

PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI MEDIA PEMASARAN PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA KACANG BAWANG “BERKAH ONO” DI KERTEN SURAKARTA

Widi Nugrahaningsih¹, Mira Erlinawati², Indah Wahyu Utami³

¹Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta.

²Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Duta Bangsa Surakarta.

³Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Duta Bangsa Surakarta.

Email : widi_nugrahaningsih@udb.ac.id, mira_erlinawati@udb.ac.id, indah_wahyu@udb.ac.id

ABSTRACT

Doing business in the culinary sector is a very promising business. Many people have a spirit of always wanting to try and taste new things, including culinary things. In fact, the development of tourism trends today is culinary tourism. PKM Partners, Berkah Ono onion bean household industry was established during the 2017 pandemic in Kerten sub-district, Surakarta city. Experiencing a very significant decline in turnover since the Covid-19 pandemic, this is because partners have marketing and business management problems. In marketing, partners do not have any media as a marketing tool. Meanwhile, in business management, partners do not have systematic bookkeeping, which allows bookkeeping errors to occur. The PKM team carried out activities to implement business Instagram and business WhatsApp for partners, followed by operational training. The PKM team also helps create business entities for partners so that it is easy to collaborate with various agencies. The PKM team also implements a simple accounting system for partner bookkeeping and provides training in simple accounting bookkeeping. The conclusion from the evaluation results after the training is that partners have been able to independently promote products through business-based social media and implement simple accounting bookkeeping in their businesses.

Keywords: Digital Marketing, Blessings Ono

ABSTRAK

Berbisnis dibidang kuliner merupakan salah satu bisnis yang sangat menjanjikan. Banyak masyarakat yang memiliki jiwa selalu ingin mencoba dan mencicipi hal baru, termasuk hal kuliner. Bahkan perkembangan tren pariwisata dewasa ini yaitu wisata kuliner. Mitra PKM, Industri rumah tangga kacang bawang berkah ono berdiri sejak tahun pandemic 2017 di kelurahan kerten, kota Surakarta. Mengalami penurunan omset yang sangat signifikan sejak pandemic covid-19, hal ini karena mitra Memiliki permasalahan pemasaran dan manajemen usaha. Pada pemasaran, mitra Tidak memiliki media apapun sebagai sarana pemasaran. Sedangkan manajemen usaha, mitra tidak memiliki pembukuan yang sistematis sehingga memungkinkan terjadinya kekeliruan pembukuan. Tim PKM melakukan kegiatan penerapan Instagram bisnis dan whatsapp bisnis bagi mitra yang dilanjutkan pelatihan pengoperasionalannya. Tim PKM juga membantu membuat badan usaha bagi mitra supaya mudah bekerjasama ke berbagai instansi. Tim PKM juga menerapkan system akuntansi sederhana untuk pembukuan mitra serta memberikan pelatihan pembukuan akuntansi sederhana. Kesimpulan dari hasil evaluasi setelah adanya pelatihan, mitra telah dapat secara mandiri mempromosikan produk melalui media sosial berbasis bisnis, dan menerapkan pembukuan akuntansi sederhana pada usahanya.

Kata kunci: Digital Marketing, Berkah Ono

PENDAHULUAN

Berbisnis dibidang kuliner merupakan salah satu bisnis yang sangat menjanjikan. Tidak heran karena sudah pasti banyak masyarakat yang memiliki jiwa selalu ingin mencoba dan mencicipi hal baru, termasuk hal kuliner. Bahkan perkembangan tren pariwisata dewasa ini yaitu wisata kuliner (1). Industri rumah tangga kacang bawang berkah ono berdiri sejak tahun 2017 di kelurahan kerten, kota Surakarta. Tepatnya di Jalan Ahmad Yani No.5 Kelurahan Kerten, kota Surakarta. Pendiri perusahaan ini adalah Ny. Nova Ariyanti. Mitra memiliki pekerja berjumlah 6 orang, dengan tugas yang berbeda-beda. Dalam menjalankan usahanya, mitra membeli kacang mentah melalui petani kacang yang ada di kota Surakarta. Kacang mentah tersebut kemudian dibersihkan dan diolah oleh mitra menjadi kacang bawang yang siap untuk dipasarkan.

