

## Peningkatan Pasar Produk Jajan Tradisional Dua Putri Melalui Media Sosial dan Manajemen Keuangan

<sup>1</sup>Ni Wayan Ari Ulandari, <sup>2</sup>Ni Made Astiti, <sup>3</sup>I Putu Warma Putra,  
<sup>4</sup>Dewa Ayu Mirnawati, <sup>5</sup>I Made Suandana Astika Pande  
Institut Teknologi Dan Bisnis STIKOM Bali<sup>1,2,3</sup>  
\*Email: ulandari@stikom-bali.ac.id

---

### ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat ini fokus pada bidang penjualan jajanan tradisional. Jajanan yang dijual mitra merupakan jajanan tradisional yang banyak ditemui di pasar-pasar di Denpasar. Usaha ini didirikan oleh Ibu Luh Gede Tri Handayani dan telah berjalan selama 3 tahun dan telah memiliki pelanggan tetap yang rutin memesan jajanan tradisional mereka. Berdasarkan hasil wawancara terungkap bahwa sejak memulai usaha ini mitra belum pernah menggunakan sistem pencatatan keuangan. Selain itu mitra juga belum memiliki logo kemasan dan belum memanfaatkan media sosial untuk penjualannya. Karena itu, sebagai solusi untuk mengatasi berbagai hambatan yang dihadapi oleh mitra, peneliti menyelenggarakan beberapa kegiatan, termasuk pelatihan manajemen keuangan dengan menggunakan aplikasi Buku Kas, memberikan panduan penggunaan Instagram, pelatihan tentang pelabelan produk, penyediaan banner dan stiker logo untuk usaha mitra, serta memberikan perlengkapan usaha seperti oven, mixer, loyang, timbangan digital, dan tempat display. Evaluasi menunjukkan bahwa mitra telah memahami seluruh fitur Buku Kas dan sebagian besar proses pencatatan keuangan. Mereka juga telah memahami sebagian besar fungsi Instagram. Logo usaha yang diberikan telah digunakan sepenuhnya oleh mitra, begitu juga dengan semua perlengkapan usaha yang telah diberikan, yang digunakan secara maksimal oleh mitra.

**Kata kunci :** UKM, Tradisional, Media Sosial

### ABSTRACT

*This community service program focuses on the traditional snack sales sector. The snacks sold by the partners are traditional and commonly found in the markets of Denpasar. The venture was established by Mrs. Luh Gede Tri Handayani and has been running for 3 years, garnering regular customers who frequently order their traditional snacks. Interviews revealed that since starting this business, the partners have never used a financial recording system. Additionally, they lack packaging logos and have not utilized social media for sales. To address these challenges, the researchers conducted training on financial management using the Buku Kas application, provided Instagram usage training, labeling training, banners, logo stickers for the partners' businesses, and provided supportive items such as ovens, mixers, baking trays, digital scales, and display stands. Evaluation results show that the partners have comprehended 100% of the features and 90% of the financial recording process using Buku Kas. They have also grasped 90% of Instagram usage, fully adopted the provided business logo, and utilized all the supportive items provided for their business.*

**Key words:** UKM, Traditional, Social Media

## PENDAHULUAN

Program pengabdian masyarakat ini, bergerak dalam bidang penjualan jajan tradisional. Jajanan yang dijual mitra bersifat tradisional dan sering dijumpai di pasar – pasar kawasan Denpasar. Industri rumah tangga ini didirikan oleh Ibu Luh Gede Tri Handayani dua putri dibantu oleh suami, dua putrinya dan 2 karyawan lepasan. IRT dua putri ini sudah berjalan selama 3 Tahun dan sudah memiliki pelanggan tetap yang selalu memesan jajan tradisional dua putri. Lokasi IRT saat ini beralamat di Jalan Teuku Umar Gg Cendrawasih No 4 Denpasar.

