

Pelatihan Pemasaran Digital dan Penyusunan Laporan Keuangan Pada UMKM Kerajinan Ingka Berkat Asih

Digital Marketing Training and Financial Report Preparation for Ingka Berkat Asih Handicraft MSMEs

Riana Dewi Kartika^a, Kadek Marsiani Dewi^b, Komang Nita Pebriani^c,
Putu Eka Nopiyani^d

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma^{a,b,c,d}
arianakartika683@gmail.com

Disubmit : 30 September 2023, Diterima : 20 Oktober 2023, Dipublikasi : 1 November 2023

Abstract

Handicraft MSMEs have become an important component of the Indonesian economy. By engaging the skills and expertise of its artisans, this venture not only produces high-quality products, but also encourages unlimited creativity. Woven is one type of handicraft MSMEs that are common in Bali, because it has become a tradition for generations and is often used by local people for daily needs. Woven handicraft products that are still in production today are ingka. Ingka is a traditional craft made from sticks, which are made using weaving techniques. Of the many ingka handicraft MSMEs in Bali, Gede Suardana is one of the ingka handicraft MSMEs from Anturan village, Buleleng District. The business that is marketed in his house individually is named "Ingka Berkat Asih". He started this business in 1997 with the aim of continuing the business that has been carried out for generations by his family and to meet daily needs. The objectives of this PKM are: 1) to improve the marketing of handicraft products by using digital marketing through social media, 2) to increase business owners' knowledge of the importance of preparing simple financial statements. This PKM implementation method consists of 3 stages, namely, observation, counseling and practice of preparing financial statements, evaluation and monitoring. As a result of this activity, business owners experienced an increase in product sales with promotion through social media and skills in preparing financial statements.

Keywords: Handicrafts, Digital Marketing, Financial Report Preparation;

Abstrak

UMKM kerajinan tangan telah menjadi komponen penting dari ekonomi Indonesia. Dengan melibatkan keterampilan dan keahlian pengerajinnya, usaha ini tidak hanya menghasilkan produk berkualitas tinggi, melainkan juga mendorong kreativitas yang tak terbatas. Anyaman adalah salah satu jenis UMKM kerajinan tangan yang umum di Bali, karena sudah menjadi tradisi turun temurun dan sering digunakan oleh masyarakat setempat untuk kebutuhan sehari-hari. Produk kerajinan anyaman yang masih di produksi hingga saat ini yaitu ingka. Ingka merupakan kerajinan tradisional berbahan dasar lidi, yang dibuat dengan menggunakan teknik menganyam. Dari banyaknya UMKM kerajinan ingka di Bali, Gede Suardana adalah salah satu UMKM kerajinan ingka yang berasal dari desa Anturan, Kecamatan Buleleng. Usaha yang dipasarkan di rumahnya secara individu ini diberi nama "Ingka Berkat Asih". Beliau memulai usaha ini pada tahun 1997 dengan tujuan untuk melanjutkan usaha yang sudah turun temurun dilakukan oleh keluarganya dan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari. Tujuan dari dilaksanakannya PKM ini adalah: 1) untuk meningkatkan pemasaran produk kerajinan ingka dengan menggunakan pemasaran digital melalui media sosial, 2) untuk meningkatkan pengetahuan pemilik usaha akan pentingnya menyusun laporan keuangan sederhana. Metode pelaksanaan PKM ini terdiri dari 3 tahap yaitu, observasi, penyuluhan dan praktik penyusunan laporan keuangan, evaluasi dan pengawasan (monitoring). Hasil dari kegiatan ini pemilik usaha mengalami peningkatan dalam penjualan produk dengan promosi melalui sosial media dan keterampilan dalam menyusun laporan keuangan.

Kata Kunci: Kerajinan Tangan, Pemasaran Digital, Penyusunan Laporan Keuangan,

1. Pendahuluan

Bali adalah pulau yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan karena keindahan alamnya dan destinasi wisatanya. Selain keindahan alam dan destinasi wisatanya, Bali juga memiliki kesenian dan budaya yang begitu kental sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Kesenian dan budaya Bali yang banyak dijumpai adalah hasil kerajinan tangan yang bisa dinikmati oleh semua kalangan usia. Dengan adanya peluang tersebut, banyak penduduk di Bali memilih untuk memanfaatkan kerajinan tangan sebagai salah satu alternatif mata pencaharian.

Menurut Tohar (2001) dalam Agus Suarmawan (2015), usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil yang memenuhi syarat sebagai kepemilikan dan kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan menurut undang-undang. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) didirikan oleh inisiatif individu yang ingin meningkatkan taraf hidup mereka. Sifat UMKM yang fleksibel serta dapat dilakukan oleh berbagai lapisan masyarakat bawah dan menengah, para pelaku UMKM atau pengusaha kecil dapat dengan mudah berpartisipasi didalamnya (Paendong 2022).

UMKM kerajinan tangan telah menjadi komponen penting dari ekonomi Indonesia (Tukino et al., 2022). Dengan melibatkan keterampilan dan keahlian pengerajinnya, usaha ini tidak hanya menghasilkan produk berkualitas tinggi, melainkan juga mendorong kreativitas yang tak terbatas. Ditengah berkembangnya industri *modern*, jenis usaha ini terus menarik perhatian sebagai representasi seni dan budaya Indonesia. Anyaman adalah salah satu jenis UMKM kerajinan tangan yang umum di Bali, karena sudah menjadi tradisi turun temurun dan sering digunakan oleh masyarakat setempat untuk kebutuhan sehari-hari. Bahan baku yang digunakan biasanya berasal dari lingkungan sekitar dan di proses menggunakan teknik yang ramah lingkungan, sehingga itu yang membuat produk anyaman menjadi unik namun tetap ramah lingkungan. Produk kerajinan anyaman yang masih di produksi hingga saat ini yaitu ingka. Ingka merupakan kerajinan tradisional berbahan dasar lidi, yang dibuat dengan menggunakan teknik menganyam. Dalam proses pembuatannya membutuhkan kesabaran, keuletan, dan ketekunan karena sedikit rumit dalam merangkai anyamannya. Ingka biasanya sering dijumpai pada acara-acara keagamaan, resepsi dan sering juga dijumpai pada beberapa UMKM kuliner, karena ingka difungsikan sebagai pengganti piring kaca atau piring plastik. Banyak orang masih menggunakan ingka pada acara-acara tertentu di Bali, karena ingka dibuat dengan teknik menganyam sehingga menjadikan produk tersebut kokoh dan tidak mudah hancur serta harga yang ditawarkan juga cukup terjangkau.

Dari banyaknya UMKM kerajinan ingka di Bali, Gede Suardana adalah salah satu UMKM kerajinan ingka yang berasal dari desa Anturan, Kecamatan Buleleng. Usaha yang dipasarkan di rumahnya secara individu ini diberi nama "Ingka Berkat Asih". Beliau memulai usaha ini pada tahun 1997 dengan tujuan untuk melanjutkan usaha yang sudah turun temurun dilakukan oleh keluarganya dan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari. Bapak Gede Suardana dulunya bekerja sebagai tukang kebun pada salah satu hotel yang ada di Lovina. Semenjak adanya pandemi Covid-19, bapak Gede Suardana kehilangan pekerjaannya dikarenakan sektor pariwisata yang ada di Bali banyak yang terkena dampak dari pandemi yang mengakibatkan ditutupnya hotel tempat beliau bekerja, sehingga satu-satunya pendapatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari beliau berasal dari usaha ingka ini.

