



Pendampingan Usaha Rumahan Din's Roti & Snack: Penggunaan Pemasaran Digital dan Aplikasi Buku Kas

Rita Kusumawati¹, Alien Akmalia², Muhammad Rifandi³

Keywords :

Home industri
Digital
Buku Kas

Correspondensi Author

Rita Kusumawati
Program Studi Manajemen,
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta
Jalan Brawijaya, Tamantirto
Kasihani Bantul Yogyakarta
Email: kusumawatirita@umy.ac.id

History Article

Received: 28-04-2022;
Reviewed: 27-05-2022;
Revised: 23-06-2022;
Accepted: 28-07-2022;
Published: 19-08-2022;

Abstrak. Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dilatarbelakangi oleh masih terbatasnya pasar bagi usaha mikro yang dimiliki oleh ibu Dina, selain itu mitra juga mengalami kendala dalam pencatatan keuangan usaha. Solusi diberikan oleh tim untuk memperluas cakupan pasar dalam menerapkan pemasaran digital baik untuk promosi produk maupun untuk transaksi penjualan. Untuk mengatasi kesulitan pencatatan keuangan usaha, tim memberikan solusi pemanfaatan aplikasi Buku Kas. Metode kegiatan adalah dengan melakukan pelatihan dan pendampingan pemasaran menggunakan media online, serta melakukan pelatihan dan pendampingan pencatatan keuangan usaha menggunakan aplikasi Buku Kas.. Hasil dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah mitra dapat melakukan praktek pemasaran menggunakan media online seperti, whatsapp, dan instagram, mitra memiliki akun instagram untuk mempromosikan produknya, serta mitra dapat melakukan praktek pencatatan administrasi keuangan usaha melalui aplikasi Buku Kas.

Abstract. This community service was carried out against the background of the still limited market for micro-enterprises owned by Mrs. Dina, besides that partners also experienced problems in recording business finances. The solution provided by the team to expand market coverage is to implement digital marketing both for product promotion and for sales transactions. To overcome the difficulties of recording business finances, the team provided a solution for using the "Buku Kas" application. The method of activity is to conduct training and marketing assistance using online media, as well as conduct training and assistance in recording business finances using the "Buku Kas" application. The result of implementing this community service is that partners can practice marketing using online media such as WhatsApp, and Instagram, partners have an Instagram account to promote their products, and partners can practice recording business financial administration through the "Buku Kas" application.

PENDAHULUAN

Usaha rumahan atau dikenal dengan istilah *home industri* yaitu usaha yang tergolong

sektor informal, bergerak dalam skala kecil, modal kecil, produksi tidak tetap dan dengan tenaga kerja yang bukan profesional (Hamdi & Yadewani, 2019). Usaha *home industri* banyak

diminati kalangan ibu rumah tangga yang ingin menambah pendapatan tanpa meninggalkan tugas utama di rumah. Hasil penelitian (Kusmayadi, 2017) mengungkapkan motivasi terbesar perempuan ibu rumah tangga adalah untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga. Sumbangsih ibu rumah tangga dalam membantu meningkatkan kesejahteraan keluarga tidak bisa ditampik. Hasil penelitian (Sudirman, 2016) menunjukkan kontribusi pendapatan ibu rumah tangga rata-rata sebesar 46,1 % dari pendapatan total keluarga,

Salah satu usaha yang termasuk *home industri* adalah usaha yang dimiliki oleh ibu Dina yang berlokasi dirumahnya yaitu daerah Patuk, Banyuraden Gamping Sleman. Usaha “Din’s Roti & Snack” bermula dari hobi masak Ibu Dina (pemilik). Peluang usaha dibidang kuliner masih terbuka lebar, hal inilah yang mendorong bu Dina mulai mengembangkan hobinya menjadi kegiatan yang produktif. Awalnya bu Dina membuat pesanan dari tetangga sekitar lama kelamaan pasarnya bertambah luas, pesanan tidak lagi hanya dari tetangga sekitar tapi dari wilayah lainnya di Yogyakarta. Beberapa produk andalannya adalah: brownies, roti sosis, lempeng dan beberapa makanan lainnya yang diberi merk Din’s Roti & Snack. Din’s Roti & Snack selama ini belum melakukan promosi dengan optimal, promosi hanya dilakukan dengan cara “*word of mouth*”. Teknik ini sebenarnya cukup efektif untuk meningkatkan penjualan, namun ketika tidak diikuti dengan penggunaan aplikasi *online* seperti jejaring social (FB dan IG), eskalasi penjualan tidak dapat dihasilkan dengan cepat. Kondisi saat ini, usaha Din’s Roti & Snack belum memanfaatkan pemasaran digital. Digital marketing/pemasaran online ini sangat penting sekali bagi UMKM karena memberikan beberapa manfaat diantaranya : hemat biaya, realtime, mudah menarik konsumen, membangun hubungan lebih menarik, mudah menentukan target pasar. Permasalahan lain adalah usaha ini belum memiliki catatan keuangan usaha sehingga pemilik usaha tidak mengetahui persis kondisi keuangan usaha, apakah menguntungkan atau sebaliknya.

