

DIVERSIFIKASI DAN OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING PRODUK SI JAE DI DESA TARO, GIANYAR

Ni Kadek Yunita Sari¹, Natalia Sri Endah K², Gerson Feoh³

¹Program Studi Biologi Fakultas Kesehatan, Sains dan Teknologi, Universitas Dhyana Pura, Badung,Bali;

²D3 Manajemen Pemasaran Digital, Fakultas Vokasi, Universitas Dhyana Pura, Badung,Bali;

³Program Studi Teknik Informatika Fakultas Kesehatan, Sains dan Teknologi, Universitas Dhyana Pura, Badung,Bali

email: yunitasari@undhirabali.ac.id

Abstrak

Desa Taro merupakan daerah penghasil jahe terbesar di Bali. Salah satu kelompok tani yang membudidayakan tanaman Jahe dan membuat olahan produknya di Kawasan Desa Taro yaitu Kelompok Tani Satya Kencana dan Kelompok Wanita Tani Wana Lestari. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah tingkat penjualan produk masih belum optimal sehingga perlu dilakukan pendampingan diversifikasi produk dan pemasaran digital. Tujuan dari kegiatan PKM ini adalah: untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi mitra, untuk meningkatkan aspek manajemen usaha mitra dan untuk meningkatkan teknologi informasi dan pemasaran usaha mitra. Metode yang digunakan yaitu transfer pengetahuan dengan pelatihan dan pendampingan produksi, manajemen usaha dan pemasaran digital. Jumlah subjek yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini sebanyak 15 orang. Hasil yang diperoleh dari kegiatan PKM ini meliputi 1)Aspek produksi yaitu jumlah aset mitra meningkat, mitra memiliki keterampilan membuat sirup jahe merah dan teh celup jahe merah, pengetahuan mitra tentang personal hygiene, hygiene peralatan, sanitasi lingkungan dan keselamatan kerja meningkat; 2)Aspek manajemen usaha yaitu usaha mitra memiliki logo produk, produk sirup dan teh celup mitra memiliki kemasan, keterampilan mitra dalam menyusun rencana produksi meningkat setelah pendampingan, usaha mitra memiliki struktur organisasi usaha, keterampilan menyusun laporan keuangan berbasis prinsip akuntansi meningkat setelah pendampingan; 3)Aspek teknologi informasi dan pemasaran yaitu aset mitra meningkat dengan pengadaan laptop, usaha mitra memiliki situs website dan keterampilan mitra dalam mengelola website meningkat setelah pelatihan dan pendampingan.

Kata Kunci : kelompok tani jahe; Si Jae; Desa Taro; diversifikasi; digital marketing

Abstract

Taro Village is the largest ginger producing area in Bali. One of the farmer groups cultivating ginger and making processed products in the Taro Village area is the Satya Kencana Farmer Group and the Wana Lestari Women Farmer

Group. The problem faced by partners is that the level of product sales is still not optimal, so assistance is needed for product diversification and digital marketing. The objectives of this PKM activity are: to increase the quantity and quality of partners' production, to improve partners' business management aspects and to improve information technology and marketing for business partners. The method used is knowledge transfer with production training and assistance, business management and digital marketing. The number of subjects involved in this service activity was 15 people. The results obtained from this PKM activity include 1) Aspects of production: the number of partners' assets has increased, partners have skills in making red ginger syrup and red ginger tea bags, partners' knowledge of personal hygiene, hygiene equipment, environmental sanitation and work safety has increased; 2) Aspects of business management: partner businesses have product logos, syrup products and tea bags partners have packaging, partners' skills in preparing production plans have increased, partner businesses have business organizations, skills in preparing financial structure reports based on accounting principles have increased; 3) Information technology and marketing aspects: partner assets have increased by procuring laptops, partner businesses have websites and partner skills in managing websites have increased.

Keywords: ginger farmer group; Si Jae; Taro Village; diversification; digital marketing

PENDAHULUAN

Desa Taro terletak di Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali dengan jarak kurang lebih 22,25 kilometer dari kota Gianyar. Secara geografis, ketinggian Desa Taro Kaja $80^{\circ}9'4''$ hingga $80^{\circ}29'38''$ Lintang Selatan dan $115^{\circ}15'18,8''$ hingga $115^{\circ}19'40,8''$ Bujur Timur. Desa Taro sebelumnya merupakan sebuah kawasan hutan yang luasnya mencapai 1562,20 hektar dengan ketinggian antara 600 hingga 700 meter di atas permukaan laut, beriklim tropis dengan curah hujan rata-rata 221,3 ml setiap bulan dengan curah hujan terbesar pada bulan Nopember sampai dengan Maret (Susari, 2013). Wilayah Desa Taro secara administratif terbagi menjadi 14 Dusun/Banjar/Desa adat, yaitu Dusun/Banjar/Desa Adat Tatag, Ked, Taro Kelod, Taro Kaja, Belong, Patas, Puakan,

Pakuseba, Let, Tebuana, Pisang Kaja, Pisang Kelod, Sengkaduan dan Alas Pujung.

Penggunaan lahan yang dominan di wilayah Taro berupa ladang/tegalan yang mencapai 75,60% (1.167,55 ha), pertanian sawah 14,67%, penggunaan lain sebesar 7,02%. Berdasarkan mata pencaharian, sebagian besar penduduk Desa Taro hidup dari berkebun yaitu sebanyak 1.100 orang (30,07%), kemudian disusul pada sektor pertanian sebanyak 890 orang (24,33%). Pada sektor industri kecil dan kerajinan sebanyak 707 orang (19,33%), sektor peternakan sebanyak 700 orang (19,14%), pada sektor jasa dan perdagangan sebanyak 220 orang (6,01%) dan terendah di sektor pertambangan yaitu 41 orang (1,12%). Angka tersebut mengindikasikan bahwa sektor pertanian merupakan bidang

strategis sehingga perlu mendapatkan prioritas.

Sektor pertanian yang sangat berkembang di Desa Taro adalah pertanian jahe, sehingga kawasan ini menjadi salah satu kawasan penghasil jahe terbesar di Bali. Tanaman Jae (Jae dalam bahasa Bali yang artinya Jahe) menjadi komoditas unggulan di wilayah ini. Budidaya jahe sejatinya telah diwariskan secara turun temurun dari nenek moyang, lahan budidaya jahe yang digunakan petani, sekitar 90% adalah lahan milik sendiri yang telah diwariskan dari orang tua yang tersebar di seluruh wilayah Desa. Tanaman jahe yang ditanam antara lain tanaman jahe gajah, jahe emprit, jahe merah. Salah satu kelompok tani yang membudidayakan tanaman jahe di Desa Taro dan membuat olahan produk jahe adalah Kelompok Tani Satya Kencana yang diketuai oleh Bapak I Nyoman Merta. Luas lahan yang digunakan untuk menanam bibit jahe mencapai 1 hektar dengan rata-rata hasil produksi 90 ton per tahun. Melalui pengepul yang ada di Desa Taro kelompok tani tersebut dapat menjual jahe dengan omset produksi sekitar 7 ton sampai dengan 8 ton jahe segar perbulan.

Masa pandemi Covid-19 sebenarnya menjanjikan peluang bagi petani jahe, khususnya jahe merah dipercaya dapat meningkatkan kestabilan imun tubuh sehingga bisa meminimalisir tubuh terinfeksi virus Covid-19. Sehingga tidak heran jika permintaan rimpang jahe di pasar saat ini cukup tinggi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Tahun 2019 produksi jahe di Indonesia berkisar 174.380.121 kg/tahun dan meningkat

pada tahun 2020 sebesar 183.517.778 kg/tahun (Badan Pusat Statistik, 2019). Ironinya peningkatan permintaan tidak sejalan dengan adanya peningkatan harga yang cukup signifikan di kalangan petani Desa Taro. Berdasarkan fakta di lapangan menunjukkan harga hasil panen rimpang segar yang dijual petani ke pengepul khususnya jahe gajah dan jahe merah tetap pada kisaran yang sangat rendah yaitu 2.000/kg untuk jahe putih kecil, 4.000/kg untuk jahe gajah dan 10.000/kg untuk jahe merah. Sedangkan harga di pasaran seperti di pasar tradisional dan swalayan mencapai 10.000 - 20.000/kg untuk jahe kecil dan gajah serta 60.000-80.000/kg untuk jahe merah. Hal tersebut tentu saja tidak menguntungkan bagi petani. Selain permasalahan tersebut, bentuk rimpang segar memiliki resiko degradasi mutu akibat penyimpanan yang akan semakin menurunkan nilai jualnya. Rimpang segar yang tidak laku dijual biasanya diolah dengan dicampur kotoran sapi dijadikan pupuk organik oleh petani.

Berangkat dari permasalahan tersebut, pada tahun 2016 Kelompok Tani Satya Kencana mencoba melakukan pengembangan produk dari jahe segar dijadikan bahan kering. Jahe kering yang dibuat kemudian dicoba untuk ditawarkan ke salah satu pusat pengobatan herbal di wilayah Ubud Gianyar, dan sampai tahun 2019 kelompok tani secara kontinu memenuhi pasokan jahe kering di pusat pengobatan herbal tersebut. Pada tahun 2021 melalui hibah PKM Kemdikbudristek Kelompok Tani Satya Kencana didampingi oleh Tim PKM

Universitas Dhyana Pura berhasil mengembangkan empat jenis produk jahe kering (simplisia jahe) dengan membentuk *brand* “Si Jae”. Produk yang dihasilkan berupa jahe merah dan gajah rajang serta jahe merah dan gajah bubuk (Gambar 1). Selain itu Tim PKM juga berhasil mendampingi pengurusan ijin dan nomor PIRT produk dan berhasil melakukan pendampingan pemasaran, yakni pendampingan penawaran produk ke toko-toko dan BUMDES, pemasaran secara luring dengan mendampingi merancang brosur dan flyer sebagai sarana pameran dan pendampingan pemasaran online melalui media sosial (Sari dkk., 2022).



Gambar 1. Proses Produksi dan Produk yang dihasilkan (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

Produk yang dikembangkan oleh mitra hanya mampu menyerap penggunaan bahan baku jahe segar per bulan sekitar 1 ton (12,5%) dan 7 ton (87,5%) jahe segar masih dijual ke pengepul/ tengkulak. Selain itu jenis produk jahe merah lebih menjadi primadona dibandingkan dengan jahe gajah, hal ini terlihat dari hasil penjualan jahe merah rajang dan bubuk kering rata-rata mencapai 250 pcs perbulan sedangkan untuk jahe gajah hanya terjual sekitar 50 pcs perbulan. Adapun omset penjualan keempat jenis

produk mitra rata-rata sekitar Rp 5.300.000 perbulan. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah tingkat penjualan produk masih belum optimal, khususnya pada produk jahe gajah. Selain itu daya beli masyarakat yang masih minim, berdasarkan informasi konsumen yang ditemui oleh Bapak Merta pada saat pameran, pembeli lebih tertarik membeli jahe segar dibandingkan jahe yang kering. Berdasarkan diskusi mitra dengan tim PKM, diperlukan suatu inovasi olahan produk lain, agar potensi pemanfaatan bahan baku jahe lebih optimal dan usaha yang dijalankan dapat lebih berkembang serta berdaya saing. Salah satunya dengan melakukan diversifikasi produk olahan jahe menjadi olahan produk lain seperti teh celup dan sirup jahe. Diversifikasi produk bertujuan untuk menambah variasi jenis produk sehingga dapat meningkatkan omset mitra. Pengembangan diversifikasi produk, secara tidak langsung akan menggairahkan potensi bahan baku yang dimiliki oleh mitra. Semakin banyak variasi produk yang dikembangkan oleh mitra maka akan semakin banyak pula kebutuhan bahan baku jahe yang diperlukan. Diversifikasi produk yaitu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas (Tjiptono, 2001).

Produk “Si Jae” yang diproduksi oleh Kelompok Tani Satya Kencana sudah memiliki sertifikat izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT). Hal ini merupakan suatu keunggulan yang dimiliki untuk meningkatkan penjualan

produk. Akan tetapi teknik pemasaran dan penjualan yang selama ini dilakukan hampir 75% masih dilakukan secara *offline* yaitu melalui penitipan produk pada Badan Usaha Milik Desa Taro, pameran produk yang diselenggarakan oleh dinas Kota Denpasar, ada beberapa yang dititip di warung lokal dan toko yang ada di kawasan Gianyar. Strategi pemasaran dengan pemanfaatan teknologi informasi kurang dilakukan secara maksimal, kondisi ini akan berakibat pada terbatasnya omset penjualan hal ini terbukti dengan rata-rata penjualan produk hanya sekitar 25% yang terjual melalui situs online market place facebook dan instagram. Kurang maksimalnya pemasaran melalui media online disebabkan karena keterbatasan sumber daya manusia terkait dengan penguasaan dan penerapan teknologi informasi serta keterbatasan peralatan teknologi informasi yaitu terbatasnya jangkauan jaringan internet di lokasi mitra.

Selain itu manajemen usaha yang digunakan masih bersifat konvensional. *Production planning* belum dilakukan secara optimal. Rencana produksi hanya dilakukan jika ada permintaan dari konsumen dan jika kondisi harga jual jahe dipasaran turun. Jika kondisi harga jahe tinggi masyarakat lebih memilih menjual jahnya ke pengepul dibandingkan dijadikan produk olahan. Pola manajemen yang diterapkan masih bersifat tradisional, belum ada manajemen usaha yang jelas. Selain itu pengelolaan keuangan kelompok tani dalam mengembangkan usaha olahan jahe kering dilakukan secara sederhana belum sistematis sesuai dengan ilmu

ekonomi serta belum menggunakan fasilitas komputer. Selain itu manajemen keuangan yang tidak baik, pembukuan masih bersifat konvensional belum ada penyusunan laporan keuangan berbasis prinsip akuntansi sehingga masih mengalami kesulitan menghitung keuntungan produk secara rinci.

Berdasarkan analisis situasi tersebut dan berdasarkan hasil pendampingan sebelumnya yang telah dilakukan Sari dkk., 2022, maka permasalahan yang dihadapi oleh mitra antara lain 1)Aspek produksi dimana potensi bahan baku jahe yang dimiliki mitra hanya mampu diolah menjadi empat jenis produk dengan persentase penggunaan bahan baku 12,5% dari 100% bahan baku yang tersedia dengan omset penjualan empat jenis produk rata-rata sekitar Rp 5.300.000 perbulan. Mitra memiliki keinginan untuk mengembangkan diversifikasi produk dengan membuat inovasi olahan jahe segar menjadi teh celup jahe dan sirup jahe, akan tetapi belum bisa terlaksana karena terkendala keterbatasan pengetahuan dan teknologi alat, 2)Aspek Manajemen Usaha dimana pola manajemen yang diterapkan masih bersifat konvensional seperti: *Production planning* belum dilakukan, Struktur organisasi usaha belum terbentuk, Belum ada penyusunan laporan keuangan berbasis prinsip akuntansi sehingga mitra masih mengalami kesulitan menghitung keuntungan produk secara rinci, 3)Aspek Teknologi informasi dan pemasaran dimana kurang optimalnya pemasaran melalui *platform* digital karena keterbatasan Sumber Daya Manusia dan

keterbatasan peralatan teknologi informasi.

Solusi yang ditawarkan dan rencana kegiatan: 1)Permasalahan Bidang produksi dengan pengadaan alat pendukung produksi yaitu mesin pengaduk dan pemasak jahe, alat pengemas produk dan akan diberikan pendampingan dan pelatihan terkait cara menggunakan alat tersebut; Pelatihan dan pendampingan membuat inovasi olahan produk teh celup jahe dan sirup jahe dengan menerapkan prinsip dasar hygiene dan sanitasi; Pendampingan dalam menentukan desain kemasan dan label produk; 2)Permasalahan Bidang Manajemen Usaha yaitu pelatihan dan pendampingan dalam menyusun rencana produksi, menyusun struktur organisasi usaha dan pendampingan menyusun laporan keuangan berbasis prinsip akuntansi; 3)Permasalahan Bidang teknologi informasi dan pemasaran yaitu pengadaan alat teknologi informasi berupa laptop dan modem untuk mendukung proses pemasaran digital serta pelatihan dan pendampingan dalam membuat dan mengelola akun bisnis pada aplikasi *ecommerce* yaitu website.

METODE

Langkah–langkah metode yang diterapkan dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra yaitu:

1.Tahap pengembangan diversifikasi produk dengan membuat inovasi olahan jahe segar menjadi teh celup jahe dan sirup jahe. , dilaksanakan dengan:

- a.Pengadaan alat pendukung produksi seperti mesin peremas jahe, alat pengemas produk, akan diberikan pendampingan dan pelatihan terkait cara menggunakan alat tersebut.Setelah kegiatan ini akan dilakukan post-test dan diukur akurasi keterampilan mitra dalam menggunakan alat produksi.
 - b.Tahap proses membuat olahan produk teh celup dan sirup jahe. Sebelum kegiatan berlangsung akan diberikan pre-test. Setelah kegiatan tersebut akan diberikan post-test untuk evaluasi. Pelatihan prinsip dasar higiene dan sanitasi, faktor resiko penerapan higiene dan sanitasi. Pelatihan prinsip dan langkah-langkah hygiene untuk diri pribadi dan lingkungan kerja, kebersihan dan kesehatan yang meliputi pekerja, peralatan, ruang penyimpanan untuk produk yang tepat. Sebelum kegiatan berlangsung akan diberikan pre-test dan setelah kegiatan tersebut akan diberikan post-test.
 - c.Tahap pendampingan dalam menentukan desain kemasan dan label produk. Penentuan desain kemasan dan label produk dengan melibatkan mahasiswa yang memiliki kompetensi di bidang desain. Tim PKM menyiapkan beberapa konsep desain kemasan produk melalui tahap (FGD) mitra menentukan serta memberikan masukan terhadap desain yang sudah disiapkan.
- 2.Tahap pelatihan dan Pendampingan dalam manajemen usaha:
- a.Melakukan pendampingan kepada mitra dalam menyusun rencana

produksi. Akan diberikan pendampingan terkait cara perencanaan produksi yang baik dengan mempertimbangkan jumlah produksi yang harus dilakukan dengan membandingkan ketersediaan bahan baku yang tersedia dan jumlah permintaan dari pasar/konsumen. Sebelum kegiatan berlangsung akan diberikan pre-test dan setelah kegiatan tersebut akan diberikan post-test.

- b. Melakukan pendampingan kepada mitra dalam menyusun struktur organisasi usaha. Terbentuknya struktur organisasi usaha dengan ketentuan adanya: *General manager, Marketing manager, Bendahara, Production and stok manager.*
 - c. Melakukan pendampingan kepada mitra dalam menyusun laporan keuangan berbasis prinsip akuntansi. Keterampilan menyusun laporan keuangan diukur dengan pre-test sebelum pendampingan dan post-test setelah pendampingan.
3. Tahap pendampingan Teknologi Informasi dan Manajemen Pemasaran
- a. Pengadaan laptop dan modem untuk mendukung proses pemasaran secara digital. Mitra diberikan pendampingan dan pelatihan terkait cara pengoperasian alat tersebut. Setelah kegiatan ini akan dilakukan post-test dan diukur akurasi keterampilan mitra.
 - b. Pendampingan dalam merancang strategi pemasaran digital. Tim

PKM dalam bidang teknologi informatika dan pemasaran akan melakukan pendampingan membuat dan mengelola akun bisnis pada website untuk optimalisasi pemasaran digital yaitu dengan cara: Pembuatan situs website, Pelatihan kepada mitra untuk mengelola website, Pelatihan cara upload konten, gambar produk, deskripsi, harga dan tampilan yang mereka inginkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Adapun hasil kegiatan yang dicapai antara lain:

1. Tahap pengembangan diversifikasi produk Si Jae

Pengadaan dan pengenalan alat produksi simplisia jahe

Untuk mendukung pengembangan diversifikasi produk dengan membuat invosi olahan jahe merah yaitu sirup jahe dan teh celup jahe merah proses produksi simplisia tim PKM melakukan pengadaan alat berupa mesin pengaduk dan pemasak jahe serta alat pengemas berupa *Continuous Band Sealer* (Gambar 2). Mesin pengaduk dan pemasak jahe digunakan untuk produksi sirup jahe dan serbuk jahe. *Continuous Band Sealer* digunakan untuk mempercepat proses pengemasan produk teh celup. Mitra diberikan pelatihan dan pendampingan cara mengoperasikan alat. Evaluasi kegiatan pendampingan ini berupa rata-rata nilai akurasi mitra dalam mengoperasikan alat (Tabel 1).

Tabel 1. Rata-rata akurasi nilai penggunaan alat produksi

Jumlah Peserta	Mitra	Rata-rata nilai akurasi penggunaan alat	
		Alat pengaduk dan pemasak jahe	Continuous Band Sealer
15 orang	Kelompok Tani Satya Kencana	90	85

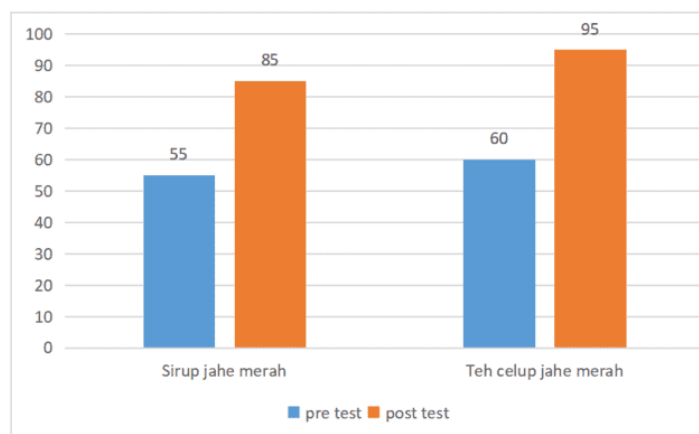


Gambar 2. Pengadaan alat dan pelatihan penggunaan alat produksi

2. Tahap produksi

Pelatihan dan pendampingan membuat olahan produk Sirup dan Teh Celup Jahe Merah

Kegiatan ini dilaksanakan dengan memberikan pelatihan dan pendampingan metode pembuatan sirup dan teh celup jahe merah sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) yang dibuat oleh tim PKM. Keterampilan membuat produk diukur dengan memberikan pre-tes sebelum pendampingan dan pos-tes setelah pendampingan pembuatan produk. Berdasarkan hasil pada gambar 3 menunjukkan terjadi peningkatan keterampilan mitra membuat sirup jahe merah dari pre test (55), setelah diberikan pelatihan dan diberikan post test (85). Peningkatan keterampilan mitra dalam membuat teh celup jahe merah dari pre test (60), setelah diberikan pelatihan dan diberikan post test (95).

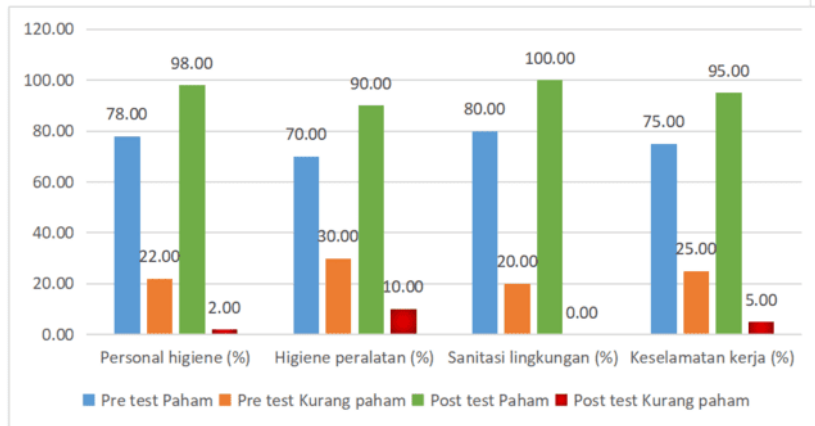


Gambar 3. Keterampilan mitra dalam membuat sirup dan teh celup jahe merah

Pelatihan prinsip dasar higiene dan sanitasi

Pelatihan terkait prinsip dasar hygiene dan sanitasi menunjukkan rata-rata hasil pretest dan postest tertera pada gambar 4. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelatihan prinsip dasar higiene dan sanitasi mampu meningkatkan pengetahuan mitra

tentang personal higene, higiene keselamatan kerja.
peralatan, sanitasi lingkungan dan



Gambar 4. Hasil pre test dan pos test personal higiene, higiene peralatan, sanitasi lingkungan dan keselamatan kerja

3. Aspek Manajemen Usaha

A. Desain logo dan kemasan produk

Kegiatan desain logo dan kemasan produk dengan melibatkan mahasiswa yang memiliki kompetensi di bidang desain dari manajemen pemasaran digital. Tim PKM menyiapkan beberapa konsep logo dan desain kemasan produk melalui tahap (FGD) mitra menentukan serta memberikan masukan terhadap desain yang sudah disiapkan. Hasil dari kegiatan ini adalah terbentuk logo produk (Gambar 5) dan jenis kemasan yang dihasilkan yaitu: kemasan botol untuk sirup jahe dan kertas karton untuk teh celup jahe merah (Gambar 6).



Gambar 5. Logo produk Si Jae



Gambar 6. Produk sirup jahe dan teh celup jahe merah yang dihasilkan

B. Rencana produksi

Keterampilan mitra dalam menyusun rencana produksi produk dievaluasi dengan diberikannya pre-test sebelum kegiatan dan akan diberikan

post-test setelah kegiatan. Adapun rata-rata hasil pretest dan posttest yang diperoleh dari kelompok tani setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan, sebagai berikut:



Gambar 7. Keterampilan mitra dalam menyusun rencana produksi

Untuk rencana produksi yang akan dilakukan oleh mitra untuk produksi sirup jahe dan teh celup jahe merah

sampai Desember 2022 adalah sebagai berikut:

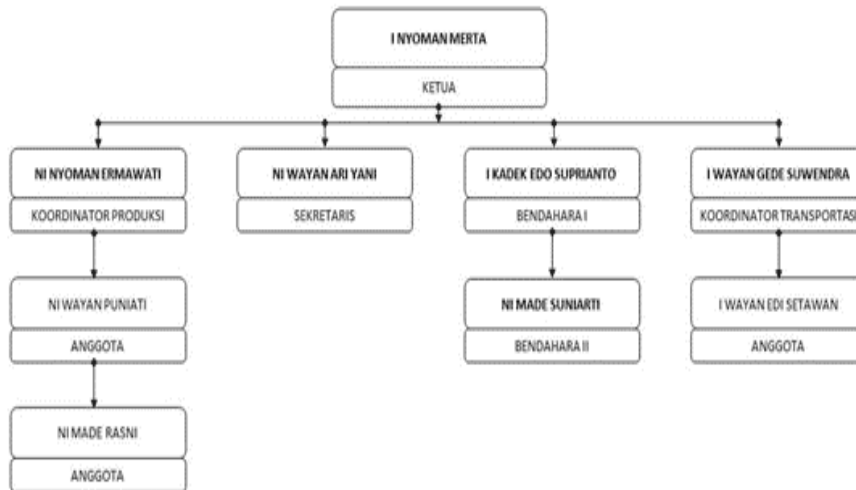
Tabel 2. Hasil Pendampingan Rencana Produksi

Bulan	Teh (kotak)	Sirup	
		200 ml	500 ml
Agustus	500	50	50
September	400	30	30
Oktober	400	30	30
November	400	30	30
Desember	400	30	30

C. Struktur organisasi usaha

Setelah diberikan pelatihan, mitra sudah tahu dan paham apa itu struktur organisasi dan bagaimana cara menentukan: Langkah dalam membuat struktur organisasi, Tugas dan kewajiban tiap jabatan dalam struktur organisasi. Dalam membuat struktur organisasi, saat ini, mitra sudah bisa mengetahui Langkah yang tepat untuk membuat struktur organisasi, seperti:

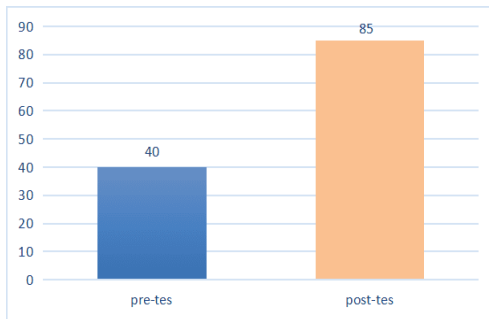
Menentukan apa saja jabatan yang akan dimasukkan dalam struktur organisasi, Menentukan tugas dan kewajiban setiap jabatan, Menentukan siapa saja yang bisa melakukan tugas dan kewajiban dalam struktur organisasi untuk menjabat setiap posisi di dalam struktur organisasi. Adapun struktur organisasi usaha yang berhasil dibentuk setelah pendampingan, sebagai berikut:



Gambar 8. Struktur organisasi usaha Si Jae

D. Manajemen Keuangan

Setelah diberikan pelatihan dan pendampingan terkait cara menyusun laporan keuangan berbasis prinsip akuntansi. Adapun hasil pre test dan post test pendampingan sebagai berikut:



Gambar 9. Keterampilan menyusun laporan keuangan berbasis prinsip akuntansi

Hasil pendampingan laporan keuangan setelah pendampingan tertera pada

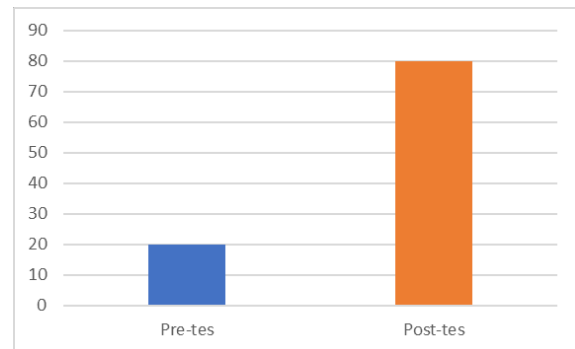
Tabel 3. Hasil pendampingan laporan keuangan.

Tabel 3. Hasil Laporan Laba/Rugi Si Jae Periode Laporan Agustus 2022

Pendapatan		
Sirup	700,000	
Teh Jahe	1,250,000	
Jahe Rajang (merah)	150,000	
Jahe Rajang (gajah)	100,000	
Bubuk Jahe (merah)	300,000	
Bubuk Jahe (gajah)	150,000	
Total Pendapatan		2,650,000
Beban Produksi		
Bahan baku	1,045,000	
Listrik	100,000	
Air	100,000	
Kemasan	365,000	
Total Beban Produksi		1,610,000
Beban Administrasi		
Transportasi	200,000	
Alat tulis kantor (ATK)	100,000	
Total Beban Administrasi		300,000
Total Beban		1,910,000
Total Laba		740,000

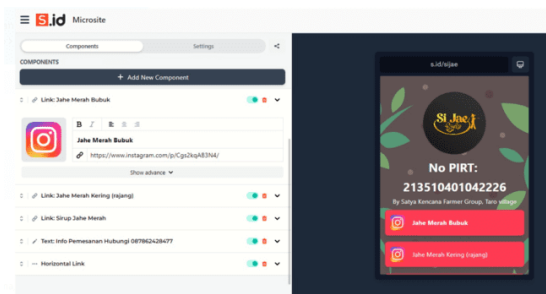
4. Aspek Teknologi Informasi dan Pemasaran

Pendampingan dalam merancang strategi digital marketing dievaluasi dengan pre test dan post tes terkait keterampilan mitra dalam membuat dan mengelola akun bisnis pada website, adapun hasil pendampingan tertera pada Gambar 10.



Gambar 10. Hasil keterampilan mitra dalam mengelola website

Tim PKM berhasil melakukan pendampingan serta pelatihan membuat dan mengelola akun bisnis website untuk pengembangan pemasaran produk. Situs online yang berhasil dibuat adalah website (Gambar 11). Alasan Tim PKM dan mitra memilih jenis website dengan format microsite adalah selain lebih ringan ketika diakses oleh calon pembeli, juga mudah untuk diubah dan disesuaikan informasi yang berkaitan dengan produk baik menggunakan laptop maupun menggunakan smartphone oleh pengelola konten untuk dipasarkan melalui media sosial dan website.



Gambar 11. Website penjualan yang dihasilkan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Taro berkontribusi pada usaha yang telah dikembangkan oleh mitra, dimana jika ditinjau dari aspek pengembangan diversifikasi produk Si Jae yaitu mitra berhasil membuat suatu inovasi produk baru berupa the celup jahe merah dan sirup jahe merah. Menurut Khairani dan Pratiwi (2018), diversifikasi merupakan suatu usaha penganekaragaman produk, yang bertujuan untuk menghasilkan perbedaan produk dari pesaing dan dapat memaksimalkan omset penjualan. Strategi pemerekan (branding) dapat disinergikan dengan

strategi produk. Merek merupakan suatu nama, simbol, istilah atau design yang digunakan untuk mengidentifikasi produk dan membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing. Pemilihan nama merek yang tepat merupakan keputusan penting. Beberapa hal yang harus dipertimbangkan untuk membentuk nama merek yang bagus adalah perbedaan merek dari penawaran pesaing, mampu menciptakan asosiasi yang baik, kuat dan mungkin unik, mampu mencapai kesesuaian dengan rancangan dan kemasan serta citra merek yang diinginkan serta mudah diingat dan diucapkan (Shimp, 2014).

Pendampingan dalam merancang strategi digital marketing dievaluasi dengan pre test dan post tes terkait keterampilan mitra dalam membuat dan mengelola akun bisnis pada website, adapun hasil pendampingan tertera pada Gambar 10. Puniawan dkk. (2018), menyebutkan penerapan pemasaran digital melalui web dapat meningkatkan omset penjualan UMKM. Adapun hambatan/ kendala yang dihadapi selama melaksanakan pengabdian masyarakat ini adalah pengadaan alat mesin pengaduk dan pemasak jahe yang waktu pengadaannya sedikit lama karena inden di toko mesin.

SIMPULAN

Dari hasil kegiatan program kemitraan masyarakat di Desa Taro dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut: 1)Aspek produksi yaitu jumlah aset mitra meningkat, mitra memiliki keterampilan membuat sirup jahe merah dan teh celup jahe merah,

pengetahuan mitra tentang personal hygiene, higiene peralatan, sanitasi lingkungan dan keselamatan kerja meningkat; 2)Aspek manajemen usaha yaitu usaha mitra memiliki logo produk, produk sirup dan teh celup mitra memiliki kemasan, keterampilan mitra dalam menyusun rencana produksi meningkat setelah pendampingan, usaha mitra memiliki struktur organisasi usaha, keterampilan menyusun laporan keuangan berbasis prinsip akuntansi meningkat setelah pendampingan; 3)Aspek teknologi informasi dan pemasaran yaitu aset mitra meningkat dengan pengadaan laptop, usaha mitra memiliki situs website dan keterampilan mitra dalam mengelola website meningkat setelah pelatihan dan pendampingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti N.D. 2018. Efektivitas Obat Sirup Jahe Merah (*Zingiber officinale* var. *rubrum*) terhadap potensi pertumbuhan bakteri *Escherichia coli*.<http://repository.unpas.ac.id/36067/>
- Ayu D.F, Wirzan A, Hamzah F. Addition of Red Ginger Powder (*Zingiber officinale* Rosc.) in Making Herbal Tea of Avocado Leaf (*Persea americana* Mill.). *J Agroindustri Halal*. 2018;4(2):117–129.
- Badan Pusat Statistik. 2019. Produksi Tanaman Biofarmaka (Obat) 2018-2020. <https://www.bps.go.id/indicator/55/63/1/produksi-tanaman-biofarmaka-obat-.html>.
- Khairani, S.,Pratiwi, S. 2018. Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi Pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Volume 1 Nomor 1 Agustus 2018
- Puniawan I.M.E.,Joshua J.M.N, Kurniawati N.S.E. 2018.Penyuluhan Dan Pendampingan Bidang Pemasaran Digital Bagi Jus Ibu Tutik. *Prosiding SinapteK*.
- Sari, N.K.Y., Mardianti N.N.A.. 2021. Uji Aktivitas Antibakteri Infusa *Zingiberaceae* terhadap pertumbuhan *Escherichia coli*. *Prosiding Sintesa*. Vol 4. 13-20.
- Sari N.K.Y., Nursini N.W., Kurniawati N.S.E., Deswiniyanti, N.W. 2022. Pengembangan Produk "Si Jae" Di Banjar Tebuana Desa Taro, Gianyar. *Jurnal Widya Laksana*, Vol.11, No.2, Hal:327-335
- Shimp A.T. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu.Salemba Empat, Jakarta. Hal: 48
- Susari N. N. W. 2013. Keragaman Genetik Sapi Putih Taro Berdasarkan Marka D- Loop DNA Mitokondria dan Kekerabatannya dengan Sapi bali. *Disertasi. Program Studi Doktor, Program Pascasarjana, Universitas Udayana, Denpasar*.
- Tjiptono. 2001. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE.