

MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK MELALUI MEDIA SOSIAL DAN SISTEM PEMBUKUAN SEDERHANA PADA UMKM DI DESA TAMANBALI

Frischa Faradilla Arwinda Mongan^{1,*}, Ni Nyoman Ayu Suryandari², I Dewa Ayu Made Dewi Lestari³

¹ Universitas Kristen Indonesia Paulus, Sulawesi Selatan, 90245, Indonesia

^{2,3} Universitas Mahasaraswati Denpasar Bali, 80233, Indonesia

*Email: frischa@ukipaulus.ac.id

ABSTRAK

Perekonomian di Indonesia mengalami banyak penurunan pendapatan, dan penjualan di masa pandemi salah satunya pada pelaku UMKM. Kian hari keadaan kian memburuk pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan bahkan kebangkrutan sehingga para pelaku UMKM harus segera mengambil langkah demi keberlangsungan usahanya. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan dengan UMKM Tamansari Destar di Desa Tamanbali Permasalahan yang dihadapi mitra adalah Mitra masih belum mampu mengoptimalkan dengan baik perkembangan teknologi, seperti menggunakan sarana digital media sosial untuk memasarkan produknya. Mitra masih kesulitan dalam mengelola keuangan usahanya karena belum memiliki pengetahuan yang cukup mengenai pembuatan pembukuan sederhana. Adapun program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan adalah memberikan pelatihan cara pembuatan katalog produk, pelatihan cara pemasaran melalui media sosial dan pelatihan pembuatan pembukuan sederhana. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu mitra dalam promosi mereka serta beradaptasi dengan era new normal dan membantu mitra agar mampu mengelola keuangannya. Metode yang digunakan adalah metode penyuluhan dan pelatihan mengenai cara pembuatan katalog produk, pemasaran melalui media sosial dan pembuatan pembukuan sederhana. Hasil pengabdian ini membuat mitra memiliki pengetahuan mengenai cara pembuatan katalog produk dan cara pemasaran melalui media sosial sehingga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan. Selain itu, mitra juga memiliki pengetahuan mengenai cara pembuatan pembukuan sederhana sehingga mampu mengelola keuangannya.

Kata kunci: UMKM, Pemasaran, Pembukuan

ANALISIS SITUASI

Perekonomian di Indonesia mengalami banyak penurunan pendapatan, dan penjualan di masa pandemi salah satunya pada pelaku UMKM. Kian hari keadaan kian memburuk pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan bahkan kebangkrutan sehingga para pelaku UMKM harus segera mengambil

langkah demi keberlangsungan usahanya. 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. Menurut Selvi dan Untari (2020) ada banyak cara untuk memperluas pangsa pasar kita,

ditambah sekarang adalah masanya industri 4.0 yang mana teknologi sangat berperan besar didalamnya. Teknologi juga memiliki peran yang sangat besar karena pada zaman sekarang banyak sekali orang yang memanfaatkan internet untuk kehidupan sehari-hari, hal ini bisa menjadi peluang untuk memperluas pangsa pasar.

Perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih membuat para pelaku usaha memilih menggunakan media sosial sebagai media promosi. Hal ini merupakan langkah yang tepat di saat situasi seperti ini. Media sosial telah menjadi pilihan utama masyarakat dalam mencari dan menyampaikan informasi. Media sosial juga dapat memberikan dampak kemajuan pada bisnis para pelaku usaha. Media sosial dapat digunakan dalam menyampaikan informasi produk, membantu pemasaran, berkomunikasi dengan pembeli, mengurangi biaya dan melakukan penjualan online (Sembiring, Neta, Nashrullah, Wirawan, & Lumombo, 2019). 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.

Namun masih banyaknya pelaku UMKM yang belum begitu paham akan pemanfaatan media sosial ini sebagai tempat untuk pemasaran produk mereka. Masih banyaknya UMKM yang masih menggunakan metode offline atau bertemu dengan pelanggan secara langsung salah satunya adalah UMKM Busana Adat Bali yaitu Tamansari Destar di Desa Tamanbali Bangli.

Lokasi observasi yang dilakukan oleh tim pengabdian berada di Br. Teruna, Desa Tamanbali, Bangli yaitu UMKM Tamansari Destar. UMKM ini bergerak dibidang busana adat bali. Usaha ini didirikan pada tahun 2015 oleh pasangan suami istri. Bapak I Dewa Gede Agung Arteka dan ibu Desak Made Trisnawati. Produk yang dihasilkan oleh UMKM ini berupa busana adat Bali khususnya pembuatan udeng, saput, dan kamen untuk upacara adat Bali. Dalam menjalankan usahanya. Bapak I Dewa Gede Agung Arteka dan ibu Desak Made Trisnawati dibantu oleh 17 karyawan.

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 keefektifan 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

1. Mitra masih belum mampu mengoptimalkan dengan baik perkembangan teknologi, seperti menggunakan sarana digital atau media sosial untuk memasarkan dan memperkenalkan usahanya
2. Mitra UMKM belum memiliki pembukuan untuk usahanya.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

1. Melakukan penyuluhan dan pelatihan mengenai cara pembuatan produk menggunakan aplikasi Canva.
2. Melakukan penyuluhan dan pelatihan mengenai cara pemasaran produk melalui media sosial instagram dan facebook
3. Melakukan penyuluhan dan pelatihan mengenai cara pembuatan pembukuan sederhana.

METODE PELAKSANAAN

1. Metode Penyuluhan
Metode ini merupakan metode yang digunakan untuk memberikan penyuluhan dan informasi kepada mitra UMKM mengenai tata cara pembuatan katalog menggunakan aplikasi Canva, pemasaran produk melalui media sosial instagram dan facebook dan mengenai cara

pembuatan pembukuan sederhana. Kuisisioner digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan program pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan.

2. Metode Pelatihan

Metode ini merupakan metode yang digunakan untuk memberikan pelatihan kepada mitra UMKM mengenai cara pembuatan katalog produk menggunakan aplikasi Canva, pelatihan mengenai cara pemasaran produk melalui media sosial instagram dan facebook serta pelatihan mengenai pembuatan pembukuan sederhana. Pada pelaksanaan program kerja mitra UMKM mempraktikkan langsung cara pembuatan katalog menggunakan aplikasi Canva, pemasaran produk melalui *e-commerce* serta pembuatan pembukuan sederhana.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di UMKM busana adat Bali di Br. Teruna, Desa Tamanbali, Bangli yaitu UMKM Tamansari Destar. Kegiatan ini dilaksanakan selama 9 hari yakni dari tanggal 08 Agustus 2022 hingga 09 September 2022. Menurunnya pendapatan mitra akibat pandemi dikarenakan pemerintah memberikan himbauan terhadap masyarakat Bali untuk mengurangi kerumunan terutama pada upacara agama, sehingga pembelian busana adat bali kian menurun. Namun, di era new normal, ekonomi dan

terutama UMKM perlahan bangkit dan mulai gencar mencari strategi baru dalam upaya bertahan.

Di tengah keadaan yang seperti ini memaksa para pelaku UMKM untuk terus berinovasi agar mampu bertahan pada era new normal ini. Upaya yang dilakukan untuk membantu mitra UMKM dalam meningkatkan penjualannya pada era new normal ini adalah dengan cara memasarkan produknya melalui media sosial instagram dan facebook agar jangkauan pasarnya lebih luas. Hal yang perlu diperhatikan juga dalam pemasaran produk melalui media sosial ini adalah adanya katalog produk. Katalog produk yang menarik akan menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini tim pengabdian memberikan pelatihan kepada mitra UMKM mengenai cara pembuatan katalog produk dengan aplikasi Canva dan cara pemasaran produk melalui media sosial instagram dan facebook. Selain itu, mitra juga

diberikan pelatihan mengenai cara pembuatan pembukuan sederhana agar mitra dapat mengelola keuangannya dengan baik. Dengan dilaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Tamansari Destar telah membantu mitra UMKM dalam meningkatkan pemahamannya mengenai cara pembuatan katalog produk, pemasaran melalui media sosial instagram dan facebook sehingga dengan demikian diharapkan jangkauan pasar UMKM ini menjadi lebih luas sehingga mampu meningkatkan penjualan. Selain itu mitra juga sudah memiliki pemahan yang cukup mengenai cara pembuatan pembukuan sederhana sehingga dapat mengelola keuangannya dengan baik.

