



Pemberdayaan Masyarakat Pada Kelompok Usaha Loloh Cemcem

I Gst. B Ngr. P. Putra^{1*}, Gde Deny Larasdiputra², I Gede Surya Pratama³, Adi Pratama Putra⁴ 

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

⁴ Fakultas Kedokteran dan Ilmu-ilmu Kesehatan Universitas Warmadewa

*Corresponding author: putra56@gmail.com

Abstract

Loloh Cemcem merupakan minuman tradisional khas Desa Penglipuran dan merupakan produk unggulan desa tersebut. Oleh karena itu, keberlangsungan usaha loloh cemcem penting untuk diperhatikan. Permasalahan yang dialami antara lain keterbatasan pengetahuan dalam pencatatan transaksi keuangan, keterbatasan dalam pemasaran, serta permasalahan yang berkaitan dengan kebersihan dalam proses produksi. Tujuannya adalah untuk pemberdayaan masyarakat pada kelompok usaha loloh cemcem. Kelompok Usaha Cemcem Loloh di Desa Penglipuran yang diketuai oleh Bapak I Wayan Sandya menjadi partner dalam program pemberdayaan masyarakat ini. Solusi yang diberikan antara lain sosialisasi terkait pencatatan keuangan, sosialisasi strategi bauran pemasaran, serta penyuluhan kebersihan dan kebersihan produksi loloh cemcem. Hasil yang didapat adalah aplikasi Buku Kas yang ditawarkan sangat bermanfaat bagi mitra. Mitra juga lebih mementingkan tingkat higienitas dan sanitasi dalam proses produksi, dan mitra mampu menghasilkan produk dengan varian ukuran baru dan pangsa pasar yang lebih luas.

Keywords: Kelompok Usaha Loloh Cemcem, Sosialisasi Pencatatan Keuangan

Abstract

Loloh Cemcem is a traditional drink typical of Penglipuran Village and is the superior product of the village. Therefore, the sustainability of loloh cemcem business is important to note. The Loloh Cemcem Business Group in Penglipuran Village, chaired by Mr. I Wayan Sandya, is a partner in this community empowerment program. The problems experienced include limited knowledge in recording financial transactions, limitations in marketing, as well as problems related to hygiene in the production process. The solutions provided included socialization related to financial records, socialization of marketing mix strategies, as well as counseling on cleanliness and hygiene of loloh cemcem production. The results obtained were the Buku Kas application that was offered to be very useful for partners. Partners are also more concerned with the level of hygiene and sanitation in the production process, and partners are able to produce products with new size variants and a wider market share.

Keywords: *Loloh Cemcem Business Group, Socialization of Financial Records*

Introduction

Sebagai negara agraris, hingga saat ini mayoritas masyarakat Indonesia telah memanfaatkan sumber daya alam untuk menunjang kebutuhan hidupnya. Kondisi ini dapat dikatakan bersinergi dengan pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*). Pembangunan berkelanjutan dapat dijabarkan sebagai perbaikan kualitas hidup dan

History:

Received : 02 August 2020

Revised : 09 September 2020

Accepted : 06 October 2020

Published : 30 November 2020

Publisher: Undiksha Press

Licensed: This work is licensed under

a Creative Commons Attribution 3.0 License



pertumbuhan ekonomi yang disesuaikan dengan daya dukung lingkungan serta potensi alam yang dimiliki (Wahyudin, 2016). Desa Penglipuran terletak di Kabupaten Bangli terkenal dengan kearifan lokal (*local wisdom*) berupa kekayaan alamnya salah satunya adalah tanaman kecemcem. Salah satu bentuk dukungan terhadap pembangunan berkelanjutan serta sebagai bentuk pelestarian terhadap potensi kekayaan alam setempat (*local wisdom*) yakni dengan meningkatkan pemahaman dan implementasi terkait pemanfaatan kekayaan alam setempat demi perbaikan kualitas hidup masyarakat. Melalui upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan atensi dan dukungan terhadap dunia pertanian yang berkelanjutan, sehingga petani tidak lagi identik dengan kemiskinan.

Bali sebagai salah satu destinasi wisata tentunya juga memiliki kuliner yang khas. Salah satunya adalah minuman jamu atau loloh yang memiliki khasiat yang tinggi untuk menjaga kesehatan (Putra & Hanindharputri, 2020). Kondisi alam yang beriklim sejuk menjadi salah satu faktor pendukung tanaman daun kecemcem dengan sangat mudah tumbuh di Desa Penglipuran. Pada umumnya tanaman kecemcem banyak dimanfaatkan sebagai pagar oleh masyarakat. Selain itu, masyarakat Desa Penglipuran saat ini banyak memanfaatkan tanaman daun kecemcem sebagai olahan minuman bernilai ekonomis yang dikenal dengan nama “Loloh Cemcem”. Masyarakat Bali meyakini khasiat loloh secara turun-temurun, dan menggunakan tanaman sebagai alternatif pengobatan alami (Mahanandha et al., 2020). Secara empiris minuman tradisional dapat mengobati berbagai macam penyakit. Loloh cemcem sendiri berkhasiat melancarkan pencernaan, meredakan panas dalam, meningkatkan nafsu makan, mengatasi sembelit, dan masih banyak khasiat lainnya (Tasia & Widyaningsih, 2014). Masyarakat meyakini bahwa loloh cemcem merupakan minuman yang sangat baik untuk dikonsumsi karena mampu menyembuhkan penyakit dalam seperti panas dalam (nyebae), bibir pecah-pecah (jampi) serta melancarkan buang air besar (BAB), yang menggunakan bahan-bahan alami yang didapat dari alam loloh cemcem tidak berbahaya untuk dikonsumsi (Zellini et al., 2017).

Loloh Cemcem yang diolah secara tradisional merupakan campuran dari daun cemcem, kelapa muda, gula aren, garam dapur, asam dan cabai. Bahan tersebut kemudian dihaluskan kemudian disaring, ditambahkan gula dan serutan kelapa muda sebagai bahan pengisi, selanjutnya siap untuk dikemas dalam botol plastic (Pramana et al., 2016). Daun cemcem atau sering disebut masyarakat Bali sebagai daun dabdab merupakan daun yang tumbuh di sekitar lahan masyarakat desa Penglipuran dan diolah secara sedemikian rupa oleh produsen di Banjar Adat Penglipuran mempunyai ciri khas tersendiri (Satria et al., 2020). Banyak wisatawan yang berkunjung ke Desa Penglipuran tertarik untuk mencicipi rasa dari minuman tradisional Loloh Cemcem dan tidak jarang juga yang menjadikannya sebagai buah tangan. Loloh Cemcem merupakan minuman tradisional khas Desa Penglipuran dan menjadi produk unggulan dari desa tersebut. Loloh Cemcem yang notabene merupakan jenis jamu, tergolong sebagai warisan budaya lokal khususnya dalam bidang kuliner yang diwariskan secara turun temurun. Lebih lanjut (Purwaning Tyas, 2017) menyatakan bahwa kuliner khas jamu merupakan aset nasional dan memiliki potensi untuk diwariskan kepada anak cucu. (Wijaya & Oktarina, 2014; Zellini et al., 2017) menyatakan bahwa kebudayaan lokal adalah potensi sosial yang memiliki andil dalam pembentukan karakter serta citra khas dari masing-masing daerah. Oleh karena itu keberlanjutan dan eksistensi dari usaha loloh cemcem sangat penting untuk diperhatikan. Ketika pengusaha loloh cemcem ini mampu diberdayakan, maka akan mampu membangkitkan perekonomian lokal. Ini sejalan dengan Visi dan Misi dari Kabupaten Bangli. Hal tersebut yang menjadi latar belakang dilakukannya program Pengabdian Kepada Masyarakat ini.

Kelompok Usaha Loloh Cemcem Desa Penglipuran menjadi mitra yang disasar dalam program pemberdayaan masyarakat ini. Adapun jumlah anggota dari Kelompok Usaha Loloh Cemcem Desa Penglipuran ini yakni dua puluh (20) usaha. Bapak I Wayan Sandya

merupakan ketua dari kelompok usaha ini. Selain sebagai ketua Kelompok Usaha Loloh Cemcem Desa Penglipuran, Bapak Sandya juga merupakan pemilik resmi dari Usaha Loloh Cemcem Ibu Kunil. Beliau lahir pada tanggal 20 Juni 1972 di Desa Penglipuran, Kecamatan Kubu, Kabupaten Bangli. Beliau merupakan keturunan dari Ibu Kunil dan sebagai penerus usaha ibunya. Meskipun hanya tamatan sekolah dasar (SD), namun semangat beliau untuk membangun usaha Loloh Cemcem sangat tinggi. Berkat kegigihannya, beliau telah memperoleh banyak penghargaan dikarenakan keluarga beliau berhasil menciptakan minuman khas yang sampai saat ini sudah menjadi maskot Desa Penglipuran.

