Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat | SENAMA
Website: https://ejournal.unsera.ac.id/index.php/senama
E-ISSN : 3063-4849
UNIVERSITAS SERANG RAYA, 3 Juli 2024

Pendampingan Peningkatan Daya Usaha Bersama KKM UNSERA 2024

Ade Nahdiatul Hasanah[1], Destia Melinda Putri[2], Rini Fitriyani[3], Novan Hairul Mutaqin[4], Lola Novianti[5], Nailatul Anisa[6]

[1]Akuntansi D-III, Vokasi, Universitas Serang Raya, Jl. Raya Serang-Cilegon Km. 5 (Taman Drangong) Serang – Banten. Kode pos 421116)
[2]Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Serang Raya, Jl. Raya Serang-Cilegon Km. 5 (Taman Drangong) Serang – Banten. Kode pos 421116)
[3,4] Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Serang Raya, Jl. Raya Serang-Cilegon Km. 5 (Taman Drangong) Serang – Banten. Kode pos 421116)
[5]Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Serang Raya, Jl. Raya Serang-Cilegon Km. 5 (Taman Drangong) Serang – Banten. Kode pos 421116)
[6]Hukum, Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik, Universitas Serang Raya , Jl. Raya Serang-Cilegon Km. 5 (Taman Drangong) Serang – Banten. Kode pos 421116)

adenahdiatul88@gmail.com

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat merupakan bentuk pelayanan yang dilakukan mahasiswa UNSERA dalam kelompok KKM kepada salah satu Usaha Desa Drangong yakni Inara Snack dengan produk utama Cilok Maknyus aneka saus dan level kepedasan. Produk sederhana dengan penjualan yang cukup baik, namun kurangnya perkembangan promosi dan peningkatan jumlah pelanggan tetap menjadi permasalahan Inara Snack. Dasar itulah yang menjadi ide mahasiswa dalam PkM, melalui pola pengarahan seperti melatih pemilik usaha dalam mengelola media sosial regular menjadi professional, meningkatkan pengelolaan transaksi kearah modern sebagai cermin upaya peningkatan daya usaha. Hasil PkM yang dilakukan selama bulan April – Mei 2024 telah berhasil menciptakan media sosial regular pemilik usaha menjadi lebih professional, tambahan pelanggan tetap meningkat dengan dua kali promosi, logo baru produk dan kemandirian pemilik dalam proses pencatatan usaha berbasis keuangan sederhana.

Kata kunci: Media Promosi UMKM, *e-Payment*, *Google Maps* UMKM

ABSTRACT

Community service is a form of service carried out by UNSERA students in the KKM group to one of the Drangong Village businesses, namely Inara Snack with the main product Cilok Maknyus, various sauces and levels of spiciness. A simple product with fairly good sales, but the lack of promotional developments and an increase in the number of customers remains a problem for Inara Snack. That basis is the student's idea in PkM, through guidance patterns such as training business owners in managing regular social media to become professional, improving transaction management in a modern direction as a reflection of efforts to increase business capacity. The results of the PkM carried out during April - May 2024 have succeeded in making business owners' regular social media more professional, additional customers continue to increase with two promotions, new product logos and owner independence in the simple financial-based business registration process.

Keywords: *MSME Promotion Media, e-Payment, Google Maps MSME*

1. PENDAHULUAN

Dunia usaha di Indonesia khususnya terdapat level bisnis mikro dan kecil (UMKM), dimana level bisnis yang tidak mudah menurun, benyak menyerap tenaga kerja bahkan ada yang tanpa keahlian khusus, berfungsi sebagai proses peningkatan pendapatan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan nasional (Rahman & Kurniawati, 2021). Ciri-ciri UMKM diantaranya modal terbatas, margin keuntungan cenderung rendah, pengalaman manajemen minim, beban operasional skala kecil, pemasaran dan negosiasi dan tentu dengan sistem pembukuan yang sangat sederhana (Rimadias et al., 2024).

Semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi tentunya berdampak pada skala kecil, menengah maupun pedesaan (Syarif et al., 2020). Seperti usaha makanan cilok, penjualan makanan ringan yang terbuat dari tepung kanji ini cukup luas. Pelanggan tetap terdiri dari kalangan siswa sampai ibu-ibu arisan untuk kebutuhan pangan selingan sehari-hari. Namun Inara Snack yang terbilang usaha rumahan, usaha kecil dengan produk yang ditawarkan berupa makanan pendamping (*snack*) tentunya memiliki persaingan yang tinggi. Produk Inara Snack umumnya banyak ditawarkan sehingga pesaing dengan produk yang sama sangat banyak di Desa Drangong, namun tingkat penjualan dan pesanan akan produk berupa cilok tidak pernah surut. Meski media promosi masih sangat sederhana, sehingga pelanggan yang tercatat kurang dari 15 orang. Padahal media promosi saat ini sangat murah dan dapat dilakukan setiap saat layaknya menggunakan media sosial pribadi.

Tren media sosial dalam membantu pelaku usaha untuk mempromosikan produk usahanya secara massif, murah dan memberikan peluang besar (Rauf et al., 2021). Dengan memaksimalkan teknologi tepat guna maka akan meningkatkan penjualan produk (Safitri et al., 2022). Karena dengan menggunakan media sosial untuk memenuhi aktualisasi diri dan juga mengembangkan *personal branding* (Mulitawati & Retnasary, 2020). Sehingga Inara Snack dapat meningkatkan kemampuan berupa peningkatan citra dan ciri khas (branding) melalui penggunaan media sosial secara proporsional, mampu memperkenalkan produk lebih luas sehingga akan membuka peluang peningkatan penjualan (Budiwitjacksono et al., 2022).

Selain itu, pelaku usaha tidak hanya cukup untuk menyelesaikan masalah promosi saja, tapi juga penting untuk melakukan inovasi pembayarasan *modern*. Pembayaran saat ini pada tren non tunai, dimana transaksi non tunai dapat membawa manfaat bagi pengelolaan keuangan. Melalui transaksi non tunai pengelolaan transaksi lebih efisien dan efektif (Rimadias et al., 2024). Salah satu pembayaran transaksi non tunai adalah penggunaan e-*payment* DANA. Pengelolaan keuangan yang baik akan meningkatkan kesejahteraannya, dan membaca keuntungan dengan jelas melalui pembukuan secara benar (Maharani & Hasanah, 2020).

Mahasiswa UNSERA dalam program KKM kelompok 47 beranggotakan Destia Melinda Putri, Rini Fitriyani, Novan Hairul Mutaqin, Lola Novianti, Nailatul Anisa pada bidang UMKM mengemban tugas untuk memberikan pendampingan kepada pelaku usaha atas permasalahan yang dialami. Mahasiswa berinisiatif melakukan upaya peningkatan media promosi cilok agar lebih dikenal warga kota serang maupun sekitarnya.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang dipergunakan oleh mahasiswa KKM UNSERA kelompok 47 adalah dengan metode observasi, metode pengarahan dan metode pendampingan.

a. Metode Oberservasi
   Metode observasi digunakan untuk menghasilkan informasi terkait permasalahan maupun kekurangan daya usaha oleh mitra.
b. Metode Pengarahan

Metode pengarahan yakni dalam bentuk melatih kemampuan pemilik usaha dalam memaksimalkan akun media sosial pribadi menjadi akun promosi, membantu pemilik usaha menyediakan konten promosi berupa flyer dan video proses pengolahan, membuka akun *google maps*, membuka akun *e-payment* dan membantu melatih penyusunan pembukuan secara sederhana.

c. Metode Pendampingan
Metode pendampingan dilakukan oleh mahasiswa sehingga didapati hasil berupa daya pemilik dalam mengimplementasikan pengelolan usaha berupa proses promosi dan pengelolan keuangan dengan baik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan kepada Inara Snack dilakukan dengan tahapan:

a. Membuka akun pribadi Ibu Rohilah pada aplikasi Instagram;
b. Merubah pengaturan profil akun dari pribadi menjadi bisnis publik dengan kategori pengusaha;
c. Mengembangkan fitur konten bermerek dan lainnya pada dashboard professional; dan
d. Mengatur isi konten. Mulai dari foto profil usaha, mengisi konten foto-foto produk dan memberikan saran bentuk kolase foto yang menarik.



Gambar 1. Proses Pengarahan Media Sosial Instagram Pribadi menjadi Profesional



Gambar 2. Foto Bersama Ibu Rohilah Pemilik Inara Snack usai Pengarahan Media Sosial.

Pengarahan pemenuhan konten Instagram Inara Snack dengan tahapan:

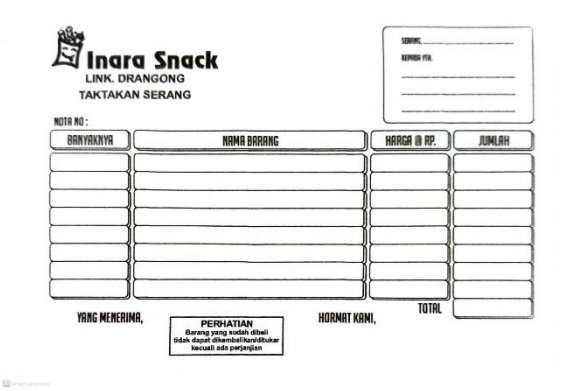
a. Melakukan perbandingan flyer milik Inara Snack dengan flyer yang baru dengan konseptual warna, ikon dan juga keterangan produk yang jelas; dan
b. Melakukan shooting video proses pembuatan produk cilok.



Gambar 3. Contoh Flyer Promosi

Pengarahan pemenuhan *google maps* dan membuka akun *e-payment* DANA atas lokasi produksi dengan link sebagai berikut:
https://maps.app.goo.gl/MMHFYd9KEaR1DEos7?g_st=iw

Pengarahan pembukuan sederhana dengan melengkapi transaksi dengan bukti penjualan. Nota penjualan sebagai berikut:



Gambar 4. Bukti Transaksi Penjualan berupa Nota Inara Snack

Bentuk pembukuan diarahkan dengan membentuk catatan *single entry*. Dimana isian sebagai berikut:

Tabel 1. Bentuk Pembukuan Sederhana

Tgl	Keterangan	Keluaran	Masukan
		Rp	Rp
Saldo halaman 1 (dst)			Rp

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan PkM melalui pendampingan mahasiswa KKM UNSERA kelompok 47 telah menghasilkan beberapa keperluan pelaku usaha dalam meningkatkan daya usahanya lebih kekinian dan mengikuti *tren*.

Timbal balik dari pelaku usaha berupa kepuasan pelatihan dan pengarahan dari tim sangat memuaskan. Diharapkan pada pendampingan berikutnya adalah mendapatkan logo halal pada produk cilok maknyus, karena program halal gratis sedang ditangguhkan sampai dengan bulan Juli 2024 dimana masa KKM UNSERA usai pada Juni 2024 maka tidak cukup waktu untuk melaksanakan tugas tersebut.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kami kepada pelaku usaha selaku pemilik Inara Snack yang telah dengan senang hati menerima pelatih dan pendampingan selama 2 bulan.

Terima kasih pula kepada para pelanggan baru Inara Snack yang telah sabar menunggu pesanan dan proses pengiriman.

DAFTAR PUSTAKA

Budiwitjacksono, G. S., Rachmawan, A. S., & … (2022). Pengembangan Pemasaran Online Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kewirausahaan Umkm Di Kelurahan Bongkaran. *PATIKALA: Jurnal …*, *1*(4), 332–341. https://etdci.org/journal/patikala/article/view/463

Maharani, D., & Hasanah, I. (2020). Pelatihan Pembukuan Sederhana Bagi Usaha Kecil Untuk Meningkatkan Pemahaman Pencatatan Keuangan Di Desa Puntik Tengah Kecamatan Mandastana Kabupaten Barito Kuala. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *2*(1), 1–6. https://doi.org/10.30596/ihsan.v2i1.5144

Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, *4*(1), 23. https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616

Rahman, D., & Kurniawati, D. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran Umkm (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distro Di Kabupaten Sumenep). *Wacana Equiliberium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, *9*(02), 112–122. https://doi.org/10.31102/equilibrium.9.02.112-122

Rauf, D. I., Winarno, A., & Hermawan, A.

(2021). *Empowerment of FADs Rope Business through Instagram as Social Media*. *1*(8), 482–487.

Rimadias, S., Panjaitan, A., Elnick, S., & Muhammad Emil. (2024). Pendampingan Pembuatan Media Promosi dan QRIS Pada UMKM Warung Sembako Pak Fery. *Joong-Ki : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *3*(2), 254–259. https://doi.org/10.56799/joongki.v3i2.2698

Safitri, D., Azhar, H., Saragih, L., Parinduri, T., & Sinaga, M. H. (2022). Pendampingan Pembuatan Instagram Dalam Pemasaran Produk Lokal Desa Bahal Gajah, Kab. Simalungun. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, *6*(2), 614. https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i2.8221

Syarif, A., Heningtyas, Y., Aristoteles, A., & Shofiana, D. A. (2020). Pelatihan Pembuatan Video Profil Usaha Kecil Menengah di Pekon Wonodadi Induk, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) TABIKPUN*, *1*(1), 1–10. https://doi.org/10.23960/jpkmt.v1i1.8