

PEMANFAATAN TEKNOLOGI DALAM UPAYA PENGEMBANGAN USAHA LAWAR KAMBING PADA ERA NEW NORMAL

Ni Nyoman Ari Novarini¹, I Putu Arianta Suadewa²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar
Email: novarini0511@unmas.ac.id

ABSTRAK

Dampak dari pandemi Covid-19 yang dirasakan secara umum oleh pelaku UMKM seperti mengalami penurunan pendapatan bahkan kebangkrutan. Namun, di era new normal, ekonomi dan terutama UMKM perlahan bangkit dan mulai gencar mencari strategi baru dalam upaya bertahan. Salah satu caranya adalah dengan mengoptimalkan teknologi digital. Karena pada era new normal terjadi perubahan perilaku konsumen dimana hampir sebagian besar kegiatannya menggunakan pemanfaatan teknologi. Salah satu usaha yang merasakan dampak cukup besar karena adanya pandemi ini adalah Usaha Lawar Kambing Pakde Parta yang berlokasi di Kelurahan Lukluk. Dari hasil observasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra masih belum mampu mengoptimalkan dengan baik perkembangan teknologi, seperti menggunakan sarana digital atau online untuk memasarkan produk dan mitra belum memiliki ketrampilan pencatatan keuangan usahanya. Solusi yang ditawarkan untuk mengatasi masalah mitra adalah mengedukasi dan pelatihan pemanfaatan digital marketing untuk mempromosikan produknya seperti membuat akun media sosial instagram dan facebook, mendaftarkan usaha ke aplikasi jasa antar makanan gofood. Memberikan pelatihan pembukuan atas transaksi keuangan berbasis digital melalui aplikasi BukuKas. Adapun capaian dari program yang dilakukan adalah meningkatkan kemampuan mitra dalam menggunakan teknologi dalam manajemen usaha dan pemasaran.

Kata kunci: Pemanfaatan Teknologi, Pengembangan Usaha, Era New Normal

ANALISIS SITUASI

Pandemi Covid-19 di Indonesia mulai muncul dari awal bulan maret 2020. Sejak saat itu, berbagai upaya penanggulangan dilakukan pemerintah untuk meredam dampak dari pandemic Covid-19 di berbagai sektor. Hampir seluruh sektor terdampak, tak hanya kesehatan. Sektor ekonomi juga mengalami dampak yang serius akibat pandemi virus corona. Kegiatan ekonomi Indonesia pun terhambat karena Covid-19 yang akhirnya berdampak pada pendapatan negara. Dampak ekonomi tidak hanya

berakibat pada perusahaan bisnis besar saja. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sektor yang kena dampak cukup besar ketika pandemi Covid-19.

Bali sebagai pusat destinasi wisata dunia sangat mengalami dampak dari adanya Covid-19 ini terutama dalam sektor pariwisata, karena banyaknya negara yang melarang warganya untuk melakukan perjalanan wisata ke negara lain. Selain pada sektor pariwisata pandemi Covid-19 mengakibatkan banyak UMKM di Bali mengalami kolaps atau gulung tikar dan

penurunan omset penjualan, sehingga membuat banyak orang kehilangan banyak pendapatan. Namun, di era New Normal, ekonomi dan terutama UMKM perlahan bangkit dan mulai gencar mencari strategi baru dalam upaya bertahan. Salah satu caranya adalah dengan mengoptimalkan teknologi digital.

Di masa sekarang ini tentunya penggunaan teknologi menjadi solusi yang tepat untuk membantu roda perekonomian UMKM tetap berjalan seperti melakukan pemasaran melalui media sosial. Karena pada era New Normal terjadi perubahan perilaku konsumen dimana hampir sebagian besar kegiatannya menggunakan pemanfaatan teknologi yang membuat era digitalisasi terakselerasi dengan cepat dan memaksa semua sektor harus bertransformasi ke platform digital.

Imbas dari lumpuhnya pariwisata di Bali juga berdampak pada UMKM sektor kuliner yang menjadi pelengkap industri pariwisata. Salah satu usaha kuliner yang merasakan dampak cukup besar karena adanya pandemi ini adalah Usaha Lawar Kambing Pakde Parta yang berlokasi di Kelurahan Lukluk, Kecamatan Mengwi tepatnya dilingkungan Br. Badung Lukluk. Usaha kuliner lawar kambing ini sudah berdiri sejak 2019 dan dibuka di dalam lingkungan rumah pribadi yang meningkatkan kesan tradisional. Tujuan didirikannya Lawar Pakde Parta adalah suatu usaha atau wujud pengusaha kuliner

Bali untuk mengenalkan lawar bali dengan olahan daging kambing sehingga masyarakat luas juga dapat mencoba masakan khas bali satu ini. Produk yang dijual oleh Lawar Pakde Parta adalah lawar kambing, sate lilit dan rawon. Semenjak adanya pandemi Covid-19 usaha ini cukup besar merasakan dampaknya yaitu penurunan omset penjualan. Hal ini diakibatkan dari penurunan pendapatan masyarakat, dan perubahan pola konsumsi masyarakat akibat dari pandemi Covid-19. Adapun produk dan tampilan lokasi mitra disajikan pada Gambar 1 dan Gambar 2.



Gambar 1. Produk Lawar Kambing Pakde Parta



Gambar 2. Lokasi Usaha

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, strategi pemasaran yang dilakukan oleh mitra masih menggunakan metode konvensional atau offline yang menyebabkan konsumen hanya area lingkungan daerah setempat. Mitra masih belum mampu mengoptimalkan dengan baik perkembangan teknologi, seperti menggunakan sarana digital atau online untuk memasarkan dan memperkenalkan usahanya, sedangkan dalam kondisi seperti ini kepraktisan dan keefektivan sangat dibutuhkan konsumen. Berkaitan dengan pengelolaan usaha, masalah yang dihadapi mitra belum memiliki ketrampilan pembukuan secara sederhana. Kondisi ini terlihat pada saat pemilik usaha ketika ditanya berapa pengeluaran atau penerimaan dalam satu bulannya belum bisa menjawab secara pasti.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan permasalahan yang dihadapi UMKM Lawar Kambing Pakde Parta, yaitu:

1. Mitra belum mampu memanfaatkan teknologi dalam pemasaran produk seperti menggunakan media sosial facebook dan instagram, dan mitra belum mendaftarkan usahanya pada aplikasi jasa antar makanan.
2. Mitra belum memiliki pembukuan atas transaksi keuangan.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dari permasalahan yang dihadapi UMKM Lawar Kambing Pakde Parta maka ada beberapa solusi yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

1. Edukasi dan pelatihan kepada pemilik usaha tentang cara pemasaran digital marketing.
2. Memberikan pelatihan pembukuan atas transaksi keuangan berbasis digital.

METODE PELAKSANAAN

1. Perencanaan

Melakukan observasi untuk identifikasi masalah setiap program dilakukan secara terarah dengan mitra UMKM Lawar Kambing Pakde Parta

2. Persiapan

Pada tahap ini terdapat persiapan kebutuhan dalam melaksanakan program kerja.

3. Edukasi dan Pelatihan

Edukasi dan Pelatihan mengenai program kerja yang akan diterapkan dalam UMKM Lawar Kambing Pakde Parta.

