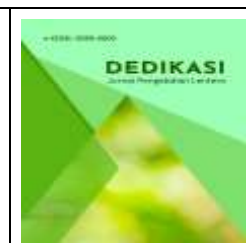


Dedikasi: Jurnal Pengabdian Lentera
Vol 01 No 05 Juni 2024
EISSN : 3032-582X

<https://lenteranusa.id/>



Peningkatan Kesejahteraan Pengrajin IKM Kripik Ubi di Kabupaten Karanganyar melalui Pembukuan Sederhana dan Digital Marketing

Rochmi Widayanti¹, Sudarwati Sudarwati², Denny Asmara³

^{1,2} Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta

³ Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta

*Korespondensi: rochmi2020@gmail.com

Abstrak

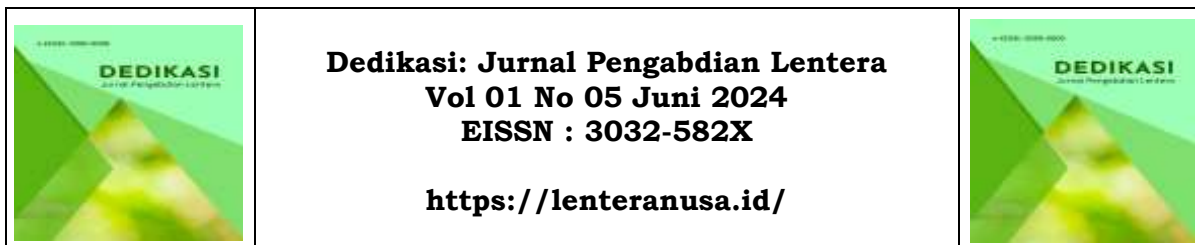
Pengabdian masyarakat merupakan salah satu bagian dari Tridharma Perguruan Tinggi yang meliputi pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini bertujuan untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya dalam pengolahan produk lokal seperti keripik Ubi. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan memberikan solusi yang sinkron dengan permasalahan yang dialami oleh pengrajin keripik Ubi. Permasalahan, solusi dan target yang ditawarkan diuraikan sebagai berikut: (1) terbatasnya pengetahuan manajemen usaha terutama fokus pada pengelolaan keuangan usaha, solusi yang ditawarkan berupa pelatihan pembuatan pembukuan keuangan sederhana (2) penguasaan teknologi yang terbatas dan belum mengenal tentang social media sebagai salah satu alat promosi produk, sehingga solusi yang ditawarkan yaitu pengenalan dan pelatihan pemasaran produk secara digital/online. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, diharapkan pengrajin Ubi konsisten dan komitmen membuat pembukuan sederhana sehingga dapat terpisah uang usaha dengan uang untuk kebutuhan sehari-hari. Selanjutnya pasca pelatihan pemasaran secara online atau *digital marketing* dapat konsisten diterapkan secara rutin untuk mempromosikan produk mereka melalui tiktok, atau Instagram dan *live show* Shopee sehingga dapat menarik konsumen baru dan loyal dan ini akan berdampak pada jumlah penjualan yang meningkat pada produk yang dimiliki IKM Kripik Ubi di Karanganyar.

Kata kunci: pengrajin kripik, ubi, pembukuan sederhana, pemasaran online

Abstract

Community dedication is one of the parts of Tridharma College which covers education, research, and dedication to the community. This activity is aimed at applying science and technology in order to improve the well-being of the people, especially in the processing of local products such as Ubi chips. This community service activity is expected to provide a synchronous solution to the problems experienced by Ubi chip craftsmen. The problems, solutions and goals offered are described as follows: (1) limited knowledge of business management mainly focused on the financial management of the enterprise, the solution offered is a simple financial accounting training (2) limited mastery of technology and not yet familiar with social media as one of the tools of product promotion, so that the solutions offered is the introduction and training of product marketing digitally / online. Through this community dedication activity, it is expected Ubi craftsman consistent and committed to making simple accounting so that money can be separated from the business money for everyday needs. Further, post-training online marketing or digital marketing can consistently be applied routinely to promote their products through stickers, or Instagram and Shopee live show so that it can attract new and loyal consumers and this will affect the increased volume of sales on products owned by IKM Kripik Ubi in Karanganyar.