Dalam proses pelaksanaan program penyuluhan, digunakan kuesioner sebagai tolak ukur keberhasilan program. Adapun rekapitulasi hasil kuesioner adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Rekapitulasi Kuesioner Peningkatan Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Sosial dan Sistem Pembukuan Sederhana Pada UMKM Tamansari Destar Di Desa Tamanbali, Bangli

No	Soal Kuesioner	Jumlah Responden (n)	Persentase Jawaban Benar		Hasil Perbandingan
			Sebelum	Sesudah	
1	Apakah penting pembuatan katalog produk dalam melakukan pemasaran ?	17	40%	100%	+60%
2	Apakah konsumen akan tertarik jika katalog produk menarik ?	17	30%	100%	+70%

3	Apakah anda mengetahui cara pembuatan katalog produk ?	17	10%	100%	+90%
4	Apakah anda mengetahui pemasaran produk melalui media sosial instagram dan facebook ?	17	30%	100%	+70%
5	Apakah penting pemasaran produk melalui media sosial instagram dan facebook ?	17	20%	100%	+80%
6	Apakah pemasaran produk melalui media sosial instagram dan facebook dapat meningkatkan penjualan?	17	20%	100%	+80%
7	Apakah anda mengetahui cara pemasaran melalui media sosial instagram dan facebook ?	17	30%	100%	+70%
8	Apakah anda mengetahui sistem pembukuan sederhana ?	17	10%	100%	+90%
9	Apakah anda mampu membuat pembukuan sederhana?	17	10%	100%	+90%
10	Apakah penting sistem pembukuan sederhana dalam sebuah usaha ?	17	10%	100%	+90%

Sumber: UMKM Tamansari Destar

Untuk rumus perhitungan jawaban sebelum dan sesudah dilaksanakannya penyuluhan adalah sebagai berikut:

Persentase jawaban benar:

$$\frac{\text{Total Jawaban Benar}}{\text{Total Skor Max}} \times 100\%$$

Berdasarkan tabel rekapitulasi kuisisioner tersebut maka tanggapan responden terhadap pertanyaan kuisisioner pertama terjadi peningkatan sebesar 60%, pertanyaan kedua terjadi peningkatan sebesar 70%, pertanyaan ketiga terjadi peningkatan sebesar

90%, pertanyaan keempat terjadi peningkatan sebesar 70%, pertanyaan kelima terjadi peningkatan sebesar 80%, pertanyaan keenam terjadi peningkatan sebesar 80%, pertanyaan ketujuh terjadi peningkatan sebesar 70%, pertanyaan kedelapan terjadi peningkatan sebesar 90%, pertanyaan kesembilan terjadi peningkatan sebesar 90% dan pertanyaan kesepuluh terjadi peningkatan sebesar 90%. Secara umum terjadi peningkatan pengetahuan sasaran rata-rata sebesar 79. Hal ini menunjukkan keberhasilan program kerja yang telah dilaksanakan di Tamansari Destar.



Gambar 1. Kegiatan observasi pada pelaku UMKM

Kegiatan observasi dilakukan untuk mengetahui permasalahan apa yang dihadapi oleh mitra dan kemudian diberikan beberapa solusi terhadap masalah tersebut.

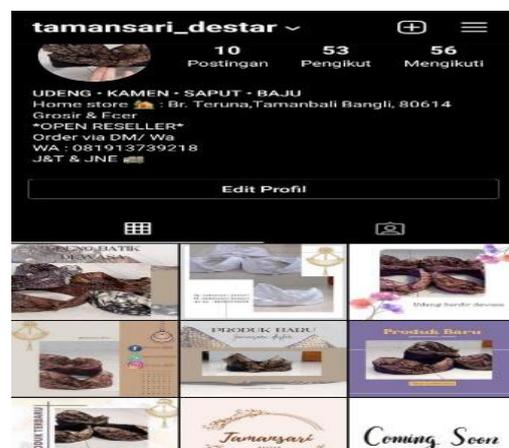


Gambar 2. Pelaksanaan program kerja pertama yaitu pelatihan pembuatan katalog produk



Gambar 3. Katalog produk yang telah di buat

Kegiatan pelaksanaan program kerja pertama yaitu pelatihan pembuatan katalog produk menggunakan aplikasi Canva mendapatkan hasil bahwa mitra UMKM sudah memiliki pemahaman yang cukup mengenai cara pembuatan katalog produk dengan aplikasi Canva sehingga dengan adanya katalog yang menarik dapat menarik minat konsumen. Kegiatan ini dapat berjalan dengan baik berkat semangat mitra UMKM yang tinggi untuk bisa membuat katalog produk yang menarik.



