

PENDAMPINGAN PEMASARAN DIGITAL DAN PELAPORAN KEUANGAN PADA USAHA KULINER RANTING 'AISYIYAH TALANG KELAPA

**Maftuhah Nurrahmi¹⁾, Nina Sabrina²⁾,
Putri Balqis Sabrina³⁾, Desti Surtiati Ningsih⁴⁾**

¹⁾ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang
^{2,3,4)} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang
maftuhahnurrahmi16@gmail.com

Abstract

This community service is aimed at the entrepreneurship of the Talang Kelapa Palembang Branch of 'Aisyiyah. This activity involves mothers who are members of 'Aisyiyah Talang Kelapa who are pioneering home business businesses such as making salted eggs, peanuts and Cenge chili sauce. The problems faced include difficulties in developing product marketing such as product problems, promotion and distribution and making financial reports that are still very simple. To overcome these problems, assistance is carried out for product marketing such as maintaining production consistency, namely in obtaining raw materials, maintaining product quality, promotion and distribution online. Then also assistance in making better financial reports. It is hoped that after the community service activities, the business of the Aisyiyah Talang Kelapa Branch mothers will continue to grow and their marketing will be more consistent, their financial reports will also be more orderly and neat.

Keywords: Digital Marketing, Financial Reports.

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini ditujukan pada kewirausahaan Ranting 'Aisyiyah Talang Kelapa Palembang. Kegiatan ini melibatkan ibu-ibu anggota 'Aisyiyah Talang Kelapa yang merintis bisnis usaha rumah tangga seperti pembuatan telur asin, kacang bawang dan sambal Cenge. Permasalahan yang dihadapi diantaranya adalah Kesulitan dalam mengembangkan pemasaran produk seperti masalah produk, promosi dan distribusi dan Pembuatan laporan keuangan yang masih sangat sederhana. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka dilaksanakan pendampingan untuk pemasaran produk seperti menjaga konsistensi produksi yaitu dalam mendapatkan bahan baku, menjaga kualitas produk, promosi dan distribusi secara online. Kemudian juga pendampingan dalam pembuatan laporan keuangan yang lebih baik. Diharapkan sesudah kegiatan pengabdian pada masyarakat bisnis ibu-ibu ;Aisyiyah Ranting Talang Kelapa akan semakin berkembang dan semakin konsistensi pemasarannya, Laporan keuangannya juga akan semakin tertib dan rapi.

Keywords: Pemasaran Digital, Laporan Keuangan.

PENDAHULUAN

Organisasi 'Aisyiyah merupakan organisasi wanita yang berskala Nasional, yang terdiri dari Pusat, Wilayah, Daerah, Cabang dan Ranting.

Masing-masing tingkatan memiliki amal usaha untuk menjaga kelangsungan hidup organisasi. Amal usaha yang dimiliki oleh 'Aisyiyah seperti pada bidang pendidikan yaitu Perguruan Tinggi, Sekolah, bidang

kesehatan yaitu Rumah Sakit, Klinik, serta dalam bidang ekonomi yang berupa home industri seperti usaha kuliner.

Amal usaha yang ada pada ranting 'Aisyiyah kebanyakan berupa sekolah TK dan PAUD serta industri rumah tangga (home Industry). Di Pulau Jawa bisnis 'Aisyiyah berkembang pesat, seperti di Jawa Timur mereka memiliki bisnis keuangan, property dan logistic. Kemudian di Klaten Jawa Tengah juga berkembang pesat UMKM yang dikelola oleh ibu-ibu 'Aisyiyah.

Dengan gambaran tersebut ibu-ibu 'Aisyiyah dikota Palembang juga berkeinginan untuk membangun usaha ekonomi kreatif untuk menjadi amal usaha. Salah satunya adalah ;Aisyiyah ranting Talang Kelapa yang sudah memulai usaha rumah tangga berupa kuliner seperti membuat telur asin, kacang bawang dan Sambal Cenge yang pemasarannya masih terbatas. Oleh karena itu pengabdian pada masyarakat ini akan mendampingi usaha yang dimiliki oleh ranting Talang Kelapa ini agar semakin berkembang dan maju.

Usaha ini baru berjalan kurang lebih 2 tahun yaitu didirikan pada tahun 2022. Sesudah adanya diskusi dengan ketua ranting ternyata masih banyak permasalahan yang harus dicari jalan keluarnya, seperti :

1. Usaha ini masih merupakan usaha kecil yang belum konsisten dalam produksi karena kendala ,modal dan pemasaran. Pemasarannya juga masih untuk

kalangan terbatas seperti masyarakat Talang Kelapa dan kegiatan kegiatan pengajian dan musyawarah wilayah 'Aisyiyah serta kegiatan yang dilakukan secara nasional saja. Produksi belum konsisten jumlahnya, promosi dari mulut ke mulut dan distribusinya juga belum luas.

2. Pembuatan Laporan keuangan dilakukan masih sederhana, meskipun sekarang belum menjadi masalah tapi dengan semakin bertambahnya produksi maka perlu adanya akuntansi keuangan yang lebih baik.

Hasil utama pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah memberikan metode pemasaran digital untuk usaha kuliner 'Aisyiyah Talang Kelapa dan pengetahuan pembuatan laporan keuangan yang lebih baik sehingga dapat membantu meningkatkan pendapatan. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut Peningkatan pengetahuan pemasaran secara digital sehingga akan dapat memanfaatkan media internet untuk memperoleh bahan baku dan melakukan kegiatan promosi dan distribusi secara online dan Peningkatan pengetahuan pembuatan laporan keuangan yang lebih baik sehingga pembukuan keuangan menjadi lebih tertib. Mitra dari pengabdian ini adalah usaha kuliner di ranting 'Aisyiyah Talang Kelapa yang beralamat di Perumahan Talang Kelapa.



Gambar 1. Proses Pengemasan makanan Ringan



Gambar 2. Proses Pembuatan Sambal Cenge

METODE PELAKSANAAN

Transfer Pengetahuan dan Teknologi dilakukan dengan Bahasa

yang mudah dimengerti oleh mitra yang dilakukan pada tiap tahapan dengan efektif dan melalui proses seperti gambar berikut :



Gambar 1 Alur Kegiatan PKM

Kegiatan PKM dijabarkan sebagai berikut :

1. Identifikasi Masalah
Pada tahap ini dilakukan identifikasi masalah pemasaran dan laporan keuangan yang terjadi pada mitra untuk menentukan pengabdian yang sesuai dengan kebutuhan
2. Melakukan FGD dengan pihak mitra untuk menentukan metode pendampingan yang akan dilakukan.
3. Pendampingan penggunaan media internet untuk penerapan pemasaran secara online dan pembuatan laporan keuangan secara teori dan praktek.
4. Pendampingan dengan mengaplikasikan secara langsung pemasaran secara online dan menyusun laporan keuangan.
5. Evaluasi dan monitoring untuk mengetahui berbagai kendala dalam menerapkan pemasaran online dan pembuatan laporan keuangan.
6. Memperbaiki kendala-kendala yang terjadi dan sekaligus penilaian terhadap kegiatan pengabdian masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Identifikasi Masalah
Pada tahap ini dilakukan identifikasi masalah pemasaran dan laporan keuangan yang terjadi pada mitra untuk menentukan pengabdian yang sesuai dengan kebutuhan. Dari hasil identifikasi masalah pemasaran diketahui bahwa usaha kuliner Ranting Talang Kelapa pemasarannya baru sebatas pada keluarga dan teman anggota Aisyiyah saja dan laporan keuangan yang belum sistematis.
2. Melakukan FGD dengan pihak mitra untuk menentukan metode pendampingan yang akan dilakukan. Berdasar hasil FGD diputuskan metode pendampingan dimulai secara berkala setiap hari jum'at dimulai dengan mengevaluasi bauran pemasaran kemudian dilakukan berbagai perubahan dengan harapan apabila bauran pemasaran diperbaiki seperti produk (merek, kemasan dan kualitas produk), penetapan harga, promosi maupun distribusi, maka hasil pemasarannya akan lebih optimal.

Demikian juga laporan keuangan diperbaiki sehingga lebih jelas pelaporannya.

3. Pendampingan penggunaan media internet untuk penerapan pemasaran secara online dan pembuatan laporan keuangan secara teori dan praktek. Sesudah variable pemasaran diperbaiki kemudian untuk memperluas jangkauan pemasaran dengan mengenakan pemasaran digital melalui berbagai media online.

4. Pendampingan dengan mengaplikasikan secara langsung pemasaran secara online dan menyusun laporan keuangan. Secara langsung mengaplikasikan pemasaran online dengan memperbaiki tampilan produk dan video untuk promosi melalui berbagai social media.

5. Evaluasi dan monitoring untuk mengetahui berbagai kendala dalam menerapkan pemasaran online dan pembuatan laporan keuangan. Pemasaran digital mampu memperluas pasar tetapi masih sebatas dikota Palembang karena terkendala oleh produk yang tidak tahan lama.

6. Memperbaiki kendala-kendala yang terjadi dan sekaligus penilaian terhadap kegiatan pengabdian masyarakat. Untuk memperbaiki kendala tersebut maka kedepannya akan dilakukan pengembangan produk yaitu dengan menambah variasi produk yang bukan kuliner seperti misalnya souvenir.

Pembahasan

Materi Pendampingan Pemanfaatan Media Pemasaran Online dan Laporan Keuangan, pada Hari Jum'at Tanggal 16 Agustus 2024, mengevaluasi Bauran Pemasaran.

a. Segmentasi Pasar Proses Segmentasi pasar terdiri dari 3 kegiatan yaitu segmenting, targeting dan positioning. Pemasar harus tahu siapa

yang menjadi target pasarnya, karena target pasar akan mempengaruhi strategi pemasarannya.

b. Perencanaan produk

Selain merencanakan produk apa yang akan ditawarkan, pemasar juga perlu merencanakan atribut produk, seperti merek, kemasan, labeling, layanan tambahan dan garansi.

c. Metode penetapan harga

Sesudah produk direncanakan maka kemudian harga harus ditetapkan. Metode penetapan harga yang dapat digunakan adalah metode penetapan harga berbasis permintaan, berbasis biaya, berbasis laba dan berbasis persaingan.

d. Promosi

Bauran promosi meliputi periklanan, personal selling, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung. Berbagai media iklan dapat digunakan untuk mempromosikan produk termasuk sosial media. Periklanan Internet terdiri dari periklanan WEB / Homepage dan periklanan direktori Internet / yellowpages (termasuk jasa-jasa online).

e. Distribusi

Sistem distribusi dapat dibedakan menjadi 2, yaitu distribusi langsung dan tidak langsung. Dapat dipilih dengan pertimbangan produknya mudah rusak atau tidak, luas pasarnya, pengalaman dan ketersediaan modal.

Kemudian dilanjutkan Materi Pelaporan Keuangan

Akuntansi adalah seni mencatat, mengikhtisarkan, mengelompokkan dan menyajikan informasi keuangan dalam bentuk laporan keuangan yang dipergunakan untuk membuat keputusan bagi pihak-pihak berkepentingan. Siklus akuntansi merupakan tahapan-tahapan didalam melakukan proses akuntansi sehingga

menghasilkan laporan keuangan yang menjadi kebutuhan. Siklus akuntansi terdiri dari Transaksi → Bukti transaksi → Jurnal → Buku Besar → Neraca Saldo → Ayat Jurnal Penyesuaian → Neraca disesuaikan dan Laporan Keuangan. Ayat Jurnal Penyesuaian yaitu melakukan pencatatan terhadap akun-akun yang harus disesuaikan yang terjadi di akhir periode, misal menetapkan penyusutan terhadap aset tetap.

Contoh :

Biaya Penyusutan Peralatan Rp
xxxxxx

Akumulasi penyusutan
peralatan Rp xxxxxx

Neraca disesuaikan yaitu penyesuaian data di neraca saldo dengan ayat jurnal penyesuaian sehingga menghasilkan data yang riil atau sebenarnya. Hal ini dapat mempergunakan kertas kerja yang bernama neraca lajur. Laporan keuangan yaitu laporan yang harus dibuat setelah mendapatkan neraca saldo yang disesuaikan. Laporan keuangan yang harus dibuat yaitu :

- a. Laporan Neraca
- b. Laporan Laba rugi
- c. Laporan Perubahan Modal
- d. Laporan Arus kas

Biaya Produksi yaitu biaya-biaya yang terjadi didalam mengolah bahan baku/ mentah menjadi suatu produk yang siap untuk dijual. Komponen – komponen dalam menghitung biaya produksi adalah Pemakaian/ penggunaan bahan baku, Biaya Upah Tenaga kerja dan Biaya Overhead pabrik **Menghitung Harga Pokok Produksi sama dengan menghitung biaya produksi.**

Seberapa penting promosi di media sosial?

Memasarkan produk di media sosial itu penting. Apalagi pengguna media sosial di Indonesia sangat banyak, mencapai 167 juta orang yang memiliki akun media sosial. Ini adalah kesempatan yang perlu dimanfaatkan sebaik-baiknya. Selain itu, promosi di media sosial termasuk gratis. Ini kelebihan media sosial untuk Anda pelaku usaha yang masih merintis dari nol. Kalaupun Anda memilih iklan berbayar di media sosial, harganya jauh lebih murah dibandingkan media massa lainnya.

1. Hal yang dipersiapkan sebelum melakukan promosi di media social

Agar sukses mempraktikkan cara mempromosikan produk di sosmed, hal yang perlu dipersiapkan adalah membuat akun media sosial. Tidak hanya satu akun, tapi Anda perlu membuat akun di Facebook, Instagram, TikTok, dan Twitter. Anda juga perlu mempersiapkan tim yang bertanggung jawab terhadap media sosial tersebut. Dari pembuat konten tulisan, desainer grafis, dan admin yang menjalankan akun agar engagement bagus.

2. Cara promosi di media sosial yang efektif

Cara mempromosikan produk di sosmed, Anda bisa mengikuti tips-tips di bawah ini:

a. Cantumkan nama usaha setelah membuat akun bisnis di beberapa media sosial, pastikan nama yang digunakan nama usaha Anda. Hal ini agar calon pelanggan mudah mencari nama usaha Anda untuk memperhatikan produk yang Anda jual.

b. Gunakan logo sebagai *profile picture*

c. Logo adalah elemen yang membuat usaha Anda mudah

dikenali. Ini juga berlaku di media sosial. Gunakan profile picture sesuai dengan logo usaha yang Anda miliki. Jangan foto produk, apalagi jika produk yang Anda tawarkan ada banyak

d. Buat konsep menarik untuk postingan

Cara mempromosikan produk di sosmed adalah buat konsep menarik untuk postingan. Mulai dari copy dan visual. Anda bisa mendiskusikannya dengan orang-orang yang ahli. Konsep ini perlu diulang terus kegiatannya sebelum awal bulan tiba. Anda jadi tidak kehabisan ide di tengah jalan.

e. Buat desain menarik

Selain menarik, desain yang Anda tawarkan ke media sosial harus relevan dengan produknya. Desain ini konsepnya harus dipikirkan bersama dengan copy karena akan saling berhubungan. Anda perlu bekerja sama dengan desainer grafis yang ahli mendesain media sosial.

f. Update postingan secara berkala

Konsep sudah jadi, Anda bisa menentukan jadwal postingan. Ini dilakukan agar pengikut bisa bertambah karena tertarik. Jangan hanya mengandalkan foto produk. Anda bisa mengkreasi produk secara bebas.

g. Berinteraksi dengan pengikut

Cara mempromosikan produk di sosmed biar laku adalah berinteraksilah dengan pengikut. Hal ini bisa menaikkan engagement yang membuat pengikut semakin penasaran dengan apa yang Anda jual. Cara paling mudah adalah dengan membalas komentar.

h. Gunakan hashtag relevan

Gunakan hashtag yang sesuai agar calon pembeli mudah menemukan produk yang Anda jual. Misalnya, Anda menjual kue kering di kota Bogor, coba pakai hashtag #kuekeringdikotabogor.

Tidak jarang calon pembeli mencari produk yang diinginkan dari sini.

i. Fast response ketika ada keluhan

Bisa jadi ada keluhan tentang produk di media sosial usaha Anda. Admin harus fast respon, kemudian menyampaikannya pada pemilik usaha. Biarkan pemilik usaha yang memberikan solusi. Dengan begini pelanggan akan percaya.

j. Adakan giveaway di waktu tertentu

Pengguna media sosial suka ketika mendapatkan produk gratisan. Anda bisa membagikannya di waktu tertentu. Pemenang juga biasanya mau memberikan ulasan cuma-cuma dari produk yang dimenangkannya dari hadiah. Ini bagus untuk membuat produk makin dikenal.

k. Adakan promo di waktu special

Cara mempromosikan produk di sosmed adalah mengadakan promo di hari spesial. Misalnya, Anda memberikan diskon produk 50% di Hari Pahlawan. Pembeli biasanya berbondong-bondong membeli.

l. Buat video menarik

Buat video menarik yang menggambarkan produk Anda. Tujuannya supaya video muncul di explore media sosial pembeli potensial. Saat ini algoritma media sosial menarik, bisa memunculkan video yang jadi interest penggunanya. Harus dikonsepskan dulu agar hasilnya oke.

m. Manfaatkan ads

Supaya postingan produk Anda bisa menjangkau lebih banyak pembeli, manfaatkan ads. Anda bisa memperoleh pembeli potensial dari iklan itu. Sehingga lebih banyak orang yang tahu produk Anda dan membeli. Anda perlu menyediakan budget di angka yang Anda kehendaki.

n. Kerja sama dengan influencer mikro

Tidak harus bekerja sama dengan influencer yang punya pengikut jutaan. Influencer dengan pengikut puluhan ribu pun Anda bisa bekerja sama. Mereka menyediakan tarif yang lebih murah, potensi pengikutnya juga banyak. Anda bisa memilih influencer yang terbiasa mempromosikan jenis produk yang relevan dengan kesehariannya.

o. Adakan kontes dengan hadiah menarik

Sesekali adakan kontes dengan hadiah menarik. Misalnya, Anda mengadakan lomba nulis blog yang membahas produk Anda dengan kata kunci tertentu. Semakin banyak yang ikut lomba, Anda sudah mendapatkan promosi yang cukup masif di satu waktu.

p. Manfaatkan tren

Riding the wave di tren tertentu membuat kampanye produk Anda jadi dilihat banyak orang. Jadi Anda perlu sering memperhatikan tren yang ada di media sosial.

q. Repost ulasan dari pelanggan

Cara mempromosikan produk di sosmed adalah memposting ulang ulasan dari pelanggan. Ini cara menghargai pelanggan. Semakin banyak yang diposting ulang, *followers* yang melihat pun akan beranggapan bahwa produk Anda menarik.

r. Evaluasi rutin

Lakukan evaluasi rutin untuk mencari tahu apakah postingan media sosial Anda menarik leads yang bagus atau tidak. Dari sana Anda bisa mengubah konsep postingan media sosial agar lebih unik.

SIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa Pelaksanaan bauran pemasaran usaha kuliner Ranting Talang Kelapa belum efektif, Produk belum bervariasi dan kemasan belum menarik, Distribusi masih terbatas, Promosi kurang menarik, Pemasaran digital sudah dilaksanakan tapi masih sangat terbatas dan Laporan keuangan masih sederhana. Kami menyarankan untuk mitra Kualitas produk lebih ditingkatkan dan dikembangkan variasinya, Distribusi diperluas, Promosi melalui berbagai media social, Pemasaran digital semakin ditingkatkan dan Laporan keuangan lebih sistematis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Allah SWT atas Rahmat dan karunianya kegiatan pengabdian ini bisa terlaksana, kemudian pimpinan ranting 'Aisyiyah Talang Kelapa yang telah memfasilitasi kegiatan ini sehingga ilmu pengetahuan yang dimiliki dapat memberikan kontribusi bagi kemajuan UMKM binaan dari di ranting 'Aisyiyah Talang Kelapa.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 2015, Andi offset, Yogyakarta
- Monle Lee san Carla Johnson, *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*, 2012, Putra Grafika, Jakarta
- Niwonger dkk, *Prinsip-prinsip Akuntansi*, 2019, Erlangga, Jakarta
- Sumarso, *Akuntansi Suatu Pengantar*, 2014, Salemba Empat, Jaka