

Upaya Promosi Peningkatan Hasil Usaha *Laklak* Sebagai Jajanan Tradisional Bali

¹I Gusti Ayu Vina Widiadnya Putri, ²Ni Putu Jenny Pratiwi,

Universitas Mahasaraswati Denpasar

*Email: miss.vina@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pengaruh pandemi virus Covid-19 memberikan dampak yang sangat signifikan di bidang ekonomi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Bali. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di Desa Sudimara, Kecamatan Tabanan, Kabupaten Tabanan yang menyoal masyarakat pelaku UMKM *Laklak Bali*. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah rendahnya hasil usaha yang didapatkan. Peristiwa ini berkaitan dengan rendahnya pengetahuan pedagang mengenai media promosi produk jajanan *laklak* Bali secara online. Ditinjau dari aspek manajemen, usaha jajanan *laklak* Bali belum memiliki pencatatan keuangan untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran, sehingga aktifitas usaha kurang teratur. Hasil dari pengabdian masyarakat ini adalah mitra dapat menggunakan media sosial untuk memasarkan dan mempromosikan produknya sebagai upaya peningkatan hasil usaha. Selain itu, mitra dapat melakukan pencatatan keuangan secara rutin di setiap aktifitas usahanya.

Kata kunci : promosi, UMKM, pedagang

ABSTRACT

The influence of the Covid-19 virus pandemic has a very significant impact mainly in the economic sphere for small and medium-sized micro enterprises (UMKM) that exist in Bali. The problem that partners face is the low yield of their efforts. The event is related to the poor knowledge of traders about the media promoting Bali's products online. Reviewed from the management point of view, the Balinese business does not have a financial record to record incomes and expenditures, so the business activity is less irregular. The result of this community commitment is that partners can use social media to market and promote their products as an attempt to improve business results. In addition, partners can carry out financial records on a regular basis in every business activity.

Key words: promotion, Small and Medium Enterprise (SME), trader

PENDAHULUAN

Pengaruh pandemi virus Covid-19 cukup memberikan dampak di bidang ekonomi, seperti Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Bali. Perekonomian global semakin melambat dan mempengaruhi dunia usaha. Sektor ekonomi menjadi sektor yang terdampak cukup parah akibat pandemi covid-19

(Rosita, 2020). Desa Sudimara merupakan salah satu desa yang berada di kecamatan Tabanan, Kabupaten Tabanan. Desa Sudimara sendiri memiliki luas 5,83 km yang terdiri dari 11 dusun/ banjar dinas, yakni : Banjar Cengolo, Banjar Sudimara Kaja, Banjar Sudimara Kelod, Banjar Yeh Gangga, Banjar Kalanganyar, Banjar Jelae, Banjar Celuk Kanginan, Banjar Celuk

Kawan, Banjar Katimemes, Banjar Kalanganyar Kangin dan Banjar Sakeh. Sebagian besar dari masyarakat di Desa Sudimara bermata pencaharian sebagai buruh bangunan, pertanian dan wirausaha. Pada masa pandemi Covid-19 ini membawa perubahan yang cukup besar dalam bidang sosial ekonomi, pendidikan, budaya dan berbagai aspek lain dalam kehidupan masyarakat sehari-hari terutama di sektor ekonomi. Salah satu mata pencaharian masyarakat yaitu pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) Sebelum adanya pandemi, para pelaku UMKM tidak mengalami kesulitan dalam memasarkan produk. Saat ini gempuran teknologi semakin menyulitkan pelaku UMKM

melakukan kegiatan usaha. Pelaku UMKM perlu beradaptasi dengan pemanfaatan teknologi. Banyak masyarakat yang belum siap dengan pemanfaatan teknologi, sehingga perlu pendampingan di pedesaan untuk meningkatkan pengetahuan dalam pemanfaatan teknologi. Mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini yakni pelaku UMKM *laklak* Bali di Desa Sudimara. Setelah dilakukan observasi, berikut ini ditampilkan tabel analisis situasi yang telah dilakukan di Desa Sudimara yang menasar pelaku UMKM Laklak Bali.