Gambar 4. Akun instagram yang telah di buat



Gambar 5. Akun facebook yang telah di buat

Kegiatan pelaksanaan program kerja kedua yaitu pemasaran produk melalui media sosial dilaksanakan untuk membantu mitra UMKM dalam memperluas jangkauan konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualannya, dan mitra UMKM jadi memiliki pangsa pasar yang luas. Kegiatan ini memberikan hasil yang sangat baik karena, dengan memasarkan produk melalui media sosial instagram dan facebook diharapkan mitra UMKM dapat meningkatkan penjualannya dan mempromosikan produk mereka lebih baik dimana uang pribadi dan uang hasil usaha tidak tercampur sehingga mitra dapat mengetahui keberlangsungan atau kemajuan dari usaha mereka.



Gambar 6. Pelaksanaan program kerja ketiga yaitu pembuatan pembukuan sederhana.

Kegiatan pelaksanaan program kerja ketiga yaitu pembuatan pembukuan sederhana. Dalam pelaksanaan kegiatan ini mitra UMKM sangat antusias karena ingin menambah wawasan dalam mengelola keuangannya. Mitra merasa terbantu dengan adanya pelaksanaan program ini karena mitra kini dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih baik dimana uang pribadi dan uang hasil usaha tidak tercampur sehingga mitra dapat mengetahui keberlangsungan atau kemajuan dari usaha mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah dilakukannya kegiatan pengabdian masyarakat ini terdapat dampak positif terhadap mitra UMKM.

Mitra UMKM kini sudah memiliki pengetahuan yang cukup dalam pembuatan katalog produk, pemasaran melalui media sosial instagram dan facebook, dan pembuatan pembukuan sederhana. Program kerja yang telah dijalankan juga dapat diterima dengan baik oleh mitra UMKM. Dengan demikian, mitra diharapkan mampu meningkatkan penjualan serta dapat mempromosikan produk mereka sehingga memiliki pangsa pasar yang luas.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini sudah terealisasi 100%. Diharapkan kedepannya pemilik Tamansari Destar agar membuat katalog produk dengan semenarik mungkin sehingga dapat menarik minat konsumen. Selain itu, pemilik Tamansari Destar diharapkan bisa terus memasarkan produk melalui sosial media sosial instagram dan facebook agar jangkuan pasar semakin luas dan dapat meningkatkan penjualan. Untuk kedepannya pemilik agar rutin melakukan pencatatan untuk semua transaksi dalam usahanya untuk mempermudah pemilik untuk mengetahui perkembangan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

Istanti, Enny. Sanusi Ruchan (2021). Pemanfaatan Media sosial bagi pengembangan UMKM di Desa Kudengrejo, Kecamatan Jabon, Sidoarjo. *E-Jurnal Komunikasi profesional*, 4(2), 176-187.

Laksamana, Dimas Satria. Setyawan, Arief (2021). Pemberdayaan Masyarakat melalui Media sosial

sebagai media promosi UMKM di Era New Normal di Desa Gunung Sari, Kecamatan Kasreman, Kabupaten Ngawi. *E-Jurnal Buletin Pemberdayaan Masyarakat dan Desa*, 1(1), 20-26.

Manoppo, W. S., & Pelleng, F. A. (2018). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Dengan Teknik Pembukuan Sederhana Bagi Pelaku Usaha UMKM Di Kecamatan Malalayang Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)*, 7(2), 6-9

Novarini, Ari Ni Nyoman. Suandewa, Arianta I Putu (2021). Pemanfaatan Teknologi dalam Upaya Pengembangan Usaha Lawar Kambing Pada Era New Normal. *E-Jurnal Universitas Mahasaraswati Denpasar*.

Selvi, E., & Untari, D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Memanfaatkan Aplikasi Shopee Pada Akun Subur Batik. *MPU PROCURATIO*, 2(1), 281-288.

Sembiring, E. B., Neta, F., Nashrullah, M., Wirawan, A., & Lumombo, L. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Kampung Rempang Cate Melalui Pelatihan Pemasaran Digital untuk Produk Unggulan Pasir Panjang. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (AbdiMas)*, 1(2), 104–117.