4. Evaluasi

Tahap akhir dimana mengevaluasi semua program kerja yang dijalankan dan tepat digunakan di UMKM Lawar Kambing Pakde Parta. Kegiatan analisis evaluasi ini ditujukan untuk mengukur program kerja yang diterapkan sudah efektif dan efisien.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM Lawar Kambing Pakde Parta pada era new normal. Covid-19 telah mengubah gaya hidup masyarakat, termasuk perubahan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Peningkatan intensitas masyarakat berbelanja secara online juga dipicu oleh adanya Covid-19. Hal ini juga memaksa pelaku UMKM termasuk Lawar Kambing Pakde Parta memasarkan produknya secara online (digital marketing), supaya produk yang ditawarkan sampai pada target pasarnya. Achmad, dkk. (2020) menyatakan pemasaran online menjadi populer bagi konsumen di saat ini karena (1) kenyamanan serta keamanan konsumen dapat memesan produk selama 24 jam. Dumudahkan dengan tidak perlu mengemudi, mencari tempat, atau berjalan di gang yang panjang untuk mendapatkan barang. Mereka tidak harus pergi ke tempat, hanya untuk mengetahui bahwa produk yang mereka cari telah habis, (2) mendapatkan informasi tentang penjual, produk, dan testimonial tanpa meninggalkan kantor atau rumah. Sehingga lebih selektif dalam hal harga, kualitas, performa dan ketersediaan.

Selain itu, perdagangan online bagi pemasar, yaitu (1) cepat beradaptasi dengan kondisi.pasar, penjual dapat dengan cepat menambahkan produk ke penawaran serta mengubah harga. (2) menurunkan biaya, mencegah biaya manajemen toko, persewaan, asuransi dan infrastruktur. Serta pembuatan katalog digital dengan biaya lebih rendah. (3) Meningkatkan hubungan karena berjualan online dapat berkomunikasi secara dua arah, sehingga penjual bisa berinteraksi dengan konsumen. (4) Ukuran minat pasar karena penjual tahu berapa banyak orang yang mengunjungi situs web mereka. Informasi ini dapat membantu penjual meningkatkan penawaran dan iklan mereka. Adapun hasil pengabdian dijabarkan sebagai berikut:

a) Edukasi dan pelatihan kepada pemilik usaha tentang cara pemasaran digital marketing yaitu dengan membuat

akun facebook dan instagram.

1. Untuk memasarkan produk, mitra dibuatkan akun facebook dan instagram. Mitra juga diajarkan cara menggunakan aplikasi ini, baik itu mengunggah gambar, video, dan menjawab pertanyaan yang mungcul pada kolom komentar dan direct messages/pesan langsung. Hasil evaluasi yang telah dilakukan diperoleh informasi bahwa kemampuan untuk mengoperasikan facebook dan mitra instagram sebagai media pemasaran meningkat, hal ini dapat dilihat dari kemampuan mitra untuk mengunggah gambar dan video secara mandiri dan berkelanjutan. Hasil evaluasi juga menunjukkan bahwa dengan adanya digital marketing melalui facebook dan instagram telah meningkatkan jangkauan pemasaran, hal ini terlihat dari pelanggan yang berasal dari luar Lukluk.

2. Mendaftarkan usaha pada gofood. Hasil evaluasi yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terjadi peningkatan penjualan sebesar 15% dari gofood. Pendaftaran usaha pada gofood disajikan pada Gambar 6.

b) Memberikan pelatihan pembukuan atas transaksi keuangan berbasis digital.

Setelah diberikan pemahaman tentang pentingnya pencatatan keuangan, mitra diajarkan bagaimana mencatat pengeluaran dan penerimaan kas dengan aplikasi BukuKas, sehingga mitra mengetahui secara persis bagaimana posisi keuangannya, dan mengetahui keuntungan atau kerugian usahanya (laporan laba/rugi). Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pengetahuan mitra terhadap penyusunan laporan keuangan meningkat 90% dari sebelumnya. Pelatihan membuat pencatatan keuangan menggunakan aplikasi BukuKas disajikan pada Gambar 7 dan Gambar 8.

Adapun faktor pendukung tercapainya kegiatan ini adalah antusiasme dari mitra dalam mengikuti program kerja ini baik dari sikap maupun keseriusan dalam menyimak hal-hal yang disampaikan.



Gambar 3. Edukasi dan Pelatihan Kepada Mitra



Gambar 4. Aktivasi Aplikasi Instagram



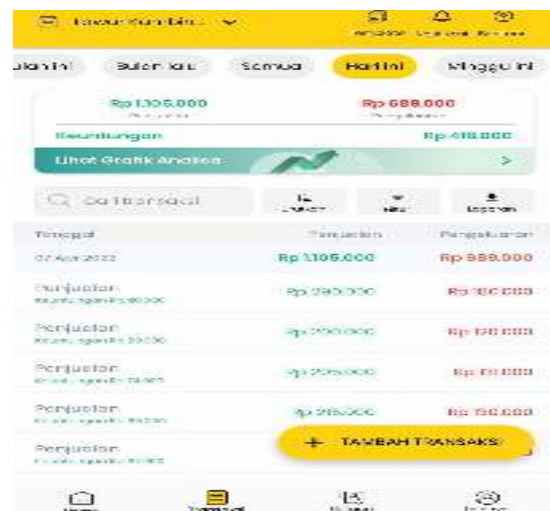
Gambar 5. Aktivasi Aplikasi Facebook



Gambar 6. Pendaftaran pada Gofood



Gambar 7. Pelatihan menggunakan aplikasi BukuKas kepada mitra



Gambar 8. Laporan keuangan menggunakan aplikasi BukuKas

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada UMKM Lawar Kambing Pakde Parta yang beralamat Jalan Raya Sempidi No.1, Kelurahan Lukluk, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung, Bali. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat mengedukasi dan memberikan pelatihan bagi pemilik usaha akan pentingnya memanfaatkan digital marketing dalam promosi seperti instagram, facebook dan gofood agar usaha dapat dikenal secara luas sehingga omset penjualan dapat meningkat. Pelatihan pembukuan atas transaksi keuangan berbasis digital diberikan agar nantinya mitra sudah bisa melaksanakan pembukuan setiap hari (harian) dengan menggunakan aplikasi akuntansi BukuKas. Kemudahan aplikasi tersebut tinggal mencatat pengeluaran dan pemasukan, maka laporan laba rugi akan otomatis terbuat. Sehingga pelatihan ini berdampak kepada kerapihan dalam pengelolaan keuangan mitra.

Dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini maka saran yang diberikan kepada mitra agar selalu melakukan pemasaran melalui market digital agar dapat dikenal orang luas dan meningkatkan penjualan usaha mitra. Serta pencatatan laporan keuangan harus dilakukan secara rutin dan berkelanjutan agar dapat mengetahui perkembangan keuangan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Zainal Abidin, dkk. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.10, No.1. Universitas Pembangunan Nasional Veteran.
- Farizki, Febri Indra dkk. 2020. Penyuluhan UMKM Di Era New Normal Dengan Memprioritaskan Ekonomi Digital Marketing. *Jurnal Ekonomi*, Vol.4, No.1. Universitas Islam Batik Surakarta.
- Holandari, Aida. 2021. Apa Itu Pembukuan dan Pentingnya bagi UMKM? <https://www.sobatpajak.com/article/5fd70d5d3db9e02f1b42b359/Apa%20Itu%20Pembukuan%20dan%20Pentingnya%20bagi%20UMKM>
- Khavidah, Elivia dkk. 2021. Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan Digital Menggunakan Aplikasi “BukuKas”. *Prosiding SNP2M*, Vol.1, No.1. Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo.
- LPPM. 2021. Buku Panduan Pengabdian Masyarakat 2021 Universitas Mahasaraswati Denpasar. Denpasar.
- Reswari, D. M. 2020. Bagaimana Cara UKM Menjaga Produktivitas di Tengah Imbauan PSBB? <https://www.jurnal.id/id/blog/cara-ukm-menjaga-produktivitas-di-tengah-imbauan-psbb/>