Keywords: cryptic craftsmen, ubi, financial reporting, online marketing



PENDAHULUAN

Kondisi IKM Pengrajin Kripik Ubi di Desa Karanglo Karanganyar

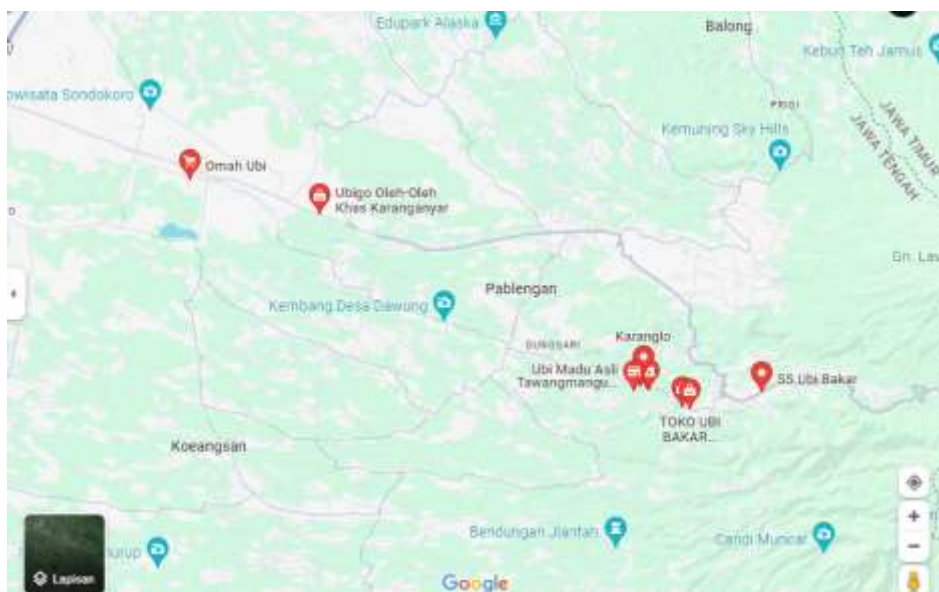
Kabupaten Karanganyar, dikenal dengan kekayaan hasil pertanian dan kerajinan lokalnya, salah satunya Sentra industri ubi ungu merupakan potensi usaha yang terdapat di Desa Karanglo Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar. Keripik ungu, yang terbuat dari ubi ungu, merupakan salah satu camilan ringan yang populer di Indonesia. Selain rasanya yang enak, keripik ungu juga kaya akan nutrisi, seperti antioksidan dan serat. Pengrajin keripik ungu umumnya merupakan industri kecil dan menengah (IKM) yang berperan penting dalam perekonomian lokal. Kegiatan usaha kripik Ubi ini sudah berdiri sejak 2008 dan mulai terbentuk koperasi serba usaha (KSU) pada tanggal 4 Februari 2008 dengan badan hukum No. 180528/221/V/ Tahun 2008. Beberapa keadaan dan potensi usaha para IKM Kripik ubi di Desa Karanglo diuraikan sebagai berikut:

- IKM Kripik Ubi Desa Karanglo sudah memiliki kapasitas produksi yang relative stabil dan cukup tinggi, yaitu berkisar antara 40.000 kg sampai dengan 250.000 kg per tahun.
- Memiliki dasar kemampuan dalam ketersediaan bahan baku Ubi Jalar local yang memadai berdasarkan data BPS Kabupaten Karanganyar tahun 2022 dan tercatat sebagai penyumbang luas tanam Ubi Jalar terbesar di Kecamatan Tawangmangu sebesar 167,5 hektar.
- Produk olahan ubi dan kripik ubi merupakan makanan khas oleh-oleh yang memiliki segmen pasar yang luas pada daerah wisata di Tawangmangu Kabupaten Karanganyar.

Pertanian di Kabupaten Karanganyar memiliki potensi untuk terus ditingkatkan karena didukung oleh kondisi agroekosistem yang sesuai. Tawangmangu merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Tawangmangu berada di daerah pegunungan dengan ketinggian rata-rata 1000 mdpl sehingga cocok untuk ditanami tanaman baik berupa tanaman pangan, sayuran, maupun buah-buahan. Hal ini tentunya menjadi peluang dan potensi besar dalam mengembangkan UMKM dikarenakan mendukung adanya ketersediaan bahan baku. Beberapa tanaman yang sering dimanfaatkan sebagai bahan dasar produk olahan pangan UMKM seperti pisang, ubi jalar, ubi kayu, wortel, jagung, dan lainnya.

Tawangmangu juga memiliki 38% (2.665 ha) luas wilayahnya yang digunakan sebagai areal pertanian (BPS, 2020).

Gambar 1. Lokasi Sentra Ubi Desa Karanglo Kabupaten Karanganyar

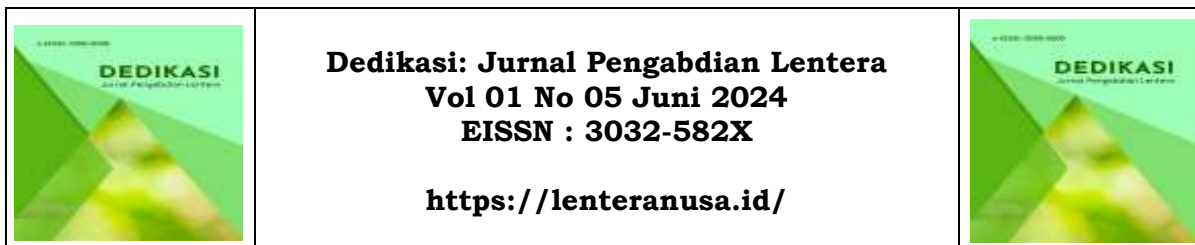


Gambar 2. Produk Unggulan Kripik Ubi Desa Karanglo Karanganyar



IKM Kripik Ubi Karanglo Karanganyar dalam menjalankan kegiatan usaha, sering menghadapi tantangan dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran produk. Pembukuan sederhana dan penerapan *digital marketing* dapat menjadi solusi efektif untuk meningkatkan kesejahteraan pengrajin IKM Kripik Ubi di Kabupaten Karanganyar. Sedangkan tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Mengedukasi masyarakat tentang pentingnya pengelolaan keuangan usaha sehingga pengrajin kripik dapat membuat pembukuan sederhana dan memisahkan keuangan untuk usaha dengan uang untuk kebutuhan rumah tangga atau uang pribadi.



2. Meningkatkan keterampilan dalam pemasaran produk melalui pengenalan dan praktek pembuatan *platform digital* (Instagram, capcut tiktok, dan facebook)

