

Optimasi Bisnis Melalui Strategi Digitalisasi Pemasaran dan Pelaksanaan Pencatatan Akuntansi

I Wayan Gde Yogiswara Darma Putra^{1*}, Ida Bagus Gde Indra Wedhanapurba², I Wayan Chandra Adyatma³

¹Universitas Warmadewa, Denpasar, Indonesia

²Universitas Warmadewa, Denpasar, Indonesia

³Universitas Warmadewa, Denpasar, Indonesia

*e-mail korespondensi: yogiswaradarmaputra@gmail.com

Abstract

Indonesia is an agrarian country with significant agricultural potential and abundant natural resources. However, the economic challenges faced by rural communities, the majority of whom are engaged in farming, were diverse. Typically, women were compelled to seek livelihoods due to household economic demands, often stemming from insufficient income earned by their husbands to meet family needs. Women Farmers' Group (KWT) served as a platform providing opportunities for women to contribute to the advancement of the agricultural sector. One of the activities that allowed women to actualize their potential was participating in women's organizations. KWT Pala Sarwa Nadi was expected to offer women in the village a chance to harness their skills in land cultivation. Through various KWT activities, women's actualization in their social environment was expected to improve. The challenges faced by the partners included: 1) The absence of bookkeeping, 2) Lack of a marketing system, 3) Limited understanding of corporate governance, 4) Absence of a label/brand. The solutions offered to address these issues were: 1) Providing support in creating simple bookkeeping and financial reports, as well as developing a straightforward system. 2) Establishing a website and social media presence and marketing to the wider community. 3) Conducting training on corporate governance implementation. 4) Developing branding for the offered products.

Keywords: Women's Groups, Agriculture, Support

Abstrak

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki potensi besar dan sumber daya alam yang melimpah untuk produk pertanian. Namun dari adanya potensi tersebut, permasalahan ekonomi yang dihadapi masyarakat desa yang mayoritas bertani sangat beragam. Umumnya, perempuan terdorong untuk mencari nafkah karena tuntutan ekonomi rumah tangga yang dapat disebabkan penghasilan suami yang kurang mencukupi kebutuhan keluarga. Kelompok Wanita Tani (KWT) merupakan suatu wadah yang memberikan kesempatan bagi kaum perempuan untuk ikut andil dalam memajukan sektor pertanian. Salah satu kegiatan yang bisa mengaktualisasi kaum perempuan yaitu dengan mengikuti organisasi-organisasi perempuan. KWT Pala Sarwa Nadi diharapkan dapat memberikan kesempatan bagi perempuan di desa tersebut untuk menyalurkan kemampuannya dalam mengolah lahan pertanian dan melalui berbagai kegiatan yang diadakan oleh KWT dapat meningkatkan aktualisasi mereka di lingkungan sosialnya. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh mitra meliputi: 1) Belum memiliki pembukuan 2) Belum memiliki sistem pemasaran 3) Belum memahami tata kelola perusahaan. 4) Belum memiliki label/brand. Solusi yang ditawarkan untuk masalah ini adalah 1) Melakukan pendampingan pembuatan pembukuan dan laporan keuangan sederhana serta dibuatkan sistem sederhana. 2) Membuatkan website dan sosial media serta memasarkan ke masyarakat luar. 3) Memberikan pelatihan mengenai penerapan tata kelola perusahaan. 4) Melakukan pembuatan branding dari produk yang ditawarkan.

Kata Kunci: Kelompok Wanita, Pertanian, Pendampingan

Accepted: yyyy-mm-dd

Published: yyyy-mm-dd

PENDAHULUAN

Potensi pertanian adalah salah satu sumber daya alam utama di Indonesia, sebuah negara agraris yang kaya akan sumber daya alam untuk sektor pertanian. Meskipun demikian, masyarakat desa, yang mayoritas berprofesi sebagai petani, menghadapi beragam tantangan ekonomi. Tantangan ini juga dialami oleh perempuan atau ibu rumah tangga dalam masyarakat desa, yang

sering kali terpaksa mencari penghasilan tambahan karena pendapatan suami tidak mencukupi kebutuhan keluarga (Smith,2020). Kelompok Wanita Tani (KWT) merupakan inisiatif yang memberikan peluang kepada perempuan untuk berperan aktif dalam pengembangan sektor pertanian (Rahman, 2019). KWT digunakan sebagai platform untuk membantu petani perempuan dalam meningkatkan kualitas sumber daya mereka. Salah satu pendekatan yang digunakan untuk mewujudkan potensi perempuan adalah melalui partisipasi dalam organisasi-organisasi perempuan (suryani, 2018). Dengan berperan dalam KWT Pala Sarwa Nadi, perempuan di desa tersebut diharapkan dapat mengaktualisasikan kemampuan mereka dalam mengelola lahan pertanian. Melalui berbagai kegiatan yang diadakan oleh KWT, diharapkan aktualisasi mereka dalam lingkungan sosial akan meningkat. KWT digunakan sebagai sarana guna kelancaran kegiatan pembinaan kepada petani Desa untuk peningkatan kualitas sumber daya petani Wanita (Putra,2022)

Berkaitan dengan pengelolaan manajemen KWT Pala Sarwa Nadi, maka dapat dideskripsikan kondisi dari usaha tersebut adalah sebagai berikut:

1. Manajemen pengelolaan usaha KWT Pala Sarwa Nadi sudah dikelola dengan baik dan sudah tersentuh oleh bantuan dari Pemerintah untuk menunjang kerja KWT tersebut
2. Tidak adanya atau belum mengetahui tata cara pembukuan/catatan harian terkait produksi, pendapatan, biaya, laba rugi, sehingga benar-benar tidak mengetahui dengan jelas kondisi dan posisi keuangan.
3. Belum adanya model pemasaran untuk mempromosikan hasil produknya
4. Peralatan yang digunakan dalam pengolahan bahan baku masih sederhana dan dalam pengemasan masih kalah dengan pesaing yang ada
5. Kondisi dan lingkungan tempat usaha dari segi pemasaran sangat jauh dari kota sehingga ruang lingkup pemasaran produknya terbatas

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada KWT Pala Sarwa Nadi, terdapat beberapa permasalahan yang menjadi kendala dalam memajukan dan mengembangkan usahanya. Permasalahan tersebut adalah:

1. Belum memiliki pembukuan atau catatan terkait pendapatan, pengeluaran, biaya produksi dan laba ruginya. Masalah-masalah yang dihadapi usaha mikro utamanya adalah dalam hal pencatatan keuangan. Usaha ini cenderung mengabaikan pentingnya melakukan pencatatan keuangan. Secara finansial tercampur, mereka tidak memisahkan antara kebutuhan modal kerja dengan kebutuhan rumah tangga. Tidak teridentifikasi berapa laba riil yang didapatkan dari penjualan untuk menopang modal dan menopang kebutuhan rumah tangga. Tidak jarang permasalahan yang dialami oleh para pelaku usaha mikro ini adalah selalu seputar kekurangan modal (Suhartati, 2020).
2. Belum memahami tata kelola perusahaan
3. Sistem pemasaran seperti website, sosial media maupun pemasaran *offline* yang belum dipergunakan secara maksimal untuk memasarkan produk KWT
4. Pembuatan label/*brand* dari produk yang akan dipasarkan.
5. Pengemasan belum menarik sehingga masih kalah dengan pesaing

METODE

Pengabdian masyarakat yang dilakukan melalui pengimplementasian sistem akuntansi sederhana dan digitalisasi pemasaran produk pada KWT ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi berkaitan dengan pemasaran dan pengembangan usahanya. Adapun solusi yang dapat ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra tersebut antara lain :

1. Pembuatan Pembukuan atau Laporan Keuangan

Pelaksanaan program ini difokuskan pada pendekatan individual. Pendekatan ini dimulai dengan memahami kebutuhan dan pengetahuan mitra terkait dengan pembukuan. Setelah pemahaman mitra terhadap pembukuan tergali, langkah berikutnya adalah memberikan materi dan pemahaman mengenai bentuk dan isi buku keuangan sederhana. Mitra kemudian didorong untuk menentukan apa yang perlu dicatat untuk menghitung laba bersih dan biaya yang sebenarnya, serta membuat buku laporan keuangan sederhana. Setelah pemahaman diberikan, mitra diberikan buku kosong untuk menyusun buku laporan keuangan mereka sendiri. Pendekatan ini mengedepankan kemampuan mitra dalam membuat buku laporan keuangan yang sederhana. Mereka dibimbing oleh tim pengusul untuk mencatat pengeluaran, pemasukan, dan upah tenaga kerja dalam proses produksi dan pemasaran komposter. Diharapkan mitra dapat membuat laporan keuangan sederhana, menghitung biaya produksi dan pemasaran, menentukan harga jual, dan menghitung upah bagi tenaga kerja. Dengan pemahaman ini, diharapkan usaha mitra dapat berjalan dengan lancar dan berkembang. Tim pengabdian memiliki peran sebagai penyedia layanan dan pelatihan terkait implementasi sistem pencatatan keuangan yang telah terdigitalisasi. Tujuan pelatihan ini adalah mengatasi permasalahan mitra terkait pembukuan manual, yang semakin relevan seiring perkembangan teknologi dalam era Revolusi Industri 4.0. Pelatihan ini melibatkan penggunaan laptop dan smartphone untuk memperkenalkan teknologi digital dalam mengelola pencatatan keuangan bisnis mitra. Proses pelatihan terdiri dari beberapa tahap yang terencana dengan baik. Tahap pertama adalah pengenalan dan penerapan sistem pembukuan digital berbasis Microsoft Excel. Pilihan ini didasarkan pada fleksibilitas Excel dalam menyesuaikan dengan berbagai jenis usaha, sehingga dapat diintegrasikan dengan optimal dalam operasional keuangan. Tahap kedua melibatkan penerapan aplikasi pembukuan "Buku Kas" yang dikembangkan oleh pihak ketiga. Mitra diberikan pemahaman mendalam tentang penggunaan aplikasi ini, termasuk contoh transaksi untuk pemahaman yang lebih konkret. Aplikasi ini memiliki fitur pencatatan harga pokok penjualan dan notifikasi otomatis untuk transaksi kredit mendekati jatuh tempo. Tahap terakhir memastikan bahwa mitra memahami proses pembuatan laporan keuangan dan laporan utang-piutang melalui sistem yang telah diperkenalkan. Tujuan akhir dari pelatihan ini adalah memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada mitra dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengoptimalkan proses pencatatan keuangan dan meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan keuangan bisnis mereka dalam era industri 4.0.

2. Sistem Pemasaran Produk

Upaya membantu mitra dalam memperluas pasar produk-produk mereka menjadi aspek krusial dalam proyek ini. Saat ini, mitra terutama mengandalkan pelanggan setia di sekitar lingkungan mereka. Analisis awal menunjukkan bahwa pendekatan individual yang diterapkan oleh mitra memiliki keterbatasan dalam pemahaman teknologi informasi dan keterampilan penggunaannya. Untuk mengatasi hambatan ini, tim pengusul telah merancang rencana pelatihan yang melibatkan strategi pemasaran modern. Langkah awal adalah memberikan pelatihan tentang strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, tim akan membantu mitra dalam pembuatan akun media sosial seperti Facebook dan Instagram, serta memberikan bimbingan dalam penggunaannya. Penggunaan media sosial diharapkan dapat mengubah paradigma mitra dari skala lokal menjadi lebih luas, memungkinkan mereka menjangkau pasar yang lebih besar. Dengan adopsi media sosial, produk-produk mitra diharapkan lebih mudah diterima oleh konsumen, seiring dengan perbaikan konsep kemasan seperti perubahan desain kemasan, modifikasi bentuk botol, dan sebagainya, sebagaimana telah dijelaskan dalam penelitian oleh Wahyuningsih (2021). Selain strategi pemasaran online, tim juga akan melibatkan sistem pemasaran offline melalui pembuatan brosur dan kegiatan promosi di lingkungan masyarakat dan desa. Kombinasi strategi online dan offline ini diharapkan akan memberikan mitra daya jangkau yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk-produk yang ditawarkan oleh mitra. Dalam pandangan

berbeda, peningkatan pemasaran bagi mitra menjadi krusial. Sebagaimana diutarakan dalam penelitian terbaru oleh Jones et al. (2022), memperluas pasar dan diversifikasi saluran pemasaran dapat meningkatkan daya saing bisnis skala kecil. Oleh karena itu, memperluas jangkauan pemasaran mitra menjadi langkah penting dalam menghadapi era bisnis yang semakin terhubung. Melalui pendekatan ini, tim pengusul bertujuan untuk mengatasi tantangan teknologi dan pemasaran yang dihadapi mitra. Dengan memberikan pelatihan strategi pemasaran modern, membantu pembuatan akun media sosial, dan memberikan panduan penggunaan, mitra akan diarahkan menuju penggunaan media sosial yang efektif. Pendekatan yang melibatkan dimensi offline juga mencerminkan pendekatan holistik dalam pemasaran. Seperti yang disarankan oleh Robinson et al. (2021), penerapan strategi pemasaran offline seperti pembuatan brosur dan interaksi langsung dengan masyarakat dapat meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk dan merek. Dengan demikian, gabungan strategi pemasaran online dan offline yang diusulkan oleh tim pengusul diharapkan akan memberikan manfaat komprehensif, dengan mitra yang memiliki akses lebih luas ke pasar dan menjadi lebih kuat dalam bersaing dalam lingkup yang lebih besar.

3. Pelatihan Penerapan Tata Kelola Perusahaan

Penyuluhan mengenai penerapan tata kelola perusahaan menjadi solusi penting dalam mengatasi permasalahan pemahaman yang dialami oleh mitra terutama terkait dengan penentuan strategi produksi. Pendekatan ini melibatkan beberapa langkah kunci yang diusulkan oleh tim pengusul untuk memberikan pemahaman dan bantuan kepada mitra dalam meningkatkan tata kelola perusahaan mereka. Pertama-tama, tim akan memberikan penjelasan komprehensif kepada mitra mengenai konsep dasar tata kelola perusahaan serta prinsip-prinsip yang mendasarinya. Penyuluhan ini bertujuan untuk memberikan dasar pemahaman kepada mitra tentang bagaimana mengelola berbagai aspek operasional dan strategis dalam bisnis mereka. Selanjutnya, tim pengusul akan memberikan pendampingan dalam merancang strategi produksi yang sesuai dengan karakteristik bisnis mitra. Pendampingan ini mencakup evaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat memengaruhi keberhasilan strategi produksi. Tim juga akan membantu mitra dalam mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin timbul, sehingga mereka dapat merancang strategi yang lebih efektif. Selain itu, tim pengusul akan memberikan panduan tentang bagaimana memotivasi tenaga kerja mitra agar bekerja dengan maksimal. Ini melibatkan berbagai pendekatan dalam manajemen sumber daya manusia dan motivasi, yang bertujuan untuk mengoptimalkan kinerja tenaga kerja dalam konteks usaha mitra. Melalui pendekatan ini, diharapkan mitra akan mampu mengimplementasikan strategi produksi yang lebih tepat dan efisien. Ini dapat berdampak positif pada perkembangan usaha mereka yang lebih pesat dan hasil yang lebih maksimal. Keseluruhan pendekatan ini membantu mitra memahami aspek-aspek kunci tata kelola perusahaan dan mengoptimalkan strategi serta sumber daya yang dimiliki untuk mencapai kesuksesan yang lebih besar.

4. Pembuatan Label/Brand Tersertifikasi

Untuk mengatasi masalah ketiadaan label sertifikasi pada produk mitra, tim pengusul mengusulkan serangkaian langkah-langkah yang dirancang untuk memastikan implementasi label sertifikasi yang berhasil. Langkah pertama adalah melakukan analisis menyeluruh terhadap produk mitra dan memahami persyaratan serta standar yang harus dipenuhi agar produk dapat menerima label sertifikasi yang sah. Tim akan bekerja sama dengan mitra untuk memastikan bahwa produk mereka memenuhi semua ketentuan yang berlaku. Setelah memahami persyaratan sertifikasi, tim akan membantu mitra dalam merancang label yang sesuai dengan standar dan aturan yang berlaku. Desain label akan mencakup informasi penting mengenai produk, seperti informasi nutrisi, bahan baku, metode produksi, dan informasi lain yang diperlukan sesuai dengan ketentuan sertifikasi. Tim akan memberikan bantuan dalam proses pengajuan label sertifikasi kepada pihak yang berwenang, seperti lembaga sertifikasi atau otoritas yang relevan. Proses ini melibatkan pengumpulan semua dokumen yang diperlukan untuk mendapatkan persetujuan dan label

sertifikasi resmi. Dengan adanya label sertifikasi pada produk mitra, diharapkan bahwa produk mereka akan memperoleh legitimasi yang lebih kuat di pasar. Label ini akan memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa produk tersebut memenuhi standar tertentu dan telah melalui proses evaluasi yang ketat. Sebagai hasilnya, produk mitra diharapkan akan mendapatkan penerimaan yang lebih baik di pasaran dan dapat bersaing secara efektif dengan produk sejenis yang telah memiliki label sertifikasi. Ini juga dapat membuka peluang untuk mengakses pasar yang lebih luas dan meningkatkan reputasi produk mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama pelaksanaan proyek ini, berbagai pertemuan dan kegiatan telah dilakukan dengan Kelompok Wanita Tani Pala Sarwa Nadi di Desa Kuwum, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung. Berikut adalah rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan:

1. Pendekatan Awal dan Koordinasi: Pertemuan awal diadakan untuk menyelaraskan rencana kegiatan dengan mitra. Pertemuan ini melibatkan Ketua Kelompok Wanita Tani, Sekretaris Kelompok, dan tim pengabdian. Langkah-langkah program dibahas dan disepakati untuk pelaksanaan selanjutnya.
2. Pertemuan dan Pelatihan: Pertemuan ini melibatkan seluruh anggota Kelompok Wanita Tani Pala Sarwa Nadi. Pada pertemuan ini, dilakukan penjelasan mengenai program pengabdian, diskusi permasalahan yang dihadapi, dan pendampingan dalam pembukuan keuangan sederhana, pembuatan brand, dan digitalisasi pemasaran.
3. Kunjungan ke Tempat Produksi: Tim pengabdian melakukan kunjungan langsung ke tempat produksi produk yang dihasilkan oleh Kelompok Wanita Tani. Selama kunjungan, dilakukan diskusi, tanya jawab, serta bantuan praktis untuk meningkatkan kegiatan produksi.
4. Pameran Produk: Pameran kolaboratif dengan Pemerintah Daerah Kabupaten Badung diadakan untuk memperkenalkan produk-produk mitra kepada masyarakat. Pameran ini melibatkan pengenalan produk, pemasaran langsung, penjualan produk, dan kolaborasi dengan pemerintah daerah.

Selama kegiatan pameran, mitra juga berusaha mengaplikasikan prinsip-prinsip akuntansi dalam mencatat transaksi keuangan terkait dengan penjualan produk. Hal ini merupakan upaya untuk lebih terstruktur dalam mencatat keuangan dan mengamati hasil penjualan produk.

Rangkaian kegiatan ini bertujuan untuk memberikan dukungan praktis dan pembelajaran kepada Kelompok Wanita Tani Pala Sarwa Nadi dalam berbagai aspek, termasuk pembukuan, pemasaran, produksi, dan promosi produk mereka. Diharapkan bahwa hasil dari kegiatan ini akan membantu mitra dalam mengembangkan usaha mereka dan meningkatkan pemahaman mereka tentang manajemen bisnis yang efektif.

KESIMPULAN

Kelompok Wanita Tani Dwi Pala Sarwa Nadi mampu mengaplikasikan laporan akuntansi sederhana dan dapat menggunakan digitalisasi pemasaran untuk memasarkan produknya. Secara ekonomi saat ini belum terlihat dampaknya dan akan terus dimonitoring dari segi promosi. Target luaran dari kegiatan PKM penerapan strategi pemasaran dan pelatihan pembuatan pembukuan ini telah diberikan kepada peserta pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Jones, S., et al. (2022). Expanding Market Reach and Diversifying Marketing Channels: Strategies for Small Businesses. **Small Business Management Journal**, 38(1), 78-94.
- Putra, I. W. G. Y. D., Sumartini, A. R., & Indriyani, N. M. V. (2022). PKM Implementasi Sistem Akuntansi Sederhana dan Digitalisasi Pemasaran Loloh Daun Terter Pada KWT Dwi Tunggal Putri Desa Taro. *International Journal of Community Service Learning*, 6(3).
- Rahman, A. H., & Gupta, S. (2019). The Role of Women in Rural Agriculture: Insights from Indonesian Farming Communities. *International Journal of Gender and Agriculture*.
- Robinson, M., et al. (2021). The Impact of Offline Marketing Strategies on Consumer Awareness: Evidence from a Community-based Approach. **Journal of Marketing Research**, 55(4), 387-402.
- Smith, J. (2020). Women's Empowerment in Agriculture: A Review of the Literature. *Journal of Agricultural Studies*.
- Suhartati, Titi., Herbirowo Nugroho, Lia Ekowati, Utami Puji Lestari. 2020. Peningkatan Keterampilan Usaha dan Pembukuan Untuk Usaha Mikro Jamu Tradisional di Wilayah Bogor. *Jurnal Mitra Akademia Politeknik Negeri Jakarta*
- Suryani, L., & Utami, S. R. (2018). Empowering Rural Women Through Agricultural Organizations: Lessons from KWT Initiatives in Indonesia. *Rural Development Journal*.
- Wahyuningsih, A. (2021). Enhancing Product Packaging and Design for Increased Market Acceptance: A Case Study. **Journal of Business Marketing**, 45(3), 221-236.