

PENGARUH LABEL, VIDEO PRODUK DAN LAPORAN KEUANGAN ONLINE UNTUK PENGEMBANGAN USAHA PADA USAHA RUMAHAN KERIPIK TEMPE WIWIN

Nor lailla¹, M. Irfan Tarmizi²

¹Program Studi Manajemen, Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. KH. Ahmad Dahlan, 15419

²Program Studi Akuntansi, Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. KH. Ahmad Dahlan, 15419

Email : norlailla2017@gmail.com , irfan72tarmizi@yahoo.com

ABSTRAK

Keripik tempe merupakan makanan camilan yang sangat digemari oleh masyarakat. Pengelolaan usaha keripik tempe dengan metode yang tepat dapat menjadi salah satu income pendapatan bagi usaha rumahan. Namun masih banyaknya usaha rumahan yang belum dapat berkembang karena tidak mampu bersaing dengan jenis usaha yang sama. Permasalahan yang dihadapi mitra yaitu , belum di berikannya labeling produk sebagai identitas produk, belum dilakukan promosi produk sehingga produk belum terjangkau atau dikenal oleh semua konsumen , tidak ada laporan keuangan transaksi uang masuk maupun uang keluar usaha, serta masih bergabung antara uang operasional usaha dengan uang operasional rumah tangga. Metode yang akan digunakan adalah memberikan penyuluhan berkaitan dengan labeling produk, cara membuat video produk agar dapat menarik keinginan konsumen untuk membeli produk keripik tempe serta pelatihan menggunakan aplikasi keuangan sehingga laporan keuangan akan tercatat. Target yang ingin di capai adalah pelaku usaha rumahan dapat menerapkan strategi pemasaran dan laporan keuangan salah satunya dengan berbasis teknologi

Kata kunci: Usaha rumahan keripik tempe Wiwin

ABSTRACT

Tempe chips are snacks that are very popular with the community. The management of tempe chips business with the right method can be one of the income sources for home businesses. However, there are still many home-based businesses that have not been able to develop because they are unable to compete with the same type of business. The problems faced by partners are, the product labeling has not been given as a product identity, product promotion has not been carried out so that the product has not been reached or known by all consumers, there are no financial reports of transactions for money in and money out of the business, and still combining business operational money with money. household operations. The method that will be used is to provide counseling related to product labeling, how to make product videos in order to attract consumers' desire to buy tempe chips and training using financial applications so that financial statements will be recorded. The target to be achieved is that home businesses can implement marketing strategies and financial reports, one of which is technology-based

Keywords: *Wiwin tempe chips home business*

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Keripik tempe merupakan makanan ringan bertekstur renyah yang terbuat dari bahan utama kacang kedelai dan tepung sagu yang di potong tipis tipis kemudian di goreng. Masyarakat umumnya menyukai karena rasanya yang enak dan harganya yang relatif murah. Mitra pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah Ibu Wiwin yang memiliki usaha rumahan keripik tempe. Keripik tempe Ibu Wiwin memiliki rasa yang gurih dan enak namun produk belum memiliki label sebagai identitas produk, tanpa adanya label customer akan kesulitan untuk membedakan antara

produk keripik tempe Ibu Wiwin dengan produk sejenis lainnya.

Saat ini kemajuan di bidang teknologi semakin meningkat, sehingga pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun, untuk menunjang aktivitas bisnisnya. Salah satu manfaat teknologi adalah memanfaatkan kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan video marketing cukup berhasil sebagai alat pemasaran. Kelebihannya, video lebih efektif karena disertai gambaran visual yang memudahkan konsumen memahami pesan yang disampaikan, video marketing yang menceritakan latar belakang bisnis, produk,

tutorial produk, atau narasi menarik lainnya. Cara ini biasanya dapat meningkatkan penjualan secara organik. Kegiatan promosi produk tersebut tidak dilakukan oleh keripik tempe Ibu Wiwin.

Dalam melakukan kegiatan usaha penting adanya laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan suatu indikator suksesnya suatu kegiatan usaha yang dilakoninya. Usaha rumahan Ibu Wiwin belum menggunakan laporan keuangan baik secara manual maupun dengan menggunakan teknologi, sehingga mereka tidak mengetahui apakah usaha mereka layak atau tidak dikembangkan kedepan.

Landasan teori

Label mempunyai hubungan erat kaitannya dengan pemasaran. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi tentang apa yang ada dalam penjual dan produk itu sendiri. Pemberian label (labeling) merupakan elemen produk yang penting untuk memperoleh perhatian seksama dengan tujuan untuk menarik para konsumen agar mengingat produk tersebut.

Pengertian label

Label adalah tulisan, gambar, atau kombinasi keduanya yang disertakan pada wadah atau kemasan suatu produk dengan cara dimasukkan ke dalam, ditempelkan atau dicetak dan merupakan bagian dari kemasan tersebut. Fungsi label adalah sebagai berikut

- a. Label mengidentifikasi produk atau merek.
- b. Label menentukan kelas produk.
- c. Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman).
- d. Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik.

Adapun tujuan label adalah sebagai berikut

- a. Memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan.
- b. Berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-

hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik. Memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimum.

- c. Sarana periklanan bagi produsen.
- d. Memberi rasa aman bagi konsumen.

Pengertian video

Video adalah seperangkat media yang dapat menangkap, merekam, memproses, dan menampilkan gambar dan suara dalam waktu yang bersamaan. Video promosi dalam media sosial adalah bagaimana kita mengkonsep kreatifitas video promosi itu sendiri, apa yang menjadi tujuan utama pembuatan promosi di media social. Fasilitas video sharing YouTube sebagai media promosi yaitu (Puntoadi, 2011) :

- a. Unggah video creative advertisement: mempublikasikan video iklan melalui YouTube dengan video iklan yang kreatif, menarik, dan brilian sehingga akan menarik penontonnya sendiri. Lakukan berbagai publikasi di media sosial lainnya untuk menarik traffic orang-orang menonton video iklan anda.
- b. Unggah video tutorial yang berkaitan dengan produk anda. Permintaan dan pencarian terhadap video tutorial sangat tinggi bahkan semua orang dapat mempelajari apa saja yang ingin mereka pelajari melalui YouTube., buatlah video tutorial yang menarik dan jelas agar semakin banyak orang yang mengakses akun YouTube anda
- c. Put the tags: memasukkan tags dengan kata-kata yang relevan dengan video yang di unggah sehingga tags akan berfungsi pada saat orang mengetik keyword yang sama dengan tag yang anda cantumkan, maka akan diarahkan ke video anda.
- d. Tell the information, as much as you can : berbagai informasi yang ingin anda sampaikan kepada konsumen, secara bebas dapat disajikan dengan biaya minim, kuncinya adalah terus asah konsep kreatif video anda dan

sebarluaskan melalui berbagai media sosial.

Laporan keuangan

Menurut Kasmir (2018:7), "laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu". Laporan keuangan bertujuan untuk :

- a. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah aktiva (harta) yang dimiliki perusahaan pada saat ini. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah kewajiban dan modal yang dimiliki perusahaan pada saat ini.
- b. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah pendapatan yang diperoleh pada suatu periode tertentu.
- c. Memberikan informasi tentang jumlah biaya dan jenis biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam suatu periode tertentu.
- d. Memberikan informasi tentang perubahan-perubahan yang terjadi terhadap aktiva, pasiva, dan modal perusahaan.
- e. Memberikan informasi tentang kinerja manajemen perusahaan dalam suatu periode.
- f. Memberikan informasi tentang catatan-catatan atas laporan keuangan.

Laporan keuangan mempunyai alur atau tahapan dalam penyusunannya, adapun tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Bukti Transaksi Bukti transaksi merupakan suatu dokumen yang menandai bahwa adanya suatu transaksi yang sah. Menyusun laporan keuangan diawali dengan mengumpulkan bukti-bukti transaksi yang ada.
- b. Jurnal Umum Jurnal umum merupakan tempat untuk mencatat transaksi yang ada sesuai urutan tanggal dengan mencantumkan nama transaksi, kelompok akun, dan jumlah nominal dikolom debit atau kredit.
- c. Buku Besar Buku besar merupakan catatan yang berisi kumpulan akun-akun yang telah dikelompokkan dan saling berhubungan. Berbeda dengan jurnal umum meskipun sudah dicatat berdasarkan akunnya namun akun tersebut masih terpisah-pisah.
- d. Neraca Neraca merupakan laporan keuangan yang menggambarkan kondisi

keuangan suatu perusahaan pada tanggal tertentu. Neraca menyajikan jumlah aset, kewajiban, dan modal yang dimiliki perusahaan tersebut.

- e. Jurnal Penyesuaian Jurnal penyesuaian merupakan jurnal yang mencatat transaksi tertentu ada akhir periode. Pencatatan tersebut tidak didasarkan aktivitas transaksi tetapi pada perhitungan atau keterangan tertentu.
- f. Neraca Lajur Neraca lajur atau kertas kerja merupakan pencatatan yang berupa kolom-kolom yang berisi semua unsur akun, baik akun riil maupun akun nominal yang akan dijadikan dasar dalam penyusunan laporan keuangan.
- g. Jurnal Penutup Jurnal penutup merupakan jurnal untuk memisahkan pendapatan dan biaya pada tahun tertentu dengan tahun berikutnya.

Jenis-jenis Laporan Keuangan

1. Neraca Neraca merupakan bagian dari laporan keuangan, neraca memperlihatkan tentang posisi keuangan pada akhir periode akuntansi. Keadaan harta atau kekayaan perusahaan akan terlihat didalam neraca. Terdapat aktiva (aset) dan pasiva, pada bagian pasiva terdapat kewajiban dan modal. Ketiganya dihubungkan dengan persamaan dasar akuntansi yaitu $Aktiva = Utang + Modal$.
2. Laporan Laba Rugi Pada dasarnya laporan laba rugi memberitahu tentang kemajuan perusahaan dalam satu periode. Laporan ini menggambarkan apa yang diperoleh perusahaan selama satu periode, apakah laba atau rugi dan berapa banyak laba atau rugi yang diperoleh.
3. Laporan Perubahan Posisi Keuangan Laporan perubahan posisi keuangan biasanya disajikan dalam laporan arus dana, laporan ini melaporkan dari mana dana diperoleh dan kemana dana dipakai. Laporan arus kas melaporkan perubahan posisi keuangan berbasis kas yaitu ringkasan kas yang diterima dan dikeluarkan perusahaan. Perhitungan Laba-Rugi juga menyajikan kas yang dipakai untuk membayar dividen sebagaimana tersaji dalam Laporan Perubahan Laba yang Ditahan.

4. Catatan Atas Laporan Keuangan Laporan ini berisi beberapa keterangan yang merupakan penjelasan tertulis dari aspek-aspek penting yang dapat memberikan banyak informasi.
5. Laporan Arus Kas Laporan arus kas merupakan bagian dari laporan keuangan suatu perusahaan yang dihasilkan pada suatu periode akuntansi yang menunjukkan aliran masuk dan keluar uang (kas) perusahaan.

Masalah

Permasalahan yang terjadi pada mitra pengabdian pada masyarakat ini diantaranya yaitu :

- A. Bidang Manajemen Pemasaran
 - 1) Promosi atau pemasaran produknya. Saat ini kemasan produk tidak memiliki label produk. Label produk merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli produk yang di pasarkan. Sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap pendapatan usaha keripik tempe Ibu Wiwin.
 - 2) Kurangnya kemampuan usaha rumahan dalam strategi promosi pemasaran, salah satunya pembuatan video produk untuk memasarkan produk dengan menggunakan aplikasi. Sehingga jangkauan penjualan produk hanya terbatas.

B. Bidang Manajemen Keuangan

Mitra belum melakukan pencatatan laporan keuangan pemasukan dan pengeluaran biaya produksi dan pendapatan penjualan yang di perolehnya, serta masih menggabungkan antara uang operasional usaha dan uang operasional rumah tangga.

Rencana pemecahan masalah

Memberikan penyuluhan dan pembuatan label produk kepada mitra. Sehingga mitra memahami arti pentingnya label. Pemberian label pada suatu produk bertujuan untuk :

- a. Untuk mengidentifikasi guna mempermudah penanganan (handling) atau mencari jejak (tracking) produk dipasaran.
- b. Melindungi produk yang unik dari kemungkinan ditiru pesaing.

- c. Produsen ingin menekankan mutu tertentu yang ditawarkan dan untuk mempermudah konsumen menemukan produk tersebut kembali.

Memberikan pelatihan kepada mitra cara membuat video produk dengan menggunakan aplikasi, tujuannya adalah :

- a. Mitra memahami akan arti penting teknologi dalam kegiatan pemasaran
- b. Menyebarkan informasi produk ke para konsumen. Hal ini perlu dilakukan agar masyarakat mengetahui produk keripik tempe Wiwin,
- c. Jangkauan penjualan yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan penjualan, dengan meningkatnya penjualan maka akan terjadi pengembangan usaha.

Memberikan pelatihan kepada mitra dalam hal pembuatan laporan keuangan dengan menggunakan teknologi, tujuan dari pelatihan ini :

- a. Mitra memiliki catatan laporan keuangan baik biaya produksi maupun income pendapatan kegiatan usahanya
- b. Dengan menggunakan teknologi berbasis HP android dimanapun posisi mitra dalam date laporan keuangan.

Dengan berbasis system mencegah terjadinya kesalahan penulisan secara manual.

Tujuan pengabdian masyarakat

1. Mitra memahami akan arti pentingnya label bagi suatu produk.
2. Mitra mulai menggunakan video produk sebagai salah satu bentuk promosi produk.
3. Dapat meningkatkan terjadinya penjualan.
4. Mitra menggunakan laporan keuangan dalam hal transaksi penjualannya.



Gambar 1. Keripik tempe yang belum di beri logo



Gambar 2. Produksi keripik tempe



Gambar 3. Proses Pengemasan

2. METODE

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah dengan memberikan pelatihan dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran hasil usaha.

Tahapan kegiatan pengabdian masyarakat

a. Tahap persiapan

Tahap persiapan merupakan tahap awal sebelum pelaksanaan kegiatan. Dalam tahap ini ada beberapa hal yang dilakukan, yaitu:

1. Pra Survei: Identifikasi Permasalahan dan Kebutuhan Mitra.
2. Persiapan bahan pelatihan: yaitu mempersiapkan modul pelatihan yang akan diberikan kepada mitra.

b. Tahap pelaksanaan

Tahap pelaksanaan kegiatan di lakukan di tempat usaha sekaligus rumah mitra. Pada tahap ini mitra dijelaskan tentang strategi pemasaran dan laporan keuangan dengan menggunakan teknologi.

c. Tahap evaluasi

Pada tahap ini tim pengabdian masyarakat akan memonitor pengaruh penggunaan label produk tersebut serta apakah terdapat pengaruh video produk terhadap penjualan keripik tempe tersebut, dan memastikan bahwa aplikasi keuangan sudah di lakukan oleh mitra.

d. Tahap pembuatan laporan

Pada tahap akhir tim pengabdian masyarakat membuat laporan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Kepakaran dan tugas masing-masing anggota tim

Pengabdian masyarakat ini berkerjasama dengan berbagai disiplin itu, satunya yaitu prodi Manajemen dengan Prodi Akuntansi . Sesuai dengan permasalahan dan kebutuhan mitra, maka pelaksana pengabdian kepada masyarakat ini telah membentuk Tim yang terdiri dari ketua dan anggota yang memiliki kepakaran yang diperlukan dalam menyelesaikan seluruh persoalan atau kebutuhan mitra.

Table 1. Jenis kepakaran Tim Pengusul

NAMA TIM	KETERANGAN	JENIS KEPAKARAN	MATERI
Nor Lailla, SE., MM	Ketua	Manajemen Pemasaran	Label produk dan video produk
Dr. Muhammad Irfan Tarmizi, SE.,Ak MBA, CA	Anggota	Manajemen Keuangan	Laporan keuangan berbasis online

Syifa Aulia Rusdi	Anggota	Mahasiswa	Membantu pelaksanaan kegiatan
-------------------	---------	-----------	-------------------------------

Luaran dan target

Target luaran yang ingin dicapai pada pengabdian kepada masyarakat kali ini adalah usaha keripik tempe Wiwin mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat sehingga penjualan bisa meningkat dan terjadi pengembangan usaha. Sudah memiliki laporan keuangan sehingga pemilik usaha dapat mengetahui income pendapatannya. Sedangkan capaian luaran yang direncanakan prosiding.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, yaitu :

1. Produk yang sebelumnya belum menggunakan label, saat ini sudah menggunakan label sehingga sebagai pembeda dari suatu produk barang antara produk keripik tempe Wiwin dengan keripik tempe lainnya. Harapan kedepan produk usaha keripik tempe Wiwin dapat di kenal masyarakat dan dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas.
2. Video produk, video merupakan media penting yang dapat digunakan sebagai alat pemasaran. Apalagi di era serba digital ini

serta melihat kebiasaan orang yang lebih tertarik dengan gambar dibanding bacaan, video produk akan sangat membantu untuk perkembangan bisnis. Video produk keripik tempe Wiwin berisikan deskripsi produk, kualitas produk, dan bertujuan memberikan keyakinan konsumen untuk membeli produk tersebut. Video dapat di akses pada <https://youtu.be/aXyI6MBTu98>

3. Pemilik usaha keripik tempe wiwin dimulai dengan menginstal aplikasi UKM melalui Play Store, mengisi data perusahaan, pengaturan kode rekening, pengaturan modal awal, memasukkan jurnal atau transaksi, terakhir download laporan keuangan.

Evaluasi pelaksanaan program

Setelah pengabdian kepada masyarakat dilakukan, selanjutnya dilakukan Evaluasi program pengabdian kepada Masyarakat. Keberhasilan pengabdian kepada masyarakat dilihat dari indikatornya, yaitu bagaimana pemahaman mitra tentang strategi pemasaran dan penggunaan aplikasi laporan keuangan.

Table 2. Evaluasi pelaksanaan program

Program	Indikator	Kriteria
Penerapkan strategi pemasaran	Kemampuan mitra dalam menerapkan strategi pemasaran	Terjadi perubahan positif terhadap kemampuan mitra dalam strategi pemasaran.
Penerapkan laporan keuangan	Kemampuan mitra menggunakan laporan keuangan dengan menggunakan teknologi	Terjadi perubahan positif, sebelumnya tidak ada laporan keuangan, saat ini sudah ada laporan keuangan.



Gambar 4. Kemasan kerpik tempe yang sudah diberi label



Gambar 5. Label Keripik Tempe Wiwin



Gambar 6. Aplikasi Akuntansi UKM



Gambar 7. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

4. KESIMPULAN

Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan solusi yang efektif bagi pengembangan usaha rumahan berkaitan dengan pemasaran dan laporan keuangan, usaha menjadi lebih efektif dengan memanfaatkan teknologi dalam kegiatan usaha. Dengan usaha rumahan di harapkan dapat menciptakan lebih banyak lagi pelaku – pelaku usaha dan menciptakan lapangan pekerjaan yang baru. Hasil yang diharapkan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini ;

- Sudah memiliki label pada kemasannya
- Adanya video produk sebagai salah satu informasi tentang produk yang ditawarkan oleh usaha rumahan Wiwin.
- Pelaku usaha rumahan sudah memulai untuk menerapkan laporan keuangan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini kami mengucapkan terima kasih kepada :

- Dr. Tri Yuni Hendrawati selaku ketua Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Jakarta yang telah mendorong kami melakukan kegiatan pengabdian masyarakat
- Dr. Nazifah Husainah, S.E. M.M selaku ketua Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jakarta yang telah mendorong kami melakukan kegiatan pengabdian masyarakat.
- Luqman Hakim, SE, M.Si.,Ak.,CA.,QIA.,CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jakarta yang telah mendukung kami didalam melakukan pengabdian masyarakat.
- Pemilik usaha rumahan keripik tempe Ibu wiwin yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B., (2007), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi. Bandung : CV Alfabet
- Kasmir. 2018. Analisis Laporan Keuangan. Rajawali Pers : Jakarta

- Kotler P. dan Keller, K.L., (2016), *Marketing Management*, 15th Edition Pearson Education Limited, England
- Kurniawan, A & Asharudin, M (2018). *Small and Medium Enterprises (SMEs) Face Digital Marketing*. Muhammadiyah International Journal of Economics and Business Volume 1, Number 2, December 2018
- Titis Purwaningrum , Nur Sayidatul Muntiah , Rosyida Rahma Izzati , dan Ajeng Pipit (2020) *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Dikemas Vol. 4, No. 1 Tahun 2020, Implementasi Aplikasi Akuntansi Ukm Berbasis Android Untuk Mempermudah Penyusunan Laporan Keuangan Pada Asosiasi Peternak Ayam Petelur*
- Oktafiyani, F & Rustandi, D (2018). *Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness*. *PRofesi Humas*, Volume 3, No. 1, 2018, hlm. 1-20
- Setiawati, I & Widyartati, P (2017) *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM*. *Seminar Nasional dan Call for Paper 2017 Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Publikasi Jurnal Ilmiah dalam Menyikapi Permenristekdikti RI No.20 Tahun 2017*.
- Taiminen, H.M & Karjaluo, H (2014). *The usage of digital marketing channels in SMEs*. *Journal of Small Business and Enterprise Development* Vol. 22 No. 4, 2015 pp. 633-65.
- Yani Restiani Widjaja, Catur Martian Fajar, Deden Edwar Yokeu Bernardin, Dwinta Mulyanti, Sahidillah Nurdin (2018) *Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Untuk UMKM Industri Konveksi*, Vol. 1 No. 1 Februari 2018, Hal. 163-179.