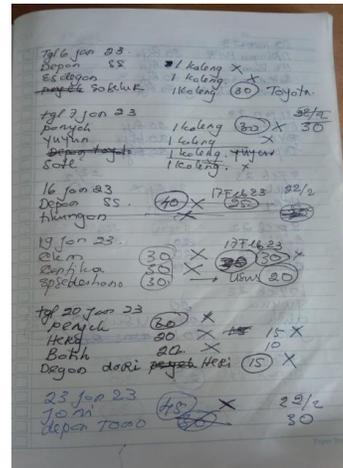
Lokasi mitra yang berada dikota Surakarta sebenarnya sangat strategis, akan tetapi karena penjualan mitra yang masih menggunakan metode konvensional, menjadikan sistem penjualan mitra kurang bisa menjangkau area di luar kota Surakarta. Disisi lain, sejak mendirikan industri rumah tangga kacang bawang berkah ono, mitra belum pernah membentuk usahanya dalam bentuk badan usaha, padahal jika usaha milik mitra ini dibentuk badan usaha, misalnya berbentuk perseroan komanditer (CV) maka mitra dapat melakukan kerjasama penjualan produk milik mitra ke berbagai korporasi, baik korporasi swasta maupun milik pemerintah. Saat wawancara dengan mitra, didapat juga bahwa usaha milik mitra ternyata belum tersertifikasi. Padahal dengan adanya pendaftaran ijin usaha dalam hal ini PIRT (Perizinan Produk Industri Rumah Tangga) dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat (konsumen) atas produk milik mitra, dan juga disisi lain ijin PIRT merupakan hal yang wajib dari dinas Kesehatan.

Strategi penjualan yang jalankan oleh mitra sampai saat ini masih konvensional. Pada saat terjadinya pandemi covid-19 khususnya awal tahun 2020, mitra mengalami penurunan omset yang sangat signifikan. Disampaikan mitra bahwa sebelum pandemi covid-19, omset mitra bisa mencapai Rp 20.000.000 sampai Rp 35.000.000 perbulan, tetapi sejak pandemi covid-19, omset menurun bisa mencapai Rp 15.000.000 sampai 20.000.000 per bulan. Penurunan omset mitra ini tidak lepas dari kurangnya pemasaran produk.

Dari hasil wawancara dan survey lokasi mitra, ditemukan bawa permasalahan mitra yang pertama yaitu pemasaran. Pemasaran adalah aktivitas mempercepat perpindahan barang maupun jasa yang dijual dari produsen atau distributor hingga ke tangan konsumen (2). Sampai saat ini mitra tidak memiliki media apapun sebagai media pemasaran produk kacang bawangnya. Mitra juga belum mendaftarkan ijin PiRT untuk produk kacang bawangnya, serta industri kacang bawang berkah ono sampai saat ini belum memiliki badan hukum/badan usaha yang sejatinya ijin PiRT dan bentuk badan usaha ini merupakan salah satu sarana untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk kacang bawang milik mitra.

Permasalahan mitra yang kedua yaitu Manajemen usaha. Manajemen usaha dapat dikembangkan untuk mencapai tujuan organisasi dengan sukses dan kompeten. Ini akan memandu sekelompok orang untuk menggabungkan pekerjaan mereka secara terencana untuk mencapai tujuan organisasi (3).

Dalam menjalankan industri rumah tangga kacang bawang berkah ono, mitra tidak pernah membuat pembukuan yang jelas. Dalam hal ini, pembukuan dilakukan manual dan sangat konvensional. khususnya pembukuan transaksi jual beli maupun titip jual dari mitra sampai saat ini sangat manual. Tidak ada buku khusus (dengan pembukuan yang rapi).



Gambar: Gambaran pembukuan mitra yang tidak rapi dan berpotensi menimbulkan banyak kesalahan/kekeliruan, pada usaha Kacang bawang “Berkah Ono”

Tujuan kegiatan PKM ini yang pertama untuk menerapkan digital marketing pada industri rumah tangga kacang bawang berkah ono. Digital marketing yang diterapkan berupa instagram bisnis dan whatsapp bisnis untuk media pemasaran dan penjualan produk mitra. Mitra juga diberikan pelatihan untuk mengoperasikan instagram maupun whatsapp bisnis yang diterapkan tersebut supaya dapat secara mandiri mengoperasikannya. Selanjutnya untuk memecahkan solusi dari permasalahan pemasaran, tim PKM juga akan mendaftarkan Ijin PiRT untuk produk kacang bawang berkah ono, dan juga membuatkan akta pendirian badan usaha milik mitra, hal ini dilakukan supaya kepercayaan masyarakat terhadap produk mitra semakin meningkat.

Tujuan yang kedua, untuk menerapkan sistem pembukuan akuntansi sederhana (buku besar dan atau neraca rugi laba). Tim PKM menerapkan sistem pembukuan dengan menggunakan neraca rugi laba dan atau buku besar bagi mitra. Yang selanjutnya mitra di berikan pelatihan untuk dapat membuat pembukuan secara mandiri.

METODE

Teknik yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini yaitu pertama-tama dengan cara analisa permasalahan mitra (dalam hal ini mitra yaitu Industri rumah tangga kacang bawang berkah ono) di Kerten, Surakarta. Kemudian mengimplementasikan solusi yang di tawarkan oleh Tim PKM kepada mitra.

Tim PKM mengimplementasikan Digital marketing berupa Instagram dan whatsapp berbasis bisnis bagi mitra. Sosial media yang digunakan sebagai media pemasaran kacang bawang telah dibuat sesuai dengan kebutuhan mitra (hasil diskusi dengan mitra) dan disesuaikan dengan kebiasaan konsumen saat ini yang lebih menyukai kepraktisan dalam bertransaksi, dalam hal ini pada Whatsapp bisnis mitra dilengkapi dengan isian produk-produk yang dijual mitra didalam katalognya.

Setelah mengimplementasikan Sosial media berbasis bisnis, mitra diberikan pelatihan mengoperasikan sosial media yang berbasis bisnis. Sekaligus diberi pelatihan untuk dapat mempromosikan produk pada sosial media dengan target atau jangkauan pasar yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra. Setelah itu, mitra juga diberikan pelatihan untuk membuat pembukuan akuntansi sederhana. Kegiatan pelatihan tersebut berlangsung secara bertahap pada tanggal 26 Juli sampai 29 Juli 2023.

Setelah kegiatan pelatihan terlaksana, tim PKM membantu mitra untuk membentuk badan usaha bagi usaha kacang bawang berkah ono. Dengan membentuk CV (perseroan komanditer).

Supaya memudahkan mitra untuk dapat menjalin Kerjasama dengan berbagai instansi sehingga jangkauan penjualan juga semakin luas,

Jumlah mahasiswa yang terlibat yaitu 2 mahasiswa aktif, dan juga dibantu beberapa dosen lain khususnya saat pelatihan pengoperasionalan sosial media dan pelatihan pembuatan pembukuan akuntansi sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan usahanya, sebelumnya mitra tidak memiliki media untuk pemasaran sama sekali. Penjualan dilakukan dengan cara titip jual dari toko satu ketoko yang lain. Sehingga hal ini menjadikan produk mitra kurang dikenal atau bahkan dicari oleh masyarakat. Selain itu, pembukuan yang digunakan oleh mitra masih tidak memiliki konsep yang jelas. Pembukuan masih sangat memungkinkan mitra mengalami kekeliruan dalam hal pengeluaran, pendapatan dan omset usahanya.

Dalam hal promosi produk mitra, tim PKM menerapkan beberapa sosial media bagi mitra sebagai sarana promosi. Yang pertama yaitu Whatsapp, tim PKM menerapkan Whatsapp berbasis bisnis, bagi mitra. Didalam whatsapp mitra tersebut, didalam katalog, berisi berbagai produk mitra yang siap untuk dijual. Tidak hanya whatsapp bisnis, tim PKM juga menerapkan Instagram, Instagram yang diterapkan merupakan Instagram bisnis. Instagram berbasis bisnis ini sangat bermanfaat bagi mitra untuk memasarkan produk kacang bawangnya, karena dalam Instagram bisnis tersebut, ketika mitra mengiklankan produk, maka mitra dapat memilih jangkauan market yang dibutuhkan mitra.

Dalam pelaksanaan penerapan sosial media ini, tim PKM memberikan pelatihan pengoperasian sosial media berbasis bisnis bagi mitra.



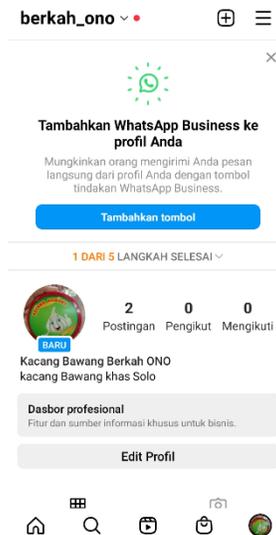
Gambar: Pelatihan pengoperasionalan sosial media sebagai sarana promosi.