Tabel 1. Analisis Situasi

No	Bidang	Permasalahan	Solusi
1	Pemasaran	Pemasaran yang dilakukan mitra masih melalui pemasaran offline/ manual dan belum memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial dan Instagram	Membuatkan dan memberikan pelatihan penggunaan media sosial yang up to date yang bertujuan agar mitra dapat memasarkan produknya di media sosial secara mandiri.
2	Dokumentasi Keuangan	Belum memiliki pencatatan pemasukan keuangan sehingga riwayat keuangan menjadi kurang teratur dan tidak stabil.	Melakukan pelatihan pencatatan keuangan. Dengan adanya pencatatan keuangan mitra dapat mengetahui pemasukan dan pengeluaran yang sedang berjalan, sehingga kondisi keuangan mitra lebih teratur.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, ditemukan dua permasalahan yang sedang dihadapi pelaku UMKM Laklak Bali. Permasalahan tersebut adalah bidang pemasaran, promosi dan dokumentasi keuangan. Berdasarkan kedua permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan dua solusi yang memberikan manfaat kepada mitra. Solusi tersebut adalah melakukan pendampingan dan pelatihan

dalam penggunaan media sosial dan pelatihan pencatatan keuangan bagi masyarakat.

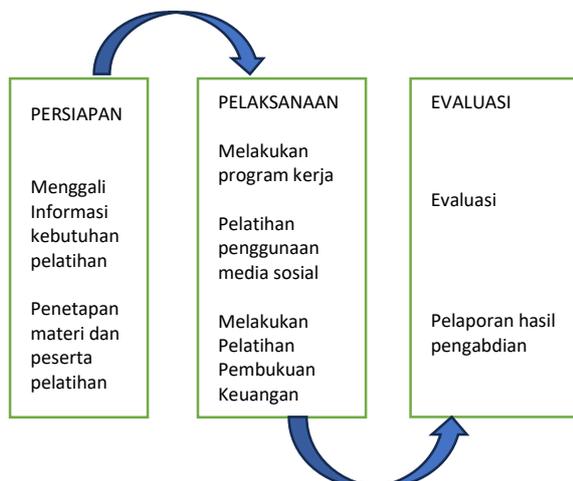
RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, permasalahan yang sedang dihadapi pelaku UMKM adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah upaya promosi pelaku usaha UMKM Laklak Bali dengan media Online?
2. Bagaimanakah teknik pencatatan keuangan pelaku UMKM agar lebih teratur?

METODE

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, metode pelaksanaan yang dilakukan diawali dengan metode observasi kemudian dilanjutkan dengan pelatihan atau pendampingan belajar. Metode observasi digunakan untuk mengetahui permasalahan yang terjadi sehingga dapat didiskusikan solusi dari permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM.



Gambar 1. Bagan Alir Metode Penelitian

Pelaksanaan metode pelatihan adalah melatih dan mendampingi pelaku UMKM agar dapat meningkatkan hasil usaha. Dengan begitu kegiatan ini dapat dilaksanakan dengan baik dan berjalan sesuai rencana. Adapun langkah-langkah pelaksanaan yaitu :

1. Observasi kepada mitra pelaku UMKM Laklak Bali di Desa Sudimara Kabupaten Tabanan Kecamatan Tabanan Bali.
2. Mencatat permasalahan yang dihadapi mitra dan memberikan solusi terkait dengan permasalahannya.

3. Melakukan program kerja berupa pembuatan media sosial dan pendampingan teknik penggunaan media sosial serta teknik promosi produk.
4. Melakukan program kerja berupa pelatihan pembukuan keuangan secara langsung.
5. Melakukan evaluasi terhadap program kerja yang sudah dilaksanakan.

PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat dalam upaya peningkatan pendapatan UMKM laklak Bali dengan pemasaran melalui media sosial Di Desa Sudimara telah berhasil dilaksanakan. Kegiatan dilakukan diawali dengan melakukan observasi dan wawancara. Kegiatan ini dilakukan dengan pelaku usaha UMKM Laklak Bali untuk mengetahui kondisi UMKM pada saat ini dan permasalahan yang dihadapi. Hasil kegiatan wawancara mitra menjelaskan terjadinya penurunan omset terhadap penjualan. Peristiwa ini dikarenakan mitra menggunakan pemasaran konvensional sehingga hanya berfokus pada konsumen-konsumen di lingkungan terdekat.



Gambar 2. Melakukan wawancara dan diskusi program

Pada gambar 2 menjelaskan mitra memberikan gambaran kondisi keuangan yang kurang teratur dan lebih banyak mengalami kerugian. Dari permasalahan tersebut solusi yang diberikan yaitu, membuat media sosial bagi pelaku usaha UMKM laklak bali agar dapat memasarkan produknya secara online.

Kemudian dilanjutkan dengan pendampingan belajar bagi mitra dengan materi ajar penggunaan sosial media, cara memasarkan produk-produk dengan sosial media. Selain itu, pendampingan kepada mitra membuat catatan keuangan, sehingga kondisi keuangan dapat lebih teratur.

Selanjutnya pada kegiatan kedua, program kerja yang dilakukan adalah pembuatan media sosial. Media sosial merupakan platform digital yang digunakan mitra untuk dapat memasarkan produknya secara online. Kegiatan ini juga dapat memperluas jangkauan penjualan dan promosi agar dapat lebih dikenal dimasyarakat.



Gambar 3. Akun Instagram Lakkak Bali

Media sosial ini dikelola oleh mitra sendiri agar dapat memudahkan mitra untuk berkomunikasi dengan konsumen dan calon pelanggan dalam proses pemesanan.

Pada kegiatan ketiga yaitu mengajarkan penggunaan sosial media dan cara memasarkan produk kepada mitra. Agar dapat menggunakan akun yang telah dibuat pada program kerja sebelumnya, mitra perlu mengetahui teknik penggunaannya seperti, teknik memposting, mempromosikan produk, berkomunikasi dengan pelanggan atau calon konsumen. Perlu dilakukan pelatihan sehingga mitra dapat menggunakan akun dan mengelolanya secara mandiri. Mitra dengan mudah dapat memberikan informasi kepada masyarakat dengan pelatihan yang telah diberikan.



Gambar 4. Pelatihan menggunakan Instagram

Pada gambar 4, dilakukan pendampingan kepada mitra dalam pengelolaan sosial media. Pada tahap pelatihan, mitra tampak antusias mencoba menggunakan akun sosial media yang telah dibuat dan dapat secara mandiri mengunggah photo produk-produk di sosial media.

Kegiatan selanjutnya yaitu melakukan pelatihan teknik pencatatan keuangan. Pembukuan keuangan menjadi hal yang sangat penting bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Tanpa memiliki catatan keuangan, perusahaan tidak mampu membuat strategi usahanya sehingga, UMKM sering kali merugi karena ketidakmampuan dalam mengelola keuangan. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan keterampilan bagi mitra dalam mencatat segala aktivitas bisnis yang dilakukan. Pelatihan untuk membuat *cash flow* merupakan pencatatan yang sederhana sehingga mitra mudah memahami

pencatatan keuangan secara dasar dan dapat diimplementasikan secara baik oleh mitra.



Gambar 5. Pelatihan pencatatan pembukuan keuangan

Kegiatan yang terakhir yaitu melakukan evaluasi dari kegiatan-kegiatan yang sudah dilaksanakan terhadap mitra. Pada kegiatan evaluasi, mitra telah menguasai pengelolaan media sosial untuk mengunggah serta mempromosikan produknya. Mitra telah berkomunikasi dengan konsumen melalui *direct message* (DM) untuk proses pemesanan, dan mitra telah memahami pencatatan keuangan dan dapat menerapkannya disetiap kegiatan pengeluaran dan pemasukan yang dilakukan.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Kegiatan

No	Sebelum Pelaksanaan PKM	Setelah Pelaksanaan PKM
1	Target market perhari hanya 50 orang sekitar desa	Target market perhari 700 orang di seluruh Bali
2	Omset 500.000 per hari	Omset 1.000.000 perhari

Dari berbagai kegiatan dijelaskan faktor pendukung keberhasilan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu, pelaku UMKM memiliki gawai yang memadai untuk mendukung program kerja yang dilakukan. Adanya antusias dari pelaku UMKM untuk memasarkan produk melalui media sosial merupakan salah satu

faktor keberhasilan yang utama. Selain faktor pendukung, adapun faktor penghambat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu pada jaringan atau koneksi internet yang kurang stabil. Mitra masih gagap teknologi sehingga perlu dilakukan teknik repetisi atau pengulangan dalam menjelaskan teknik pengelolaan media sosial dan pencatatan keuangan.

Secara keseluruhan kegiatan pengabdian masyarakat ini dan program kerja yang telah dilaksanakan sudah dapat berjalan dengan baik dan mencapai target yang diinginkan (teralisasi 100%). Partisipasi masyarakat dalam upaya peningkatan pendapatan UMKM laklak Bali dengan pemasaran melalui media sosial di desa Sudimara sangat tinggi. Mitra sasaran pelaku UMKM Laklak Bali sangat antusias mengikuti program kerja yang dilaksanakan, serta turut aktif dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan program kerja.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam upaya peningkatan pendapatan UMKM laklak bali dengan pemasaran melalui media sosial di desa Sudimara telah selesai dilaksanakan. Program kerja yang dilakukan yakni pembuatan media sosial, pendampingan belajar teknik pengelolaan media sosial, teknik pemasaran produk, serta pelatihan pencatatan pembukuan keuangan telah terlaksana dengan baik (teralisasi 100%). Hal ini dikarenakan adanya dukungan dan antusias dari pelaku UMKM Laklak Bali di Desa Sudimara untuk ikut serta dalam melakukan program kerja yang direncanakan. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu, UMKM Laklak Bali memiliki media sosial memasarkan produk secara online, mitra mengerti teknik mengelola Instagram serta dapat memasarkan sosial media secara mandiri, dan mengetahui teknik mencatat pembukuan keuangan untuk mengatur pemasukan dan pengeluaran.

Setelah berakhirnya kegiatan Pengabdian Masyarakat ini, saran yang

dapat diberikan untuk pelaku UMKM Laklak Bali yang ada di Desa Sudimara diharapkan kegiatan ini dapat dilaksanakan dengan konsisten. Materi yang diajarkan melalui pelatihan selama kegiatan pengabdian masyarakat berlangsung dapat terus diaplikasikan. Mitra dapat tetap memasarkan serta mengunggah produk-produknya melalui media sosial secara konsisten agar dapat dikenal dimasyarakat sehingga dapat meningkatkan penjualan. Selain itu pelaku UMKM diharapkan tetap konsisten melakukan pencatatan pembukuan keuangan agar pemasukan dan pengeluaran tetap berjalan dengan stabil dan meminimalis kerugian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya Yoga Prasetya, S. Z. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Desa Boja. *Jurnal Budimas Vol. 03*. No. 01.
- Ana, Suci Nur (2020). Laporan Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Daring Masa Pandemi Covid- 19
- LPPM. (2022). *Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata Peduli Bencana Covid-19. Pusat Kajian Pemerdayaan Masyarakat Dan Kuliah Kerja Nyata. Universitas Mahasaraswati Denpasar.*
- Rachmawaty, A. (2021). Optimasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan. Tematik - *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi* Vol. 8, No. 1.
- Raharja, S. U. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108-123.
- Rosita, Rahmi. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*. Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I Jakarta.
- Sugiri. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis*. Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi
- Veranika, Mira Y. S. (2021). Pemanfaatan Promosi Melalui media sosial Dalam Mendukung Pemasaran Produk Kefir Pada UMKM Dapur Kefir Bandung. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Vol. 2, No. 1.*
- Winarti, C. (t.thn.). Pemanfaatan Sosial Media Oleh UMKM Dalam Memasarkan Produk di Masa Pandemi Covid-19. Pemasaran Digital, Sosial Media, Pandemi COVID-19, UMKM.
- Yoga, Prasetya Adhitya S. Z. (2021). Pemanfaatan media sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Desa Boja. *Jurnal Budimas Vol. 03*. No. 01.