METODE



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dibagi ke dalam 4 tahapan(lihat gambar 1) yaitu tahap persiapan, pelatihan, pendampingan dan evaluasi. Pada tahap persiapan dilakukan observasi awal dan diskusi dengan pemilik usaha terkait kondisi usaha dan arah pengembangan yang mungkin dilakukan. Selanjutnya tahap pelatihan, mitra diberikan pelatihan pemasaran digital dan pencatatan transaksi keuangan secara digital melalui aplikasi “Buku Kas”. Untuk memastikan mitra dapat menjalankan hasil pelatihan, maka tahap ketiga dilakukan pendampingan. Tahap terakhir adalah melakukan evaluasi atas hasil pengabdian yang telah tercapai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pendampingan pada usaha rumahan Din’s Roti & Snack yang sudah dilakukan antara lain :

1. Pembuatan Kemasan, Label dan Brand Produk

Kegiatan ini mencakup pembuatan desain kemasan agar produk yang dipasarkan terlihat rapi, menarik dan elegan serta konsumen yang sudah membeli mempersepsikan produk tidak sembarangan. Salah satu item kemasan yang paling penting adalah label. Salah satu daya tarik utama barang untuk mempromosikan penjualan adalah pengemasan, pelabelan, dan merek (Framita & Maulita, 2020). Label harus memiliki informasi yang relevan dan menarik (Akmalia & Kusumawati, 2021). Disain label yang dibuat dalam program ini khusus untuk produk kue kering yang diberi merk Din’s Cookies. Sedangkan label untuk produk roti dan snack sudah ada.



Gambar 2. Label produk Din's Cookies

2. Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Digital

Pemasaran digital adalah penggunaan media digital atau Internet untuk memasarkan atau mengiklankan merek atau produk. Tujuan pemasaran digital adalah untuk dengan cepat menjangkau pelanggan dan pelanggan potensial. Seperti yang kita ketahui bersama, cengkeraman masyarakat terhadap teknologi dan internet sangat luas, oleh karena itu tidak heran jika pemasaran digital menjadi strategi pilihan untuk bisnis (Redjeki & Affandi, 2021). Munculnya pemasaran digital akan membantu tidak hanya bisnis UMKM, tetapi juga akan membawa manfaat atau nilai tambah bagi pelanggan. Hal ini karena digital marketing menawarkan kemudahan kepada pelanggan dalam hal informasi, waktu, jarak, ketersediaan barang 24 jam, dan tentunya pilihan.

Din's cookies selama ini memasarkan produknya secara langsung dengan sistem *purchase order*(PO). Produksi akan dilakukan ketika ada pesanan. Promosi terkait usahanya dijalankan secara sederhana yakni melalui "ketok tular" atau promosi dari mulut ke mulut, belum ada upaya lebih untuk mempromosikan usahanya.

Mitra sudah mengetahui pemasaran digital tapi belum digunakan dalam usahanya, hal ini karena mitra belum paham bagaimana menggunakan pemasaran digital untuk menunjang usahanya. Kondisi ini tidak hanya terjadi pada usaha milik ibu Dina, tapi seperti yang diungkapkan oleh (Situmorang et al., 2018) banyak pelaku usaha belum memanfaatkan pemasaran digital dalam hal ini media sosial secara maksimal. Mengingat pentingnya pemasaran digital bagi perluasan pasar, maka dalam program ini mitra diberikan motivasi dan pemahaman terkait pemasaran

digital. Mitra diberikan penjelasan pemasaran digital, jenisnya, manfaatnya bagi usaha serta bagaimana menggunakan atau menerapkan pada usaha. Penulis juga menunjukkan contoh usaha sejenis yang sudah menggunakan pemasaran digital bagi usahanya berikut hasil yang didapatkan. Darisitu mitra menjadi termotivasi untuk menggunakan pemasaran digital pada usahanya. Selanjutnya tim melakukan pendampingan sampai mitra bisa menggunakan pemasaran digital dalam hal ini media sosial dan whatsapp bisnis untuk mempromosikan dan memasarkan produknya.



Gambar 3. Pelatihan dan pendampingan pemasaran

4. Pembuatan Konten Pemasaran Online

Kegiatan pembuatan konten pemasaran merupakan pekerjaan yang dilakukan untuk meningkatkan minat target pembeli agar melihat iklan. Dari kegiatan ini penulis berhasil membuat logo usaha dan juga pembuatan konten untuk Instagram menggunakan software *Adobe Illustrator* agar dapat meningkatkan kesan calon pembeli yang melihat media sosial Din's Cookies. Dalam rangka meningkatkan kesan calon pembeli, konten promosi berupa foto atau video perlu dirancang/didisain sebgus mungkin. Media sosial dipilih sebagai media promosi usaha karena kelebihan yang dimiliki oleh media sosial dapat membantu bagi kemajuan usaha. Jejaring sosial adalah bentuk pemasaran digital yang paling umum digunakan di pasar (Melović et al., 2020). Media sosial merupakan media yang paling sering digunakan oleh masyarakat (Febriyanto et al., n.d.). (Novitasari et al., 2021) menyatakan pelaku bisnis dapat menggunakan media sosial untuk berinteraksi secara internal, membantu mempromosikan produk dan layanan, dan terlibat dengan pasar dan pemasok. Strategi pemasaran digital dengan media sosial sangat penting karena dapat mendidik pelaku perusahaan tentang cara memperluas jaringan pemasaran menggunakan media sosial untuk mengiklankan produk mereka dan dengan demikian mendapatkan keunggulan kompetitif

(Febriyantoro et al., n.d.).

3. Pelatihan dan Pendampingan Administrasi Keuangan Digital

Pencatatan keuangan usaha penting dilakukan namun di kalangan pelaku usaha home industri banyak yang tidak memiliki pengetahuan dan ketrampilan dalam pencatatan keuangan usaha. (Mulyani et al., 2019) menyatakan sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki kemampuan dalam membuat laporan akuntansi secara lengkap karena dianggap sulit, rumit dan membutuhkan waktu dan biaya. Pemilik usaha Din's cookies selama ini belum melakukan pencatatan keuangan usahanya dengan tertib dan rutin, hal ini disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dan ketrampilan terkait yang dimiliki pemilik usaha sering lupa atau malas mencatat transaksi keuangan usaha.

Pada era digital ini bermunculan aplikasi pencatatan keuangan usaha digital yang bisa dimanfaatkan oleh pelaku usaha dengan mudah dan tanpa waktu dan biaya yang tinggi. Salah satu aplikasi tersebut adalah Buku Kas. Aplikasi buku kas merupakan aplikasi pencatatan keuangan usaha yang bisa digunakan secara gratis dan cenderung mudah untuk dipahami penggunaannya. (Putra & Santi, 2020) menyatakan pada buku kas akan terekam jumlah pendapatan serta pengeluaran. Ini memudahkan pelaku usaha dalam melakukan pencatatan serta mengetahui jumlah saldo kas yang mereka miliki. Aplikasi Buku Kas cenderung mudah dipahami dan digunakan oleh pelaku UMKM, karena itu beberapa penulis sebelumnya telah mengaplikasikan pada mitra UMKM yang didampingi, diantaranya adalah (Putra & Santi, 2020), (Soejono et al., 2021), (Ayuningsih et al., 2020), (Ulfah & Purfini, 2021).

Pengenalan aplikasi buku kas kepada pemilik usaha Din's cookies dilakukan dengan 2 tahapan yaitu pelatihan dan pendampingan. Dalam pelatihan tim pengabdian melakukan demonstrasi tahap demi tahap pencatatan keuangan usaha, baik yang terkait dengan pengeluaran maupun pemasukan. Tahapan berikutnya adalah dilakukan pendampingan sampai mitra bisa melakukan pencatatan secara mandiri.



Gambar 4. Pendampingan Administrasi Keuangan Digital

4. Pengadaan Alat Produksi.

Untuk menunjang kegiatan produksi Din's Cookies, mitra membutuhkan beberapa peralatan yang dapat membantu proses produksi lebih efektif dan efisien. Dalam program ini mitra diberikan hibah berupa alat produksi seperti mixer, oven dan juga bahan baku. Terkait dengan kegiatan promosi usaha, mitra diberikan bantuan pengadaan foto produk, kemasan produk dan juga label serta brand produk mitra.

SIMPULAN DAN SARAN

Seluruh kegiatan Pengabdian masyarakat ini berjalan lancar dan mendapat sambutan positif dari pemilik usaha, hal ini tampak dari antusiasnya dan aktifnya mitra dalam proses memahami pemasaran digital maupun pencatatan keuangan digital. Mitra saat ini sudah memiliki akun di media sosial yaitu di instagram. Selain itu, mitra juga sudah bisa melakukan pencatatan keuangan usaha dengan aplikasi Buku Kas.

Berdasarkan kegiatan yang telah kami lakukan kami menyarankan kepada pemilik usaha untuk terus menerapkan pemasaran digital pada usahanya baik untuk promosi maupun untuk penjualan, selain itu pemilik usaha agar aktif memposting produknya di akun instgram yang dimiliki. Kami juga menyarankan kepada mitra untuk secara rutin melakukan pencatatan transaksi keuangan usaha dengan aplikasi Buku Kas.

DAFTAR RUJUKAN

- Akmalia, A., & Kusumawati, R. (2021). *Peningkatan Daya Saing UMKM Pada Masa Pandemi*. 1471–1478. <https://doi.org/10.18196/ppm.44.662>
- Ayuningsih, N. P. M., Permana, P. A. G., & Hendayanti, N. P. N. (2020). Pelatihan

- Manajemen Keuangan Dengan Menggunakan Buku Kas Pada Usaha Jajan Tradisional Khas Bali. *To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 47. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v3i1.307>
- Febriyantoro, M. T., Arisandi, D., Febriyantoro, M. T., Arisandi, D., Universal, U., & Pemasaran, M. (n.d.). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean*. 1(2), 61–76.
- Framita, D. S., & Maulita, D. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Pengemasan, Labelling dan Branding Produk di Desa Sukaratu Kecamatan Cikeusal Kabupaten Serang. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 107–118. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v2i3.254>
- Hamdi, K., & Yadewani, D. (2019). Pengembangan Usaha Kuliner Home Industri Sebagai Peluang Kaum Perempuan Menuju Industri Kreatif. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 110–116. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i2.2867>
- Kusmayadi, R. C. R. (2017). Kontribusi Pekerja Wanita dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga dan Proses Pengambilan Keputusan dalam Keluarga Pendahuluhan. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 103–113.
- Melović, B., Jocović, M., Dabić, M., Vulić, T. B., & Dudic, B. (2020). The impact of digital transformation and digital marketing on the brand promotion, positioning and electronic business in Montenegro. In *Technology in Society* (Vol. 63). <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101425>
- Mulyani, A. S., Nurhayaty, E., & Miharja, K. (2019). Penerapan Pencatatan dan Laporan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 219–226. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v2i2.5818>
- Novitasari, A. T., Wijayanti, R., Sholeh, Y., & Wijayanti, R. (2021). Sosialisasi Strategi Pemasaran Kerajinan Souvenir Menggunakan Media Online di Era Pandemi Virus Covid-19. *MATAPPA : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4, 190–196. <https://journal.stkip-andi-matappa.ac.id/index.php/matappa/article/download/920/447>
- Putra, A., & Santi, F. (2020). Penerapan Buku Kas pada UMKM Bojonegoro. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Perpajakan*, 2(2), 28–33.
- Redjeki, F., & Affandi, A. (2021). Utilization of Digital Marketing for MSME Players as Value Creation for Customers during the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Science and Society*, 3(1), 40–55. <http://ijsoc.goacademica.com/index.php/ijsoc/article/view/264>
- Situmorang, S. H., Mulyono, H., & Berampu, L. T. (2018). Peran dan Manfaat Sosial Media Marketing bagi Usaha Kecil. *AJEFB - Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*, 1(2), 77–84.
- Soejono, F., Sunarni, T., Kusmawati, Samuel, S., & Angeliana, W. (2021). Pendampingan Usaha: Pentingnya Laporan Keuangan Dan Penggunaan Aplikasi Bukukas Untuk Laporan Keuangan Usaha. *Logista Vol. 4 No.2 Tahun 2020 Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 2013–2015.
- Sudirman, D. (2016). Kontribusi Dan Motivasi Pekerja Wanita Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga. *Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(April), 1–19.
- Ulfah, S. C., & Purfini, A. P. (2021). IMPLEMENTASI APLIKASI BUKU KAS UMUM BERBASIS WEBSITE DI DESA CIWARUGA KECAMATAN PARONGPONG KABUPATEN BANDUNG BARAT. *ABDIKAMSIA: Pengabdian Kepada Masyarakat Sistem Informasi Akuntansi*, 1(1), 6–10.