Sasaran pelatihan pengoperasionalan sosial media berbasis bisnis, yaitu mitra secara keseluruhan, dalam hal ini pemilik usaha maupun karyawannya. Beberapa karyawan sudah paham menggunakan Instagram, tetapi baru memahami cara promosi produk melalui Instagram bisnis dari kegiatan pelatihan yang di laksanakan tim PKM ini.

Tim PKM juga membantu mitra melalui pelatihan, dengan mengisikan katalog produk pada sosial media berbasis bisnis, baik Instagram maupun whatsapp bisnis. Khususnya pada whatsapp bisnis, katalog produk mitra diisi dengan keterangan lengkap pada produk supaya di mengerti oleh konsumen, misalnya meliputi berat produk, harga produk, dan lain sebagainya.



Gambar: Isian katalog produk mitra pada whatsapp bisnis yang diterapkan



Gambar: Tampilan Instagram bisnis yang diterapkan pada mitra



Gambar: Instagram bisnis yang diterapkan tim PKM ke Mitra yang siap untuk di promosikan.

Selain melakukan kegiatan pelatihan pengoperasionalan sosial media berbasis bisnis, tim PKM juga menerapkan pembukuan akuntansi sederhana bagi usaha milik mitra. Pembukuan yang diterapkan masih pembukuan yang berbasis luring, tetapi lebih terstruktur dan sistematis. Sehingga jelas pendapatan maupun omset mitra.

Penerapan pembukuan akuntansi sederhana pada mulanya khususnya karyawan mitra masih kurang memahami, sehingga tim PKM melakukan kegiatan pelatihan pembukuan akuntansi sederhana. Hal ini dilakukan karena melihat salah satu permasalahan mitra yaitu pembukuan yang tidak rapi dan tidak sistematis, sehingga sangat rentan terjadinya kesalahan atau kekeliruan perhitungan mengenai laba, rugi, pendapatan, maupun omset. Sasaran kegiatan pelatihan pembukuan dilakuakn bagi mitra yaitu karyawan maupun pemilik usaha.

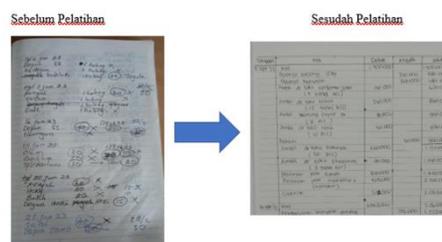
Mitra sangat antusias dalam kegiatan pelatihan, baik kegiatan pelatihan pengoperasionalan sosial media berbasis bisnis maupun kegiatan pelatihan pembukuan akuntansi sederhana. Ini ditunjukkan dengan respon mitra saat kegiatan pelatihan berlangsung, misalnya mitra menanyakan hal detail mengenai cara promosi supaya dapat menjangkau masyarakat luas sesuai target yang diharapkan.



Gambar: Pelatihan pembukuan akuntansi sederhana bagi mitra.

Setelah kegiatan pelatihan selesai dilaksanakan, tim PKM masih melakukan kegiatan lanjutan Bersama mitra. Tim PKM melakukan kegiatan evaluasi atas kegiatan pelatihan baik pelatihan pengoperasionalan sosial media berbasis bisnis, maupun pelatihan pembukuan akuntansi sederhana. Evaluasi dilakukan oleh Tim PKM yaitu 1 minggu setelah kegiatan pelatihan dilaksanakan, Evaluasi dilakukan untuk memastikan bahwa mitra dapat secara mandiri menoperasikan sosial media berbasis bisnis dan juga dapat secara mandiri menerapkan pembukuan akuntansi sederhana dalam kegiatan usahanya.

Dari hasil evaluasi, mengenai penerapan sosial media berbasis bisnis maupun whatsapp berbasis bisnis, mitra telah dapat mengoperasikan dan memanfaatkannya secara mandiri. Ini terbukti dari setelah 1 minggu dilaksanakan pelatihan pengoperasionalan sosial media, pada whatsapp mitra telah terdapat tambahan produk yang dijual pada katalog whatsapp bisnis tersebut. Kemudian, pada Instagram bisnis, juga telah terdapat tambahan produk yang di posting untuk siap di promosikan.



Gambar: perbandingan pembukuan setelah diadakan pelatihan pembukuan akuntansi sederhana

Sedangkan evaluasi dari kegiatan pelatihan pembuatan pembukuan akuntansi sederhana, yaitu mitra juga telah mampu memanfaatkannya secara mandiri. Hal tersebut dibuktikan bahwa, sejak diterapkannya pembukuan akuntansi sederhana kepada mitra, mitra memanfaatkannya bahkan setelah kegiatan pelatihan selesai dilaksanakan. Mitra secara sadar sangat mengerti kegunaan pembukuan tersebut, sehingga mitra juga menyampaikan bahwa untuk selanjutnya pembukuan akuntansi sederhana sebagaimana yang telah di terapkan dan diajarkan oleh tim PKM ini akan tetap digunakan mitra untuk pembukuan usahanya.



Gambar: tim PKM univ Duta Bangsa

Setelah rangkaian pelatihan dan evaluasi yang dilaksanakan oleh Tim PKM dan Mitra, selanjutnya tim PKM membantu mitra untuk membentuk badan usaha bagi mitra. Dibuatkan CV untuk usaha mitra dengan akta Notaris. Dan kegiatan ini juga telah terlaksana bahwa CV sudah terbentuk dan akta telah diserahkan terimakan kepada mitra dari tim PKM.



Gambar: serah terima akta pendirian CV

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan PKM ini yaitu;

1. Kegiatan PKM berupa Penerapan Digital marketing dengan memanfaatkan sosial media bagi mitra, untuk meningkatkan omset, telah dilaksanakan dengan diawali menerapkan sosial media berbasis bisnis (Instagram dan whatsapp) dilanjutkan dengan pelatihan pengoperasionalan sosial media berbasis bisnis baik Instagram maupun whatsapp bisnis. Pada hasil evaluasi, mitra telah dapat mengoperasionalkan sosial media untuk memasarkan produknya secara mandiri.

2. Menerapkan sistem pembukuan akuntansi sederhana, sekaligus pelatihan pembukuan akuntansi sederhana bagi mitra. Dari hasil evaluasi, mitra telah dapat menerapkan sistem akuntansi sederhana untuk pembukuan sirkulasi keuangan usahanya.
3. Pembentukan badan usaha untuk meningkatkan jangkauan pemasaran produk mitra juga telah terlaksana sesuai dengan target.

DAFTAR PUSTAKA

- Edi Suharto. 2009. Membangun masyarakat memberdayakan rakyat kajian strategis pembangunan kesejahteraan sosial dan pekerjaan sosial. Bandung: PT. Refika Aditaman.
- Suriani, Ni Made, Seni kuliner bali sebagai salah satu daya tarik wisata. Studi kasus di warung babi guling ibu ola di kelurahan ubud, Gianyar, Bali. Program studi Magister S2 kajian Pariwisata. (Tesis). Denpasar: Universitas Udayana, 2009.
- Wibowo & Priansa. 2017. Manajemen komunikasi dan pemasaran. Bandung: CV. Alfabeta.
- Mira Erlinawati, Widi Nugrahaningsih: "Implementasi Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap Bisnis Online." Serambi Hukum, vol. 11, no. 01, 29 Jul. 2017, pp. 27-40.
- Widi Nugrahaningsih, Indah Nofikasari: Penerapan Perjanjian Jual Beli Dan Web Pemesanan Online Perusahaan Sarung Goyor Botol Dunia, Jurnal Pengabdian Untukmu Negeri, 2022 Vol.6 No.2 : 201-206. Akreditasi Sinta 5, tersedia pada: <https://ejurnal.umri.ac.id/index.php/PengabdianUMRI/article/view/4164>, <https://doi.org/10.37859/jpumri.v6i2.4164>
- Apa itu Pemasaran: Definisi, Jenis, Fungsi dan contohnya, Diakses pada tanggal 17 Maret 2023, tersedia pada <https://money.kompas.com/read/2021/10/08/160741926/apa-itu-pemasaran-definisi-jenis-fungsi-dan-contohnya?page=all>
- Manajemen Usaha: Pengertian, Manfaat, dan Tips Mengelolanya, diakses pada tanggal 17 Maret 2023, tersedia pada: <https://kledo.com/blog/manajemen-usaha/>