

Pembinaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Giri Bali Bamboo Melalui Digital Marketing Dan Manajemen Usaha

Luh Kadek Budi Martini*, Mutria Farhaeni, Ni Putu Widiastuti, Putu Ade Wijana, Anak Agung Istri Ngurah Dyah Prami

Sekolah Tinggi Bisnis Runata, Denpasar

Email: jrseruni@gmail.com*

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM memiliki beberapa keunggulan diantaranya dapat mengatasi pengangguran yakni mampu menyerap tenaga kerja, menciptakan kesempatan kerja baru, membuka lapangan kerja baru, dan juga sebagai solusi usaha untuk masyarakat kecil. Salah satunya UMKM Bali Giri Bamboo yang membuat produk kebutuhan peralatan makan dengan bahan baku dari bambu, seperti sendok, garpu, gelas, tumbler, straw (sedotan), pisau roti, box untuk tempat kosmetik, dan tempat tisu. Adapun solusi yang diberikan yaitu (1) Pelatihan dan pendampingan untuk mempromosikan produk melalui website, (2) Pelatihan, pendampingan dan pembuatan konten untuk memasarkan produk melalui social media Instagram; (3) Pelatihan, pendampingan manajemen usaha yaitu perencanaan dalam bisnis yang dilakukan untuk mencapai target bisnis; (4) Pelatihan, pendampingan untuk meningkatkan keterampilan tenaga kerja dalam proses produksi pembuatan peralatan makan berbahan baku bambu dan pembuatan laporan keuangan berbasis digital. Metode yang digunakan untuk website, Instagram, manajemen usaha dan laporan keuangan adalah pelatihan dan pembinaan. Hasil pelatihan dan pembinaan digital marketing pada UMKM Bali Giri Bamboo melalui penggunaan website, selling from Instagram, manajemen usaha serta laporan keuangan. Dengan melakukan digital marketing dan manajemen usaha diharapkan agar dapat bersaing, tidak hanya dalam negeri tetapi juga diluar negeri.

Kata kunci: Website, Instagram, Manajemen Usaha, Laporan Keuangan

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have a strategic role in national economic development. MSMEs have several advantages, including being able to overcome unemployment, namely being able to absorb labor, create new job opportunities, open new jobs, and also as a business solution for small communities. One of them is the Bali Giri Bamboo MSME which makes cutlery products using raw materials from bamboo, such as spoons, forks, glasses, tumblers, straws, bread knives, boxes for cosmetics and tissue holders. The solutions provided are (1) Training and assistance to promote products via websites, (2) Training, assistance and content creation to market products via social media Instagram; (3) Training, business management assistance, namely business planning carried out to achieve business targets; (4) Training, assistance to improve workforce skills in the production process of making tableware made from bamboo and creating digital-based financial reports. The methods used for websites, Instagram, business management and financial reports are training and coaching. Results of digital marketing training and coaching at Bali Giri Bamboo MSMEs through website use, selling from Instagram, business management and financial reports. By carrying out digital marketing and business management, it is hoped that they will be able to compete, not only domestically but also abroad.

Key words: Website, Instagram, Business Management, Financial Reports

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM memiliki beberapa keunggulan diantaranya dapat mengatasi pengangguran yakni mampu menyerap tenaga kerja, menciptakan kesempatan kerja baru, membuka lapangan kerja baru, dan juga sebagai solusi usaha untuk masyarakat kecil, mampu meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB), serta mampu bertahan pada saat krisis ekonomi contohnya pada saat pandemi covid-19 melanda Indonesia. Sebagai pusat pergerakan ekonomi di Bali, keberadaan UMKM di Kota Denpasar menjadi penting dalam upaya menggerakkan roda perekonomian. Perkembangan UMKM di Kota Denpasar selama lima tahun terakhir mengalami peningkatan namun tidak secara signifikan. Pandemi covid-19 yang melanda Indonesia disamping memberikan dampak pada menurunnya aktivitas dan pendapatan masyarakat namun menumbuhkan wirausaha-wirausaha baru di Kota Denpasar. Karena UMKM mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi di Kota Denpasar. Selama ini UMKM telah memberikan kontribusi pada Produk Domestik Bruto (PBD) sebesar 57- 60% dan tingkat penyerapan tenaga kerja sekitar 97% dari seluruh tenaga kerja nasional. Dampak dan solusi dari pengembangan UMKM digital pada masa pandemi Covid-19 di Jawa Tengah terdapat banyak UMKM yang mengalami berbagai permasalahan seperti penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat, kesulitan bahan baku, produksi menurun dan terjadinya banyak pemutusan hubungan kerja untuk pekerja dan buruh yang kemudian menjadi ancaman bagi perekonomian nasional (Arianto, 2021). Akan tetapi masih banyak hal yang harus diperbaiki dan ditingkatkan lagi dari UMKM yang berada di Kota Denpasar terutama Kelurahan Kepaon.

Pengelolaan manajemen usaha dibutuhkan dalam konteks internal perusahaan, agar perusahaan benar-benar memiliki arah dalam menjalankan usaha, terukur, dan terencana dengan baik. Perencanaan usaha juga akan menjadi “*controlling tools*”, apakah dalam perjalannya nanti, bisnis yang dijalankan berada dalam garis yang benar atau tidak. Terutama dalam bisnis yang relatif baru, penuh dengan kreatifitas, perencanaan usaha juga semakin dibutuhkan.

Beberapa manfaat yang diperoleh dari pengelolaan usaha adalah: (1) Memilih bisnis yang layak untuk dijalankan berdasarkan studi kelayakan yang dilakukan; (2) Memiliki usaha yang berbadan hukum jelas; (3) Memiliki laporan keuangan (bermanfaat untuk kelangsungan usaha, keuntungan optimal, pengajuan kredit); (4) Memiliki perencanaan pengembangan dan operasional usaha yang jelas. Pencatatan laporan keuangan merupakan salah satu hal penting dalam keberlangsungan suatu perusahaan, baik perusahaan besar maupun usaha kecil (UMKM) (Anggraeni et al., 2021).

Salah satu UMKM yang sangat potensial dilakukan pembinaan dan pengembangan adalah industri kerajinan bambu Giri Bali Bamboo, menggunakan istilah bamboo dan bukan bambu, hal ini terinspirasi oleh perintisnya Bapak I Made Sumarta, karena pangsa pasarnya adalah orang asing, hotel dan restaurant. UMKM ini membuat produk kebutuhan peralatan makan dengan bahan baku dari bambu, seperti sendok, garpu, gelas, tumbler, straws (sedotan), pisau roti, box untuk tempat kosmetik, dan tempat tisu. Produk ini unik dan ramah lingkungan, karena setelah produk ini rusak dan tidak bisa dipakai akan mudah dikembalikan lagi ke alam tidak mencemari lingkungan, hal ini yang menarik konsumen terutama yang cinta lingkungan, konsumen seperti ini keberadaanya banyak di luar negeri

Perkembangan nilai penjualan UMKM Giri Bali Bamboo, ada kecendrungan semakin meningkat dan permitaan produksi lebih banyak dari pasar luar negeri, seperti ditunjukan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan Nilai Penjualan Dan Alamat Konsumen UMKM Giri Bali Bamboo Tahun 2018-2023

No	Tahun	Nilai penjualan (Rp)	Alamat Konsumen
1	2018	40.000.000	Australia
2	2019	35.000.000	Washington (Amerika)
3	2020	25.000.000	Singapura
4	2021	25.000.000	Honolulu
5	2022	32.000.000	Bali (vila dan restaurant)
6	2023*	45.000.000	Honolulu dan Bali

Sumber: Data primer Diolah, 2023

Keterangan: * penjualan sampai akhir September 2023

Berdasarkan Tabel 1 nampak mulai awal pendirian Tahun 2018 UMKM Giri Bali Bamboo nilai penjualan Rp. 40.000.000 menurun pada 2020-2021 masa pandemi covid-19, namun masih tetap bertahan 2022 mulai naik sampai September 2023, penjualan masih sangat potensial ditingkatkan, tetapi karena beberapa kendala hal tersebut tidak dapat dilakukan, kalau ada orderan banyak melampaui kapasitas produksi dilakukan kerjasama dengan UMKM di luar Bali, Giri Bali bamboo mempekerjakan 6 karyawan dari lingkungan keluarga dan tetangga. Permasalahan yang dihadapi belum mempunyai rumah industri yang memadai, sehingga proses produksi masih dilakukan di emperan rumah, halaman rumah dan bahkan di dalam kamar, alat-alat mesin masih kurang, sehingga kapasitas produksi masih rendah.

Dalam pemasaran, hanya menunggu order yang datang, belum mempunyai tempat display produksi dan pembeli sering menanyakan website dengan harapan dengan mudah dapat mengetahui model produksi dari Giri Bali Bamboo, begitu juga pembeli tidak harus datang langsung ke tempat proses produksi, sehingga untuk pengembangan UMKM ini kedepannya perlu dilakukan pemasaran menggunakan media social, seperti website, instagram, facebook dan yang lainnya. Media sosial Tik Tok dapat dijadikan sebagai promo-media nasional (Martini et al., 2022).

Perumusan Masalah

1. Pemasaran produk perlu ditingkatkan melalui media sosial seperti website
2. Pemasaran produk perlu ditingkatkan melalui media sosial seperti Instagram
3. Pemasaran produk perlu ditingkatkan melalui manajemen usaha
4. Pemasaran produk perlu ditingkatkan melalui laporan keuangan

Solusi

1. Pelatihan dan pendampingan untuk mempromosikan produk melalui website
2. Pelatihan, pendampingan dan pembuatan konten untuk memasarkan produk melalui social media instagram
3. Pelatihan, pendampingan manajemen usaha yaitu perencanaan dalam bisnis yang dilakukan untuk mencapai target bisnis.
4. Pelatihan, pendampingan untuk meningkatkan keterampilan tenaga kerja dalam proses produksi pembuatan peralatan makan berbahan baku bambu dan pembuatan laporan keuangan berbasis digital

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan untuk pembinaan UMKM Giri Bali Bamboo, adalah penyuluhan, pelatihan dan pendampingan, secara rinci adalah sebagai berikut:

1. Pelatihan dan pendampingan untuk mempromosikan produk melalui website
2. Pelatihan, pendampingan dan pembuatan konten untuk memasarkan produk melalui sosial media instagram
3. Pelatihan, pendampingan manajemen usaha yaitu perencanaan dalam bisnis yang dilakukan untuk mencapai target bisnis.
4. Pelatihan, pendampingan untuk meningkatkan keterampilan tenaga kerja dalam proses produksi pembuatan peralatan makan berbahan baku bambu dan pembuatan laporan keuangan berbasis digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan dan Pendampingan Website UMKM Bali Giri Bamboo

Dari observasi di atas Tim STB Runata bahwa UMKM Giri Bali Bamboo tidak memiliki website untuk memperkenalkan produknya, sedangkan pembelinya dari luar negeri yaitu Australia, Washington (Amerika), Singapura, Honolulu, dan Bali (vila dan restaurant) sehingga promosinya melalui media social sederhana dan dari mulut ke mulut.

Dari hasil observasi tersebut Tim Sekolah Tinggi Bisnis Runata memberikan pelatihan dan pendampingan dalam bentuk digital marketing seperti pengenalan digital marketing, overview digital marketing, dan pengenalan website. Digital Marketing adalah praktik mempromosikan produk, layanan, atau merek melalui media digital, terutama melalui internet. Pembuatan Website promosi dan pemesanan produk pada home industry agro santosa Jamur Punung Pacitan dengan mempromosikan produk menggunakan website akan lebih banyak menguntungkan, juga mempermudah proses mengembangkan dan dapat menghemat biaya (Darnis & Azdy, 2019). Berikut foto pelatihan dan pendampingan pembuatan website.



Gambar 1. Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Website

Dalam pelatihan ini UMKM diajarkan bagaimana membuat website, menampilkan website yang menarik dan informasi apa saja yang seharusnya ditampilkan sehingga pembeli jelas mengetahui keberadaan produk. Harapan dari pelatihan ini pelaku UMKM mampu memperkenalkan produknya dan mampu bersaing.

