

Penguatan Manajemen Usaha Dan Pemasaran Usaha Bumbu Rajang Di Kota Denpasar

Ni Nyoman Suriani¹, I Made Yogiarta², LGP Eka Jayanti³
^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa
e-mail: Surianiayuk01@gmail.com

Received: 10 September 2023, Revised: 2 October 2023, Accepted: 19 October 2023

Abstrak

Sektor UMKM diharapkan mampu menjadi sumber kekuatan baru perekonomian nasional dalam menghadapi krisis. Untuk bisa menjadi kekuatan baru di bidang ekonomi, pemerintah hendaknya memperhatikan SDM dan Manajemennya. Inovasi dari rata-rata UMKM selama ini dirasa masih minim sehingga bisnis UMKM kerap jalan ditempat. Belum lagi persoalan financial atau modal usaha yang kerap menghambat pelaku UMKM untuk meningkatkan produktivitasnya. Persoalan yang harus diperhatikan adalah keterbatasan akses pemasaran dan lemahnya manajemen usaha. Mitra yang menjadi sasaran kegiatan PKM adalah dua pemilik UKM bumbu rajang yaitu I Gusti Agung Made Udayana dan ibu Luh Kerti Dampak yang dirasakan mitra setelah Pandemi seperti adalah kendala dalam pemasaran karena mengalami penurunan penjualan. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah sulit mengembangkan usaha. Karena terbatasnya sumber modal, kurangnya promosi, belum melakukan pencatatan pembukuan terkait dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan dan mitra dalam menjalankan usahanya secara kekeluargaan. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memberikan solusi bagaimana meningkatkan penjualan oleh karena itu tim pengabdian memberi solusi berupa pemberian pendampingan manajemen keuangan, dan manajemen pemasaran dan tata kelola kewirausahaan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah mampu meningkatkan pemahaman mitra terkait dengan pengelolaan keuangan yang baik, karena hal ini akan memiliki dampak terhadap keberlanjutan usaha Perhitungan harga pokok penjualan dalam upaya pengoptimalan laba yang akan dihasilkan. Pemanfaatan media social dalam promosi usaha akan membantu mitra dalam mengenalkan produk bumbu rajang yang dihasilkan

Kata kunci: Bumbu rajang, Peningkatan Penjualan, Pemasaran Online

Abstract

The MSME sector is expected to be able to become a new source of strength for the national economy in facing the crisis. To become a new force in the economic sector, the government should pay attention to human resources and management. It is felt that innovation from the average MSME is still minimal so that MSME businesses often run in place. Not to mention financial or business capital problems which often hinder MSMEs from increasing their productivity. Issues that must be considered are limited marketing access and weak business management. The partners targeted for PKM activities are two SME owners of chopped spices, namely I Gusti Agung Made Udayana and Mrs. Luh Kerti. The impact felt by partners after the pandemic is problems in marketing due to a decline in sales. The problem faced by partners is that it is difficult to develop their business. Due to limited sources of capital, lack of promotion, bookkeeping has not been recorded regarding costs incurred and partners in running their business as a family. The aim of this service is to provide solutions on how to increase sales, therefore the service team provides solutions in the form of providing financial management assistance, and marketing management and entrepreneurial governance. Community service activities have been able to increase partners' understanding regarding good financial management, because this will have an impact on business sustainability. Calculation of the cost of goods sold in an effort to optimize the profits that will be generated. The use of social media in business promotion will help partners get to know the chopped spice products they produce.

Keywords: Bumbu Rajang, Increased Sales, Online Marketing

1. PENDAHULUAN

Jika bertanya pada orang Bali, bumbu apa yang paling mereka suka, paling meriah, yang luar biasa, mereka pasti akan menjawab: bumbu rajang. Orang Bali juga menyebutnya sebagai basa genep, bumbu lengkap. Bumbu lengkap ini ibarat kalender Bali, adalah kalender paling lengkap di dunia. Tidak hanya hari baik disuguhkan, tapi juga hari-hari buruk yang harus dihindari. Rajang bermakna dicincang, basa berarti bumbu, dan genep artinya lengkap. Bumbu rajang itu bumbu lengkap yang dicincang. Begitu lengkap, sehingga ia disebut basa gede, bumbu yang paling besar, megah, tidak ada yang sanggup mengalahkan, dan pasti sangat populer di hari penampahan Galungan dan Kuningan. Ada yang menyebut basa genep mengandung belasan rempah. Ada orang Bali yang sangat bangga pada basa genep dengan mengatakan, bumbu ini mengandung 48 macam bahan dari beraneka ragam. Si pemberi informasi sendiri tidak bisa merinci ke-48 jenis bumbu itu. Yang jelas, dia semakin bangga ketika mengungkapkan bahwa basa genep itu sudah ada sejak lebih 2.000 tahun silam, sebelum masehi. Guru besar sejarah Universitas Udayana Anak Agung Bagus Wirawan, seperti dilansir Kompas.com memperkirakan bumbu genep ada sejak zaman Bali kuno.

Basa genep yang dikenal sekarang tentu sudah mengalami evolusi. Bisa jadi ini bumbu primitif, sehingga sangat melekat dalam sanubari rasa orang Bali. Lidah dan perut orang Bali seakan-akan tak terpisahkan dengan kuliner dengan bumbu rajang ini. Wajar, jika banyak yang fanatik sama basa gede. Apa pun masakannya, basa genep bumbunya. Memasak sayur, memanggang ayam, membuat lawar, memasak babi, berkuah maupun digoreng, senantiasa dengan basa genep. Banyak orang Bali yang membuat basa gede dalam jumlah banyak, kemudian disimpan di kulkas, digunakan sewaktu-waktu, siap siaga diperlukan. Membuat sup ikan, bumbu rajang juga dimanfaatkan. Basa gede ini pun kemudian dikenal sebagai sebagai bumbu dasar, bumbu dari segala bumbu dalam kuliner Bali. Kalau dalam seni pertunjukan, ia ibarat tari gambuh, ibu dari semua tari Bali. Mitra I yang kami gandeng dalam PKM ini merupakan industri kecil yang memproduksi dan memasarkan bumbu rajang dikelola oleh pemilik I Gusti Agung Made Udayana, Bumbu Rajang Cap Bambu Hijau termasuk UKM di Bali yang sudah berjalan dari tahun 2017. Pendiri dari usaha ini bernama I Gusti Agung Made Udayana yang pada awalnya beliau menjalankan usaha ini bersama keluarganya untuk menambah pemasukan keluarganya karena beliau baru saja pensiun dari pekerjaan sebagai Engineer di suatu hotel di Bali. Pada awal menjalankan usaha ini, beliau masih menggunakan cara promosi mouth to mouth atau mulut ke mulut melalui saudara-saudara dan juga teman beliau. Pada tahun 2017 produk Bumbu Rajang Cap Bambu Hijau ini masih menggunakan kemasan yang sederhana (plastik) dan berjalan kecil-kecilan, proses produksinya pun masih manual dan belum menggunakan mesin. Pada tahun 2018 usaha ini pun berjalan lebih maju dan beliau mulai memperbaharui dari segi kemasan dengan menggunakan mesin pertamanya yaitu mesin kap dan label usaha agar produk bumbu rajangnya terlihat lebih premium serta rapi untuk menarik minat customer. Memasuki tahun 2020 tempat produk Bumbu Rajang Cap Bambu Hijau yang pada awalnya terletak di Gg Triti, Jalan Nangka utara Denpasar kemudian berpindah ke tempat produksi khusus di Jalan Cekomaria gang margot no 5, Denpasar Bali karena banyaknya minat pembeli sehingga bisa memproduksi produk lebih banyak. Di tempat produksi yang baru, usaha ini memperbaharui alat produksinya yang pada awalnya memproduksi secara manual menjadi menggunakan mesin pengaduk dan penyacah serta menambah jumlah pegawai menjadi 5/lima orang yang awalnya hanya 2/dua orang. Hingga sekarang produk dari usaha ini masih diminati masyarakat Bali dan dapat dijumpai di toko-toko kelontong bahkan dipasar.

Mitra ke II dalam PKM ini merupakan industri kecil yang memproduksi dan memasarkan bumbu rajang dikelola oleh pemilik Ibu Luh Kerti. Awal usaha ini didirikan karena Ibu Luh Kerti

ingin mendapatkan tambahan pendapatan. Beliau hanyalah ibu rumah tangga biasa yang memiliki hobi memasak, kemudian beliau mencoba untuk membuat bumbu rajang dan menitipkan ke sejumlah warung yang ada di sekitar rumah. Ternyata respon dari masyarakat sekitar sangat positif karena belum ada yang menawarkan bumbu rajang bali.

Usaha ini di dirikan pada tahun 2019. Ibu Luh Kerti memilih usaha bumbu rajang dikarenakan melihat peluang makin banyaknya ibu-ibu yang bekerja sehingga diperlukan bumbu untuk memudahkan dan mempercepat memasak. Berangkat kerja tepat waktu dengan masakan keluarga sudah siap, bumbu rajang merupakan solusinya. Apalagi di Bali sering dilaksanakan upacara manusia yadnya yang selalu menyajikan berbagai macam menu masakan yang bumbu dasarnya adalah bumbu Rajang.



Gambar 1. Proses Produksi Bumbu Rajang

Dalam menjalankan usahanya Ibu Luh Kerti dibantu oleh semua anggota keluarga anak-anak dan suami. Media pemasaran bumbu rajang ini awalnya dilakukan dengan menawarkan ke warung – warung di sekitar tempat tinggal Ibu Luh Kerti. Saat ini produk bumbu rajang sudah sampai ke pasar-pasar tradisional. Usaha bumbu rajang ini sudah sangat berkembang sehingga Ibu Luh Kerti sudah bisa membeli alat penggilingan bumbu untuk membantu proses produksi. Berdasarkan hal tersebut maka kami tim pengabdian PKM Universitas Warmadewa mengadakan pengabdian Penguatan Manajemen Usaha Dan Pemasaran

2. METODE

Alur Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan berbagai metode. Berikut merupakan metode-metode yang akan digunakan dalam kegiatan pengabdian ini. Sistematis pelaksanaan metode-metode tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Metode Ceramah

Dalam metode ini, peserta diberikan materi tentang perencanaan keuangan melalui penyusunan anggaran dan pengelolaan keuangan. Sebelum memberikan ceramah, peserta akan

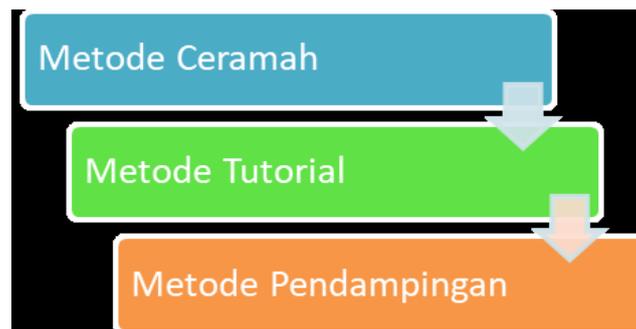
mengisi soal pre test terlebih dahulu. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman mitra terhadap manajemen usaha.

2. Metode Tutorial

Dalam metode ini, peserta diberikan simulasi berupa contoh-contoh kasus terkait pengelolaan keuangan, sehingga peserta dapat membuat penganggaran, perencanaan dan pengendalian keuangan usahanya. Akhir dari kegiatan ini, peserta akan diberikan soal post test, sehingga dapat diketahui perubahan pengetahuan peserta sebelum dan setelah diadakan pelatihan.

3. Metode Pendampingan

Setelah peserta mengikuti pelatihan, peserta akan memperoleh gambaran mengenai pengelolaan keuangan usahanya. Pendampingan ini dilakukan untuk mengetahui penerapan dari materi pelatihan yang diperoleh serta untuk mendiskusikan permasalahan yang dihadapi saat menerapkannya.



