

Pelatihan Media Sosial dan Manajemen Keuangan untuk Meningkatkan Pasar Produk Saka Granola

Septiana Paula¹⁾, Kristina Millenia Seran²⁾, Rokhana Dwi Bekti³⁾, Noviana Pratiwi⁴⁾, Noeryanti⁵⁾

^{1,2,3,4,5}Jurusan Statistika, Fakultas Sains Terapan, Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta

e-mail: 1septianapaula442@gmail.com, 2leni25seran@gmail.com,
3rokhana@akprind.ac.id, 4novianpratiwi@akprind.ac.id, 5noeryanti@akprind.ac.id

Abstrak

Produk Saka Granola diproduksi Ibu-Ibu KWT di Dusun Salam Krajan, Desa Wukirsari, Kecamatan Cangkringan, Sleman DIY. Produk ini belum memiliki pasar yang luas dan pengelolaan keuangan yang lengkap. Oleh karena itu tim PPK Ormawa, HIMASTA, Jurusan Statistika, Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta melakukan pelatihan dan pendampingan mengenai penggunaan media social dan manajemen keuangan. Kegiatan dilakukan pada September-november 2022. Program pelatihan dan pendampingan media sosial dan manajemen keuangan untuk telah mampu memberikan manfaat bagi mitra yaitu pelaku usaha SAKA Granola dan UMKM di Dusun Salam Krajan. Pelaku usaha SAKA Granola telah memiliki media social, mampu membuat konten untuk pemasaran, dan mengelola keuangan dengan lebih baik.

Kata Kunci: Pelatihan, Media Sosial, Manajemen Keuangan, Produk Saka Granola

Abstract

Saka Granola products are produced by KWT in Salam Krajan, Wukirsari, Cangkringan subdistrict, Sleman, DIY. This product does not yet have a broad market and complete financial management. Therefore the PPK Ormawa team, HIMASTA, Department Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta conducted training and assistance regarding the use of social media and financial management. Activities carried out in September-November 2022. Social media and financial management training and assistance programs have been able to provide benefits to partners, namely SAKA Granola businesses and UMKM in Salam Krajan. SAKA Granola businesses already have social media, are able to create content for marketing, and manage finances better.

Keyword : training, Social Media, Financial Management, Saka Granola Products

Pendahuluan

Strategi pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan/produsen barang atau jasa/individu secara berkesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar secara berkesinambungan. Pengertian lain adalah upaya-upaya bisnis yang sudah dikombinasikan untuk membuat konsumen berminat datang,

melihat, menggunakan, atau melakukan pembelian. Strategi pemasaran tersebut memiliki tujuan untuk banyak hal, yaitu mengenalkan produk perusahaan kepada masyarakat luas, sebagai pedoman pemasaran produk, untuk menentukan target pasar yang tepat, hingga memaksimalkan alokasi sumber daya perusahaan.

Jenis-jenis strategi pemasaran yang efektif yang dapat dilakukan adalah sangat banyak. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan media digital.

Suryani, Nurhadi, dan Fauzi (2020) menyatakan bahwa penggunaan media digital untuk pemasaran bagi perusahaan besar maupun tuk pemasaran bagi perusahaan besar maupun Usaha Kecil dan Menengah saat ini semakin meningkat seiring dengan meningkatnya kebutuhan konsumen kelompok milenial. Salah satu platform media digital adalah media social. Media Sosial adalah platform digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video, dan merupakan platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaanya. Media social memberikan banyak manfaat bagi UMKM dalam memasarkan produk. Namun demikian, banyak UMKM yang belum dapat memilikinya, belum dapat menggunakannya, atau sudah memiliki namun belum optimal dalam menggunakannya. Oleh karena itu, perlu ada upaya untuk membantu UMKM. Salah satu upaya adalah dengan memberikan pelatihan kepada mereka.

Harinie dan Hukom (2020) melakukan pendampingan dalam memasarkan produk hasil usaha UKM melalui penggunaan media sosial di Kabupaten Gunung Mas Kalimantan Tengah. Melalui kegiatan ini UKM mampu serta mahir dalam membuat model promosi produk hasil usaha dengan gambar-gambar dan kata-kata yang menarik. Selanjutnya mampu meningkatkan penjualan produk mereka dibanding bulan-bulan sebelumnya. Sholeh, Rachmawati, dan Susanti (2020) juga melakukan pelatihan dan pendampingan bagi UKM di Kecamatan Sedayu, Bantul, DIY. Tim tersebut juga memberikan pelatihan cara penggunaan aplikasi Canva untuk membuat konten gambar pada media sosial untuk mempromosikan hasil produk UKM.

UMKM kuliner masih menjadi tren saat ini. Seperti UMKM di Desa Wukirsari, Kecamatan Cangkringan tepatnya di Dusun Salam Krajan RT 02 RW 33 dan RW 34 yang memproduksi SAKA Granola. Produk ini adalah sebuah produk makanan dan minuman yang berbahan dasar biji kakao. Produk ini baru dipasarkan secara local dan belum menggunakan media social. Oleh karena itu tim memberikan pelatihan dan pendampingan penggunaan media social untuk memasarkan produk. Tujuan dari pelatihan dan pendampingan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan UMKM SAKA Granola mengenai manfaat media social hingga kemampuan dan keterampilan membuat promosi produk demi meningkatkan usaha.

Selain memberikan pelatihan dan pendampingan penggunaan media social, im juga memberikan pelatihan tentang manajemen keuangan. Fauzi (2020) menyatakan bahwa manajemen keuangan yang baik akan memberikan manfaat besar bagi UMKM. Bentuk manajemen keuangan adalah seperti melakukan pencatatan keuangan dengan tertib. Dengan ketertiban ini, UMKM dapat mengetahui kondisi keuangan sekaligus perkembangan usahanya. Selain itu, kondisi aset, utang, modal,

arus kas, serta fluktuasi laba UMKM dapat diketahui dengan mudah. Hal ini memberi manfaat supaya pelaku UMKM dalam membuat keputusan bisnis penting serta memudahkan UMKM dalam pengajuan pinjaman modal kepada pihak bank atau lembaga keuangan lainnya.

Seperti yang dilakukan oleh Namrud (2021) yang melakukan penelitian tentang literasi dan model manajemen keuangan UMKM berbasis digital pada UMKM-UMKM di Kabupaten Boalemo Provinsi Gorontalo. Kemudian Wibowo (2021) yang melakukan pengabdian terkait efektivitas strategi pemasaran dan manajemen keuangan pada UMKM Roti.

Berdasarkan permasalahan yang ada maka tim melakukan pengabdian pada UMKM SAKA Granola dengan memberikan pelatihan dan pendampingan tentang penggunaan media social dan manajemen keuangan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan UMKM SAKA Granola dalam mengelola media social dan keuangan untuk mendukung usaha. Program ini merupakan bagian dari program tim PPK Ormawa, HIMASTA, Jurusan Statistika, Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta.

Metode

Kegiatan pelatihan dilakukan di balai Masjid Darussalam Salam Dusun Salam Krajan, Desa Wukirsari, Kecamatan Cangkringan, Sleman DIY. Dengan peserta adalah pelaku usaha UMKM SAKA Granola dan beberapa UMKM di Dusun Salam Krajan. Pelaksanaan pelatihan adalah pada Sabtu, 1 Oktober 2022. Setelah kegiatan tim juga melakukan pendampingan untuk kelanjutan pelatihan hingga akhir Oktober 2022.

Metode pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi kebutuhan dan potensi mitra. Kegiatan ini dilakukan bersama antara tim, Kepala Desa Wukirsari, Dukuh Salam Krajan, tokoh masyarakat, dan Ibu-Ibu KWT. Kegiatan ini telah dilakukan pada Bulan April 2022.
- b. Menentukan khalayak sasaran, yaitu Ibu-Ibu KWT yang telah memproduksi makanan coklat SAKA Granola dan beberapa UMKM di Dusun Salam Krajan.
- c. Melakukan pelatihan pemanfaatan media social dan manajemen keuangan
- d. Melakukan pendampingan
- e. Melakukan evaluasi untuk mengetahui efektivitas dari pelatihan dan pendampingan.

Hasil dan Pembahasan

Pada proses identifikasi masalah diketahui bahwa pelaku usaha SAKA GRANOLA belum memiliki media social dan manajemen keuangan yang tertib dalam mengelola usahanya. Oleh karena itu tim memberikan program dua tahap. Tahap pertama adalah memberikan pelatihan media social dan manajemen keuangan pada Sabtu, 1 Oktober 2022. Tahap kedua adalah memberikan pendampingan tentang pembuatan media social hingga mempromosikan produk.

Materi yang diberikan adalah terkait media social diantaranya 1) Pengertian Strategi Pemasaran, 2) Tujuan dan manfaat Strategi Pemasaran, 3) pengertian Media Sosial, dan 4) Beberapa contoh media social.



Gambar 1. Dokumentasi Pelatihan

Strategi Pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan/produsen barang atau jasa/individu secara berkesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar secara berkesinambungan. Pengertian lain adalah umpulan langkah bisnis yang sudah dikombinasikan untuk membuat konsumen berminat datang, melihat, menggunakan, atau melakukan pembelian. Sebagai contoh bagaimana supaya masyarakat luas berminat datang ke tempat wisata di Dusun Salam Krajan, dan bagaimana supaya konsumen menyukai dan membeli produk.

Tujuan dan manfaat Strategi Pemasaran adalah **mengenalkan** produk perusahaan kepada masyarakat luas, sebagai pedoman pemasaran produk, Menentukan target pasar yang tepat, serta memaksimalkan alokasi sumber daya perusahaan. Salah satu media pemasaran adalah media sosial. Media Sosial adalah platform digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video, dan merupakan platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaanya. Jenis-Jenis Media Sosial diantaranya **WhatsApp**, Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, TikTok, dan sebagainya.

Salah satu fitur WhatsApp adalah WhatsApp Business. WhatsApp Business memiliki kelebihan untuk memungkinkan perusahaan untuk mengirim pesan kepada pelanggan mereka dengan aman dan aman langsung di dalam platform

perpesanan WhatsApp. Satu keunggulan dibandingkan SMS adalah WhatsApp terikat langsung ke satu nomor telepon dan menyediakan profil bisnis dari brand, bukan dalam bentuk serangkaian digit. Hal ini memungkinkan konsumen untuk segera mengetahui dengan siapa mereka mengobrol atau menerima pesan.

Media social yang kedua adalah instagram. Instagram (disingkat IG atau Insta) adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Media social yang ketiga adalah facebook. Facebook merupakan layanan jejaring sosial media yang memungkinkan pengguna untuk saling terhubung dengan pengguna lainnya dari seluruh dunia.

Materi yang diberikan adalah terkait manajemen keuangan umkm adalah strategi manajemen keuangan di UMKM. Strategi ini meliputi manajemen di kegiatan pendanaan atau pembelanjaan, kegiatan investasi, hingga kegiatan kebijakan dividen. Selanjutnya beberapa kegiatan dan strategi manajemen keuangan praktis yang perlu dilaksanakan oleh para pelaku UMKM adalah administrasi piutang, administrasi utang, administrasi persediaan, administrasi aset tetap, administrasi kas, hingga administrasi penggajian. selanjutnya beberapa tips strategi manajemen pengelolaan keuangan dalam UMKM adalah memisahkan uang pribadi dengan uang bisnis, menganggarkan pengeluaran dengan sebijak mungkin, mencatat semua transaksi keuangan bisnis, mengontrol dan mengawasi arus kas bisnis, serta menyediakan dana cadangan.

Setelah dilakukan pelatihan secara offline, selanjutnya adalah melakukan pendampingan terkait pembuatan akun social media hingga pembuatan konten. Kegiatan dilakukan pada Oktober hingga November 2022. Dokumentasi disajikan pada Gambar 2. Hasil pendampingan adalah pelaku usaha SAKA GRANOLA memiliki akun media sosial Instagram seperti pada Gambar 3.

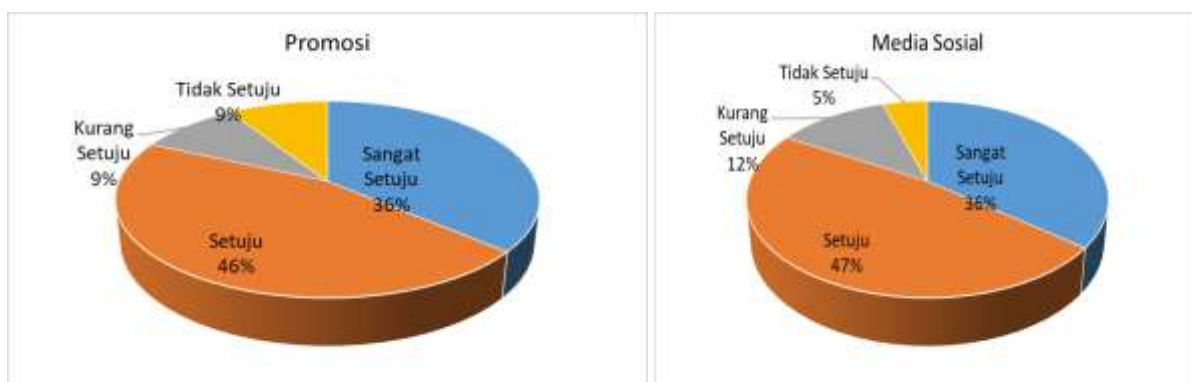


Gambar 2. Dokumentasi Pendampingan



Gambar 3. Media Sosial Mitra

Setelah seluruh rangkaian kegiatan dilakukan, tim melakukan evaluasi dengan melakukan survey ke peserta pelatihan dan ke konsumen produk. Peserta pelatihan menyatakan bahwa pelatihan telah memberikan manfaat tentang pentingnya media social untuk memperluas pasar dan meningkatkan usaha, serta pentingnya manajemen keuangan usaha.



Gambar 4. Evaluasi melalui survey

Hasil survey ke konsumen produk disajikan pada gambar 4. Hal ini mengenai :
 1) Promosi yang telah dilakukan memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi mengenai jajanan Kripik Pisang Coklat dan 2 Media sosial yang digunakan (Instagram, Whatsapp, dan Facebook) memudahkan konsumen untuk mengenal lebih baik Kripik Pisang Coklat. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menyatakan setuju bahwa promosi yang telah dilakukan memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi mengenai produk (46%). Selanjutnya sebagian besar konsumen juga menyatakan setuju bahwa media sosial yang digunakan memudahkan konsumen untuk mengenal produk lebih baik (47%).

Simpulan

Program pelatihan dan pendampingan media sosial dan manajemen keuangan untuk telah mampu memberikan manfaat bagi mitra yaitu pelaku usaha SAKA Granola dan UMKM di Dusun Salam Krajan, Desa Wukirsari, Kecamatan

Cangkringan, Sleman DIY. Pelaku usaha SAKA Granola telah memiliki media social, mampu membuat konten untuk pemasaran, dan mengelola keuangan dengan lebih baik.

Penghargaan

Tim mengucapkan terimakasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah memberikan dana melalui program Penguatan Kapasitas Organisasi Kemahasiswaan (PPK Ormawa). Selanjutnya kepada Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta yang telah memberikan fasilitas sehingga seluruh rangkaian kegiatan telah berjalan dengan baik.

Daftar Pustaka

- Fauzi, H. (2020). Pelatihan manajemen keuangan bagi pelaku UMKM sebagai upaya penguatan UMKM Jabar Juara naik kelas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 247-255.
- Harinie, L. T., & Hukom, A. (2020). Pendampingan dalam Memasarkan Produk Hasil Usaha UKM melalui Penggunaan Media Sosial di Kabupaten Gunung Mas Kalimantan Tengah. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 51-59.
- Sholeh, M., Rachmawati, R. Y., & Susanti, E. (2020). Penggunaan aplikasi Canva untuk membuat konten gambar pada media sosial sebagai upaya mempromosikan hasil produk UKM. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 430-436.
- Suryani, T., MM, P., Nurhadi, M., & Fauzi, A. A. (2020). *E-marketing Bagi UKM: Strategi Periklanan, Website & Media Sosial*. Jakad Media Publishing.
- Namrud, S. S. (2021). LITERASI DAN MODEL MANAJEMEN KEUANGAN UMKM BERBASIS DIGITAL PADA UMKM-UMKM DI KABUPATEN BOALEMO PROVINSI GORONTALO. *JOURNAL OF APPLIED MANAGERIAL ACCOUNTING*, 5(2), 45-55.
- Wibowo, J. (2021). Efektivitas Strategi Pemasaran Dan Manajemen Keuangan Pada UMKM Roti. *DIKEMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(1).