Pelatihan dan Pendampingan Penjualan Melalui Instagram UMKM Bali Giri Bamboo

Dari observasi di atas Tim STB Runata, UMKM Giri Bali Bamboo ini memiliki media social berupa Instagram namun kurang terstrukturnya pengelolaan social media di akun Instagram dengan nama giri_bilibamboo seperti strukturisasi bio, linktree, design highlight, dan product profiling. Dalam hal konten juga terdapat kurang terstrukturnya pengambilan gambar baik video maupun foto produk maupun proses pembuatannya. Dari hasil observasi tersebut, STB Runata memberikan pelatihan dan pendampingan terkait dengan selling from Instagram. Promosi melalui media instagram bermanfaat untuk menarik minat konsumen membeli produk UMKM sektor makanan dan minuman (Khairani *et al.*, 2018). Merubah kebiasaan menjual barang secara konvensional menjadi digital marketing dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan memanfaatkan marketplace yang ada di media sosial (instagram) (Hendriani, *et al.*, 2022). Sosial media dalam bentuk video yang interaktif memiliki beberapa kelebihan yaitu: dapat menyajikan informasi berupa teks, suara, gambar, maupun video yang dapat sebagai media persuasive (Wahyuningsing, *et al.*, 2023). Dalam pelatihan tersebut instruktur dari praktisi memberikan cara membuat profil bisnis yang jelas, mengajarkan cara mendokumentasikan produk dengan baik, cara mengambil foto produk dan melakukan live streaming di Instagram. Adapun tujuan dari pelatihan ini yaitu meningkatkan viewer dan brand dari Giri Bali Bamboo. Dan kunci utamanya adalah konsisten, semangat dan jangan menyerah. Sebuah inovasi akan bergerak lamban dalam mencapai target penjualan karena akan terkendala anggapan kurang pedulinya masyarakat terkait adanya inovasi, kurangnya promosi dan minat masyarakat pada produk baru yang sedikit. Hal-hal tersebut dapat mengakibatkan perusahaan akan terkendala dalam mengembalikan modal dan akan membuat kegiatan produksi menjadi tidak lancar. Berikut adalah foto pelatihan dan pendampingan penjualan melalui Instagram.



Gambar 2. Pelatihan dan Pendampingan Penjualan Melalui Instagram

Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Usaha UMKM Bali Giri Bamboo

Pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia.

Dari observasi di atas Tim STB Runata melihat bahwa tidak adanya pengelolaan yang jelas

di UMKM Giri Bali Bamboo, tidak adanya pembagian tugas, belum dikembangkannya baik secara skill maupun pengetahuan. Dari observasi tersebut STB Runata dengan mengundang Dinas Koperasi UMKM Kota Denpasar memberikan pelatihan dan pendampingan manajemen usaha agar UMKM Giri Bali Bamboo mengelola secara efektif dan efisien. Pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui pelatihan dan praktik serta pendampingan Manajemen Usaha dan Digitalisasi Penjualan produk dapat dilaksanakan dengan baik (Fauzi, 2020). Berikut foto pelatihan dan pendampingan Manajemen Usaha.



Gambar 3. Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Usaha

Pelatihan dan Pendampingan Laporan Keuangan UMKM Bali Giri Bamboo

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui optimalisasi penyusunan laporan keuangan. Latar belakang kegiatan adalah fenomena para pebisnis kecil seperti Usaha Mikro dan Usaha Kecil yang umumnya bergerak dalam industri rumahan belum menyadari pentingnya laporan keuangan, bahkan menganggap tidak memerlukan laporan keuangan karena cukup merepotkan. Kebanyakan transaksi dicatat dalam ingatan, hanya sebagian saja yang berbekas dalam catatan yang “ala kadar” nya pula. Karena semrawutnya pencatatan keuangan tersebut, usaha mikro dan kecil memiliki daya saing yang lemah akibat tidak mengetahui posisi usahanya, apakah mendapatkan untung atau malah rugi. Berikut foto pelatihan dan pendampingan laporan keuangan.



Gambar 4. Pelatihan Dan Pendampingan Laporan Keuangan

Dari observasi di atas Tim STB Runata memberikan pelatihan dan pendampingan dalam bentuk pembuatan laporan keuangan berbasis digital seperti penentuan harga pokok penjualan, inventori barang, penjualan barang, dan invoice. Laporan keuangan adalah dokumen penting berisi catatan keuangan perusahaan baik transaksi maupun kas. UMKM memiliki masalah dalam menyusun laporan keuangan, dimana terbatasnya pengelolaan laporan keuangan dan terbatasnya jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) yang tidak memadai dalam menyusun laporan keuangan. Laporan keuangan berdasarkan EMKM SAK, yaitu Laporan Posisi Keuangan, Laporan Laba Rugi, dan Catatan atas Laporan Keuangan (Ariesta & Nurhidayah, 2020). Banyak pelaku UMKM yang mengelola usahanya tanpa memiliki dasar pengetahuan dan ketrampilan mengenai manajemen usaha dan manajemen keuangan yang baik (Fauzi, 2020). Dengan pelatihan laporan keuangan berbasis digital diharapkan, UMKM Giri Bali Bamboo akan mendapat kepercayaan finansial di lembaga keuangan. Pencatatan dalam usaha menjadi sangat penting karena merupakan pengingat waktu kepada pemilik ataupun pekerja untuk mengetahui produktivitas usaha sehingga kegiatan usaha berjalan secara efisien (Indrawan, *et al.*, 2023)

KESIMPULAN

Pelatihan dan pembinaan digital marketing pada UMKM Bali Giri Bamboo dilakukan melalui pendampingan penggunaan website, selling from Instagram, manajemen usaha serta laporan keuangan. Dengan melakukan digital marketing dan manajemen usaha diharapkan agar dapat bersaing, tidak hanya dalam negeri tetapi juga diluar negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, S. N., Marlina, T., & Suwarno, S. (2021). Penyusunan Laporan Keuangan Pada UMKM Berdasarkan SAK EMKM. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 1(2), 253–270. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v1i2.1342>
- Arianto, B. (2021). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233–247. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.512>
- Ariesta, C., & Nurhidayah, F. (2020). Penerapan Penyusunan Laporan Keuangan Neraca Berbasis SAK-ETAP Pada UMKM. *Jurnal Akuntansi*, 9(2), 194–203. <https://doi.org/10.37932/ja.v9i2.142>
- Darnis, F. & Azdy, R. A. (2019). Pemanfaatan Media Informasi Website Promosi (e-Commerce) sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM Desa Pedado. *Sindimas*, 1(1), 275–278. <http://dx.doi.org/10.30700/sm.v1i1.584>
- Fauzi, H. (2020). Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Pelaku Umkm Sebagai Upaya Penguanan Umkm Jabar Juara Naik Kelas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 247–255. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i3.324>
- Hendriani, M., Marfilinda, R., & Apfani, S. (2022). Pelatihan Pembuatan Soal Evaluasi Pembelajaran Berbasis Digital Di Era Disrupsi Teknologi. *Jurnal Abdi Insani*, 9(1), 247–55. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i1.526>.
- Indrawan, I. P. E., Parmithi, N. N., Anggreni, N. L. P. Y., & Suparyana, P. K. (2023). Peningkatan Kapasitas Wanita Tani Dalam Manajemen Informasi Data Ternak Kwt Sari Maju Di Desa Mengwi. *Jurnal Abdi Insani*, 10(1), 379-388.
- Khairani, Z., Soviyant, E., & Aznuriyandi, A. (2018). Efektivitas Promosi Melalui Instagram Pada UMKM Sektor Makanan Dan Minuman Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Benefita*, 3(2), 239. <https://doi.org/10.22216/benefita.v3i2.2738>

- Martini, L. K. B., Suardhika, I. N., & Dewi, L. K. C. (2022). Tik Tok As a Promotional Media To Influence Consumer Purchase Decisions. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(1), 170–180. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.01.17>
- Rozi, M., Sudjatmiko, D. P., & Suparyana, P. K. (2023). Analisis Kelayakan Finansial Usaha Olahan Kelor Di Kota Mataram (Studi Kasus: PT Erwin Utama Jaya). *Jurnal Agrita*, 5(1), 47-60. <https://doi.org/10.35194/agri.v5i1.3279>
- Wahyuningsih, E., Syaputra, M., Suparyana, P. K., Lestari, A. T., Wahyu, I., Kurnia, B. M., Fatmala, Y., Hapizah, I., Sukmawati, M., Dhuha, S. H., Shabrina, M. M., Kusuma, F. A, Hamdani, M. M., & Anggardikzza, L. A. W. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Wisata Air Terjun di Desa Santong, Kecamatan Kayangan Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 6(1), 205–210. <https://doi.org/10.29303/jpmphi.v6i1.3280>