Gambar 2. Metode Pendampingan

Untuk melaksanakan ketiga metode yang telah diuraikan maka tim program kemitraan masyarakat membagi tugas-tugas sesuai dengan kompetensi yang dimiliki di dalam tim, seperti misalnya Ibu Nyoman Suryani, SE, MM, berkompentensi dalam bidang ilmu Manajemen Keuangan selaku ketua tim pelaksana bertugas mengkoordinir dan bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan pelaksanaan program serta memberikan konsep dasar manajemen keuangan, selanjutnya Ibu L.G.P. Sri Eka Jayanti, SE.M.Si, AK, CA yang berkompentensi dalam ilmu akuntansi memberikan penyuluhan dan pelatihan pentingnya perencanaan dan pengelolaan keuangan. Bapak Made Yogiarta, SE, MM yang berkompentensi dalam Manajemen Pemasaran akan memberikan pengetahuan mengenai pemasaran melalui media social. Adapun kontribusi yang diberikan oleh mitra adalah menyediakan tempat kegiatan pengabdian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim pengabdian Universitas Warmadewa telah melangsungkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dimana Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) telah berlangsung dengan baik. Kegiatan pengabdian ini dilakukan ditempat produksi bumbu rajang yang beralamat di Jalan Cekomaria dan Jalan Sekar Tunjung Denpasar . Kegiatan ini melibatkan 3 orang dosen dan 2 orang mahasiswa sebagai tim pelaksana PKM. Usaha pembuatan bumbu rajang ini merupakan usaha industri rumah tangga yang dijalani oleh ibu Luh Kerti dan Pak Agung. Yang menarik dari usaha bumbu rajang ini adalah penggunaan mesin penggiling bumbu dan mesin cup

sealler yang membantu proses produksinya, adapun manfaat yang diperoleh dari penggunaan alat ini adalah untuk mempercepat proses produksi .

Tim pengabdian memberikan penyuluhan terkait dengan bagaimana cara mengelola keuangan usaha dengan baik. Ibu Nyoman Suryani,SE,MM memberikan penyuluhan kepada mitra agar usaha kecil harus mempunyai manajemen keuangan yang baik, karena pengelolaan keuangan yang kurang baik akan berdampak terhadap keberlanjutan usaha (Africano, 2022; Ansori & Al, 2023; Chen & Zai, 2022; Iskamto et al., 2022; Karim et al., 2023; Lubis et al., 2022). Manajemen keuangan merupakan hal perlu dicermati dalam bisnis apapun, termasuk bagi pelaku usaha kecil seperti usaha bumbu rajang ini. Tidak jarang pelaku usaha kecil lebih memfokuskan pada kegiatan pemasaran dan pengembangan produk saja dan tidak memiliki waktu untuk melakukan pencatatan atau pengelolaan keuangan dengan baik dan benar. Seperti yang kita ketahui, pengelolaan keuangan yang baik akan mampu memberikan gambaran mengenai langkah penting yang harus diambil oleh pelaku usaha kecil, sehingga keuangan usaha dapat secara nyata memberikan gambaran keberlanjutan usaha.

Selanjutnya Ibu L.G.P. Sri Eka Jayanti, SE.M.Si,AK,CA memberikan pelatihan perhitungan harga pokok penjualan. Perhitungan harga pokok penjualan bertujuan untuk:

1. Menentukan harga jual yang tepat

Dengan mengetahui HPP, bisnis dapat menentukan harga jual yang tepat dan mengoptimalkan keuntungan dari penjualan produk atau jasa. Maka, bisnis dapat menetapkan harga jual yang cukup tinggi untuk menghasilkan keuntungan yang cukup namun tetap kompetitif dan sesuai dengan harga pasar. Jika harga jual terlalu rendah, bisnis dapat mengalami kerugian, sedangkan jika harga jual terlalu tinggi, bisnis dapat kehilangan pelanggan.

2. Mengetahui biaya produksi yang sebenarnya

Menghitung HPP juga membantu bisnis dalam mengetahui biaya produksi yang sebenarnya dari setiap produk atau jasa yang akan Anda jual. Dengan mengetahui biaya produksi yang sebenarnya, bisnis dapat memperkirakan margin keuntungan yang dapat dihasilkan dari setiap produk atau jasa yang dijual.

3. Mengoptimalkan keuntungan

Dengan mengetahui biaya produksi yang sebenarnya, bisnis dapat mengevaluasi biaya produksi dan mencari cara untuk mengoptimalkan keuntungan yang dapat Anda peroleh. Misalnya, bisnis dapat mencari bahan baku yang lebih murah atau mengevaluasi cara mereka mengelola persediaan dan produksi agar lebih efisien. Dengan mengoptimalkan biaya produksi, bisnis dapat meningkatkan keuntungan mereka dan tetap bersaing di pasar.

Perhitungan harga pokok penjualan sangatlah penting untuk menentukan harga jual yang tepat, memantau kinerja bisnis, mengetahui biaya produksi yang sebenarnya, dan mengoptimalkan keuntungan. Terdapat beberapa komponen dalam perhitungan harga pokok penjualan, antara lain persediaan awal barang, persediaan akhir barang, pembelian bersih, dan penjualan bersih.



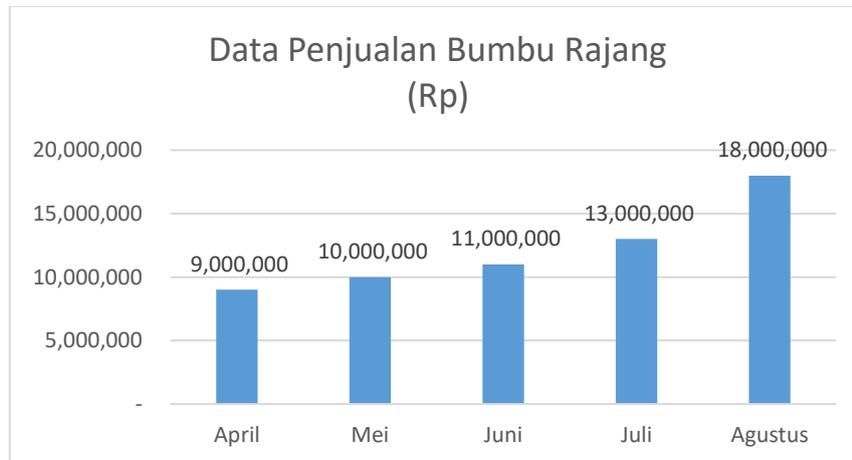
Gambar 3. Pendampingan Kegiatan

Tahap selanjutnya dari pelaksanaan program adalah memberikan pelatihan terkait bagaimana cara memasarkan sebuah produk secara online menggunakan media sosial yang diberikan oleh Bapak Made Yogiarta, SE, MM. Pelatihan dilakukan dengan mengenalkan beberapa media sosial yang dapat digunakan sebagai media pemasaran seperti facebook, whatsapp, shopee dan instagram serta menjelaskan bagaimana cara pemasaran menggunakan media sosial. Pada dasarnya pelaku usaha sudah cukup familiar dengan beberapa media sosial namun belum dimanfaatkan untuk media pemasaran. Maka dari itu tim pengabdian mencoba memperkenalkan media pemasaran online berupa media sosial agar penggunaannya dapat dioptimalkan. Pada tahap pelaksanaan program dilakukan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana ketercapaian pelaksanaan kegiatan, evaluasi dilakukan dengan diskusi dan wawancara yang terkait dengan pelaksanaan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

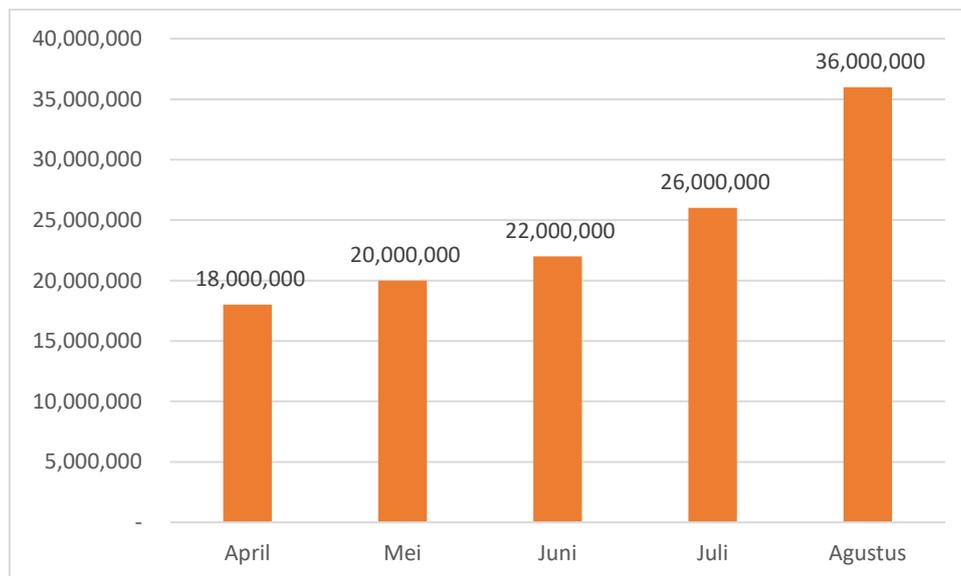
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Warmadewa telah memberikan manfaat positif bagi mitra maupun bagi tim pengabdian. Berikut merupakan manfaat yang diperoleh oleh mitra:

1. Meningkatkan pengetahuan mitra terkait arti pentingnya menerapkan pengelolaan keuangan yang baik, karena hal ini terkait dengan keberlanjutan usaha mitra.
2. Meningkatkan pemahaman mitra untuk mendapatkan laba yang optimal melalui perhitungan harga pokok penjualan.
3. Meningkatkan pemahaman mitra terkait manfaat penggunaan media sosial untuk mempromosikan usaha bumbu rajang.

Dampak Ekonomi dan sosial yang diperoleh setelah dilakukan pendampingan kegiatan Pengabdian Kemitraan Masyarakat pada UKM bumbu rajang dapat dijelaskan dengan membandingkan jumlah omzet (penjualan) yang diraih sebelum dan sesudah kegiatan PKM dalam bentuk grafik berikut :



Gambar 2. Penjualan bumbu rajang Mitra 1 sebelum dan sesudah PKM.



Gambar 2. Penjualan bumbu rajang Mitra 1 sebelum dan sesudah PKM.

Keterangan:

April-Mei = Sebelum Kegiatan PKM

Juni-Agustus = Setelah kegiatan PKM

4. KESIMPULAN

Secara umum kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat berkontribusi dalam mampu meningkatkan pemahaman mitra terkait dengan pengelolaan keuangan yang baik, karena hal ini akan memiliki dampak terhadap keberlanjutan usaha. Selain itu mitra menjadi paham berkenaan dengan perhitungan harga pokok penjualan dalam upaya pengoptimalan laba yang akan dihasilkan. Kontribusi lainnya adalah membantu mitra dalam mengenalkan produk bumbu rajang yang dihasilkan oleh mitra berkenaan dengan pemanfaatan media social dalam promosi usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Warmadewa Melalui Dana Hibah Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Warmadewa yang telah memberi dukungan **financial** terhadap pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Africano, F. (2022). Meningkatkan Taraf Hidup Dan Kebersihan Lingkungan Masyarakat Kenten Dengan Pemanfaatan Maggot Sebagai Pengurai Sampah Organik. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(4), Article 4. <https://doi.org/10.54099/jpma.v1i4.349>
- Ansori, P. B., & Al, E. (2023). Penyuluhan Bank Digital Untuk Kegiatan Produktif di Kelurahan Sidomulyo Barat, Kota Pekanbaru: -. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2(3), Article 3. <https://doi.org/10.54099/jpma.v2i3.655>
- Chen, S., & Zai, I. (2022). Rancangan dan Penerapan Promotion Mix Pada PT.Batamas Indah Permai. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(4), Article 4. <https://doi.org/10.54099/jpma.v1i4.423>
- Evi Septiana Pane. 2014. Adoption Of Social Media As An Marketing Tools Of Small Medium Enterprises Products (Case Study on The Participants of IKM Alumni In Surabaya Industrial Training Center In 2012). Balai Diklat Industri Regional V Surabaya – Kementerian Perindustrian Surabaya.
- Iskamto, D., Aftanorhan, A., & Ghazali, P. liza. (2022). The Mediating Role of SMEs' Performance in the Relationship between Entrepreneur Competence and Satisfaction. *IQTISHADIA*, 15(1), Article 1. <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v15i1.14298>
- Karim, K., Zasriati, M., & Iskamto, D. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Pengembangan Tanaman Organik Penunjang Ekonomi Keluarga. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.54099/jpma.v2i1.517>
- Lubis, K. S., Winata, E., & Siregar, A. R. A. (2022). Pengembangan Usaha Melalui Kelompok Usaha Bersama (KUB)Produsen Tape Di Medan Tuntungan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(1), Article 1.
- Moch Hari Purwiantoro, Dany Fajar Kristanto S.W., Widiyanto Hadi. 2016. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) *Jurnal EKA CIDA*, Vol. 1 No. 1 Maret 2016 30 ISSN: 2503-3565 e-ISSN: 2503-3689
- Parasurama et al., (2019). Sustainability of SMEs in the Competition:A Systemic Review on Technological Challenges and SME Performance. *Journal of Oven Innovation, Tehcnology Market and Complexity*. 2019, 5, 100; doi:10.3390/joitmc5040100