai kegiatan pengabdian dicantumkan pada tabel 3 dibawah ini

Tabel 3. Kondisi Sebelum dan Sesudah Pengabdian

No	Nama	Sebelum Pengabdian	Sesudah Pengabdian
1.	Kemasan	Kemasan plastik dan perekat penutup menggunakan lilin	Mempunyai dan menggunakan <i>vacuum sealer</i>
2.	Pembukuan	Microsoft Excel dan Buku	Aplikasi Buku Warung
3.	Marketing	Titip di warung, Instagram	Instagram Bisnis
4.	Website	Belum Punya	Mempunyai <i>Website</i> usaha
5.	Jangkauan Pemasaran	4 Kabupaten di Bali	Bali dan Luar Bali
6.	Omset	15 Juta/bln	20 Juta/bln

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dalam kegiatan ini yaitu pengabdian berlangsung sesuai rencana seperti kualitas kemasan sudah dapat diselesaikan dengan penambahan *vacuum sealer*, kegiatan pemasaran melalui media sosial dan *website* menambah jangkauan pelanggan sehingga menambah omset UKM sebesar 30%. Mitra juga mempunyai aplikasi untuk memudahkan pencatatan transaksi melalui Aplikasi Buku Warung dan Microsoft Excel

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran atas terlaksananya kegiatan yaitu :

- (1) Rektor ITB STIKOM Bali, Bp. Dr. Dadang Hermawan, atas kepercayaan yang telah diberikan untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian Masyarakat.
- (2) Ketua Program Studi Sistem Komputer, Ibu. Ni Luh Gede Pivin Suwirmayanti, S.Kom.,M.T. atas rekomendasi dan dukungan yang telah

diberikan untuk mengikuti kegiatan ini.

- (3) Kepala Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Ibu. Dr. Dian Rahmani Putri, M.Hum, secara khusus atas rekomendasi dan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat.
- (4) Ibu Made Sukerti selaku owner dan mitra pengabdian
- (5) Semua pihak yang tidak dapat kami ucapkan satu persatu atas dukungan moral maupun material yang telah diberikan demi suksesnya kegiatan ini.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini merupakan proses yang perlu dikaji serta ditingkatkan lagi baik dalam hal kualitas materi pelatihan maupun hal terkait teknis penyelenggaraan oleh karenanya penulis sangat menyambut kritik dan saran demi penyempurnaan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Canon, Joseph. P, dkk., 2008. Pemasaran Dasar, Buku I Edisi 16. Salemba Empat
- Daryanto. 2013. Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Cetakan II. Januari 2013. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa : Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga belas. Jilid 1 dan 2. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. edisi Kedua belas. Erlangga. Jakarta
- Usmara, A, 2008. Strategi Baru Manajemen Pemasaran. Jakarta: Amara Books