Dalam menjalankan usaha ini, beliau dibantu oleh istrinya, sehingga dapat

menyelesaikan pesanan lebih cepat. Produk ingka yang dihasilkan juga sangat beliau perhatikan agar sesuai dengan harga yang ditawarkan, sehingga membuat konsumen terus memesan produk ingka di tempat beliau karena konsumen sudah percaya dengan kualitas yang diberikan. Bahan baku yang digunakan oleh bapak Gede Suardana berasal dari penjual kulit canang, jadi beliau membeli lidi janur dari beberapa tempat yang dikumpulkannya hingga dirasa cukup untuk persediaan. Jenis- jenis ingka yang ditawarkan juga sangat bervariasi, mulai dari ingka makan, ingka untuk sarana keagamaan, ingka nampan yang sering terlihat pada beberapa hotel di Bali dan masih banyak lagi ingka yang diproduksi oleh beliau tergantung dari permintaan konsumen pada saat itu.

Dalam menciptakan suatu produk, pemasaran adalah langkah selanjutnya yang harus dilakukan guna menghasilkan keuntungan, dengan begitu pelaku UMKM bisa mendapatkan modalnya kembali. Menurut Philip Kotler dan Keller dalam Imam Faizin (2017), pemasaran adalah media yang digunakan untuk memperoleh apa yang konsumen butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan barang dan jasa berharga dengan pihak lain. Selama memasarkan suatu produk, pelaku UMKM akan menentukan strategi yang mereka rencanakan baik dari segi kualitas maupun media yang digunakan. Lokasi produksi ingka Berkat Asih ini ditemukan karena dekat dengan jalan umum. Namun, banyak orang tidak mengetahui tentang usahayang dijalankan Bapak Gede Suardana, karena usahanya hanya dipromosikan melalui tokoyang dimiliki dan dari mulut ke mulut. Sedangkan dalam mengatur keuangan usahanya, Bapak Gede Suardana hanya menjual produk dan membeli bahan baku tanpa adanya pencatatan keuangan, sehingga beliau tidak mengetahui berapa saja uang yang beliau keluarkan untuk membeli bahan baku dan berapa keuntungan yang beliau dapatkan dalam menjual semua produknya.

Menurut Brealey dkk (2008) dalam Sudarmi (2018), mendefinisikan struktur modal sebagai penggalangan dana dibutuhkan oleh suatu perusahaan untuk investasi dan kegiatan operasional perusahaan. Sumber daya modal khususnya modal finansial merupakan modal yang kuat akan memberikan kekuatan pula sehingga dalam melakukan kegiatan pembangunan perekonomian akan dapat dilaksanakan. Dalam sektor UMKM, modal finansial juga berperan cukup signifikan untuk meningkatkan kinerja suatu UMKM (Rapih, 2014) dalam Sudarmi (2018).

Berdasarkan hal-hal yang diuraikan diatas, tujuan dari PKM ini adalah untuk meningkatkan pemasaran produk kerajinan ingka dengan menggunakan pemasaran digital melalui media sosial dan untuk meningkatkan pengetahuan pemilik usaha akan pentingnya menyusun laporan keuangan sederhana

2. Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah:

Perencanaan : Kegiatan perencanaan dilaksanakan dengan cara: menyerahkan surat izin pelatihan, observasi lapangan, dan wawancara untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh pemilik usaha serta menyelesaikan permasalahan tersebut.

Pelaksanaan : Pada tahap ini dilakukan pelatihan yang terdiri dari 2 materi yaitu pelatihan pemasaran melalui digital dan penyusunan laporan keuangan. Pada materi pemasaran berisi tentang pentingnya melakukan pemasaran melalui digital agar produk bisa dikenal oleh masyarakat luas dan pada materi keuangan berisi tentang cara menyusun pembukuan atau laporan keuangan sederhana.

Evaluasi : Evaluasi yang dilakukan pada kegiatan ini adalah memberikan kuisisioner

kepada pemilik usaha guna mengetahui pemahaman pemilik terhadap materi yang sudah disampaikan.

3. Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan Pelatihan Pemasaran Digital dan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Kerajinan Ingka Berkas Asih ini dilaksanakan pada hari Senin, 14 Agustus 2023. Kegiatan ini diikuti oleh pemilik usaha beserta istri dan anaknya, bertempat di rumah pemilik usaha yang beralamat di Desa Anturan.

Pelatihan Keterampilan Produksi Kerajinan Ingka

Kegiatan ini dilakukan oleh pelaksana kegiatan yang bertujuan untuk mengasah keterampilan dalam memproduksi kerajinan ingka mulai dari membuat kerangka hingga finishing. Dalam proses pembuatan kerangka ingka, memerlukan kesabaran dan ketelitian agar setiap susunan lidinya saling mengikat. Lalu, jika kerangka ingka sudah jadi langkah selanjutnya yaitu menarik lidi janur hingga sesuai dengan panjang yang diinginkan dan merapihkan lidi janur agar tidak ada lidi yang menyilang. Kerangka ingka yang sudah jadi bisa langsung dibentuk menyerupai piring dengan teknik menganyam, pada proses ini juga memerlukan kesabaran dan ketelitian karena terkadang lidi janur mudah terlepas pada saat mengayam.



Gambar 1. Proses Produksi Kerajinan Ingka

Setelah ingka selesai dianyam, proses selanjutnya adalah finishing dengan memotong bagian ujung lidi janur dan mengoleskan pernis untuk melindungi ingka dari kotoran serta menambah nilai estetika dari ingka tersebut. Dalam memproduksi ingka, bapak Gede Suardana tidak mengstock produknya melainkan membuatnya setelah adanya pesanan dari konsumen, sehingga konsumen selalu mendapatkan produk yang baru. Produk yang dibuat juga sesuai dengan permintaan dari konsumen dan sesuai dengan harga yang ditawarkan yakni untuk ingka makan yang biasa tanpa pernis dihargai Rp 75.000/lusin sedangkan ingka makan yang sudah dipernis dihargai Rp 80.000/lusin, untuk ingka banten biasa dihargain Rp 50.000/lusin sedangkan ingka banten lengkap dengan tutupnya atau yang sering disebut dengan saab dihargai Rp100.000/lusin.

Pelatihan Pemasaran dan Digital Marketing

Berdasarkan teori yang dijelaskan, *digital marketing* adalah aktivitas mempromosikan dan mencari pasar melalui media *digital* secara online dengan menggunakan berbagai saran, seperti jejaring sosial (Purwana dkk, 2017). Menurut Pagestika (2018), *digital marketing* memiliki manfaat untuk perusahaan karena kecepatan penyebaran informasi dengan menggunakan media *digital* dapat diimplementasikan hanya dalam hitungan menit, kemudahan untuk menilai hasil

kampanye pemasaran dapat diamati secara langsung, dan *digital marketing* dapat menyebarkan produk ke seluruh dunia hanya dengan beberapa langkah sederhana dengan memanfaatkan internet. Pada kegiatan ini disampaikan materi tentang pentingnya melakukan pengembangan dalam memasarkan produk dengan mengikuti zaman yaitu memasarkan produk melalui media sosial (*Digital Marketing*). Dengan cara ini produk Ingka Berkat Asih bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas, karena media sosial sudah berkembang pesat sehingga pemilik usaha tidak hanya memasarkan produknya di Desa Anturan saja tetapi bisa sampai keluar daerah.

Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan

Pelatihan selanjutnya adalah memberikan materi tentang pentingnya menyusun laporan keuangan sederhana agar pemilik bisa membedakan antara uang pribadi dengan uang usahanya, sehingga pemilik mengetahui antara pendapatan dan pengeluaran yang didapat dari memproduksi ingka tersebut serta untuk mengetahui apakah usaha ini mendapatkan keuntungan atau tidak yang berdampak pada kelancaran usaha selanjutnya. Menurut Kasmis dan Jakfar (2003), aspek keuangan adalah aspek yang digunakan untuk menilai perusahaan secara keseluruhan. Aspek keuangan memberikan gambaran tentang keuntungan perusahaan, sehingga aspek keuangan merupakan salah satu elemen yang sangat penting untuk diteliti kelayakannya. Mengelola keuangan suatu usaha (bisnis) bukan hanya untuk perusahaan besar saja, tetapi usaha kecil dan menengah harus memiliki pengelolaan keuangan yang baik dan tepat karena kinerja keuangan suatu usaha semakin besar kemungkinan usaha tersebut meraih sukses



Gambar 2. Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan

4. Simpulan

Dari hasil kegiatan pelatihan pengelolaan keuangan dan analisis kinerja keuangan Bumdes di desa penglatan dapat disimpulkan bahwa ketika awal kedatangan kami ke BUMDes Penglatan masih terdapat kekurangan dalam beberapa bagian seperti: sumber Daya Manusia yang mumpuni untuk melakukan unit bisnis bumdes, masih perlu pendampingan dalam melakukan pengelolaan keuangan, kurangnya pemahaman tentang laporan keuangan dan bagaimana pemahaman laporan keuangan sebagai alat komunikasi para stakeholder, dan belum mampu melakukan analisis terhadap kinerja keuangan BUMDes. Hasil kegiatan yang dilakukan melalui pelatihan, diskusi, pendampingan. Setelah melalui program pendampingan yang dilakukan oleh tim, maka mitra binaan telah mencapai beberapa kemajuan. Hasil kegiatan pelatihan menunjukkan peningkatan kemampuan para

pengurus BUMDes terutama ketua BUMDes dalam melakukan pengelolaan keuangan yang lebih tepat. Salah satu kemampuan yang terlihat tercapai adalah pemahaman.

5. Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja, rekan dosen, mahasiswa, dan pemilik UMKM Kerajinan Ingka Berkat Asih yang telah terlibat dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini.

6. Daftar Pustaka

- Anonim. (n.d.). *Aspek Keuangan*. Retrieved September 2, 2023, from Universitas Kristen Maranatha: https://repository.maranatha.edu/23504/8/1352353_Chapter6.pdf
- Faizin, I. (2017). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah. *Jurnal Madaniyah*, 264.
- Paendong, M. (2022). Pendampingan Penerapan Manajemen Administrasi Usaha, Pemasaran Digital, dan Pelaporan Keuangan Sederhana pada UMKM di Kelurahan Karombasan Selatan. *Jurnal Pengabdian Vokasi*, 2(4), 247-250.
- Rendi. (2023, Agustus 11). *Kerajinan Tangan: Kisah Kreativitas dan Keberlanjutan*. Retrieved September 2, 2023, from KOMPAS.COM :<https://perpusteknik.com/umkm-kerajinan-tangan/>
- Riadi, M. (2020, September 22). *Digital Marketing (Pengertian, Manfaat, Fungsi, Dimensi dan Strategi)*. Retrieved September 10, 2023, from Kajian Pustaka: <https://www.kajianpustaka.com/2020/09/digital-marketing.html>
- Siswanti, T. (2020). Analisis Pengaruh Aspek keuangan Dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pertumbuhan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus UMKM Kecamatan Makasar, Jakarta timur). 146.
- Suarmawan, K. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil (Studi Pada Usaha Kerajinan Ingka Di Desa Bulian, Kec. Kubutambahan). *Jurusan Pendidikan Ekonomi*, 2.
- Sudarmi, S. S. (2018). Pengaruh Aspek Keuangan Dan Modal Manusia Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus: UMKM di Wilayah Kota Pekanbaru). *Ekonomi dan Bisnis Volume 9, Nomor 1*, 68.
- Tukino, T., Effendi, S., Fajrin, A. A., & Mardika, N. H. (2022). Pembinaan Pembuatan Laporan Keuangan Dan Pemasaran Online Pada UKM Rafflesia Kota Batam. *Jurnal Pengabdian Barelang*, 4(2).