

Penguatan Pemasaran Dan Branding Produk Telur Asin Di Desa Baha Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung

I Made Pulawan¹, Dewa Ayu Niti Widari², A.A. Ayu Erna Trisnadewi³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa

e-mail: pulawanimade@gmail.com¹, nitiwidardewaayu@gmail.com²,
dewierna236@gmail.com³

Received: 20 August 2023, Revised: 15 September 2023, Accepted: 18 October

DOI: <https://doi.org/10.54099/jpma.v2i4.767>.

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. Salah satu desa yang menjadi sasaran kegiatan PKM adalah kelompok usaha telur asin di Desa Baha Kecamatan Mengwi-Badung. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah sulit mengembangkan usaha, antara lain kurangnya promosi, belum menggunakan pemasaran online, belum melakukan pencatatan pembukuan terkait dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan dan dalam menjalankan usahanya mitra menjalankan usahanya secara kekeluargaan. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan pemahaman mitra terkait dengan pengelolaan keuangan yang baik, perhitungan harga pokok penjualan dalam upaya pengoptimalan laba yang akan dihasilkan serta pemanfaatan media social dalam promosi usaha, oleh karena hal ini akan memiliki dampak terhadap keberlanjutan usaha.

Kata kunci: Produk telur asin, Peningkatan penjualan, Banjar Cengklok Desa Baha

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. One of the villages targeted for PKM activities is the salted egg business group in Baha Village, Mengwi-Badung District. The problem faced by partners is that it is difficult to develop the business. These include lack of promotion, not yet using online marketing, and not keeping bookkeeping records related to costs incurred. has been issued and in running the business the partner runs the business in a family manner. The results of the service show an increase in partners' understanding regarding good financial management, calculating the cost of goods sold in an effort to optimize profits that will be generated and the use of social media in business promotion, because this will have an impact on business sustainability.

Keywords: Salted egg products, Increased sales, Banjar Cengklok Baha Village

1. PENDAHULUAN

UKM yang menjadi mitra PKM adalah kelompok usaha telur asin di Banjar Cengklok desa Baha. I Nyoman Suma memulai usaha telur asin tahun 1985. Telur asin adalah masakan berbahan dasar telur yang diawetkan dengan cara diasinkan atau difermentasi dengan cara di baluri dengan adonan abu. Kebanyakan telur yang diasinkan adalah telur bebek, karena telur bebek mempunyai

pori-pori yang besar sehingga semakin mudah untuk diasinkan, meski tidak menutup kemungkinan juga untuk mengasinkan telur-telur yang lain. Media yang digunakan untuk membuat telur asin adalah media abu pelepah kelapa atau abu gosok, serbuk bata merah dan lain sebagainya. Pada awalnya Pak Nyoman adalah peternak bebek, dan telur yang bebek yang di hasilkan biasanya langsung dijual atau dipakai lauk daruma. Setelah itu ada seorang teman yang menyarankan untuk dibuatkan telur asin saja, setelah dicoba ternyata banyak peminat yang berada disekitaran rumah. Mereka juga ikut memasarkan dari mulut ke mulut sehingga banyak yang memesan sampai sekarang.

Pak Nyoman dalam menjalankan usaha hanya mempekerjakan orang rumah saja mulai dari istri, anak, menantu dan sanak saudara. UKM ini hanya memanfaatkan SDM dari keluarga pemilik, dengan keterampilan yang sudah diwariskan turun-temurun. UKM ini masih eksis berjalan walaupun pembuatannya hanya dari pihak keluarga pemilik. Kendala yang dialami mitra selama merintis usaha telur asin ini adalah kehabisan telur karena banyak pesanan. Selain memiliki citarasa yang enak telur asin juga memiliki manfaat untuk meregenerasi sel-sel tubuh yang telah rusak. Kandungan protein di dalam telur asin mampu membantu mengganti sel-sel tubuh yang telah rusak sehingga sel-sel tubuh yang sehat dan berguna bagi tubuh dapat diproduksi, dan juga dapat menjaga kesehatan jantung, meningkatkan metabolisme tubuh serta dapat menjaga kesehatan mata dan masih banyak lagi. Usaha telur asin ini terletak di Br. Cengkok, Desa Baha Kec. Mengwi. Industri telur asin di tempat ini sudah cukup lama beroperasi sebagai penghasil/ produsen telur asin di daerah Kec. Mengwi khususnya Desa Baha dan sekitarnya. Akan tetapi dalam urusan promosi mereka masih mengandalkan dari mulut ke mulut karena kurangnya pengetahuan dibidang te. Penyebab lainnya adalah kurangnya pengetahuan di bidang manajemen usaha dan pemasaran, sehingga produksi dan penjualan produk- menjadi tidak maksimal.



Gambar 1. Observasi Awal Tim Pengabdi

Berdasarkan hasil kunjungan lapangan dan wawancara dapat disimpulkan manajemen usaha masih dikelola dengan cara sederhana dan hanya bersifat rutin. Belum dilakukannya pembuatan laporan keuangan yang mengikuti kaidah standar laporan keuangan. Mitra belum menerapkan standar mutu dan hanya berdasarkan pengalaman, cara pemasaran yang dilakukan hanya sebatas konvensional yaitu: dari mulut ke mulut hanya berdasarkan pesanan yang ada, dan tidak menggunakan fasilitas Internet. Penggunaan e-marketing juga belum diterapkan oleh mitra

sehingga sangat menyulitkan mitra untuk membangun jaringan dengan pihak luar. Mitra juga menunjukkan belum adanya pengetahuan dalam menyusun strategi pemasaran. Pesatnya perkembangan usaha salah satu indikatornya adalah kemampuan usaha bisnis tersebut mengadopsi Teknologi Informasi, termasuk penggunaan e-commerce, media sosial, dan sebagainya. Adopsi atau pemanfaatan Teknologi Informasi oleh bisnis tidak terlepas dari rencana strategis perusahaan, bagaimana mensinergikan strategi bisnis dengan strategi Teknologi Informasi untuk mencapai kinerja bisnis (Febrianty and Divianto 2020; Herispon et al., 2022; Iskanto & Rahmalia, 2023; Karim et al., 2023, 2023; Lubis et al., 2022). Umumnya penyusunan strategi pemasaran hendaklah berdasar pada kondisi internal yang dimiliki perusahaan dan kondisi eksternal yang dihadapi oleh perusahaan. Menurut (David 2006), identifikasi faktor internal suatu perusahaan dapat dilakukan dengan pendekatan fungsional meliputi aspek keuangan, pemasaran, produksi/operasi, sumberdaya manusia, sistem informasi, manajemen umum dan organisasi, serta penelitian dan pengembangan. Sedangkan lingkungan eksternal dibagi menjadi dua kategori yaitu lingkungan jauh dan lingkungan industri (Umar 2003).

2. METODE

Dalam usaha peningkatan produktivitas, pemasaran dan penjualan mitra akan dilaksanakan kegiatan dalam menyelesaikan masalah dengan lima bentuk kerja utama yang dimulai dari sosialisasi kegiatan, kemudian peningkatan kualitas dan jumlah produksi dengan penambahan peralatan produksi, peningkatan teknologi pemasaran dengan pemasaran, on line manajemen keuangan dengan pelatihan manajemen keuangan sederhana.

Metode pelaksanaan yang dipergunakan dalam kegiatan ini adalah 1) Metode Ceramah yakni 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 yakni 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 yakni 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. Kegiatan PKM ini direncanakan berlangsung selama 3 kali kegiatan yakni persiapan, kegiatan PKM dan Monitoring. Kegiatan persiapan pengabdian yang meliputi administrasi perijinan, sosialisasi proses kegiatan, persiapan alat dan bahan materi pengabdian. Untuk memantapkan acara ini biar lebih efektif dan efisien, maka akan dilakukan melalui rapat koordinasi.

Sasaran kegiatan ini adalah pelaku usaha telur asin yang terdiri dari 3 pemilik usaha dan para pekerja yang berjumlah 7 orang. Penggunaan telur asin akan selalu digunakan dalam menu makanan sehari-hari dan selama kegiatan yakni di Bali masih ada. Hampir semua keluarga menyediakan menu telur asin, hal ini yang menjadi motivasi tim pengabdian untuk melakukan kegiatan pengabdian, dimana usaha telur asin ini, harus tetap dilestarikan dan dikembangkan dengan baik. Masih rendahnya tingkat produktivitas yang disebabkan oleh rendahnya kualitas sumber daya manusia salah satunya dalam bidang manajemen keuangan dan pemasaran.



Gambar 1. Metode Penelitian

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 telur asin yang beralamat di Banjar.Cengkok, Desa Baha Kecamatan .Mengwi, Kabupaten Badung. Kegiatan ini melibatkan 3 orang dosen dan 2 orang mahasiswa sebagai tim pelaksana PKM. Usaha pembuatan telur asin ini merupakan usaha industri rumah tangga yang dijalani oleh ibu Ni Nyoman Nadi,, Ni Made Darmi, I Nyoman Suma.

