

## Sosialisasi Pembuatan Laporan Keuangan Sederhana Serta Pemasaran Produk Kerajinan di Desa Dasan Tapen Kecamatan Gerung Lombok Barat

Anna Apriana Hidayanti<sup>1\*</sup>, Eka Nurmindia Dewi Mandalika<sup>1</sup>, Rifani Nur Sindy Setiawan<sup>1</sup>, Dudi Septiadi<sup>1</sup>, Muhammad Nursan<sup>1</sup>, Fadli<sup>1</sup>, Sofiati Wardah<sup>2</sup>, dan Zulkarnaen<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mataram, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Akuntansi, STIE AMM Mataram, Indonesia

Email: anna\_apriana@unram.ac.id\*

### ABSTRAK

*Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan strategi pemasaran produk dan pembuatan laporan keuangan sederhana termasuk membantu menghitung harga pokok produk untuk penentuan harga jual yang kompetitif bagi para pelaku usaha kerajinan di desa Dasan Tapen Kecamatan Gerung Lombok Barat. Permasalahan yang ada yaitu keterbatasan pemasaran produk dan penentuan harga jual khususnya untuk tas rajut yang selama ini hanya menggunakan perkiraan, diselesaikan dengan tiga tahap yaitu persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Tahap persiapan dilakukan dengan melakukan survey pendahuluan berkaitan dengan permasalahan yang ada. Selanjutnya dilakukan sosialisasi bagaimana strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pelanggan. Dilanjutkan dengan melakukan pendampingan yaitu membantu mempromosikan produk ditempat keramaian seperti Car Free Day di Udayana pada minggu pagi dan membantu membuat akun social media agar pemasaran produk dapat dilakukan secara online. Bagi tas rajut, kami membantu cara menghitung harga pokok produk agar harga jual tidak lagi berdasarkan perkiraan tetapi sesuai dengan harga pokok ditambah margin yang diinginkan. Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa para pelaku usaha kerajinan mulai aktif mempromosikan produk secara langsung maupun online. Bagi usaha tas rajut, sudah dapat menentukan harga jual yang kompetitif.*

**Kata kunci :** Strategi Pemasaran; Harga Pokok Produk; Pelaku Usaha Kerajinan

### ABSTRACT

*This community service activity aims to provide knowledge and skills on product marketing strategies and preparation of simple financial reports, including helping to calculate the cost of products for determining competitive selling prices for craft businesses in Sesa Dasan Tapen, Gerung District, West Lombok. The existing problems, namely the limitations of product marketing and determining the selling price, especially for knitted bags, which so far only used estimates, were resolved in three stages, namely preparation, implementation and evaluation. The preparatory stage is carried out by conducting a preliminary survey related to the existing problems. Furthermore, socialization is carried out on how marketing strategies can be carried out to increase customers. Followed by provide assistance, namely helping to promote products in crowded places such as Car Free Day at Udayana on Sunday mornings and helping to create social media accounts so that product marketing can be done online. For knitting bags, we help you calculate the cost of the product so that the selling price is no longer based on estimates but according to the cost of goods plus the desired margin. The results of the service activities show that craft business actors are starting to actively promote their products directly and online. For the knitting bag business, it has been able to determine competitive selling prices.*

**Key words:** Marketing Strategy; Product Cost; Craft Business Actors

## PENDAHULUAN

Desa Dasan Tapan adalah salah satu desa yang ada di wilayah Kecamatan Gerung. Dasan Tapan adalah salah satu desa dari 14 desa yang ada di kecamatan Gerung dengan luas wilayah 2,12 Km<sup>2</sup>. Desa Dasan Tapan secara geografis merupakan salah satu desa pertanian dimana sumber pencaharian masyarakatnya adalah petani serta sebagian kecil masyarakat Dasan Tapan juga adalah pegawai negeri, pedagang dan karyawan swasta. Dengan segala potensi yang ada dan keterbatasan yang dimiliki desa Dasan Tapan yang lahir dari pemekaran desa yakni pada tahun 2000, telah menyandang desa difinitif dari desa Beleke.

Sebagian besar penduduk Desa Dasan Tapan terdiri dari Suku Sasak akan tetapi terdapat suku lainnya seperti Suku Jawa, Suku Bima, Suku Sumbawa dan Suku lain yang merupakan penduduk pendatang yang menetap di wilayah Desa Dasan Tapan. Penduduk Desa Dasan Tapan 85 % beragama Islam dan sisanya yaitu 15% beragama Hindu. Penduduk Desa Dasan Tapan sebagian besar bermata pencaharian sebagai Petani dan Buruh Tani (60 %), di samping itu ada juga sebagai PNS, Pedagang, Peternak, buruh bangunan, pengrajin dan lain lain.

Desa Dasan Tapan memiliki berbagai macam kegiatan usaha yang dikelola masyarakat, baik perorangan ataupun secara berkelompok. Selain usaha pertanian, di desa Dasan Tapan juga terapat usaha kerajinan yang dikelola oleh masyarakat yang skalanya masih relative sangat kecil dan modal yang terbatas. Salah satunya adalah kerajinan tas rajut dan kerajinan Bajang kreatif. Namun, usaha kerajinan di Desa Dasan Tapan ini sulit berkembang dikarenakan para pelaku usaha yang belum mengerti dan enggan untuk memikirkan bagaimana mengembangkan usaha mereka.

Berdasarkan hal diatas maka dirasa perlu dilakukan upaya dalam memberdayakan usaha kerajinan di desa Dasan Tapan yaitu dengan melakukan kegiatan berupa sosialisasi dan pendampingan berkaitan dengan Strategi Pemasaran Produk khususnya hasil kerajinan dan juga membantu para pelaku usaha dalam membuat laporan keuangan dan menentukan harga pokok produk yang mereka hasilkan untuk penentuan harga jual yang kompetitif. Hal ini dirasa perlu dilakukan, karna berdasarkan observasi pendahuluan yang dilakukan oleh tim pengabdian, bahwa pengelolaan usaha yang mereka lakukan selama ini masih mengikuti kebiasaan dan bersifat tradisional dan konvensional.

## Permasalahan Mitra

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat diidentifikasi permasalahan yang ada pada kegiatan usaha di desa Dasan Tapan diantaranya adalah masih rendahnya pengetahuan yang dimiliki pelaku usaha di Desa Dasan Tapan berkaitan dengan Pemasaran produk hasil kerajinan, kurangnya usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha desa Dasan Tapan dalam mempromosikan produk mereka, tidak adanya kreatifitas dalam menghasilkan produk yang unik yang dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis, serta masih rendahnya pemahaman pelaku usaha Desa Dasan Tapan terutama dalam hal laporan keuangan dan penentuan harga jual produk.

## METODE PELAKSANAAN

### Tahap Sosialisasi

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat berlangsung hari Kamis dan Jumat Tanggal 5 dan 6 Maret 2020, bertempat di Kantor Desa Dasan Tapan, dihadiri oleh Kepala Desa Dasan Tapan yang saat itu yaitu Alman Faluti, S. Adm. Tujuan diadakannya sosialisasi ini adalah untuk memberikan informasi pada pelaku usaha di daerah Dasan Tapan bagaimana cara memasarkan produk yang mereka hasilkan agar dapat lebih dikenal dan pemasarannya dapat lebih luas.

Diharapkan Setelah dilakukan sosialisasi bagi para pelaku usaha, mereka dapat mengembangkan strategi pemasaran mereka sehingga permintaan terhadap produk yang ditawarkan lebih meningkat, dan kreatifitas para pelaku usaha bertambah. Selain pemasaran, sosialisasi ini juga bertujuan untuk menyampaikan betapa pentingnya laporan keuangan bagi pelaku usaha. Selain dapat mengetahui pendapatan dan pengeluarannya juga mereka dapat mengetahui Harga pokok Produk yang mereka hasilkan sehingga pelaku usaha dapat menentukan harga jual yang kompetitif tetapi dengan tingkat keuntungan yang diharapkan.

### **Tahap Pendampingan**

Kegiatan pendampingan Strategi pemasaran produk dan Pembuatan Laporan Keuangan sederhana dilakukan selama 2 hari, yaitu sejak tanggal 7 - 8 Maret 2020 kepada pelaku usaha kerajinan yang ada di desa Dasan Tapen. Pendampingan ini bertujuan untuk membantu pelaku usaha kerajinan di desa Dasan tapen dalam mengembangkan produk yang mereka hasilkan, misalnya dengan melakukan promosi dan penjualan di tempat yang ramai (*Car Free Day* Udayana) pada minggu pagi, membantu membuat akun Sosial Media untuk dapat dipergunakan oleh pelaku usaha kerajinan Desa Dasan Tapen agar pemasarannya dapat dilakukan secara online, tujuannya adalah untuk menarik jumlah pelanggan. Sedangkan untuk laporan keuangan pelaku usaha kerajinan Desa Dasan Tapen dibantu untuk membuat Laporan Keuangan sederhana dan membantu menghitung Harga Pokok Produk yang dihasilkan untuk keperluan penetapan harga jual.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Pengabdian**

Kegiatan pengabdian baik sosialisasi maupun pendampingan yang dilakukan berkaitan dengan strategi pemasaran produk dan Laporan keuangan diharapkan mampu meningkatkan kemampuan dari pelaku usaha keajinan desa Dasan Tapen untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih baik. Pengembangan Strategi pemasaran bertujuan untuk menarik minat pelanggan agar mau menggunakan produk yang dihasilkan, sehingga produk mereka akan lebih dikenal yang secara otomatis akan meningkatkan volume penjualan mereka. Yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha di desa Dasan Tapen agar produk mereka dapat dikenal dan diterima masyarakat luas yaitu:

#### **1. Brand Bisnis**

Hampir semua produk di Desa dasan Tapen belum memiliki Brand dan keunikan dari produk yang menonjol. Hal tersebut yang menjadi kendala bagi pelaku usaha di Dasan Tapen untuk memasarkan produknya lebih luas karan produk mereka yang belum dikenal dan tidak ada keunikan yang menonjol yang membuat orang tertarik untuk membeli produk tersebut. Sehingga kami menyarankan untuk merintis membuat merk dari produk yang mereka hasilkan dan mendaftarkan merk tersebut ke instansi terkait khususnya bagi usaha kerajinan Bajang Kreatif yang sudah cukup besar.

#### **2. Pelajari Pesaing kita**

Dengan mengetahui kelebihan dan kelemahan dari pesaing kita, maka kita bisa mencontoh kebaikan dari pesaing kita sebaliknya kita bisa mengambil pelajaran sehingga bisa melakukan perbaikan dengan melihat kelemahan pesaing kita. Pelaku usaha kerajinan di Desa Dasan Tapen masih menjalankan kegiatan usahanya secara tradisonal, termasuk dalam hal ini mereka belum mau terbuka melihat produk pesaing baik, tetapi masih membuat produk berdasarkan kebiasaan. Diharapkan pelaku usaha dapat meningkatkan kualitas produk, sehingga dapat membuat pelanggan akan selalu tertarik dengan produk yang diproduksi dan tidak beralih ke

pesaing yang menawarkan produk sejenis. Dengan kualitas yang dipertahankan, loyalitas konsumen terhadap produk yang diberikan akan selalu terjaga (Dananjaya et al., 2020).

### 3. Aktif dalam berpromosi

Promosi sangat erat kaitannya dengan Brand Produk dan peningkatan nilai produk dimata konsumen. Semakin efektif nilai pemasaran dan promosi yang dilakukan akan semakin besar peluang keuntungan yang akan anda dapatkan. Promosi masih sangat kurang dilakukan oleh pelaku usaha kerajinan di Desa Dasan Tapan, baik promosi secara langsung apalagi melalui media social masih belum dilakukan. Sehingga kami melakukan pendampingan dalam melakukan promosi di tempat keramaian (Car Free Day Udayana) dan juga membantu membuat Akun social media untuk bisa dilakukan penjualan secara online.

### 4. Pelajari Kebiasaan Konsumen

Dengan mengetahui kebiasaan dari konsumen, kita bisa merangkul konsumen dengan lebih erat lagi dan menjadikannya lebih loyal dan nyaman. Hal ini akan dapat menghasilkan keuntungan dalam jangka panjang. Bagi pelaku usaha kerajinan yang ada di Desa Dasan Tapan, mengenal pelanggan masih belum dilakukan, dengan membantu pelaku usaha untuk mengenal pelanggan setidaknya mereka akan mengetahui apa yang disukai pelanggan berkaitan dengan produk yang dihasilkan. Diharapkan produk mereka akan dapat dengan mudah diterima oleh pasar. Strategi pengembangan produk dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing. Diferensiasi produk dengan memperluas lini produk yang akan dijual, baik dari variasi, bentuk dan kualitas kemasan yang akan berdampak pada semakin banyaknya pilihan yang ditawarkan kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas (Suparyana et al., 2020).



**Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi kepada Masyarakat desa Dasan Tapan**

Laporan keuangan juga tidak kalah pentingnya bagi UMKM, dengan laporan keuangan bisa diketahui pengeluaran dan pendapatan yang kita terima, laporan keuangan juga berguna untuk mengetahui laba yang diperoleh namun bagi UMKM khususnya di desa Dasan Tapan, laporan keuangan masih dianggap tidak penting bahkan merepotkan mereka. Padahal data keuangan bisa digunakan untuk menghitung harga pokok produk yang nantinya akan sangat berguna bagi penetapan harga jual bagi UMKM. Karna dengan penetapan harga jual yang tepat maka laba yang diperoleh bisa maksimal juga penetapan harga jual yang kompetitif kita bisa bersaing dengan para pesaing dengan produk sejenis. Sehingga perlu dilakukan pencatatan data-data biaya dan penjualan dalam melakukan kegiatan usaha sehingga dapat dihitung kelayakan usaha yang dilakukan (Suparyana et al., 2019)



**Gambar 2. Kegiatan Pendampingan kepada Masyarakat desa Dasan Tapen**

### **Faktor Pendukung Kegiatan**

Kegiatan pengabdian ini mulai dari sosialisasi yang dilakukan sampai dengan pendampingan dapat berjalan dengan lancar karna beberapa factor diantaranya:

1. Antusiasme dari para pelaku usaha kerajinan yang ada di Desa Dasan Tapen yang ingin menambah pengetahuan serta keterampilan mereka khususnya dalam hal pengembangan usaha baik itu dalam hal produk dan pemasarannya.
2. Adanya dukungan dari pemerintah setempat, dalam hal ini kepala desa Desa Dasan tapen yang sangat mendukung kegiatan dimaksud karna dianggap akan memberikan nilai tambah bagi pelaku usaha kerajinan yang ada di wilayahnya.

### **Faktor Penghambat Kegiatan**

Adapun faktor-faktor yang menjadi hambatan dalam kegiatan ini adalah:

1. Keterbatasan waktu dari para peserta, dimana banyak peserta yang antusia mengikuti kegiatan ini, tapi harus bekerja di sawah, mengasuh anak dan sebagainya, sehingga mereka harus pulang sebelum acara selesai dilaksanakan.
2. Keterbatasan sarana dan prasarana yang dimiliki oleh pelaku usaha kerajinan di Desa Dasan Tapen, seperti meda social dan internet, sehingga sulit untuk menerapkan apa yang sudah mereka pelajari khususnya saat sosialisasi.

### **KESIMPULAN**

Didalam pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini disimpulkan bahwa :

1. Pemahaman dan pengetahuan kelompok usaha (UMKM) di desa Dasan Tapen terkait manajemen usaha maupun pencatatan keuangan masih kurang sehingga dibutuhkan juga komitmen untuk perubahan yang lebih baik sebagai dukungan bagi seluruh pelaku usaha ekonomi kreatif rumahan ini agar terwujudnya masyarakat mandiri dan berdaya saing.
2. Pelaku Usaha Kerajinan khususnya di Desa Dasan Tapen masih sangat kurang tentang manajemen usaha, sehingga dengan adanya sosialisasi dan pendampingan ini dapat membantu untuk menambah pengetahuan, sehingga dapat memacu usaha mereka dapat berkembang dengan baik.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Dananjaya, I., Suparyana, P., Setiawan, I., & Yuniti, I. (2020). Strategi Pengembangan Kegiatan Ekonomi Kreatif PKK di Kota Tabanan terhadap Peningkatan Pendapatan Anggota. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 5(6), 207 - 221. doi:<http://dx.doi.org/10.37149/jia.v5i6.15083>



- Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). 2016. *Standar Akuntansi Keuangan Revisi 2016*. Salemba Empat, Jakarta.
- Isnawan Ganjar. 2012. *Akuntansi Praktis untuk UMKM*. Laskar Aksara, Jakarta.
- Meredith, Geoffrey G. 2002. *Kewirausahaan: Teori dan Praktek*. PPM, Jakarta.
- Suryana. 2003. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, kiat, dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat, Jakarta.
- Sunyoto. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Buku Seru, Jakarta.
- Suparyana, P. K., Ariati, P. E. P., I Ketut Widnyana, Muhammad Nursan, Dudi Septiadi, Aeko Fria Utama FR, & I G N Anom. (2019). Sosialisasi Agro-Entrepreneurship Bagi Kelompok Tani Mengani Menuju Pertanian Ramah Lingkungan Di Kintamani-Bali. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Iptek*, 1(1), 48-54. <https://doi.org/10.52232/jasintek.v1i1.29>
- Suparyana, P. K., Sukanteri, N. P., & Septiadi, D. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Produksi Kue Pada Kelompok Wanita Tani Ayu Tangkas Di Kecamatan Selemadeg Timur, Bali. *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 4(1), 46-59. <https://doi.org/10.32585/ags.v4i1.844>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM.