

Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Informasi IRT Jajan Tradisional Rangin

^{1*}Ni Wayan Ari Ulandari, ²Ni Made Astiti, ³I Putu Warma Putra

Institut Teknologi Dan Bisnis STIKOM Bali

*Email: ulandari@stikom-bali.ac.id, astiti@stikom-bali.ac.id, warma@stikom-bali.ac.id

ABSTRAK

Mitra yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat internal adalah UKM yang dimiliki oleh Ibu Ni Komang Ana Handayani dimana bisnis ini telah beroperasi sejak tahun 2020. Dalam penelitian lapangan dan wawancara terungkap bahwa sejak memulai usaha ini, mitra belum pernah menggunakan sistem pencatatan keuangan. Mitra mengandalkan ingatan dan pencatatan manual berdasarkan kemampuannya sendiri. Selain itu, mitra juga belum memanfaatkan teknologi informasi dan media sosial untuk memasarkan produk yang dijualnya. Mitra juga tidak memiliki tempat untuk menampilkan produknya secara efektif. Oleh karena itu, untuk mengatasi berbagai kendala yang dihadapi mitra, peneliti menyelenggarakan pelatihan manajemen keuangan dengan aplikasi Buku Kas, pelatihan penggunaan media sosial, serta Pelatihan Penjualan melalui platform *marketplace*. Dimana melalui pelatihan ini, mitra telah mengembangkan pemahaman yang lebih baik dan keteraturan dalam mengelola aspek keuangan. Dengan bantuan Instagram dan *marketplace*, usaha mitra meraih tingkat visibilitas yang lebih luas. Produk mitra telah diperkaya dengan label berisi logo dan identitas. Hasil evaluasi menunjukkan mitra sudah dapat memahami 85% fitur dan proses pencatatan keuangan menggunakan Buku Kas, mitra juga telah memahami penggunaan Instagram dan *marketplace* serta barang yang diberikan telah digunakan 100% pada usaha mitra.

Kata kunci : UKM, Jajan, Rangin

ABSTRACT

The partner involved in internal community service activities is an UKM owned by Mrs. Ni Komang Ana Handayani where this business has been operating since 2020. Field research and interviews revealed that since starting this business, the partner has never used a financial recording system. Partners rely on manual note-taking and recording based on their own capabilities. Apart from that, partners also have not utilized information technology and social media to market the products they sell. Partners also have no place to display their products effectively. Therefore, to overcome various obstacles facing partners, researchers organize financial management training through the Cash Book application, training on the use of social media, as well as Sales Training through the marketplace platform. Through this training, partners have developed a better understanding and order in managing financial aspects. With the help of Instagram and the marketplace, partner businesses achieve a wider level of visibility. Partner products have been enriched with labels containing logos and identities. The evaluation results show that partners can understand 85% of the features and process of recording finances using the Cash Book, partners also understand the use of Instagram and the marketplace and the goods provided have been used 100% in the partner's business.

Key words: UKM, Jajan, Rangin

PENDAHULUAN

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada unit kegiatan masyarakat yang bergerak dalam bidang penjualan jajan tradisional Rangin . Lokasi UKM sendiri beralamat di Jalan Wibisana Barat gang 2 g no 23. Jajan Rangin ini adalah jajanan tradisional yang banyak ditemukan di daerah – daerah dan jajanan ini sangat digemari oleh kalangan anak – anak, dewasa mapun orang tua.. UKM ini didirikan oleh Ibu Ni Komang Ana Handayani, umur 46 tahun dan usaha ini sudah berjalan selama 3 tahun, tepatnya pada tahun 2020. Selama proses produksinya, Ibu Ana bekerjasama dengan anggota keluarganya dan menggandeng dua pekerja lepas yang dapat diajak bekerja ketika pesanan tiba-tiba meningkat. Bisnis penjualan makanan ringan jenis rangin ini menggunakan bahan-bahan seperti ketan, gula pasir, dan kelapa. Pesanan tertinggi dicapai pada saat hari raya agama Hindu.



Gambar 1. Situasi Mitra

Berdasarkan informasi yang diperoleh omset yang didapatkan oleh mitra sejak tahun 2020 sampai saat ini tidak menentu. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara yang dilaksanakan pada tanggal 29 Nopember 2022, diketahui sejak menjalankan usaha kecil ini, mitra belum pernah melakukan pembukuan keuangan, mitra hanya mengandalkan ingatan dan pencatatan secara manual sesuai dengan kemampuan mitra. Mitra beralasan bahwa

usahanya ini dijalankan secara mandiri sehingga mitra menganggap pembukuan tidak perlu dilakukan. Mitra juga belum memanfaatkan teknologi informasi dan social media untuk memasarkan produk mitra serta mitra tidak memiliki tempat memajang produknya. Berdasarkan permasalahan tersebut dapat dilihat mitra belum memanfaatkan teknologi informasi, dimana teknologi informasi telah banyak membantu baik di sektor pemerintah (Firdaus, Suwirmayanti and Putra, 2022) maupun swasta(Astiti, Ulandari and Putra, 2023). Para peneliti akan menyelenggarakan pelatihan manajemen keuangan dengan menggunakan aplikasi pencatatan keuangan, memberikan panduan penggunaan media sosial, serta memberikan pelatihan pemasaran melalui platform online. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan jumlah konsumen mitra dan meningkatkan tingkat ketertarikan dari masyarakat terhadap produk mereka. Selain itu, peneliti juga akan menyediakan rak agar mitra dapat menampilkan produk mereka dengan lebih baik.

Tabel 1. Analisa Situasi

No	Masalah Mitra	Solusi
1	Kurangnya kemampuan dalam pencatatan transaksi penjualan	Melakukan perbaikan dalam pencatatan dengan menggunakan aplikasi Buku Kas
2	Kurangnya promosi dan adanya pesaing	Pelatihan dalam pembuatan konten mulai dari postingan foto, story dan menuliskan deskripsi produk. Setiap produk difoto dan dipajang di instagram.
3	Belum adanya tanda pengenal	1. Memberikan Banner yang dibuat khusus untuk UKM Ni Komang Ana Handayani lengkap dengan nama

		warung, no telpon, alamat Instagram. 2. Memberikan lebel Kemasan pada produk serta memberikan Rak dan laci penyimpanan uang. 3. Mendaftarkan usaha pada marketplace
--	--	--

ini sangat membantu mempeluas konsumen mitra.

METODE

Kegiatan pengabdian ini terbagi menjadi lima fase yang akan dijalankan secara tatap muka langsung bersama mitra. Langkah awal yang akan dilakukan oleh peneliti adalah memberikan pelatihan mengenai pentingnya melakukan pencatatan transaksi penjualan. Penerapan pembukuan adalah elemen yang penting bagi para pelaku UMKM (Legina and Sofia, 2020). Setelah itu, mitra akan praktik langsung dengan melakukan pencatatan dari hasil penjualan jajan tradisional Rangin serta mencatat pengeluaran yang timbul akibat pembelian bahan dan peralatan lain yang digunakan dalam pembuatan jajan tradisional Rangin. Pada fase ini, pembukuan akan menggunakan aplikasi Buku Kas untuk membantu mitra dalam mempertahankan riwayat catatan, serta mempermudah proses transaksi dengan konsumen (Made Arna Putri, Ari Ulandari and Sri Jaya Kusuma, 2020).

Fase kedua melibatkan edukasi dan pengenalan kepada mitra mengenai strategi pemasaran melalui media sosial, termasuk di dalamnya penggunaan Instagram sebagai salah satu platform. Pada langkah ini, mitra akan diberikan pemahaman tentang pentingnya memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk (Astuti, Ulandari and Putra, 2022). Selanjutnya, mitra akan mendapatkan pelatihan dalam membuat konten untuk Instagram, mencakup penulisan caption/deskripsi produk, pembuatan cerita (story) di Instagram, proses pengunggahan konten, dan tips untuk membuat konten menarik. Dengan cara ini, diharapkan bahwa mitra dapat mengembangkan jumlah dan jangkauan konsumennya.

Pada Fase ketiga, akan dilakukan pemberian identifikasi visual kepada mitra. Dalam hal ini, peneliti akan menyediakan sebuah spanduk lengkap yang mencakup informasi mengenai UKM, seperti nama warung, nomor telepon, alamat akun

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi di atas, permasalahan yang dihadapi terkait dengan pelaksanaan program pengabdian masyarakat internal ini adalah

1. Mitra belum menjalankan pencatatan keuangan secara terstruktur, yang mengakibatkan ketidakpastian mengenai laba dan rugi usaha mereka. Peneliti dan mitra sepakat untuk memberikan prioritas pada pembuatan sistem pencatatan keuangan menggunakan teknologi informasi.
2. Kurangnya promosi mitra di media social dalam meningkatkan penjualan dimana dalam kondisi aktif *shopping*, pelanggan akan mencari informasi sebanyak-banyaknya baik informasi positif ataupun negatif, untuk membantu proses pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk (Moriansyah, 2015).
3. Hasil pengamatan di lokasi secara langsung juga mengindikasikan bahwa tidak ada identifikasi bisnis mitra yang terlihat, seperti nama toko, alamat, atau nomor telepon. Faktor ini dapat mempermudah konsumen dalam menemukan lokasi mitra.
4. Produk yang dijual oleh Mitra belum memiliki lebel kemasan, tidak memiliki rak untuk memajang barang dagangannya dan tidak memiliki laci penyimpanan uang hasil penjualan.
5. Mitra belum menggunakan *marketplace* dalam penjualan, hal

Instagram, dan peta lokasi melalui Google Maps. Langkah ini bertujuan untuk membantu konsumen dalam menemukan dengan lebih mudah warung milik Ni Komang Ana Handayani (Setyawan *et al.*, 2021).

Fase keempat tentang pemberian label kemasan pada produk milik Ni Komang Ana Handayani, pada tahapan ini peneliti akan memberikan label kemasan yang berisi logo dan lengkap dengan identitas UKM seperti nomor telepon, nama Instagram, nomor whatsapp dan nama di *marketplace*. Label yang informatif dan brand/merek diperlukan untuk meningkatkan citra produk dan untuk menjangkau pasar modern (Nuraeni *et al.*, 2022). Mitra juga akan diberikan rak dan laci penyimpanan uang dagangan untuk menunjang usaha.

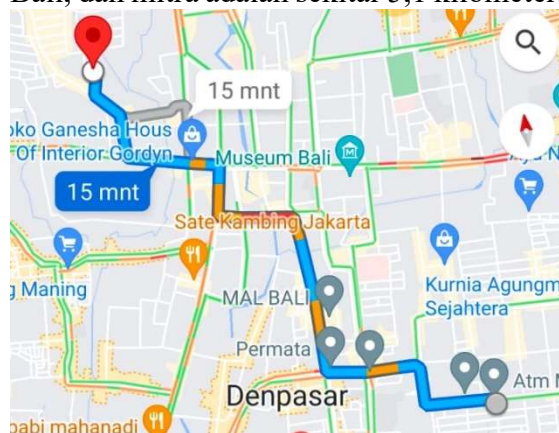
Fase kelima tentang pendaftaran produk mitra pada *marketplace*, pada tahapan ini peneliti akan mendaftarkan produk mitra pada salah satu *marketplace* agar produk mitra dapat dikenal lebih luas dan mitra akan diberikan pengetahuan mengenai strategi dalam melakukan pemasaran secara digital, disini mitra mulai memasarkan melalui *marketplace* sehingga dapat meningkatkan penjualan mitra (Wulandari, Ujiani and Putri, 2020).

Langkah berikutnya adalah penilaian oleh peneliti terhadap efektivitas pelatihan yang telah diberikan kepada mitra. Ini mencakup analisis mengenai penggunaan dan penerapan aplikasi buku kas dalam pembukuan usaha mitra, situasi keuntungan yang dialami oleh mitra, cara penerapan strategi pemasaran melalui platform media sosial seperti Instagram, pemanfaatan spanduk identifikasi mitra, penggunaan label pada kemasan produk, penggunaan rak displai, penggunaan laci untuk menyimpan pendapatan dari penjualan, serta bagaimana mitra beroperasi dalam platform jual-beli *online* (*marketplace*).



Gambar 2. Alur Proses Kegiatan PKM

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan di Desa Pemecutan Kaja, bagian utara Denpasar. Jarak antara tempat pelaksanaan, yaitu Kampus ITB STIKOM Bali, dan mitra adalah sekitar 5,1 kilometer.



Gambar 3 Lokasi Pengabdian

PEMBAHASAN

1. Edukasi Penggunaan Aplikasi Buku Kas

Peserta dalam pelatihan penggunaan aplikasi buku kas terdiri dari mitra serta admin yang bertugas mencatat transaksi. Peserta pelatihan diharapkan untuk pertama-tama mengunduh aplikasi buku kas dari toko aplikasi Play Store. Materi pelatihan

aplikasi buku kas mencakup aspek-aspek berikut:

1. Menyajikan cara merinci setiap transaksi dalam buku kas.
2. Melakukan pencatatan modal serta mencatat informasi mengenai hutang dan piutang.
3. Mengevaluasi stok barang yang tersedia untuk dijual.
4. Menyelidiki keuntungan atau kerugian usaha dengan menggunakan fitur yang telah ditanamkan dalam aplikasi.
5. Membuat cetakan berupa laporan, kuitansi, dan tagihan.
6. Melakukan pengiriman online untuk kuitansi pembelian dan tagihan menggunakan buku kas, memanfaatkan platform WhatsApp.



Gambar 4. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Buku Kas

Di samping fitur-fitur yang berkaitan dengan pencatatan keuangan, mitra juga diberikan panduan mengenai cara membuat kartu nama menggunakan aplikasi buku kas. Mitra juga diajarkan bagaimana menggunakan buku kas pada beberapa perangkat ponsel secara bersamaan, mengingat dalam usaha mitra memiliki individu yang bertugas sebagai administrasi.

2. Edukasi Penggunaan Sosial Media

Peserta dalam pelatihan pemanfaatan media sosial meliputi mitra serta admin. Peserta diharapkan untuk pertama-tama mengunduh aplikasi Instagram melalui toko aplikasi Play Store. Isi dari pelatihan ini melibatkan hal-hal sebagai berikut:

1. Pembuatan akun Instagram bisnis khusus untuk mitra dengan nama akun jajanrangingbuana.
2. Pengaturan profil media sosial yang mencakup alamat, informasi kontak, dan penambahan produk yang dijual.
3. Menunjukkan bagaimana mengunggah video dan foto produk yang dijual serta memaksimalkan penggunaan fitur di Instagram.



Gambar 5. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Penggunaan Sosial Media

3. Edukasi Penggunaan Marketplace

Para peserta dalam pelatihan tentang penggunaan platform jual-beli melibatkan mitra serta admin. Para peserta diinstruksikan untuk mengunduh aplikasi Shopee dari toko aplikasi Play Store sebelumnya. Materi dalam pelatihan ini membahas hal-hal berikut:

1. Proses pendaftaran akun khusus untuk usaha mitra di dalam platform jual-beli.

2. Persiapan profil di platform jual-beli yang mencakup informasi alamat, kontak, serta pengisian detail produk yang ditawarkan.



Gambar 6. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Penggunaan *Marketplace*

4. Penyerahan Barang

Dalam rangka kegiatan pemberdayaan ini, Ketua dan Anggota tim pemberdayaan menyerahkan berbagai barang yang nantinya akan digunakan oleh mitra sebagai dukungan dalam menjalankan usahanya.



Gambar 7. Penyerahan Barang Penunjang Usaha Mitra

5. Penyerahan Hasil Pengabdian

Dalam konteks pengabdian ini, Ketua dan Anggota tim pemberdayaan menyerahkan hasil dari kegiatan pengabdian kepada mitra sebagai alat

pendukung dalam menjalankan usaha mereka.



Gambar 8. Penyerahan Hasil Pengabdian Buku Kas, Instagram, dan Aplikasi *marketplace*



Gambar 9. Pemberian Label Kemasan



Gambar 10. Penyerahan Baner Usaha

6. Monitoring dan Evaluasi

Mitra sangat antusias selama kegiatan pengabdian berlangsung, Ketua, anggota dan mahasiswa melaksanakan pelatihan buku kas, instagram dan *marketplace* yang

diikuti oleh mitra. Mitra berlatih dan mempraktekkan fitur – fitur yang disediakan buku kas karena dengan adanya pelatihan ini, mitra sadar bahwa pencatatan transaksi sangat penting dan mudah dengan adanya buku kas. Mitra sangat mahir menggunakan sosial media Instagram untuk memasarkan produknya. Mitra masih belum mahir dalam menggunakan *marketplace* sehingga saat ini masih dibantu oleh anaknya dalam penjualan pada *marketplace* shoppe. Mitra sangat berterima kasih dengan pemberian barang – barang penunjang usaha mitra sehingga mitra sangat bersemangat untuk berwirausaha. Sehingga dari evaluasi dapat disimpulkan mitra sudah dapat memahami 85% fitur – fitur yang ada pada aplikasi Buku Kas, mitra sudah paham 85% proses pencatatan keuangan menggunakan Buku Kas, mitra sudah memahami 90% fitur-fitur dan penggunaan Instagram, mitra sudah paham dalam 70 % penggunaan *marketplace* dan barang yang diberikan peneliti untuk mitra sudah digunakan 100% pada usaha mitra.

SIMPULAN

Dari kegiatan pemberdayaan masyarakat internal ini, dapat disimpulkan bahwa pelatihan telah dilakukan mengenai penggunaan Buku Kas, penggunaan media sosial Instagram, serta pemanfaatan platform jual-beli (*marketplace*). Melalui pelatihan ini, mitra telah mengembangkan pemahaman yang lebih baik dan keterampilan dalam mengelola aspek keuangan. Dengan bantuan Instagram dan *marketplace*, usaha mitra telah meraih tingkat visibilitas yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada lingkup lokal. Produk yang awalnya tidak memiliki label kemasan, kini telah diperkaya dengan label berisi logo dan identitas mitra. Selain itu, mitra telah menerima peralatan yang mendukung usahanya, yang telah menginspirasi semangat mitra untuk lebih bersemangat dalam berjualan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Rektor Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali atas kesempatan yang diberikan untuk melaksanakan pengabdian ini, serta bantuan dana yang diberikan melalui lembaga tersebut. Juga, kami berterima kasih kepada Direktur Penelitian, Pengabdian pada Masyarakat, dan Perpustakaan Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali yang telah membantu dan memfasilitasi kelancaran pelaksanaan pengabdian ini. Penghargaan juga kami sampaikan kepada Koordinator Pengabdian Masyarakat atas dukungan dan bimbingannya selama kami menjalankan pengabdian ini. Kami tidak lupa berterima kasih kepada mitra PKM yang telah aktif terlibat dalam proses perencanaan dan pelaksanaan pengabdian ini. Serta, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada semua rekan yang memberikan dukungan moral dan praktis mulai dari persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Astiti, N. M., Ulandari, N. W. A. and Putra, I. P. W. (2022) ‘Pemanfaatan Teknologi Informasi Manajemen Keuangan dan Sosial Media pada UKM Sarana Upacara Agama’, *WIDYABHAKTI JURNAL ILMIAH POPULER*, 5(1), pp. 14–19.
- Astiti, N. M., Ulandari, N. W. A. and Putra, I. P. W. (2023) ‘Implementasi Metode Cpi Dalam Proses Seleksi Supplier Terbaik Di Duta Orchid’, *Naratif: Jurnal Nasional Riset, Aplikasi dan Teknik Informatika*, 5(1), pp. 46–53. doi: 10.53580/naratif.v5i1.210.
- Firdaus, N., Suwirmayanti, N. L. G. P. and Putra, I. P. W. (2022) ‘Penerapan Metode Moora untuk Bantuan Langsung Tunai pada Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Bali’, in *SEMINAR NASIONAL CORISINDO*, pp. 586–592.
- Legina, X. and Sofia, I. P. (2020) ‘Pemanfaatan Software Pembukuan Akuntansi Sebagai Solusi Atas Sistem Pembukuan Manual Pada Umkm’, *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Ekonomi*

- Akuntansi*, 4(2), p. 172. doi: 10.31851/neraca.v4i2.4771.
- Made Arna Putri, G. A., Ari Ulandari, N. W. and Sri Jaya Kusuma, I. N. (2020) 'PKM Pemanfaatan Media Sosial & Aplikasi Pengolahan Angka dalam Peningkatan Penjualan', *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 2(3), pp. 67–78. doi: 10.30864/widyabhakti.v2i3.199.
- Moriansyah, L. (2015) 'Pemasaran Melalui Media Sosial', *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 19(3), pp. 187–196.
- Nuraeni, A. *et al.* (2022) 'Penerapan Kemasan Dan Label Untuk Produk Olahan Singkong Di Kelompok Tani Barokah', *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), pp. 178–183. doi: 10.31004/cdj.v3i1.3647.
- Setyawan, A. *et al.* (2021) 'Strategi promosi usaha dengan pembuatan spanduk dan akun instagram pada bengkel motor apui', 3, pp. 988–997.
- Wulandari, O. A. D., Ujiani, U. and Putri, N. R. (2020) 'Analisis Pemanfaatan Marketplace Dalam Meningkatkan Pendapatan Bagi Penjualan Produk Umkm Di Purbalingga', *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(2), pp. 96–101. doi: 10.37058/jem.v6i2.1978.