Tim pengabdian memberikan penyuluhan terkait dengan bagaimana cara mengelola keuangan usaha dengan baik. Bapak Drs. I Made Pulawan, MMA memberikan penyuluhan kepada mitra agar usaha kecil harus mempunyai manajemen keuangan yang baik, karena pengelolaan keuangan yang kurang baik akan berdampak terhadap keberlanjutan usaha. Manajemen keuangan merupakan hal perlu dicermati dalam bisnis apapun, termasuk bagi pelaku usaha kecil seperti usaha telur asin 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.



Gambar 2. Materi Manajemen Keuangan

Selanjutnya Ibu AA Ayu Tresna Dewi, SE, MSi 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. Bahwa 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.



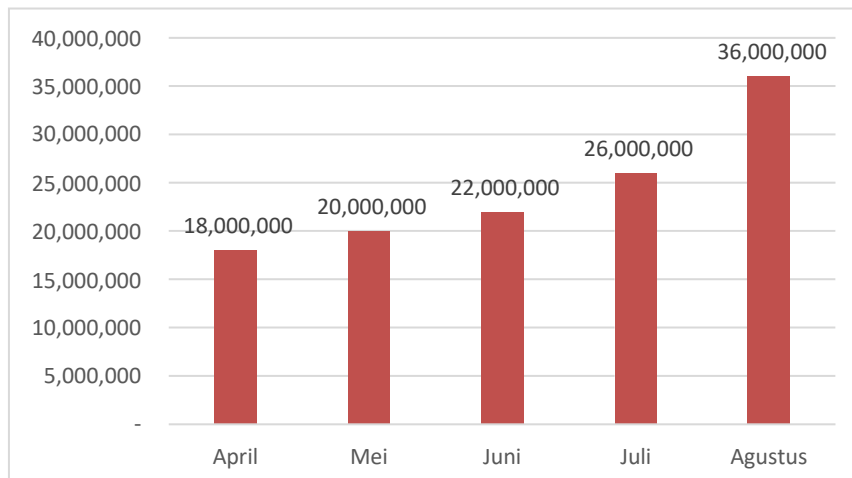
Gambar 3. Materi Pelatihan Perhitungan HPP dan Pemasaran

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. Mitra belum mempunyai identitas usaha atau corporate identity tim pengabdian memberikan pendampingan terkait penguatan produk dengan memberikan inovasi pada sticker telur dengan desain yang lebih menarik sehingga mudah dikenal dan diingat oleh konsumen.



Gambar 4. Labelisasi Produk

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 Produk 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 peningkatan pemahaman mitra terkait dengan pengelolaan keuangan yang baik, perhitungan harga pokok penjualan dalam upaya pengoptimalan laba yang akan dihasilkan serta pemanfaatan media social dalam promosi usaha, olehmkarena hal ini akan memiliki dampak terhadap keberlanjutan usaha

UCAPAN TERIMA KASIH (Bila Perlu)

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

- David, F.R. 2006. Manajemen Strategis (Terjemahan). 10th ed. Jakarta: PT. Indeks.
- Febrianty, and Divianto. 2020. "Business Owner's Perspective On Strategic Execution, Technological transformation, Competitiveness potential,aAnd Serviceslevelon The Implementation Of
- Herispon, H., Dzikra, F. M., Mardan, J. A., Anuar, S., & Herman, H. (2022). Pengenalan Tata Kelola Keuangan Rumah Tangga Pada Warga Desa Talang Sungai Limau, Indragiri Hulu, Riau. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(4), Article 4. <https://doi.org/10.54099/jpma.v1i4.328>
- Iskamto, D., & Rahmalia, K. F. (2023). Customer Review, Influencer Endorsement, and Purchase

<https://journal.adpebi.com/index.php/JPMA>

- Intention: The Moderating Role of Brand Image. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 8(3), Article 3. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v8i3.601>
- Karim, K., Zasriati, M., & Iskanto, 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.
- Sinarwati, Kadek N. Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Mobile Bagi Umkm. Seminar Nasional Riset Inovatif, 2017. 2017;11(1):44–9.
- Strategicit Alignment.” *Humanities & Social Sciences Reviews* 8(1): 567–85. https://giapjournals.com/hssr/article/view/hssr.2020.8169_1/2769.
- Umar, Husein. 2023. *Strategic Management in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama