

## **PENDAMPINGAN PEMASARAN ONLINE DAN MANAJEMEN KEUANGAN UMKM TAS ROTAN DAN BAMBU DI DESA DANGIN PURI DENPASAR**

**Ni Wayan Deswiniyanti<sup>1</sup>, Ni Kadek Dwipayani Lestari<sup>2</sup>, I Wayan Rosiana<sup>3</sup>,  
I Gusti Ngurah Manik Nugraha<sup>4</sup>, Emanuel Maramba Hamu<sup>5</sup>,  
Ni Made Intan Prawita Dewi<sup>6</sup>**

<sup>1,4,6</sup>Perekam Informasi Kesehatan, Fakultas Kesehatan, Sains dan Teknologi, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

<sup>2,3,5</sup>Program Studi Biologi, Fakultas Kesehatan, Sains dan Teknologi, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

email: deswiniyanti@undhirabali.ac.id

### **Abstrak**

Bali merupakan salah satu pusat destinasi wisata yang sangat ramai dikunjungi oleh wisatawan asing, terdapat berbagai kerajinan, hiasan dan souvenir. Putu Sosiawan merupakan pemilik usaha UMKM tas rotan dan bambu yang telah berjalan selama 6 tahun. Permasalahan yang dihadapi dengan adanya covid-19 tamu asing di Bali mengalami penurunan, maka penjualan kerajinan bambu terutama tas mengalami penurunan secara drastis. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) perjalanan turis turun hingga 28,2% imbas pandemi pada 2020. Usaha kerajinan bambu ini sangat bergantung pada kunjungan adanya tamu asing di Bali, karena kurangnya melakukan promosi kerajinannya secara online dengan optimal dan pencatatan pembukuan masih secara manual. Solusi dari hasil diskusi dengan kelompok mitra dan tim PKM yaitu pertama pembuatan website berbasis database yang mendata seluruh produk yang kan dipasarkan dan mempromosikan produk kerajinan dan media penjualan website, kedua yaitu kegiatan pendampingan pengelolaan website, Ketiga pendampingan cara pembukuan keuangan yang benar dan agar memiliki pencatatan keuangan.

**Kata Kunci** : pemasaran, manajemen, keuangan, tas, bambu

### **Abstact**

One area in Indonesia that has woven art is Bali Island. Bali is one of the central tourist destinations which is very busy visited by foreign tourists, there are various crafts, ornaments and souvenirs. Putu Sosiawan is the owner of a rattan and bamboo bag business which has been running for 6 years. The problems faced by the presence of covid-19 for foreign guests in Bali have decreased, Based on data from the Central Statistics Agency (BPS), tourist travel fell by 28.2% due to the pandemic in 2020. So sales of bamboo handicrafts, especially bags, have decreased drastically. This bamboo handicraft business is very dependent on visits by foreign guests to Bali, due to the lack of optimal online promotion of their crafts and bookkeeping is still done manually. The solution from the results of discussions with partner groups and the PKM team is firstly creating a database-based website that records all products that are marketed and promoting craft products and website sales media, secondly, namely website management assistance activities, Thirdly, assisting in the correct way of financial bookkeeping and to have records finance.

**Keywords** : marketing, management, finance, bags, bamboo

## **PENDAHULUAN**

Kerajinan anyaman adalah kumpulan serat yang berasal dari tumbuh – tumbuhan yang dirangkai hingga membentuk sebuah tas ataupun souvenir lainnya. Kumpulan serat yang sering digunakan adalah rotan dan bambu dimana rotan dan bambu ini dipotong sesuai dengan lebar yang dibutuhkan dalam anyaman yang akan dibuat (Larasati, 2015).

Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki seni anyaman adalah Pulau Bali. Bali merupakan salah satu pusat destinasi wisata yang sangat ramai dikunjungi oleh wisatawan asing, terdapat berbagai kerajinan, hiasan dan souvenir. Namun, karena adanya pandemi Covid-19 saat ini yang terjadi di dunia termasuk di Bali memiliki dampak yang sangat besar bagi kelangsungan UMKM yang sangat bergantung pada wisatawan asing maupun lokal yang berkunjung. Pemasukan atau hasil penjualan hampir menurun sebanyak 80% dari biasanya, UMKM ini hampir menutup usahanya sedangkan produk kerajinan masih banyak tersimpan di dalam gudang karena belum terjual, maka sangat memerlukan untuk melakukan penjualan lewat situs online. Peminat tas rotan dan bambu relatif sangat banyak terutama dari wisatawan asing maupun domestik, namun karena kurangnya promosi online yang dilakukan oleh pemegang usaha sehingga penjualan mengalami penurunan secara drastis, karena sebelumnya sangat bergantung pada kunjungan wisatawan.



Gambar 1. Proses Produksi Produk

Bapak Putu Yoga, salah satu penggiat UMKM kerajinan tas bambu, usaha ini telah ditekuninya selama 6 tahun bersama dengan beberapa pengrajin tas rotan dan bambu. Sejak awal berdiri, usaha kerajinan ini mempunyai modal yang sangat terbatas dari kemampuan peralatan dan sumber daya yang kurang di maksimalkan, cara pemasaran yang masih tradisional, Penggiat usaha ini kurang optimal untuk melakukan promosi tentang hasil karya mereka. Hal ini dipandang perlu mendapat perhatian untuk kelangsungan usaha mereka. Menurut Sertiyati dan Chali (2021) industri kerajinan tetap harus mewaspadaai ketatnya persaingan terhadap perubahan perilaku konsumen terhadap produk, harga, promosi. Pelaku UMKM/mitra tas anyaman yang dimiliki oleh Bapak Putu Yoga belum pernah melakukan promosi terhadap produk yang mereka hasilkan, baik di media cetak maupun media elektronik. Di samping itu mitra juga belum memiliki media promosi/toko online. penjualan tanpa pengemasan serta tidak memiliki catatan pembukuan keuangan yang terdata dengan baik setiap pemasukan dan pengeluaran.

Berdasarkan hasil diskusi dengan pendampingan yang akan dilakukan yaitu pendampingan untuk meningkatkan hasil penjualan dengan membuat website dan pendampingan untuk pemasaran online dan pendampingan manajemen keuangan.

## **METODE**

Langkah – langkah metode yang diterapkan yaitu:

1. Rapat kerja penyiapan kegiatan, Sosialisasi kegiatan dengan mitra
2. Pendampingan strategi pemasaran dan pembuatan situs online untuk promosi dan pemasaran online dan pendampingan pengelolaan website. Pendampingan strategi pemasaran dan pembuatan situs online (website) untuk promosi dan pemasaran on-line

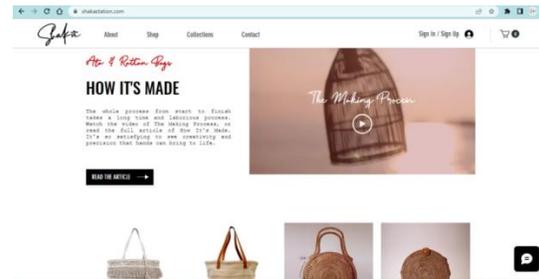
serta pembuatan database produk. Pendampingan pengelolaan website agar mitra dapat mengelola website secara mandiri dan berkelanjutan

3. Pendampingan dan pelatihan manajemen keuangan. Metode pelatihan yaitu mengadakan pelatihan pengelolaan manajemen keuangan. mengadakan pelatihan pencatatan keuangan UMKM
4. Evaluasi kegiatan yaitu terjadinya peningkatan penjualan setelah dilakukan pembuatan website dan situs belanja online, kemudian dibandingkan penjualan sebelum dan sesudah kegiatan. Adanya peningkatan pengetahuan mitra untuk membuat buku kas keuangan sebelum dan sesudah kegiatan pengabdian evaluasi dengan pre dan post test dari masing – masing kegiatan yang akan dilakukan kegiatan pengabdian yaitu pendampingan pengelolaan website dan manajemen keuangan.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

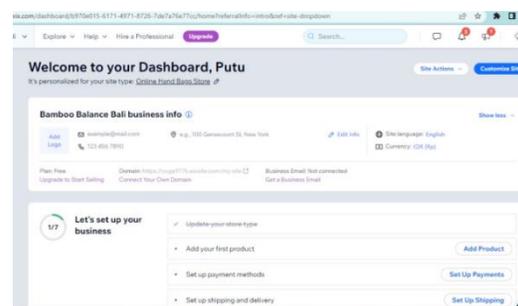
Kegiatan pemasaran dengan pembuatan dan pengelolaan dengan website melalui dua tahap kegiatan yaitu pembuatan website dan pendampingan pengelolaan website. Kegiatan pertama yaitu pembuatan website untuk sarana promosi penjualan produk tas rotan dan bambu UMKM mitra. Evaluasi dari kegiatan ini yaitu adanya website yang dapat digunakan mitra sebagai sarana promosi, katalog produk dan sarana penjualan online, dari yang sebelumnya belum memiliki website hanya menggunakan media social. Dan adanya peningkatan hasil penjualan produk sebesar 25% dari adanya promosi online menggunakan website. Sulistianto, 2017 mengemukakan website sebagai sarana promosi online dapat meningkatkan penjualan produk hingga mencapai 44,44%. Digitalisasi penjualan melalui media situs website, selain mempermudah promosi juga memiliki peluang yang sangat signifikan dalam

memperluas pangsa pasar (Li dan Hong, 2013).



Gambar 2. Pembuatan website

Kegiatan kedua yaitu pendampingan pengelolaan website pada bulan November 2022 dilakukan kepada mitra, agar mitra dapat mengelola sarana website untuk penjualan secara online. Evaluasi dari kegiatan ini yaitu adanya peningkatan pengetahuan mitra sebanyak 30% dari pengetahuan pengelolaan website. Evaluasi dilaksanakan dengan memberikan kuisioner dengan 10 pertanyaan tentang materi pengelolaan website kepada pelaku UMKM sebanyak 5 orang. Dari sebelumnya kegiatan hasil test yaitu 60% menjadi 90%. Diharapkan dari adanya website yang dapat dikelola secara mandiri oleh mitra untuk dapat terus dipergunakan dan mampu untuk meningkatkan penjualan. Jauhari (2010) menyatakan bahwa pengembangan website dan e-commerce sebagai sarana untuk promosi dan pemasaran produk-produk usaha dapat meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan pendapatan sehingga pada akhirnya akan mengembangkan usaha kecil dan menengah.



Gambar 3. Pengelolaan Website

Kegiatan selanjutnya yaitu pendampingan manajemen keuangan. Pendampingan dilaksanakan dengan membuat catatan keuangan dari modal hingga penjualan selama 1 bulan. Menurut Nihlatul dkk., 2017 kegiatan yang sangat penting dan sering diabaikan oleh pelaku UMKM atau pelaku usaha yaitu melaksanakan manajemen keuangan.

Evaluasi dari kegiatan ini yaitu adanya peningkatan pengetahuan mitra sebanyak 20% dari pengetahuan pendampingan manajemen keuangan. Dari yang hasil test yaitu 70% menjadi 90%. Evaluasi dilaksanakan dengan memberikan kuisioner dengan 10 pertanyaan tentang materi manajemen keuangan kepada 5 orang pelaku UMKM tas rotan dan bambu. Selain itu hasil dari kegiatan ini pelaku UMKM mampu untuk menyusun laporan keuangan secara sederhana untuk menunjang strategi keuangan dalam pengembangan usaha. Menurut Yulianto dan Setiawan, 2021 melaksanakan pencatatan keuangan sangat bermanfaat sebagai salah satu alat perencanaan pengembangan bisnis

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari kegiatan PKM ini yaitu

1. Adanya peningkatan penjualan dari aspek promosi online yaitu setelah kegiatan mitra memiliki website sebagai sarana penjualan online dan peningkatan penjualan sebanyak 25% dan adanya peningkatan pengetahuan mitra terhadap pengelolaan website sebanyak 30%.
2. Adanya peningkatan pengetahuan mitra setelah kegiatan dalam materi manajemen keuangan sebesar 20%.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Jauhari, Jaidan. 2010. Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan E-Commerce. 2 (1), 159- 168.

Kotler, Philip dan Keller. 2008. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Lina., R. 2018. Meningkatkan Kualitas Produk Sebagai Strategi Fundamental Dalam Bersaing. *Scientific Journal Of Reflection Economic, Accounting, Management and Business*. 1(1):91-100.

Li, H., dan Hong, J. 2013. Factors Influencing Consumers' Online Repurchasing Behavior: A Review and Research Agenda. *iBusiness*, 5(4), 161-166.

Larasati. G.R. 2015. Teknik Anyam dan Motif Dayak Ngaju pada Material Kulit untuk Produk Tas. *Jurnal Tingkat Sarjana bidang Senirupa dan Desain*. 1(1):1-10.

Nihlatul Q. N. S.,W. Sulistiyowati, I. A. Said. 2017. Pelatihan Manajemen Keuangan Untuk Meningkatkan Kemampuan Tenant Dalam Mengelola Keuangan Usahanya Pada Program Iptek Bagi Kewirausahaan Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Konferensi Nasional Pkm-CSR Ke-3. Surakarta, 19 – 21 Oktober 2017.

Setiyati T. dan A.A. Chalim. 2018. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Rotan Pada CV. Rattan Mandiri. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Untidar*. 1(1):43-53.

Sulistianto S.W. 2017. Efektivitas Pemanfaatan Website Dalam Rangka Promosi Produk Dan Peningkatan Penjualan Studi Kasus Pt. Amonindo Utama. *Jurnal Prosisko*, 4(2): 44-54.

Yulianto A.R., dan W. Setiawan. 2021. Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Umkm “Kelompok Binaan Handayani Catering” Ditengah Covid 19. *Jurnal Surya Masyarakat*. 4 (1):60-68.