

Aplikasi Pencatatan Keuangan *Online* dan Diversifikasi Produk Kelompok Usaha Ibu Rumah Tangga di Desa Ploso Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri

Sri Herianingrum^{1*}, Meri Indi Hapsari², Sulistya Rusgianto³

^{1,2,3} Islamic Economics Department, Faculty of Economic and Business, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia

*sri.herianingrum@feb.unair.ac.id

Received 27-12-2022

Revised 10-01-2023

Accepted 14-01-2023

ABSTRAK

Desa Ploso terletak di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri provinsi Jawa Timur. Di desa ini terdapat kelompok ibu rumah tangga *Jama'ah* pengajian yang memiliki permasalahan pokok, diantaranya dalam kasus ini adalah pertama masih kurang paham tentang pencatatan keuangan rumah tangga secara *online*, adanya kurang produktif dalam aktivitas kesehariannya ketiga tentang rendahnya pengetahuan pemasaran digital. Dengan metode studi kasus pada kelompok Ibu-ibu *Jama'ah* Pengajian, dalam pengabdian masyarakat ini, solusi yang akan dibahas dalam paper adalah diversitas produk untuk meningkatkan harga jual, kemudian *e-marketing* dan pemberian wawasan untuk pencatatan laporan keuangan. Adapun hasil dalam pengabdian masyarakat ini adalah Kelompok Ibu-Ibu Rumah Tangga *Jama'ah* Pengajian di Desa Ploso mampu meningkatkan wawasan sumber daya manusianya dan siap untuk melakukan diversitas produk, serta mampu menggunakan aplikasi *e-marketing*.

Kata kunci: Diversifikasi Produk, Pencatatan Keuangan *Online*, *E-Marketing*, Desa Ploso

ABSTRACT

Ploso Village is located in Mojo District, Kediri Regency, East Java province. In this village there is a group of housewives who have main problems, including in this case the first is that they do not understand online household financial recording, there is less productivity in their daily activities and the third is about low knowledge of digital marketing. With the case study method in the *Jama'ah* Pengajian Women's Group, in this community service, the solution that will be discussed in the paper is product diversity to increase selling prices, then *e-marketing* and providing insight for recording financial reports. The results of this research and community service are that the *Jama'ah* Pengajian Housewives Group in Ploso Village is able to increase their human resource insight and are ready to carry out product diversity, and are able to use *e-marketing* applications.

Keywords: Product Diversification, Online Financial Accounting, *E-Marketing*, Ploso Village

PENDAHULUAN

Desa Ploso terletak di Kecamatan Mojo yang berada di Kabupaten Kediri. Desa ini memiliki *Jama'ah* pengajian Ibu-Ibu yang berpotensi untuk pengembangan wirausaha produktif. Ibu-Ibu rumah tangga tersebut memiliki semangat yang tinggi untuk berwirausaha. Ada beberapa yang telah menggeluti usaha namun kurang berkembang dan membutuhkan berbagai macam pelatihan. Hal ini menunjukkan bahwa adanya potensi dari kaum perempuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat melalui kegiatan produktif (Setiawati & Rozinah, 2020).

Permasalahan pokok dalam kasus ini adalah kurangnya informasi dan kemampuan anggota masyarakat tentang diversifikasi pengolahan pangan, pengelolaan pencatatan keuangan dan pemasaran social media yang sesuai dengan prinsip Islam. Ada beberapa faktor yang mendukung untuk meningkatkan kemampuan olah pangan dan pemasaran. Pertama, adalah dominannya nuansa religiusitas Islam di masyarakat sekitar, sehingga memudahkan menggerakkan masyarakat karena sudah ada panutan yaitu pihak pondok. Hal ini linear dikarenakan nilai-nilai religiusitas dapat mendorong semangat wirausaha dari seseorang sehingga memiliki gairah untuk bekerja (Muttaqin, 2011). Kedua, adalah keinginan kelompok tokoh masyarakat dan pihak pondok untuk meningkatkan produksi makanan olahan dan pemasaran dari produksi pangan desa Ploso.

Dalam mengembangkan kemampuan untuk berwirausaha, tidak hanya pada bagaimana menjual produk secara cuma-cuma melainkan juga bagaimana cara memasarkan produk tersebut (*marketing*). Alasannya adalah kegiatan pemasaran merupakan salah satu komponen paling penting untuk mengembangkan industri utamanya industri rumahan selain dari aspek standarisasi, penggunaan teknologi dan pencatatan keuangan (Arfanly et al., 2016). Hal ini dirasa perlu untuk mempersiapkan Ibu-Ibu Rumah Tangga *Jama'ah* Pengajian dalam jangka panjang agar bisa memiliki pasar lebih luas. Mengingat potensi kelompok Ibu-Ibu Rumah Tangga *Jama'ah* Pengajian dalam perekonomian masyarakat cukup menjanjikan

Adanya perkembangan teknologi yang dimanfaatkan untuk pemasaran sudah tidak asing lagi bahkan tidak hanya pada warga kota namun juga menyebar ke desa seperti penggunaan aplikasi atau platform untuk berjualan secara *online* yang diatur dengan fitur tampilan-tampilan yang menarik. Hal ini tidak lain dikarenakan kemajuan teknologi memberikan peluang bagi produsen dalam memasarkan produk-produk yang dijual serta secara efektif dan efisien dapat menjangkau konsumen baik dekat maupun jauh sekalipun (Sagita & Wijaya, 2022). Dengan demikian Ibu-Ibu bisa belajar bisnis tanpa harus mengalami kesulitan. Serta Mampu melakukan diversifikasi produk untuk peningkatan harga jual dan pelaksanaan marketing yang efisien dan efektif dengan pemanfaat teknologi. Permasalahan lain yang juga menjadi tujuan dari program pengabdian masyarakat ini adalah mengenai pencatatan. Dalam melaksanakan bisnis, adanya pengetahuan mengenai pembukuan akuntansi sangatlah diperlukan. Adanya informasi akuntansi sangat diperlukan bagi industri kecil dikarenakan untuk pertimbangan dalam mengambil keputusan, mengetahui fluktuasi keuntungan yang didapatkan, mengetahui pendapatan dan pengeluaran serta mengetahui perkembangan penjualan (Mulyani, 2018).

Sehubungan dengan penjelasan analisis situasi tersebut, maka pada program pengabdian masyarakat kali ini dilakukan di kelompok ibu-ibu rumah tangga *Jama'ah* pengajian Di Desa Ploso, Mojo Kediri. Kecamatan

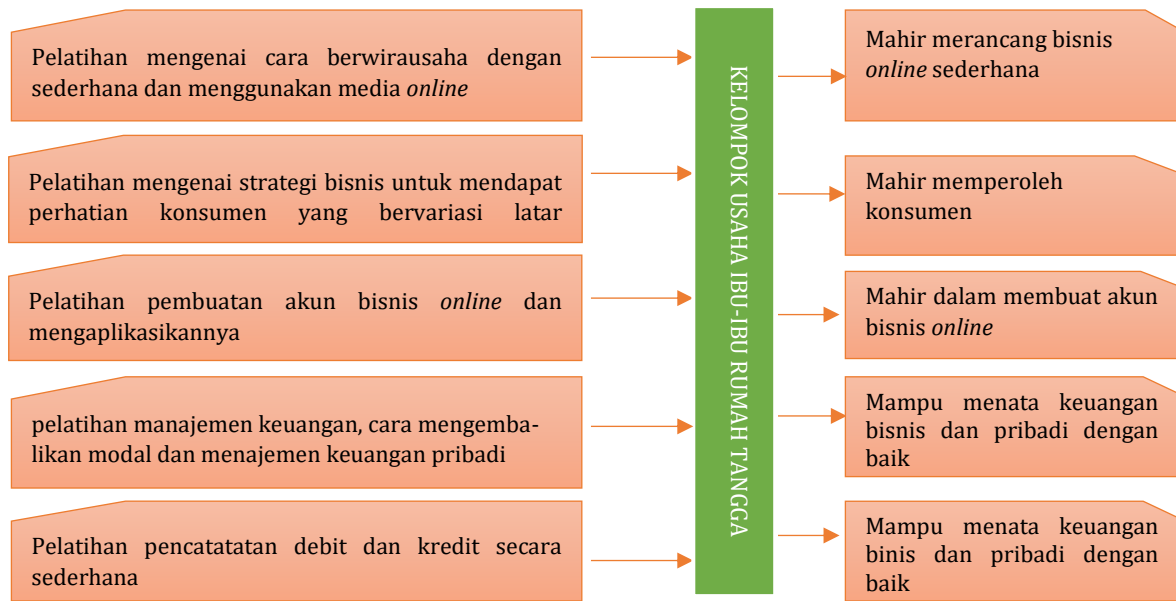
Mojo Kediri terdiri dari desa-desa yang berpotensi untuk pengembangan bisnis. Salah satu contoh selain pada Desa Ploso, terdapat juga di Desa Maesan (Herianingrum et al., 2021). Tujuan Kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan kemampuan ibu-ibu rumah tangga yang berbisnis dalam mengaplikasikan pencatatan keuangan *online*, mendiversifikasikan produk bisnisnya, serta memasarkan produk secara *online*.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini menggunakan metode studi kasus pada program Pengabdian Masyarakat yang dilakukan oleh Universitas Airlangga dengan mengajak kelompok Ibu-Ibu Rumah Tangga Jamaah Pengajian di Desa Ploso, Kecamatan Mojo, Kediri. Dalam hal ini, kehadiran Pusat Inkubator Bisnis, Mahasiswa, dan Beberapa Dosen dari Universitas Airlangga sebagai pendamping sekaligus membantu memberikan materi kepada ibu-ibu rumah tangga. Model program ini adalah memberikan pelatihan-pelatihan terkait diversifikasi produk, pemasaran secara *online*, dan pembukuan secara *online* merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Haris et al. (2020) yang juga memberikan pelatihan dalam rangka pengabdian masyarakat. Adapun tahapan pelaksanaan adalah berikut:

Sebelum menempuh tahap pertama, pihak universitas yang menjalankan pengabdian masyarakat mencari gambaran kondisi kelompok usaha Ibu Rumah Tangga yang terdapat di Desa Ploso, Kediri. Tahap awal (Tahap 1) dilakukan yaitu mengenalkan cara-cara berwirausaha sederhana dengan membuat kreasi pudding sedot. Tidak hanya itu, juga terdapat pelatihan strategi bisnis untuk mendapat perhatian konsumen yang bervariasi latar belakangnya agar Ibu-Ibu yang melakukan usaha mampu memperoleh konsumen yang sesuai target pasar. Tahap ke-2 dilakukan dengan Latihan pembuatan akun bisnis *online* dan mengaplikasikannya. Salah satu media *online* yang digunakan adalah bisnis melalui *whatsapp*, *facebook*, dan *instagram*.

Setelah Tahap Ke – 2 dilakukan Tahap Ke – 3 dengan menjalankan manajemen keuangan bisnis serta cara mengklasifikasikan dan memisahkan dengan keuangan pribadi maupun keuangan keluarga. Tahap Ke – 4 dari pelatihan adalah menambah wawasan dengan melakukan praktik pembukuan sederhana. Selanjutnya dilakukan evaluasi dari kegiatan yang telah dilakukan:



Gambar 1. Metode Pendekatan

Gambar 1 menunjukkan tentang metode pendekatan yang akan diterapkan untuk mengatasi permasalahan pada ibu rumah tangga Desa Ploso, Kec Mojo Kediri serta masyarakat sekitarnya. Dari skema tersebut, perlu diadakan pelatihan kemampuan dalam berwirausaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan setelah melakukan pelatihan kepada para Ibu-Ibu rumah tangga, pengetahuan para Ibu-Ibu meningkat, baik dalam aspek pengetahuan dalam. Adapun hasil dari penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 1, tabel 2 dan tabel 3.

Tabel 1. Hasil Pemberian Pelatihan Ibu Rumah Tangga

Pengetahuan Setelah Pelatihan Diversifikasi Produk				
Pemahaman Ibu-Ibu	Sangat Mengetahui	Mengetahui	Sedikit Mengetahui	Belum Mengetahui
Kreasi Produk Pudding Sedot	3	12	0	0

Proses pembuatan Pudding Sedot tergolong mudah untuk diikuti oleh Ibu-Ibu sehingga secara cepat dapat diketahui yaitu sejumlah 12 dan 3 orang sangat memahami dikarenakan membantu dalam proses prakteknya. Sementara mengenai wawasan, oleh karena peserta merupakan Ibu-Ibu Rumah Tangga yang familiar dengan proses memasak, maka hal ini mendorong perkembangan wawasan Ibu-Ibu.

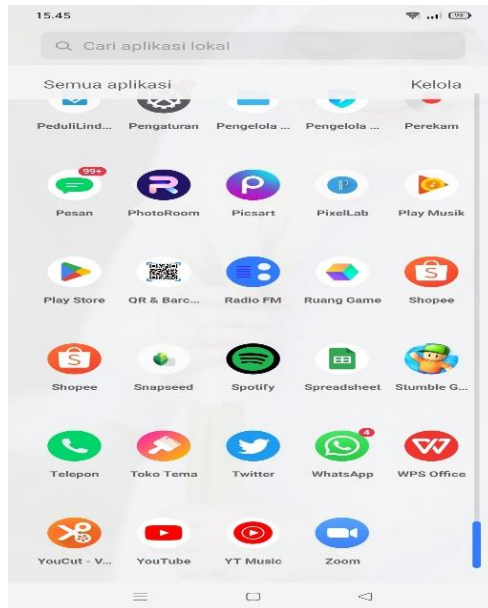


Gambar 2. Pemaparan Materi Kreasi Pudding Sedot

Sebelum mempraktekan kreasi Pudding Sedot, Ibu-Ibu diberi pengetahuan mengenai produk tersebut secara mendalam dan potensi perkembangan pasar untuk berjualan Pudding Sedot ke depannya. Dalam hal ini materi pelatihan memperkenalkan bahan bahan pembuatan dan juga cara melakukan pengemasan supaya menarik. Alat dan bahan pembuatan sangatlah sederhana dan simpel serta tidak membuat Ibu-Ibu kesulitan untuk mencari. Pelatihan diversifikasi produk ini selain juga bertujuan meningkatkan pengetahuan, namun juga memberikan wawasan terkait strategi dalam persaingan usaha. Apalagi di zaman modern dimana permintaan konsumen semakin beragam, maka agar usaha dapat bersaing dibutuhkan adanya strategi diversifikasi produk (Wulandari et al., 2021). Diversifikasi produk juga dapat meningkatkan volume penjualan (Antari & Wulandari, 2019)

Tabel 2. Hasil Pemberian Pelatihan Marketing *Online* pada Ibu Rumah Tangga

Pemahaman Ibu – Ibu Rumah Tangga	Wawasan Setelah Pelatihan Marketing <i>Online</i>			
	Sangat Mengetahui	Mengetahui	Sedikit Mengetahui	Belum Mengetahui
Mengetahui cara membuat Facebook dan Instagram	7	8	0	0
Memilih foto untuk produk	8	7	0	0



Gambar 3. Media Sosial Facebook dan Instagram untuk Bisnis Ibu-Ibu Rumah Tangga

Tahap berikutnya dengan pengajaran dan praktek pembukuan on line. Ibu-ibu rumahtangga sangat antusias, namun hanya 2 peserta yang mampu mempraktekkan, sehingga akan dilakukan kembali pelatihan ini pada kesempatan berikutnya. Kemudian praktek pemasaran *online* secara detail dilakukan, yaitu dengan menjelaskan cara-cara untuk menambah follower, salah satunya adalah dengan selalu mengupdate *Instagram*, tak lupa untuk mencantumkan alamat *Website* atau *Facebook* yang telah mereka buat.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh penjual dalam penggunaan *Facebook* sebagai media pemasaran utamanya mengenai hubungan dengan pembeli. Salah satunya yang sangat disarankan adalah mengunci akun untuk menghindari komentar negatif atau membatasi komentar yang mengandung spam. Beberapa hal yang wajib dicantumkan dalam *Facebook* dalam rangka untuk media pemasaran adalah kontak baik dengan *Whatsapp* maupun aplikasi lainnya dan menanyakan harga melalui pesan pribadi agar tidak diketahui oleh pesaing lainnya. Berkaitan dengan *Instagram*, Ibu-Ibu diberikan strategi untuk memilih foto atau mengupload foto yang bagus untuk pemasaran melalui *Instagram*. Penggunaan sosial media sebagai media pemasaran yang paling efektif dan rendah biaya pada dasarnya dapat menarik konsumen untuk mengunjungi tautan atau website yang menampilkan informasi suatu produk (Septiani et al., 2021). Kemudahan yang terdapat dalam proses pemasaran secara online yang hanya dengan menggunakan koneksi internet saja dapat memasarkan produk secara lebih luas hingga ke wilayah lain sehingga dapat meningkatkan penjualan (Nurani & Widhajati, 2019)



Gambar 4. Pemaparan Materi Marketing *Online*

Setelah itu, juga dijelaskan mengenai prospek bisnis *online* seperti apa, bagaimana cara memindahkan bisnis dari awal *offline* menjadi *online*. Tahapan-tahapan penyesuaian dari produk, harga dan distribusinya. Pada sesi ini pula, disampaikan pentingnya penyesuaian bisnis agar perekonomian Desa tetap jalan. Selain itu, dijelaskan pula bahwa Desa Ploso dengan kelompok Ibu Ibu *Jama'ah* pengajian sangat memiliki potensi untuk maju dan mengembangkan bisnisnya hingga nanti bisa tersertifikasi.

Tabel 3. Hasil Pelatihan Pencatatan Keuangan UMKM secara *Online* pada Ibu-Ibu Rumah Tangga

Pengetahuan Setelah Pelatihan Pencatatan Keuangan Sederhana UMKM				
Pemahaman Ibu-Ibu Rumah Tangga	Sangat Mengetahui	Mengetahui	Sedikit Mengetahui	Belum Mengetahui
Mengetahui pembukuan UMKM <i>Online</i>	0	6	9	0
Keuangan Pribadi dan Bisnis	0	15	0	0

Evaluasi dari pelatihan pencatatan keuangan sederhana secara *online* ialah perlu dilakukan pelatihan lanjutan kepada Ibu-Ibu Rumah Tangga. Permasalahan yang terjadi dalam pelatihan ini adalah masih minimnya pengetahuan dasar para Ibu-Ibu mengenai mekanisme pencatatan keuangan sederhana dan waktu pelatihan yang dirasa terbatas. Oleh karena itu kedepannya perlu dilaksanakan pelatihan membuat pencatatan keuangan secara terpisah dengan pelatihan pengembangan produk agar para peserta dapat lebih memahami. Pencatatan akuntansi pada UMKM sangatlah penting agar pelaku usaha dapat menggunakan informasi akuntansi secara maksimal yang salah satu contohnya untuk perluasan usaha yang membutuhkan tambahan modal (Savitri & Saifudin, 2018).

KESIMPULAN DAN SARAN

Diversifikasi produk dengan kreasi Pudding Sedot ini memiliki potensi untuk dilakukan oleh Ibu-Ibu rumah tangga *Jama'ah* Pengajian Desa Ploso yang termotivasi untuk berbisnis. Produk yang memiliki nilai ekonomis lebih tinggi dapat meningkatkan penjualan sehingga meningkatkan pendapatan masyarakat. Disamping itu kemajuan teknologi sangatlah berpeluang untuk membantu bisnis Ibu-Ibu rumah tangga menjadi berkembang. Pengembangan pengetahuan akan pemasaran dan pencatatan keuangan secara *online* secara berkala dengan memanfaatkan media-media digital perlu dilakukan agar bisnis berjalan secara utuh mulai dari produksi, pemasaran dan keuangan. Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat kali ini peserta memiliki keterbatasan waktu akan pelaksanaan karena adanya batasan waktu maksimal yang diberikan masyarakat desa. Selain itu, untuk kedepannya bisa melakukan pelatihan pembuatan laporan keuangan sederhana secara *online* dengan jadwal tersendiri agar Ibu-Ibu lebih faham dan dapat langsung mengaplikasikan dengan alat komunikasi masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

- Antari, N. N. W., & Wulandari, R. (2019). Penguatan Identitas Melalui Branding Kemasan dan Diversifikasi Produk Usaha Comel. *Jurnal Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 3(01), 5–12. <https://doi.org/10.22219/skie.v3i01.7805>
- Arfanly, B., Sarma, M., & Syamsun, M. (2016). Peran Entrepreneurial Marketing dalam Peningkatan Kinerja Pemasaran pada Industri Rumahan Kabupaten Kendal, Jawa Tengah. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 11(2), 141–150. <https://doi.org/10.29244/mikm.11.2.141-150>
- Haris, A., Hermanto, Misdiyanto, & Yoyok. (2020). Sosialisasi Dan Pelatihan Proses Pembuatan Serat Abaca Dari Pohon Pisang Abaca Di Kabupaten Kepulauan Talaud Propinsi Sulawesi Utara. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 440–446. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i3.4737>
- Herianingrum, S., Rusmita, S. A., & Rani, L. N. (2021). Diversitas Produk Anti Polutan Dan Marketing E-Bisnis Pada Desa Maesan, Kec. Mojo Kediri. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 986–991. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i4.5680>
- Mulyani, A. S. (2018). Manfaat Informasi Akuntansi Dalam Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 102–108.
- Muttaqin, R. (2011). KEMANDIRIAN DAN PEMBERDAYAAN EKONOMI BERBASIS PESANTREN (Studi atas Peran Pondok Pesantren Al-Ittifaq Kecamatan Rancabali Kabupaten Bandung terhadap Kemandirian Ekonomi Santri dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Sekitarnya). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 1(2), 65–94. [https://doi.org/10.21927/jesi.2011.1\(2\).65-94](https://doi.org/10.21927/jesi.2011.1(2).65-94)
- Nurani, & Widhajati, E. (2019). Strategi Pemasaran Online terhadap Peningkatan Penjualan UMKM di PLUT KUMKM Tulungagung. *Jurnal Benefit*, 6(1), 58–66.

<https://journal.unita.ac.id/index.php/benefit/article/view/267/247>

- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 24–31.
- Savitri, R. V., & Saifudin. (2018). Pencatatan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Majalah Ilmiah*, 16(2), 42–54.
- Septiani, J., Widaaattullah, H., Akbar, R., & Sudiarto, B. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK BISNIS ONLINE DI MASA PANDEMI COVID-19. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 118. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnas>
- Setiawati, E., & Rozinah, S. (2020). Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Dalam Upaya Meningkatkan Ekonomi Keluarga Melalui Pengelolaan Usaha Rumahan di Tangerang Selatan. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 231–240. <https://doi.org/10.30651/aks.v4i2.2611>
- Wulandari, M., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2021). Strategi Diversifikasi Produk Pada Umkm Kerajinan Bambu Di Desa Gintangan Kecamatan Blimbingsari Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 15(1), 103–109. <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i1.19704>