METODE

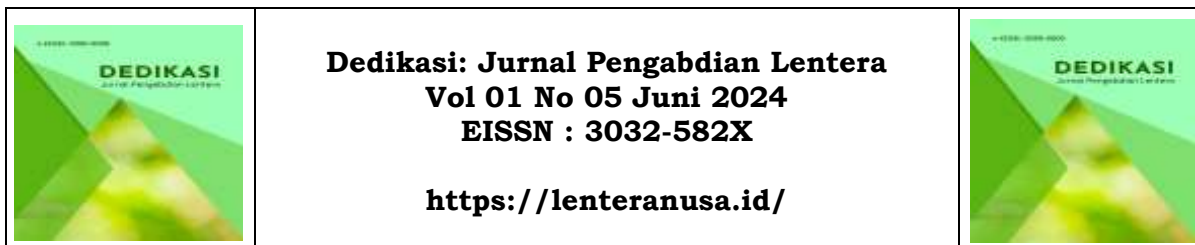
1. Metode Pendekatan

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan edukasi yang berupa pemberian pelatihan kecakapan hidup (*life skill*) kepada kelompok mitra yaitu IKM Pengrajin Kripik Ubi Desa Karanglo Kabupaten Karanganyar. Pendidikan kecakapan hidup mencakup empat aspek yaitu: kecakapan personal, kecakapan sosial, kecakapan akademik, kecakapan vokasional (1). Kegiatan pada program pengabdian masyarakat ini menyentuh pada konsep industri kecil dan menengah (IKM), namun tidak menutup kemungkinan akan memunculkan usaha yang berkembang menjadi sebuah perusahaan. Sehingga arah keberlanjutan agar dapat menjadikan usaha kecil sebagai perusahaan, maka diperlukan 5 (lima) aspek yang harus dicermati yaitu: aspek produksi dan teknologi, aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek manajemen dan aspek sumber daya manusia (SDM) yang harus dimiliki kelompok mitra.

2. Prosedur Kerja

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, akan ditawarkan solusi bagi permasalahan-permasalahan yang telah disepakati menjadi prioritas utama untuk diselesaikan. Sebagai upaya mendukung realisasi pelaksanaan program pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan dan penerapan Ipteks, prosedur yang dilalui meliputi beberapa tahapan berikut:

1. Tahap Persiapan; Pada tahap ini, diawali brainstorming dan menyamakan persepsi dalam 1 (satu) tim pengabdian masyarakat, sosialisasi rencana kegiatan dengan dinas dan IKM di Karanglo Karanganyar. Hal ini dilakukan sebagai upaya pematangan program dan persiapan dari kelompok IKM dalam berperan aktif mendukung pelaksanaan program ini.
2. Tahap Pengkajian/ Assesment; tahapan selanjutnya adalah mengkaji permasalahan yang disepakati untuk diselesaikan sesuai dengan program kegiatan, kelayakan tujuan program dengan kemampuan sumber daya yang



dimiliki (SDM), pengkajian tim pelaksana dan keselarasan kompetensi tim ahli (pakar) yang sesuai dengan kegiatan pelatihan.

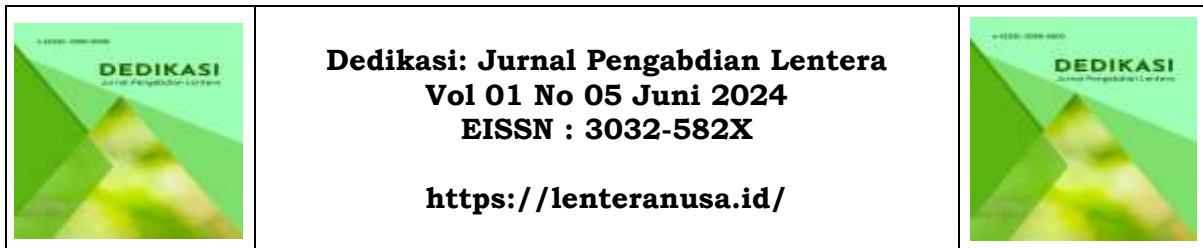
3. Tahap Pelaksanaan (Implementasi) Program. Pelaksanaan program, mengurutkan kegiatan dimulai dari pelaksanaan pelatihan manajemen usaha sampai dengan transfer teknologi dalam *platform digital marketing*. Pada tahap ini meliputi pemberian materi pelatihan kecakapan keterampilan bekerja berbasis bidang minat usaha kripik ubi dengan sasaran akhir setelah proses pembelajaran selesai adalah kemampuan peserta didik untuk mampu berwirausaha secara mandiri. Model pembelajaran dilakukan secara klasikal (dengan metode ceramah), tanya jawab dan diskusi, demonstrasi (praktek kerja kelompok). Metode pembelajaran yang digunakan adalah metode partisipatoris dengan mendorong peserta didik mengembangkan diri dalam mengenali permasalahan dan secara proaktif mencari pemecahannya.
4. Tahap Evaluasi; Melaksanakan evaluasi terhadap pelaksanaan program, memastikan program sudah berjalan sesuai dengan perencanaan dan tujuan, serta efektivitas dari pelaksanaan program kegiatan pengabdian masyarakat. 6. Tahap Terminasi. Pada tahap ini penyelesaian program sesuai dengan kontrak dari kegiatan pengabdian masyarakat,, pada tahap ini diharapkan kelompok IKM sudah mampu mandiri dan dapat menerapkan secara aplikatif apa yang diperoleh selama kegiatan berlangsung. Namun, untuk menjaga keberlanjutan program, tetap dilakukan pendampingan agar ke depan kelompok ini dapat maju dan berkembang merambah ke arah produk ekspor dan menjadi produk inovatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelatihan Pembukuan Sederhana

Kegiatan pelatihan pembukuan sederhana diikuti oleh 20 (dua puluh) pengrajin Kripik Ubi Desa Karanglo Kabupaten Karanganyar. Materi yang diberikan dalam kegiatan pelatihan pengelolaan keuangan berupa:

- a) Konsep dasar Manajemen Keuangan yaitu penekanan pada pentingnya mengelola pendapatan dan pengeluaran dana yang dimiliki oleh IKM agar dapat mengetahui

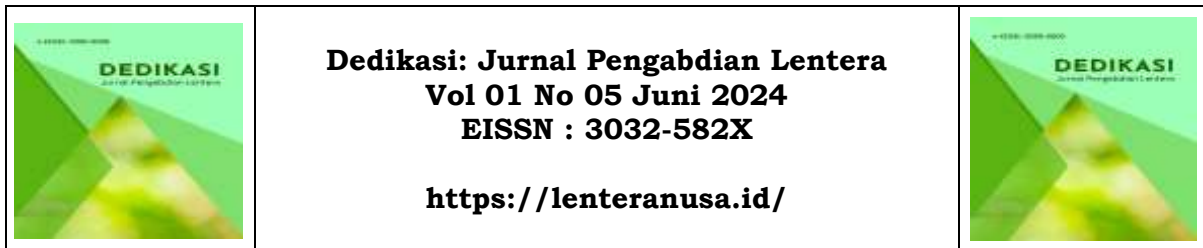


perkembangan usahanya dan tidak mencampur keuangan usaha dengan keuangan rumah tangga atau kepentingan pribadi.

- b) Mengetahui prinsip-prinsip yang harus dipegang oleh pelaku IKM yaitu pentingnya penganggaran (proses perencanaan keuangan), cara pengendalian biaya (strategi untuk mengontrol pengeluaran), dan melakukan analisis keuangan (evaluasi kinerja keuangan melalui laporan keuangan).
- c) Memberikan pengenalan mengenai komponen laporan keuangan yang berupa: neraca, laporan rugi/laba, dan pengelolaan arus kas
- d) Memberikan pemahaman terhadap tantangan bidang manajemen keuangan dalam IKM: IKM seringkali menghadapi tantangan berupa akses terbatas sumber pembiayaan, pengelolaan kas yang belum optimal, serta pencatatan transaksi keuangan yang tidak akurat dan kurang sistematis.
- e) Melakukan praktek langsung pengelolaan keuangan berupa pembuatan laporan pembukuan sederhana berupa membuat neraca, laporan R/L dan laporan arus kas (2)(3).

Gambar 2.a. Alur Materi Pembukuan Sederhana





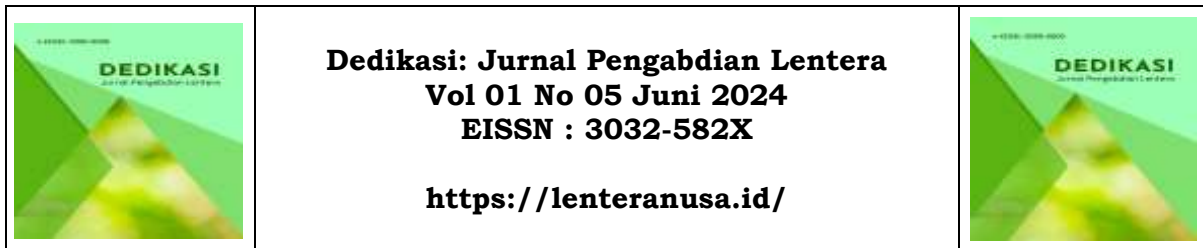
Gambar 2.b. Kegiatan praktek Pembukuan Sederhana dengan Program Excel



2. Pelatihan Digital Marketing

Kegiatan pelatihan *digital marketing* diberikan sebagai upaya agar IKM aktif mempromosikan produk melalui social media (4,5). Sebelum melakukan praktek langsung, diberikan penjelasan mengenai konsep penting dalam digital marketing. Materi tersebut berupa:

- *Digital Marketing*: merupakan pemasaran produk atau layanan yang menggunakan teknologi digital, terutama melalui internet. Mencakup segala bentuk pemasaran yang menggunakan perangkat elektronik.
- Pentingnya *Digital Marketing* untuk IKM, *digital marketing* memberikan IKM kemampuan untuk mencapai audiens lebih luas dengan biaya lebih rendah dibandingkan dengan pemasaran tradisional(6).
- Memberikan dasar-dasar komponen digital marketing berupa:
 - a) Website dan Blog: Landasan dari kehadiran online.
 - b) Media Sosial: Platform untuk berinteraksi dengan audiens.
 - c) Email Marketing: Komunikasi langsung dengan pelanggan.
 - d) SEO: Meningkatkan visibilitas di mesin pencari.
 - e) SEM: Iklan berbayar di mesin pencari.
 - f) Content Marketing: Pembuatan konten yang bernilai untuk audiens.



g) Affiliate Marketing: Menggunakan pihak ketiga untuk mempromosikan produk

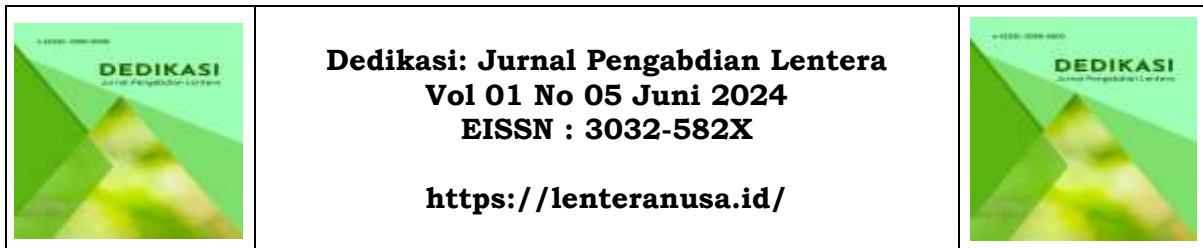
- Memberikan penjelasan tentang Platform Media Sosial Utama:
 1. Facebook: Jangkauan audiens yang luas.
 2. Instagram: Fokus pada konten visual.
 3. Twitter: Informasi cepat dan interaksi real-time.
 4. LinkedIn: Jaringan profesional.
 5. TikTok: Konten video pendek yang kreatif
- Menerapkan praktek langsung yang diawali dengan pembuatan konten atau video menggunakan aplikasi Capcut dan selanjutnya membagikan video langsung ke media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube dan lainnya.

Gambar 3. Tahapan Materi Praktek Digital Marketing dengan Capcut (Tiktok, Instagram, YouTube)

1. Buka aplikasi CapCut di HP kamu.
2. Klik 'Template' pada bagian bawah layar.
3. Pilih salah satu template yang ada atau cari pada kolom pencarian dengan kata kunci yang kamu inginkan, lalu pilih salah satu template.
4. Kemudian, klik 'Use Template'.
5. Pilih video atau foto yang kamu ingin taruh di template tersebut untuk dibuatkan video secara otomatis.
6. Jika sudah, klik 'Preview'.
7. Tunggu hingga proses selesai.
8. Cek hasilnya, lalu klik 'Export'.
9. Pilih kualitas video, lalu klik 'Export without watermark' untuk hasil edit tanpa watermark CapCut atau 'Export' jika kamu tidak apa-apa kalau ada watermark di hasil video.
10. Tunggu hingga proses selesai.
11. Hasil videomu pun sudah bisa kamu cek di galeri HP.

Platform Media Sosial Utama:

- Facebook: Jangkauan audiens yang luas.
- Instagram: Fokus pada konten visual.
- Twitter: Informasi cepat dan interaksi real-time.
- LinkedIn: Jaringan profesional.
- TikTok: Konten video pendek yang kreatif.



Gambar 4. Foto Hasil Praktek Digital Marketing

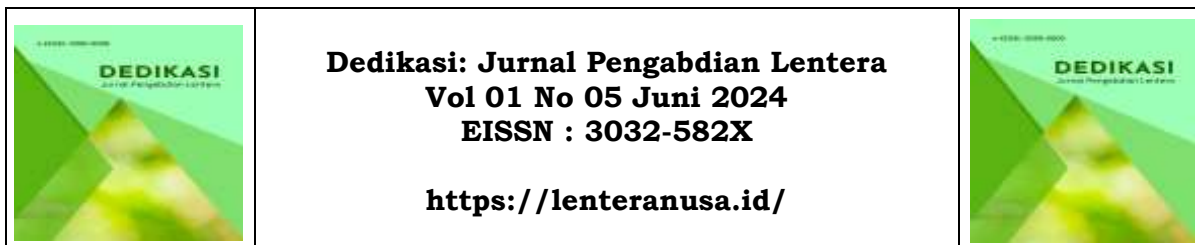


KESIMPULAN

Pemberdayaan IKM Kripik Ubi di Desa Karanglo Kabupaten Karanganyar dapat dicapai melalui pemahaman pentingnya mengelola keuangan dengan tepat, salah satunya dengan penerapan pembukuan sederhana dan penekanan pentingnya mengenalkan produk IKM ke pangsa pasar yang lebih luas jangkauannya dengan penerapan digital marketing. Pembukuan sederhana diharapkan dapat membantu dalam pengelolaan keuangan yang lebih baik dan benar dan mempermudah akses pembiayaan dari pihak eksternal (bank), sedangkan penerapan *digital marketing* dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan IKM Pengrajin Kripik Ubi. Dengan dukungan dari pemerintah, perguruan tinggi, lembaga swadaya masyarakat, dan komunitas lokal, upaya ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan IKM Pengrajin Kripik Ubi di Desa Karanglo dan memastikan keberlanjutan usaha serta meraih pasar ekspor.

DAFTAR PUSTAKA

Afriyadi A, Putra AA, Harianto B, ... Pemberdayaan Umkm Melalui Pembukuan Manual Dan Digital Dengan Penerapan Digital Marketing Pada Masyarakat Desa Busung. Community. 2023;4(2):4185–9.



- Akbar R, Yetti D, Rahmayani M, Yelmi H. Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing Melalui Platform Marketplace dan Sosial Media Bagi UMKM Kerajinan Di Desa Ridan Permai Kecamatan Bangkinang Kota Digital Marketing Training and Mentoring Through The Marketplace Platform and Social Media For Craft Msmes In Ridan Permai Village , Bangkinang Kota District. 2023;1(6).
- Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (BEKRAF). (2023). Strategi Digital Marketing untuk UKM. BEKRAF
- Evita Bela N, Putra P, Fahlevi R. Pemberdayaan Umkm Desa Lenggahsari Melalui Edukasi Pembukuan Keuangan. Al-Ihsan J Community Dev Islam Stud. 2023;2(2):121–9.
- Harahap, Sofyan Syafri. (2011). Teori Akuntansi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). Panduan Pembukuan Sederhana bagi UKM. Kemenkop UKM
- Muttaqien F, Cahyaningati R, Rizki VL, Abrori I. Pembukuan Sederhana Bagi UMKM. Indones Berdaya. 2022;3(3):671–80.
- Prihatiningtyas S, Umardiyah F, Wulandari A, Lu'lu'ul Husna A, Wardani DK, Ningsih WS, et al. Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di Desa Pesantren. 2024;5(1).
- Widayanti R. Peningkatan Pendapatan UKM Melalui Penguasaan Teknologi Pakan Lele Dan Pemanfaatan Limbah Lokal Desa Jatisari Kecamatan Jatisrono, Kabupaten Wonogiri. War LPM. 2017;20(1):1–8.