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan mitra diperoleh informasi bahwa omset yang didapat mitra sampai saat ini mengalami peningkatan yang lambat walaupun mitra sudah berusaha memperluas target pasarnya, berawal dari hanya menaruh jajan di warung yang terdekat saja, sekarang sudah bisa menerima pesanan dari toko kue dan dari kerabat terdekat. Mitra tidak mampu memberikan informasi pasti terkait peningkatan omset yang dialami mitra dikarenakan mitra tidak memiliki pencatatan pembukuan akurat karena hanya menggunakan ingatan saja. Setiap transaksi dilakukan oleh mitra dengan mencatat secara manual pada kertas, terkadang dibantu oleh pelanggan yang mengingatkan detail pesanan kepada mitra.

Saat ini, usaha IRT Dua Putri belum memiliki identitas bisnis resmi seperti logo usaha dan informasi kontak yang mencakup nama warung, alamat, dan nomor telepon. Strategi pemasaran yang diterapkan lebih mengandalkan promosi melalui warung-warung lokal, toko kue, serta menerima pesanan dari kerabat atau saudara yang mengadakan acara keagamaan. Mitra juga telah menjalin kemitraan dengan 10 warung untuk menjual produknya secara konsinyasi, dan beberapa toko kue di Denpasar juga turut membantu dalam memasarkan produk mitra, baik melalui pesanan langsung maupun konsinyasi.



Gambar 1. Situasi Mitra

Berdasarkan hasil wawancara dengan mitra ditemukan bahwa Mitra masih belum mengimplementasikan teknologi informasi, meskipun manfaatnya telah terbukti signifikan dalam sektor pemerintah (Firdaus, Suwirmayanti and Putra, 2022) (Widhiantara, Supuwingsih and Ulandari, 2023) maupun swasta (Astiti, Ulandari and Putra, 2023). Peneliti memilih untuk membantu mitra dengan menyediakan pelatihan manajemen keuangan menggunakan aplikasi Buku Kas agar mitra dapat memahami keuntungan dan kerugian yang mereka alami. Selain itu, peneliti juga akan memberikan pelatihan penggunaan Instagram untuk meningkatkan eksposur usaha mitra di media sosial. Upaya lainnya mencakup penyediaan logo untuk memberikan identitas pada produk mitra, serta penyediaan banner untuk memperkuat citra merek usaha mitra dengan mencantumkan informasi seperti nama usaha mitra, alamat, dan nomor telepon, hal ini sangat berguna bagi calon pelanggan dan konsumen dalam menemukan lokasi mitra, serta menyediakan perlengkapan usaha seperti oven, mixer, loyang, timbangan digital, dan rak *display* untuk produk mitra.

Tabel 1. Analisa Situasi

No	Masalah Mitra	Solusi
1	Keterbatasan kemampuan dalam pencatatan penjualan jajan tradisional	Mengadakan perbaikan dalam pencatatan menggunakan aplikasi Buku Kas. Mitra memperkirakan pendapatan sekitar 1,5 juta per bulan.
2	Kurangnya Promosi dan adanya Saingan	Pelatihan tentang pembuatan konten termasuk posting foto, story, dan penulisan deskripsi produk. Setiap produk IRT dua putri akan difoto dan diposting di Instagram.
3.	Belum adanya Tanda Pengenal	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan XBanner yang dibuat khusus untuk IRT dua putri lengkap dengan nama warung, no telpon, alamat instagram, dan google maps.</li> <li>2. Memberikan label Kemasan pada produk IRT dua putri</li> <li>3. Memberikan barang penunjang usaha mitra</li> </ol>

### RUMUSAN MASALAH

Dari tinjauan situasi yang telah dilakukan, tantangan yang dihadapi terkait dengan implementasi program pengabdian masyarakat internal ini adalah:

1. Mitra belum menyusun catatan keuangan usaha secara teratur, sehingga tidak ada gambaran yang jelas tentang profitabilitas dan kerugian yang dialami. Peneliti dan mitra memprioritaskan bagaimana membuat pembukuan dengan memanfaatkan teknologi informasi (Ulandari, Astiti and Putra, 2023).
2. Mitra kurang aktif dalam

memperkuat promosi untuk meningkatkan penjualan.

3. Hasil pengamatan langsung di lokasi juga mengindikasikan absennya identitas usaha mitra seperti nama warung, alamat, dan nomor telepon, yang sebenarnya sangat membantu konsumen dalam menemukan lokasi mitra.
4. Produk yang Mitra saat ini belum memiliki label pada kemasan.
5. Mitra tidak memiliki rak untuk mendisplay barang dagangannya dan membutuhkan barang penunjang karena sudah mulai rusak – rusak seperti oven, mixer, loyang dan timbangan digital.

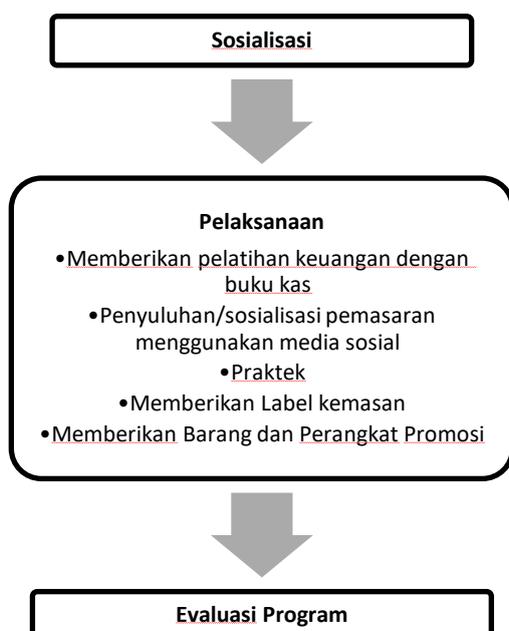
### METODE

Kegiatan pengabdian ini terdiri dari tiga tahap yang akan dilakukan secara langsung bersama mitra. Tahap pertama, peneliti akan memberikan sosialisasi kegiatan pelatihan mengenai pentingnya mencatat transaksi penjualan. Selanjutnya, mitra akan melakukan praktik langsung dengan mencatat penjualan makanan ringan tradisional dan pengeluaran untuk bahan-bahan pembuatan jajan tersebut. Pada tahap ini, aplikasi Buku Kas akan digunakan untuk membantu mitra menjaga riwayat catatan, serta mempermudah proses transaksi dengan pelanggan. (Sihombing, Natsir and Anggraeni, 2022).

Tahap kedua pelaksanaa melibatkan penyuluhan kepada mitra tentang pemasaran melalui media sosial, termasuk penggunaan platform seperti Instagram. Pada tahap ini, mitra akan diberikan pemahaman mengenai pentingnya memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk mereka. Selanjutnya, mereka akan menerima pelatihan dalam membuat konten Instagram yang menarik, termasuk pembuatan caption, story, serta strategi untuk meningkatkan daya tarik konten tersebut. Diharapkan bahwa melalui tahap ini, jumlah dan jangkauan konsumen mitra

dapat meningkat. (Made Arna Putri, Ari Ulandari and Sri Jaya Kusuma, 2020). Dalam tahap ini, peneliti akan menyediakan XBanner yang mencakup informasi identitas IRT, termasuk nama warung, nomor telepon, alamat Instagram, dan peta lokasi Google Maps. Hal ini bertujuan untuk mempermudah konsumen dalam menemukan warung milik Luh Gede Tri Handayani. Selanjutnya pemberian label kemasan pada produk yang dimiliki oleh Luh Gede Tri Handayani. Peneliti akan menyediakan label kemasan yang mencakup logo dan informasi identitas IRT, termasuk nama warung, nomor telepon, alamat Instagram, dan peta lokasi Google Maps. Selanjutnya pemberian barang penunjang yang akan diberikan kepada mitra seperti Rak, oven, mixer, loyang dan timbangan digital.

Tahapan Ketiga melakukan evaluasi terhadap pelatihan – pelatihan yang diberikan kepada mitra, sejauh mana mitra sudah memahami pelatihan yang diberikan dan apakah pelatihan tersebut sudah diterapkan oleh mitra atau tidak.



Gambar 2. Alur Proses Kegiatan PKM

Kesiapan mitra dalam menerapkan teknologi informasi adalah :

1. *Hardware* : Mitra telah memiliki perangkat android dan di daerah mitra telah tersedia jaringan internet.
2. *Software* : Mitra siap menggunakan aplikasi buku kas untuk pencatatan keuangan dan Instagram sebagai media promosi
3. *Brainware* : Mitra dan anaknya siap menerima pelatihan penggunaan buku kas dan instagram.

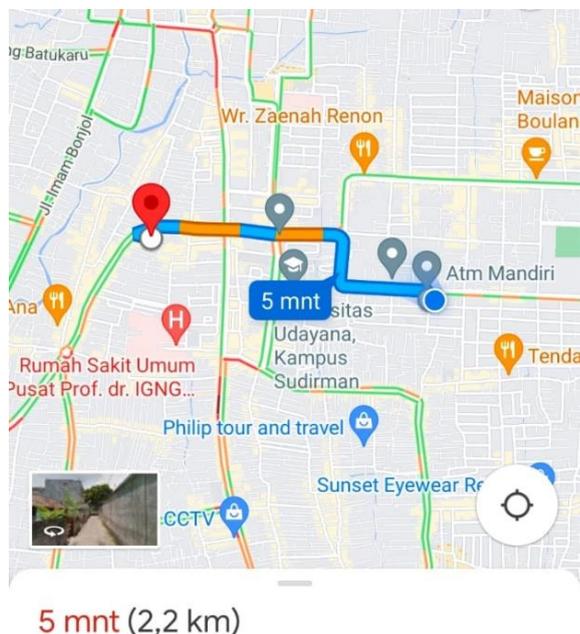
Kepakaran Peneliti dibagi menjadi 2 bidang ilmu yaitu Teknologi informasi dan Manajemen. Kepakaran ini yang akan digunakan untuk memberikan pelatihan instagram, pembuatan logo usaha dan pelatihan penggunaan buku kas.

Tabel 2. Kepakaran Peneliti

No	Nama	Kepakaran
1	Ni Wayan Ari Ulandari, S. Kom., M. Kom.	Digital Marketing
2	I Made Suandana Astika Pande, S. Kom	Digital Marketing
3	Dra. Ni Made Astiti, MM. Kom.	Manajemen Keuangan
4	I Dewa Ayu Mirnawati, S. I. Kom., M. I. Kom	Manajemen Bisnis
5	I Putu Warma Putra, S. Kom., M. T.	Teknologi Informasi
6	Ni Made Manik Widyaningsih	Administrasi
7	I Putu Agung Mas Aditya Warman	IT Support

Lokasi Pengabdian dilaksanakan di Jalan Teuku Umar Gang Cendrawasih,

Jarak antara lokasi pelaksana Kampus ITB STIKOM Bali dan mitra adalah kurang lebih 2,2 Km.



Gambar 3. Lokasi Pengabdian

## PEMBAHASAN

### 1. Edukasi Penggunaan Aplikasi BukuKas

Peserta pelatihan aplikasi Buku Kas termasuk mitra dan admin yang bertanggung jawab atas pencatatan transaksi. Mereka akan mengunduh aplikasi Buku Kas melalui Play Store sebelum pelatihan dimulai. Materi pelatihan aplikasi Buku Kas yang diberikan mencakup:

- Melakukan pencatatan transaksi secara rutin dan terperinci pada buku kas merupakan praktik yang dilakukan untuk mencatat setiap transaksi yang terjadi dalam bisnis (Astuti, Ulandari and Putra, 2022).
- Dengan mencatat kas yang diterima secara berkala, baik harian, mingguan, bulanan, maupun tahunan, pengusaha dapat memantau aliran kas masuk ke dalam bisnis mereka secara teratur dan merinci

jumlahnya pada berbagai periode waktu.

- Begitu pula dengan mencatat kas yang dikeluarkan, baik dalam skala harian, mingguan, bulanan, maupun tahunan, memungkinkan mitra untuk mengidentifikasi dan menganalisis pola pengeluaran bisnis mitra serta memahami bagaimana kas dikeluarkan dalam rentang waktu tertentu.



Gambar 4. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Buku Kas

Mitra sangat antusias belajar menggunakan aplikasi buku kas karena sangat membantu mitra dalam pembukuan, mitra juga dibantu oleh anak mitra untuk menggunakan aplikasi buku kas



Gambar 5. Hasil Pelatihan Buku Kas

## 2. Edukasi Penggunaan Sosial Media

Partisipan dalam pelatihan penggunaan media sosial termasuk mitra dan administrator. Mereka diminta untuk mengunduh aplikasi Instagram dari Play Store sebelum pelatihan dimulai. Materi pelatihan tentang penggunaan media sosial mencakup:

1. Melakukan pembuatan akun bisnis Instagram secara terstruktur merupakan langkah awal mitra untuk meningkatkan kehadiran online dan pemasaran produk mereka.
2. Menyiapkan profil media sosial dengan cermat, yang mencakup informasi seperti alamat usaha, kontak yang dapat dihubungi merupakan bagian penting dalam membangun identitas online yang profesional dan dapat diakses oleh calon konsumen (Irsyad, Nuryasin and Setyawan, 2023).
3. Proses unggah foto-foto produk dan video, serta penggunaan fitur hashtag yang relevan pada platform Instagram, dijadikan strategi untuk meningkatkan visibilitas sehingga memperkuat upaya pemasaran online mitra.



Gambar 6. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Penggunaan Sosial Media



Gambar 7. Media Sosial Mitra

### 3. Pelabelan Produk Mitra

Peserta pelatihan pelabelan adalah mitra dan admin. Kegiatan pelabelan produk mitra mencakup :

1. Proses pembuatan logo usaha mitra yang disertai dengan informasi kontak dan jejaring media sosial mitra.
2. Pencetakan label kemasan, yang disesuaikan dengan berbagai ukuran kemasan yang digunakan oleh mitra.
3. Melakukan pelatihan khusus dalam hal pelabelan kemasan.



Gambar 8. Logo Mitra



Gambar 9. Penyerahan Logo



Gambar 10. Pelaksanaan Kegiatan Pelebelan



Gambar 11. Kemasan Produk

### 4. Penyerahan Barang

Peneliti dari Dosen ITB STIKOM Bali bersama mahasiswa memberikan sejumlah peralatan dan perlengkapan yang mendukung operasional usaha Mitra dua putri. Perlengkapan tersebut meliputi berbagai peralatan penting seperti oven, mixer, loyang, dan timbangan digital yang dipilih dengan cermat untuk memastikan kebutuhan operasional usaha dapat terpenuhi dengan optimal. Selain itu, dalam upaya meningkatkan eksposur dan penetrasi pasar produk Mitra dua putri, penyediaan barang-barang promosi seperti banner dan rak display juga diserahkan dengan harapan dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk mereka di pasaran.



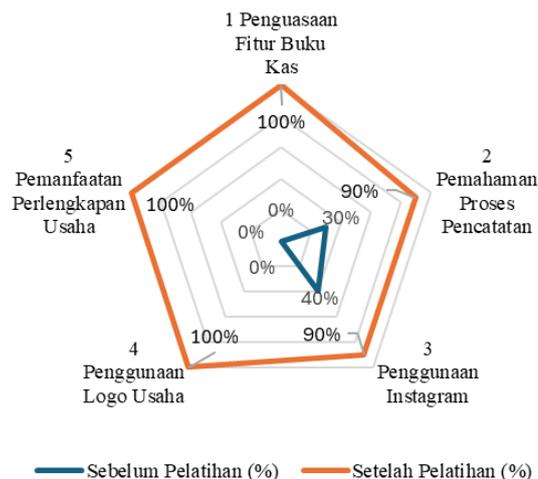
Gambar 12. Penyerahan Oven dan Loyang



Gambar 13. Penyerahan Banner, Mixer, Timbangan digital dan rak display

### 5. Monitoring dan Evaluasi

Selama pelaksanaan kegiatan pengabdian, mitra menunjukkan antusiasme yang tinggi. Mitra aktif berlatih dan mengaplikasikan berbagai fitur yang ditawarkan oleh Buku Kas, menyadari pentingnya pencatatan transaksi yang efisien dan mudah dengan bantuan buku tersebut. Mitra juga menunjukkan keahlian yang baik dalam memanfaatkan Instagram sebagai sarana pemasaran produk mereka. Mitra sangat menghargai bantuan berupa perlengkapan usaha yang diberikan, yang telah meningkatkan semangat mereka untuk berwirausaha.



Gambar 14. Bagan Radar Evaluasi Mitra

Evaluasi menunjukkan bahwa mitra telah menguasai 100% fitur dan memahami 90% proses pencatatan keuangan dengan menggunakan Buku Kas. Mereka juga telah memahami 90% penggunaan Instagram. Selain itu, mitra telah berhasil menggunakan logo usaha yang diberikan dengan tingkat keberhasilan 100%, serta memanfaatkan barang-barang penunjang usaha yang diberikan dengan tingkat pemanfaatan 100%

### SIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian masyarakat internal ini, dapat disimpulkan bahwa program pengabdian ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam mengelola usaha mereka menggunakan buku kas, serta meningkatkan keberhasilan mereka dalam memanfaatkan media sosial untuk pemasaran. Mitra sangat antusias dan bersemangat dalam kegiatan pengabdian yang berlangsung. Mereka secara aktif terlibat dalam pelatihan buku kas, penggunaan Instagram, dan pelabelan kemasan. Evaluasi menyatakan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan keterampilan mitra. Mereka berhasil mencapai pemahaman penuh terhadap fitur hingga 100% dan sebesar 90% dari proses pencatatan keuangan menggunakan Buku Kas, serta sebesar 90% penggunaan Instagram. Mitra telah mampu memanfaatkan secara optimal semua sumber

daya yang telah disediakan, termasuk logo usaha dan perlengkapan usaha, yang berdampak positif pada semangat dan kesiapan mereka dalam berwirausaha.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin menyampaikan penghargaan yang tulus kepada Rektor Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali atas kesempatan yang diberikan kepada kami untuk melaksanakan program pengabdian ini, serta atas dukungan keuangan yang telah diberikan melalui institusi tersebut. Selain itu, kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Direktur Penelitian, Pengabdian pada Masyarakat, dan Perpustakaan Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali atas bantuan dan fasilitas yang telah diberikan. Kontribusi mereka telah sangat membantu kelancaran pelaksanaan program pengabdian ini. Tidak lupa, kami mengungkapkan rasa terima kasih kepada Koordinator Pengabdian Masyarakat atas arahan dan dukungannya yang berkelanjutan selama pelaksanaan program ini. Kami juga ingin menyampaikan penghargaan kepada semua mitra PKM yang telah aktif terlibat dalam proses perencanaan dan pelaksanaan kegiatan ini. Terakhir namun tidak kalah penting, kami ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada seluruh rekan yang telah memberikan dukungan moral dan praktis mulai dari tahap persiapan 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) 'Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Supplier Pupuk Menggunakan Metode Composite Performance Index Berbasis Website', *Seminar Nasional CORISINDO*, pp. 255–260.
- 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', *Seminar Nasional Corisindo*, pp. 586–592.
- Irsyad, N. ', Nuryasin, L. and Setyawan, S. (2023) 'Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Limeliterentalkamera & @Sololensa)', *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi*, 8(4), pp. 816–831.
- 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.
- Sihombing, R. A., Natsir, F. and Anggraeni, N. K. P. (2022) 'Pemanfaatan Aplikasi Buku Kas dalam Pengelolaan Keuangan pada Dasawisma RT 10 RW 02 Tj. Barat', *Kapas: Kumpulan Artikel Pengabdian Masyarakat*, 1(2). doi: 10.30998/ks.v1i2.1264.
- Ulandari, N. W. A., Astiti, N. M. and Putra, I. P. W. (2023) 'Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Informasi IRT Jajan Tradisional Rangin', 6(1), pp. 44–51. doi: 10.30864/widyabhakti.v6i1.381.
- Widhiantara, I. P. B., Supuwingsih, N. N. and Ulandari, N. W. A. (2023) 'Aplikasi Multimedia Interaktif Pengenalan Dinas Komunikasi Informatika Dan Statistik Kota Denpasar Berbasis Animate', *Prosiding Seminar Hasil Penelitian Informatika dan Komputer 2023*, 1(1), pp. 446–451.