Urgensi dilakukannya program Pengabdian Kepada Masyarakat ini diantaranya disebabkan karena beberapa produsen loloh cemcem di Desa Penglipuran termasuk Bapak Sandya belum memiliki kemampuan terkait proses pencatatan transaksi keuangan yang baik. Ini berakibat pada keterbatasan kemampuan dalam menentukan jumlah pendapatan dan biaya yang telah terjadi selama satu periode. Melalui pemberian pengetahuan terkait pencatatan keuangan sederhana, diharapkan dapat membantu mitra untuk mengetahui aliran keluar dan masuk dana yang terjadi. Selain di bidang pencatatan transaksi keuangan, mitra juga mengalami kendala pada sektor pemasaran, dimana pemasaran yang dilakukan hanyalah di sekitar Desa Penglipuran dengan sistem promosi dari mulut ke mulut. Para produsen loloh cemcem tidak memiliki strategi pemasaran khusus dalam memasarkan hasil produksi mereka. Ini mengakibatkan pangsa pasar loloh cemcem hanya berkisar di sekitar daerah Bangli saja. Sementara apabila ditinjau dari bidang kesehatan, tingkat kebersihan dan higienitas peralatan serta bahan yang digunakan dalam proses produksi loloh cemcem menjadi salah satu hal yang kami perhatikan dalam program pemberdayaan masyarakat ini. Pencemaran bahan makanan dan minuman oleh mikroba dapat terjadi karena rendahnya praktek-praktek sanitasi dan higienis dari produk pangan (P et al., 2009; Wipradnyadewi & Yusasrini, 2017). Hal yang perlu diperhatikan selain pengetahuan penjual adalah tingkat higienitas seperti pemeliharaan tangan, kuku, serta kebiasaan mencuci tangan. Adapun tujuan dan fokus akhir dari pengabdian ini adalah mengatasi permasalahan diatas, dimana pada akhirnya akan bermuara pada sustainabilitas dari usaha loloh cemcem di Desa Penglipuran. Adapun alat dan bahan Loloh Cemcem, Proses Produksi, dan hasil akhir produksi Loloh Cemcem yang disajikan pada gambar 1, 2 dan 3.



Gambar 1. Alat dan Bahan Loloh Cemcem



Gambar 2. Proses Produksi



Gambar 3. Hasil Akhir Produksi Loloh Cemcem

Permasalahan yang diungkapkan oleh mitra adalah sebagai berikut: 1) Mitra mengalami permasalahan dalam proses pencatatan transaksi keuangan. Hal tersebut didasarkan pada kurangnya pengetahuan dan pemahaman terkait proses pencatatan keuangan sederhana. Dampaknya, mitra belum mampu melakukan perincian penerimaan serta penggunaan dana yang telah terjadi, sehingga kesulitan dalam mengelola keuangannya dengan baik. 2) Mitra belum memiliki strategi pemasaran yang mumpuni sehingga mengakibatkan luas cakupan pangsa pasar produk masih sangat minim. 3) Proses produksi yang masih tradisional serta manual mengakibatkan besar kemungkinan tercemar mikroba patogen (Pamungkas et al., 2019). Permasalahan higienitas menjadi aspek yang patut untuk diperhatikan oleh usaha makanan dan minuman yang proses produksinya masih dilakukan secara konvensional.

Adapun program kerja yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan tersebut antara lain: Sosialisasi Proses Pencatatan Keuangan Sederhana. Laporan keuangan merupakan media bagi pengusaha untuk mengetahui pendapatan serta beban yang terjadi selama proses operasional dalam satu periode. Disamping itu, melalui laporan keuangan dapat diketahui kondisi keuangan usaha. Kami berencana melakukan sosialisasi pelatihan terkait proses pencatatan transaksi keuangan sederhana. Melalui kegiatan ini, diharapkan mitra memperoleh kemampuan untuk menyusun laporan keuangan sederhana berupa laporan kas harian. Laporan yang dihasilkan mengandung informasi terkait aliran dana masuk dan keluar dalam aktivitas operasionalnya (Margunani et al., 2020; Noor & Lestari2, 2018).

Kedua, Sosialisasi Strategi Pemasaran. Strategi pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan sebuah usaha. Penerapan strategi pemasaran yang tepat akan mempengaruhi *sustainability* usaha. Proses observasi menemukan bahwa mitra belum memiliki pengetahuan yang memadai terkait strategi pemasaran yang harus diterapkan. Melalui penyuluhan strategi pemasaran dapat membantu mitra untuk menentukan faktor-faktor yang harus diperhatikan untuk meningkatkan luas cakupan pangsa pasar serta

penjualan produk. Strategi pemasaran yang akan ditawarkan dalam proses sosialisasi ini adalah melalui strategi *marketing mix*. Strategi *marketing mix* sering diartikan sebagai beberapa paduan dari faktor-faktor penting yang ada di dalam pemasaran. Strategi *marketing mix* memiliki faktor atau elemen yang biasa dikenal dengan unsur 7P. Unsur 7P itu sendiri berguna untuk mengembangkan bisnis dan juga memenangkan persaingan pasar. Unsur 7P terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *partisipant* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti atau fasilitas fisik). **Ketiga**, Program Higienitas Sanitasi Makanan/Minuman. Bagi usaha khususnya yang bergerak pada jenis makanan dan minuman tentu faktor higienitas menjadi salah satu hal yang penting untuk diperhatikan. Apalagi terkait produksi yang prosesnya masih dilaksanakan secara manual dan tradisional. Kami akan memberikan informasi serta pemahaman kepada mitra tentang pentingnya memperhatikan higienitas sanitasi makanan atau minuman. Higienitas makanan atau minuman adalah suatu upaya untuk menjaga atau mengendalikan faktor makanan/minuman, orang, tempat dan perlengkapannya yang dapat atau mungkin dapat menimbulkan penyakit atau gangguan kesehatan.

Materials and Methods

Pada Sosialisasi Proses Pencatatan Keuangan Sederhana

Pada proses sosialisasi pencatatan keuangan sederhana, pengusul akan memberikan materi proses pencatatan transaksi keuangan sederhana. Materi ini akan dijelaskan oleh ketua dengan dibantu oleh anggota I dan anggota II. Materi yang akan diberikan pada sosialisasi ini terkait dengan pemahaman komponen laporan keuangan dan proses penyusunan laporan keuangan sederhana. Adapun laporan keuangan yang akan dipaparkan yaitu catatan kas harian. Sosialisasi terkait penyusunan catatan kas harian dilakukan dengan media *Microsoft Excel*. Mitra akan diajarkan bagaimana metode penyusunan laporan kas harian bukan lagi secara konvensional, melainkan dengan memanfaatkan teknologi informasi. Namun, apabila ternyata mitra mengalami kesulitan dalam pemahaman teknologi, maka kami juga dapat menyediakan buku kas harian yang nantinya akan diserahkan kepada mitra. Melalui laporan kas harian, mitra dapat mengetahui jumlah saldo awal, transaksi pemasukan dan pengeluaran dana, serta saldo kas akhir setiap harinya. Mitra dapat melakukan kontrol terkait dana riil yang dimiliki. Saldo akhir yang tertera pada laporan catatan kas harian kemudian dicocokkan dengan saldo kas di tangan yang dimiliki. Jumlah saldo pada laporan harus sama dan seimbang dengan saldo kas di tangan (Sabrina Shahnaz, 2014).

Sosialisasi Strategi Pemasaran

Sosialisasi strategi pemasaran akan dilakukan oleh anggota II dibantu oleh ketua dan anggota I. Adapun materi yang akan disampaikan yakni terkait pentingnya proses pemasaran dan strategi promosi. **Awalnya**, mitra akan diberikan pemahaman terkait tujuan dan manfaat dari strategi pemasaran dalam peningkatan omset penjualan. Mitra akan diberikan pemahaman terkait penentuan posisi pasar. Hal ini erat kaitannya dengan membangun citra mitra di mata konsumen, serta menumbuhkan kepercayaan konsumen terkait kualitas produk yang dihasilkan. Pada tahapan ini, aktifitas utamanya adalah mendesain citra dan memposisikan diri di benak konsumen (Wibowo et al., 2015). Materi berikutnya adalah strategi promosi melalui metode *marketing mix*. (Diniaty & Agusri, 2014) menyatakan bahwa bauran pemasaran merupakan variabel-variabel terkendali yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diharapkan dari pasar sasaran. Terdapat 7 unsur *marketing mix* (*Marketing Mix 7P*) yaitu: *Product*, *Price*, *Promotion*, *Place*, *Partisipant*, *Proses*, dan *Physical Evidence*. Melalui pemberian materi ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman produsen bahwa seluruh elemen dari strategi *marketing mix 7P* merupakan

komponen yang saling melengkapi. Maka dari itu, untuk mencapai hasil penjualan yang optimal, serta keberlangsungan usaha yang maksimal, penting bagi produsen untuk mengimplementasikan keseluruhan komponen dari strategi *marketing mix* 7P.

1) Program Higienitas Sanitasi Makanan/Minuman

Program sosialisasi higienitas sanitasi makanan/minuman akan dilakukan oleh anggota III, dibantu oleh ketua, anggota I dan anggota II. Pada program ini akan diberikan pemahaman kepada mitra terkait pentingnya menjaga keamanan pangan. Produsen harus mampu memastikan bahwa masyarakat mengkonsumsi makanan atau minuman yang aman dan bermutu. Hal ini tentu akan sangat mempengaruhi tingkat penjualan dari usaha tersebut. Konsumen akan lebih merasa aman untuk berbelanja pada usaha yang telah terjamin mutu dan keamanan produknya. Apabila konsumen merasa puas akan mutu dan keamanan produk, maka secara otomatis mereka akan mempromosikan produk terkait kepada rekan-rekan sekitarnya, begitu pula sebaliknya. Hal ini juga dikenal dengan strategi *marketing word of mouth*. Rekomendasi dari mulut ke mulut merupakan salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap keputusan seseorang dalam membeli suatu produk (Widyaswati, 2010).

Kami juga akan menyarankan agar produsen berkenan untuk mendaftarkan produknya di BPOM. Teraftarnya produk usaha di BPOM maka telah dijamin bahwa produk yang dihasilkan benar-benar layak konsumsi, ditinjau dari aspek keamanan, mutu, dan gizi. Penilaian BPOM ini secara garis besar meliputi kesesuaian produk dengan klaim yang dijanjikan produsen pada label dan pemenuhan terhadap standard dan persyaratan yang berlaku, misalnya terkait ambang batas penggunaan bahan pengawet, dan sejenisnya. Produk yang tidak memenuhi kualifikasi tidak akan mendapatkan surat persetujuan pendaftaran produk dari BPOM atau izin edar.

Results and Discussion

Sebagai tahap awal bentuk realisasi pengabdian kepada masyarakat ini, kami berangkat dari perencanaan yang telah disusun sebelumnya. Pertama, dilakukan persiapan terkait materi yang akan disampaikan dan diberikan kepada mitra pengabdian. Ketua dan anggota I mempersiapkan materi tentang penyusunan laporan keuangan sederhana dan catatan kas harian. Anggota II mempersiapkan materi terkait pemasaran menggunakan metode *Marketing Mix*. Sementara anggota III mempersiapkan materi terkait sosialisasi higienitas dan sanitasi makanan/minuman. Selanjutnya, kami mulai melaksanakan pengabdian ke lokasi mitra berpedoman pada jadwal pelaksanaan kegiatan yang telah disusun sebelumnya, tentunya dengan telah melakukan kesepakatan waktu pelaksanaan dengan mitra. Tak lupa kami mempersiapkan segala sarana pendukung dilaksanakannya pengabdian ini seperti laptop, alat tulis, kamera serta buku peraga terkait materi yang akan disampaikan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan melakukan pertemuan dengan mitra pada tanggal 24 Juli 2020 terkait sosialisasi yang akan diberikan. Adapun kegiatan yang dilakukan pada saat itu antara lain : **Pertama**, Ketua dibantu oleh Anggota I menyampaikan materi tentang penyusunan laporan keuangan sederhana dan catatan kas harian. Media pertama yang kami gunakan adalah laptop via aplikasi *microsoft excel* dan materi yang dipaparkan terkait saldo awal usaha, aliran kas masuk, aliran kas keluar, saldo akhir dan penyocokkan saldo akhir dengan saldo kas di tangan. Pada kunjungan sesi pertama ini, mitra nampak kurang paham terkait materi yang diberikan meskipun telah didukung dengan buku peraga catatan kas harian. Selain itu, penggunaan laptop dirasa kurang *mobile* bagi mitra. Berdasarkan hal tersebut, kami memutuskan untuk mempersiapkan buku peraga alternatif serta media aplikasi yang lebih mudah dipahami dan diakses. Pemaparan terkait materi laporan keuangan sederhana dan catatan kas kas harian kami akan lanjutkan pada sesi kunjungan kedua. **Kedua**, melihat situasi mitra yang nampak kesulitan pada sesi pemaparan sebelumnya, maka materi yang kami sampaikan berikutnya adalah materi yang

bobotnya lebih mudah untuk dipahami. Tim pengabdian dibantu oleh anggota III menyampaikan materi terkait higienitas dan sanitasi makanan/minuman. Berbekal buku peraga yang dilengkapi dengan informasi terkait penyimpanan bahan segar, kebersihan alat dan bahan, kebersihan pembuat dan proses pembuatan jamu, serta kebersihan wadah dan tempat penyimpanan jamu, nampak bahwa mitra lebih mudah menyerap informasi yang diberikan. Antusias dari mitra khususnya pada pemaparan materi higienitas dan sanitasi makanan/minuman sangat nampak terlihat mengingat relevansinya dengan kondisi saat ini yaitu pandemi Covid-19. Sehubungan dengan itu, sangat penting untuk menjaga kebersihan dan higienitas dari produk loloh cemcem yang diperjual belikan.

Kunjungan kedua dilakukan tanggal 10 Agustus 2020. Pada kunjungan ini, kami telah menyiapkan media dan aplikasi yang lebih mudah diakses serta dipahami oleh mitra terkait materi penyusunan laporan keuangan sederhana dan catatan kas harian. Adapun kegiatan yang dilakukan pada saat itu antara lain : **Pertama**, Ketua dibantu oleh Anggota I memperkenalkan aplikasi pihak ketiga yang bernama “Buku Kas”. Aplikasi ini dapat diunduh secara gratis di *playstore* dan diakses *via smartphone android*. Kami juga telah menyiapkan buku peraga yang mengandung informasi tata cara pengoperasian aplikasi Buku Kas (*manual book*). Sehingga apabila dalam perjalanan penggunaan aplikasi ini terjadi kendala, maka mitra dapat langsung melihat panduannya pada buku peraga yang telah kami berikan. Pada aplikasi Buku Kas telah tersedia secara lengkap menu yang berkaitan dengan pencatatan keuangan usaha. Kami memperkenalkan dan mengajarkan mitra mulai dari input transaksi penjualan, harga pokok penjualan, input pengeluaran, pencatatan *supplier* ataupun pelanggan. Mitra juga dapat melakukan pencatatan terkait hutang dan piutang, serta mengatur pengingat tanggal jatuh temponya. Sistem pada aplikasi akan memberikan informasi pengingat bagi mitra terkait nama pelanggan ataupun *supplier* beserta nominal utang ataupun piutangnya. Aplikasi juga menyediakan menu terkait pembayaran hutang dan pelunasan piutang. Hal yang tak kalah pentingnya adalah mitra dapat mengunduh laporan hutang ataupun piutang serta laporan keuangan sederhana sesuai dengan jangka waktu yang diinginkan. Dengan segala kemudahan yang diberikan oleh aplikasi Buku Kas, sangat terlihat perbedaan antusiasme mitra dalam memperhatikan dan mempraktekkan aplikasi ini dibandingkan dengan pemaparan menggunakan media *Microsoft excel* pada kunjungan sebelumnya. *Output* laporan yang dihasilkan mampu menjadi alat kontrol untuk menyesuaikan saldo kas pada laporan dan saldo kas di tangan.

Kedua, selanjutnya pemaparan materi terkait metode pemasaran berbasis *marketing mix* dilakukan oleh Anggota II. Metode *marketing mix* adalah metode pemasaran dengan memperhatikan tujuh komponen (7P) yang terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *partisipant* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti atau fasilitas fisik). Untuk aspek produk, kami menekankan kepada pengusaha Loloh Cemcem Ibu Kunil agar tetap memperhatikan higienitas proses produksi sehingga manfaat kesehatan dari produk loloh cemcem dapat dirasakan optimal oleh konsumen. Kemudian untuk aspek *price*, kami menyarankan agar dibuatkan metode promo agar produk Loloh Cemcem Ibu Kunil dapat bersaing dengan *competitor*, misalkan dengan metode promosi membeli 5 gratis 1 buah loloh cemcem. Untuk aspek *promotion*, kami menyiapkan *tagline* menarik untuk usaha loloh cemcem ini, yang berbunyi “Obat Terbaik di Dunia Kedokteran Adalah Pencegahan, Cegah Penyakit dengan Mengonsumsi Loloh Cemcem Ibu Kunil”. Selain itu kami juga telah mempersiapkan brosur yang berisi informasi terkait berbagai manfaat loloh cemcem. Brosur tersebut dapat dicetak dalam berbagai macam ukuran termasuk dicetak dalam ukuran besar (spanduk) dan di pasang pada setiap kios dari Loloh Cemcem Ibu Kunil. Mitra juga diajarkan metode promosi secara *online* disesuaikan dengan kemajuan zaman. Selanjutnya untuk aspek *place*, kami menyarankan agar mitra

mendaftarkan produknya ke BPOM sehingga produk loloh cemcem akan lebih mudah dipasarkan di minimarket ataupun supermarket. Untuk aspek *participant*, mitra pengabdian telah mampu melibatkan masyarakat sekitar terkait produksi ataupun pemasaran serta mampu menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Penglipuran. Ditinjau dari aspek *process*, kami sampaikan agar dalam proses produksinya dapat meminimalisir residu, misalnya dengan memanfaatkan sisa daun kecemcem sebagai pupuk bagi tanaman. Dan yang terakhir yakni aspek *physical evidence*, mitra menginginkan untuk memproduksi loloh cemcem dengan varian ukuran yang lebih kecil khususnya disediakan pada resepsi pernikahan dan semacamnya. Oleh karena itu, kami memberikan bantuan berupa peralatan *cup* air mineral ukuran 220 ml serta *cup sealer* untuk membantu merealisasikan rencana usaha mitra.

Pemberian buku peraga kepada mitra terkait program yang kami tawarkan, yakni buku peraga untuk penyusunan laporan keuangan sederhana dan catatan kas harian, buku peraga untuk aplikasi “Buku Kas”, buku peraga terkait program *marketing mix*, dan buku peraga terkait higienitas dan sanitasi makanan/minuman. Diberikan penyerahan bantuan berupa *cup* dan *cup sealer* kepada mitra sebagai bentuk dukungan terhadap program kerja yakni *physical evidence*. Adapun pelaksanaan sosialisasi yang disajikan pada gambar 4 berikut.



Gambar 4. Pelaksanaan Sosialisasi

Sosialisasi terkait penyusunan catatan kas harian dilakukan dengan media *Microsoft Excel*. Mitra akan diajarkan bagaimana metode penyusunan laporan kas harian bukan lagi secara konvensional, melainkan dengan memanfaatkan teknologi informasi. Namun, apabila ternyata mitra mengalami kesulitan dalam pemahaman teknologi, maka kami juga dapat menyediakan buku kas harian yang nantinya akan diserahkan kepada mitra. Melalui laporan kas harian, mitra dapat mengetahui jumlah saldo awal, transaksi pemasukan dan pengeluaran dana, serta saldo kas akhir setiap harinya. Mitra dapat melakukan kontrol terkait dana riil yang dimiliki. Saldo akhir yang tertera pada laporan catatan kas harian kemudian dicocokkan dengan saldo kas di tangan yang dimiliki. Jumlah saldo pada laporan harus sama dan seimbang dengan saldo kas di tangan (Sabrina Shahnaz, 2014)

Sosialisasi strategi pemasaran bermanfaat terhadap peningkatan pemahaman terkait tujuan dan manfaat dari strategi pemasaran dalam peningkatan omset penjualan. Mitra akan diberikan pemahaman terkait penentuan posisi pasar. Hal ini erat kaitannya dengan membangun citra mitra di mata konsumen, serta menumbuhkan kepercayaan konsumen terkait kualitas produk yang dihasilkan. Pada tahapan ini, aktifitas utamanya adalah mendesain citra dan memosisikan diri di benak konsumen (Wibowo et al., 2015). Materi berikutnya adalah strategi promosi melalui metode *marketing mix*. (Diniaty & Agusri, 2014; Sandria et al., 2019) menyatakan bahwa bauran pemasaran merupakan variabel-variabel terkendali yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diharapkan dari

pasar sasaran. Terdapat 7 unsur *marketing mix* (*Marketing Mix 7P*) yaitu: *Product, Price, Promotion, Place, Partisipant, Proses, dan Physical Evidence*. Melalui pemberian materi ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman produsen bahwa seluruh elemen dari strategi *marketing mix 7P* merupakan komponen yang saling melengkapi. Maka dari itu, untuk mencapai hasil penjualan yang optimal, serta keberlangsungan usaha yang maksimal, penting bagi produsen untuk mengimplementasikan keseluruhan komponen dari strategi *marketing mix 7P*.

Conclusion

Hasil dari kegiatan ini yakni terjadi peningkatan pemahaman, efisiensi serta efektivitas proses pencatatan transaksi keuangan pada usaha loloh cemcem. Hasil lainnya yaitu peningkatan kesadaran mitra terkait higienitas dan sanitasi proses produksi serta produk loloh cemcem. Hasil yang ketiga yakni penambahan varian produk baru serta perluasan pangsa pasar.

References

- Diniaty, D., & Agusrianal. (2014). Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan. *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, Vol. 11, N(2), 2. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/sitekin/article/view/745>
- Mahanandha, I. G. Y., Dhyana Putri, I. G. A. S., & Suyasa, I. B. O. (2020). *gambaran angka lempeng total pada loloh cemcem yang disimpan pada suhu ruangan dan pendinginan dengan perbedaan waktu penyimpanan yang diproduksi di desa panglipuran*. Diploma Thesis.
- Margunani, Melati, I. S., & Sehabuddin, A. (2020). *Pelatihan Pencatatan Keuangan Sederhana UMKM Intip di Desa Nyatnyono Ungaran Semarang Simple Financial Records Training in Intip UMKM Nyatnyono Village Ungaran Semarang*. 4(3), 305–313. <https://doi.org/https://doi.org/10.20956/pa.v4i3.7762>
- Noor, A. S., & Lestari², B. (2018). Penyuluhan Pelatihan Akuntans Pencatatan Keuangan di Kecamatan Mandastana Kabupaten Barito Kuala Kalimantan Selatan. *Pegabdi Siliwangi*, 4(1), 76–79. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jps/article/download/421/424>
- P, I. K., Suter, I. K., W, P. A., & AAI Sri Wiadnyani. (2009). *Prevalensi Cemaran Mikrobiologis Dan Logam Berat (Pb, Cd) Pada Minuman Tradisional (Loloh) Di Daerah Denpasar Dan Badung*. 978–979.
- Pamungkas, I., Irawan, H. T., Arkanullah, L., Dirhamsyah, M., & Iqbal, M. (2019). Penentuan Tingkat Risiko Pada Proses Produksi Garam Tradisional di Desa Ie Leubeu Kabupaten Pidie. *Jurnal Optimalisasi*, 5(2), 107–120.
- Pramana, D., Yuniastari, N. L. A. K., & Wiyati, R. K. (2016). *Ibm Loloh Daun Cemcem. Stimik Stikom Bali*, 7(86).
- Purwaning Tyas, A. S. (2017). Identifikasi Kuliner Lokal Indonesia dalam Pembelajaran Bahasa Inggris. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 1(2), 38. <https://doi.org/10.22146/jpt.24970>
- Putra, I. K. A. M., & Hanindharputri, M. A. (2020). Analisis Desain Kemasan Loloh Cemcem Dalam Peningkatan Nilai Produk Melalui Pendekatan Estetika Komunikasi Visual. *Jurnal Nawala Visual*, 2(2), 61–69. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v2i2.129>

- Sabrina Shahnaz. (2014). Application of Accounting Zakat, Infaq/Sedekah Based on Psak 109 At Badan Amil Zakat the Province North Sulawesi. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 3(4), 315–324.
- Sandria, W., Rahmi, S., & Susanti, E. (2019). Strategi Pemasaran Kain Kiloan Studi Kasus Toko Jambi Central Kota Jambi. *Strategi Pemasaran Kain Kiloan Studi Kasus Toko Jambi Central Kota Jambi*, 30(2), 68–76. [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/kiat.2019.vol30\(2\).5194](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/kiat.2019.vol30(2).5194)
- Satria, K. J. A., Sudiatmaka, I. K., & Mangku, D. G. S. (2020). *Potensi Geografis Dan Mekanisme Pendaftaran Produk Loloh Cemcem*. 3(1), 1–12.
- Tasia, W. R. N., & Widyaningsih, T. D. (2014). *Potensi Cincau Hitam Sebagai Minuman Herbal Fungsional*. 2(4), 128–136.
- Wahyudin, D. (2016). Strategi Konsep Ekonomi Hijau Sebagai Sustainable Development Goals di Indonesia. *Prosiding Seminar STIAMI*, 03.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59–66.
- Widyaswati, R. (2010). *Word Of Mouth Yang Positif Pada Pelanggan Speedy Di Semarang Tesis*.
- Wijaya, I., & Oktarina, O. (2014). Sumbangan Ilmu Etnobotani dalam Memfasilitasi Hubungan Manusia dengan Tumbuhan dan Lingkungannya [Contributions In Science Ethnobotany Facilitate *Agritrop: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian ...*, 7(2), 375–391.
- Wipradnyadewi, P. A. S., & Yusasrini, N. L. A. (2017). Cemaran Mikrobiologis Pada Beberapa Loloh Bali Di Kota Denpasar. *Media Ilmiah Teknologi Pangan*, 4(1), 43–51.
- Zellini, Z., Wiasti, N. M., & Sama, I. N. (2017). *Ekonomi Kreatif: Pengembangan Loloh Cemcem Di Desa*. 19, 333–340.