

# Pemberdayaan Usaha Loloh Melalui Pemanfaatan Teknologi Tepat Guna, Media Pemasaran Online, dan Pengelolaan Keuangan

Ni Made Wirasyanti Dwi Pratiwi<sup>1</sup>, I Kadek Ervan Hadi Wiryanta<sup>2</sup>, I Gusti Agung Oka Sudiadnyani<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Politeknik Negeri Bali

<sup>1</sup>dwi.pratiwi@yahoo.co.id, <sup>2</sup>ervanhw@gmail.com, <sup>3</sup>okasudiadnyani@pnb.ac.id

## Abstrak

Loloh kunyit merupakan minuman tradisional yang terbuat dari kunyit dengan bahan campuran lain. Mitra dalam kegiatan ini adalah usaha Bonotis yang merupakan produsen pembuat loloh kunyit. Mitra berasal dari Desa Bona, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar Bali. Pada saat ini, terdapat beberapa kendala berupa keterbatasan alat bantu produksi, kurangnya pemahaman mengenai aspek K3 dalam proses produksi, kemasan produk, kurangnya manajemen keuangan serta keterbatasan dalam hal pemasaran. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, maka akan dilakukan kegiatan bertahap mulai manajemen produksi sampai pemasaran. Kegiatan dimulai dengan sosialisasi, pemberian teknologi tepat guna yaitu peralatan sebagai alat bantu produksi seperti mesin penghancur bahan baku, Pelatihan aspek K3, pelatihan labeling kemasan, pelatihan manajemen keuangan, pembuatan sosial media dan website serta pelatihan penggunaan sosial media dan website. Indikator capaian adalah peningkatan jumlah produksi hingga 50%, 80% produk berisi label kemasan dengan melibatkan 2 orang karyawan, mitra mempunyai media sosial facebook dan instagram sebagai media pemasaran, 2 orang anggota usaha dapat menerapkan aspek K3 dalam proses produksi, 1 orang anggota usaha dapat mengelola pembukuan dan pencatatan keuangan dan 1 orang anggota usaha dapat melakukan pengelolaan terhadap *content* media sosial. Berdasarkan evaluasi dari kegiatan yang dilakukan keseluruhan target tercapai berupa peningkatan jumlah produksi sebesar 75%, 2 orang karyawan menerapkan aspek K3, 1 orang karyawan dapat membuat laporan keuangan sederhana, 2 orang karyawan dapat menggunakan media sosial sebagai media pemasaran online serta 80% produk siap jual telah berisi label.

**Kata Kunci:** loloh, produksi, manajemen, pemasaran

## Pendahuluan

Perkembangan kuliner saat ini semakin pesat dan bervariasi. Tidak hanya kuliner makanan, kuliner minuman pun mengalami perkembangan dengan adanya inovasi baru khususnya minuman “kekinian” yang banyak terdapat pada daerah perkotaan. Meskipun minuman modern menarik dan banyak dikonsumsi masyarakat, minuman tradisional tetap diminati khususnya di daerah pedesaan. Salah satu minuman tradisional yang ada di Bali adalah loloh. Loloh dapat diartikan sebagai jamu. Loloh yang ada di Bali bermacam-

macam tergantung dari bahan baku yang digunakan dalam proses produksi. Beberapa contoh loloh yang ada di Bali adalah loloh cemcem dan loloh kunyit. Loloh cemcem adalah loloh yang dibuat dari bahan baku daun cemcem, sedangkan loloh kunyit dibuat dari bahan baku kunyit. Loloh cemcem maupun loloh kunyit sudah banyak di produksi di beberapa kabupaten yang ada di provinsi Bali. Loloh kunyit memiliki banyak manfaat khususnya untuk kesehatan tubuh. Usaha loloh sebagai kearifan lokal banyak menarik perhatian saat ini. Pemberdayaan usaha loloh banyak dilakukan seperti Pemberdayaan Kelompok Usaha Loloh di Dusun Ked, Desa Taro, Kabupaten Gianyar (Suprpto, et.al, 2019) dan Pengembangan Loloh Cemcem di Desa Penglipuran, Kabupaten Bangli, Bali (Zellini, et.al, 2017).

Mitra dalam kegiatan ini adalah usaha loloh Bonotis yang berada pada Desa Bona, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar. Desa Bona dapat dicapai dalam waktu 70 menit dari Jimbaran. Produk utama yang dihasilkan mitra adalah loloh kunyit. Terkadang mitra memproduksi loloh cemcem, loloh samara ratih dan loloh kamajaya selain loloh kunyit. Contoh beberapa produk yang dihasilkan mitra dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Produk Loloh Kunyit

Mitra usaha loloh bonotis melakukan produksi tahun mulai 2013 dengan jumlah karyawan sebanyak 2 orang. Bahan baku yang digunakan pada usaha ini adalah kunyit, gula pasir, gula aren, garam, asam. Dalam proses produksi menunjukkan bahwa penghalusan kunyit menggunakan tangan dan blender. Proses pembuatan loloh kunyit yaitu dengan cara merebus kunyit, menghaluskan kunyit yang telah direbus, dan melakukan penyaringan. Dengan keterbatasan alat produksi, proses pembuatan loloh kunyit dalam jumlah banyak memerlukan waktu yang cukup lama.

Mitra tidak mengetahui dengan pasti jumlah keuntungan atau dikarenakan tidak pernah mencatat jumlah pemasukan maupun pengeluaran yang diperoleh. Namun, dapat diestimasikan bahwa jumlah penjualan rata-rata per bulan sekitar 2.000.000- 2.500.000. Produk loloh kunyit mitra dibuat dari bahan alami dan tanpa menggunakan pengawet sehingga ketahanan produk tidak berlangsung lama. Kadaluarsa produk loloh kunyit 2-3

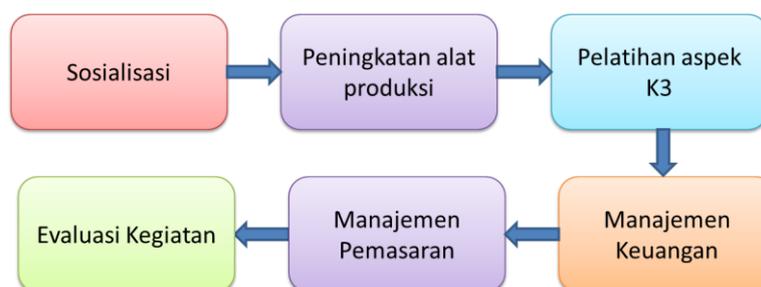
hari apabila disimpan dalam lemari pendingin. Mitra bonotis hampir setiap hari memproduksi produk lolah kunyit. Penjualan dan pemasaran minuman ini dilakukan dengan melakukan penjualan langsung di pasar dan dengan menitipkan lolah kunyit pada pedagang pasar dan warung sekitar lokasi mitra. Selain itu produksi minuman ini berdasarkan pesanan dari pelanggan. Kemasan lolah kunyit menggunakan botol kemasan tanpa adanya label kemasan.

Berdasarkan hasil analisa terhadap situasi existing maka diketahui permasalahan prioritas mitra adalah sebagai berikut:

1. Apabila terdapat pemesanan langsung dari konsumen dalam jumlah banyak, mitra tidak bisa menyanggupi pesanan tersebut dikarenakan keterbatasan alat. Kurang efisiennya proses produksi karena hanya menggunakan satu buah blender dan selebihnya menggunakan tangan manual.
2. Kurangnya pemahaman mitra terhadap aspek Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) yang menunjang produk bersaing di pasaran.
3. Lolah kunyit dikemas menggunakan botol plastik tanpa label sehingga tidak adanya identitas usaha dan pemasaran produk.
4. Kurangnya pemasaran produk lolah kunyit, padahal banyak masyarakat yang berminat terhadap minuman tersebut.
5. Kedua mitra jarang melakukan pencatatan pendapatan dan pengeluaran, sehingga seringkali keuntungan yang diperoleh tidak diketahui secara pasti.

## Metode Pelaksanaan

Pada metode pelaksanaan menggambarkan prosedur kerja yang akan dilakukan pada kegiatan ini. Prosedur kerja dari kegiatan ini ditunjukkan oleh Gambar 2. Terdapat enam bentuk kerja utama yang dimulai dari sosialisasi kegiatan, kemudian peningkatan alat produksi, pelatihan aspek K3, pelatihan manajemen keuangan, pelatihan manajemen pemasaran serta evaluasi kegiatan.



**Gambar 2.** Prosedur kerja kegiatan pengabdian

Berdasarkan permasalahan mitra terdapat beberapa kegiatan untuk menangani permasalahan tersebut:

1. Sosialisasi dilakukan untuk menjelaskan maksud dan tujuan kegiatan serta target kegiatan.
2. Pemberian alat atau teknologi tepat guna yang dapat membantu meningkatkan jumlah produksi seperti mesin penghancur bahan baku. Hal ini akan membantu meningkatkan jumlah produksi dan mempercepat waktu produksi.

3. Pelatihan aspek K3

Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) merupakan sistem yang di dalamnya memiliki nilai perlindungan terhadap pekerja dari potensi bahaya serta kecelakaan atau penyakit akibat kerja (Alamsyah, 2013). Pada proses produksi, K3 merupakan sesuatu yang sangat penting. Semua perusahaan wajib menyediakan APD ke pekerjaan sesuai dengan tingkat bahaya pekerjaan (Zendrato & Sunardi, 2020). Kegiatan pelatihan ini akan membantu membuat produk lebih higienis.

4. Pembuatan dan pelatihan labeling kemasan

Kemasan memiliki banyak fungsi. Bagi industri, kemasan berfungsi menjadi sarana marketing yang efektif dan memperkuat identitas produk ataupun usaha (Theopilus, et.al, 2018). Pada kemasan terdapat labeling kemasan. Labeling kemasan ini yang dapat menunjukkan kepada konsumen identitas dari produk. Kegiatan ini merupakan kegiatan pembuatan kemasan lolah dan dilanjutkan dengan pelatihan labeling kemasan.

5. Pelatihan sistem manajemen keuangan yang sederhana yang dapat membantu mencatat jumlah pengeluaran serta pemasukan yang diperoleh. Diharapkan agar mitra dapat mengetahui keuntungan atau kerugian yang diperoleh.

6. Pelatihan dan bantuan pemasaran yang memanfaatkan teknologi informasi yaitu sosial media. Salah satu sosial media yaitu instagram baik digunakan untuk media pemasaran dalam bisnis online dan alat komunikasi potensial dengan pelanggan serta berdampak positif pada penjualan produk (Indika & Jovita, 2017).

7. Evaluasi kegiatan pelatihan dilakukan setelah pelatihan manajemen dan pemasaran. Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui keberhasilan kegiatan pelatihan yang dilaksanakan.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **1. Sosialisasi Kegiatan**

Sosialisasi kegiatan merupakan tahap awal pada kegiatan PKM ini. Sosialisasi kegiatan dilakukan pada tanggal 17 April 2020 pada lokasi mitra yaitu Desa Bona, Blahbatuh Gianyar Bali. Pada kegiatan ini tim memaparkan tahapan kegiatan yang akan dilakukan, tujuan dan target dari masing-masing tahapan kepada mitra yang terdiri dari pemilik usaha dan karyawan. Ketua tim menyampaikan jadwal dari masing-masing tahapan kegiatan.

### **2. Penyerahan Teknologi Tepat Guna Berupa Alat Produksi**

Untuk menunjang dan meningkatkan proses produksi, maka dilakukan kegiatan berupa bantuan teknologi tepat guna yang dalam hal ini adalah peralatan produksi. Peralatan produksi ini dapat digunakan oleh mitra untuk mempermudah dan mengefisienkan waktu pembuatan lolah. Selain itu dengan adanya penambahan jenis produk lolah mitra yaitu lolah sereh dan cemcem, tambahan peralatan produksi sangat dibutuhkan. Berdasarkan hasil diskusi dan disesuaikan dengan kebutuhan mitra, maka tim memberikan beberapa bantuan peralatan untuk menunjang produksi. Penyerahan alat bantuan produksi dilakukan pada tanggal 24 April 2020. Bantuan alat yang diberikan kepada mitra berupa mesin penghancur bahan baku, showcase untuk tempat

penyimpanan produk, panci untuk memasak produk, baskom untuk pencampuran bahan, penyaring untuk menyaring produk lolah. Kegiatan penyerahan alat bantuan produksi ini diikuti dengan pelatihan cara penggunaan peralatan produksi.

### 3. Pelatihan aspek K3

Pada tahapan ini diadakan pelatihan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3). Pada kegiatan ini tim memberikan penjelasan mengenai pentingnya aspek K3 dalam proses produksi produk. Selain itu dengan memperhatikan aspek K3, produk yang dihasilkan menjadi lebih higienis. Mitra dalam hal ini diberikan bantuan alat pendukung dalam menerapkan aspek K3 dalam proses produksi seperti selop tangan. Selain itu ditengah pandemi COVID-19 diberikan pula bantuan Alat Pelindung Diri (APD).

### 4. Pembuatan Labeling Kemasan

Tahapan ini merupakan tahapan pembuatan labeling kemasan produk lolah agar meningkatkan daya jual produk. Label kemasan berisi identitas produk dan nama usaha. Desain label kemasan dibuat dengan bantuan aplikasi atau software adobe Photoshop. Desain labeling kemasan produk mitra terdiri dari tiga desain yaitu labeling kemasan produk lolah kunyit, lolah cemcem dan lolah sereh. Hasil dengan labeling kemasan menggunakan Adobe Photoshop dapat dilihat pada Gambar 3.



**Gambar 3.** Desain Labeling Kemasan Lolah

Desain labeling kemasan yang telah dibuat kemudian dicetak dengan kertas stiker sehingga dapat langsung ditempel pada kemasan botol. Kegiatan selanjutnya adalah pelatihan pengemasan produk menggunakan stiker label oleh tim. Stiker labeling kemasan juga dilengkapi dengan expired date. Produk lolah yang telah dikemas menggunakan label kemasan dan berisi expired date dapat dilihat pada Gambar 4.



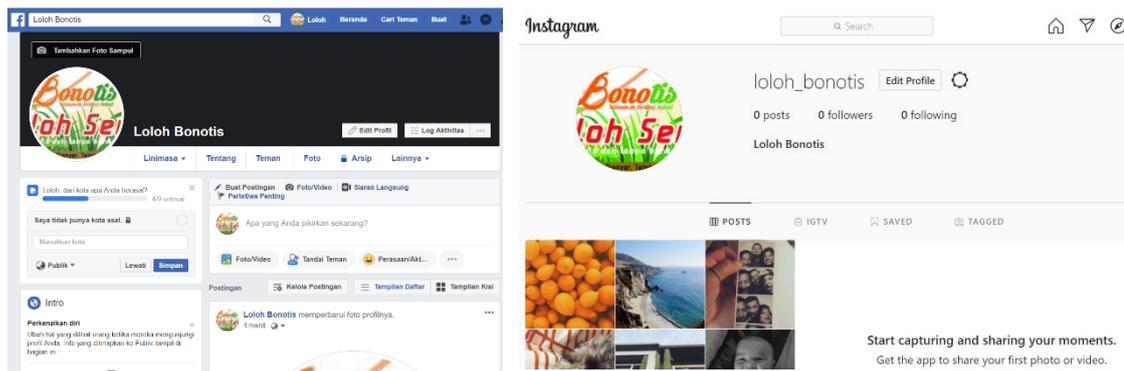
*Gambar 4. Produk Loloh Dengan Label Kemasan*

#### **5. Pelatihan Manajemen Keuangan**

Untuk membantu pengelolaan keuangan mitra, maka dilakukan pelatihan manajemen keuangan sederhana. Pelatihan ini meliputi pelatihan pencatatan nota dan order serta pencatatan pemasukan dan pengeluaran pada buku kas. Pada kegiatan ini mitra diberikan alat untuk melakukan pencatatan seperti nota, buku kas serta stempel usaha. pula penjelasan mengenai pentingnya manajemen keuangan untuk mengetahui keuntungan dan kerugian dari usaha. Selain itu mitra dapat mengetahui harga pokok untuk produksi loloh.

#### **6. Pembuatan dan Pelatihan Media Pemasaran Online**

Tahapan ini merupakan tahapan yang menunjang pemasaran produk. Untuk meningkatkan pemasaran produk maka tim membantu menyediakan media pemasaran online berupa social media facebook dan instagram agar mitra dapat memasarkan produk secara online. Terlebih pada pandemi COVID-19 saat ini yang meminimalisir pertemuan langsung, media pemasaran online ini menjadi salah satu alternatif bagi mitra dalam memasarkan produknya. Media pemasaran online berupa facebook dan Instagram yang telah dibuat, kemudian diberikan kepada mitra disertai dengan kegiatan pelatihan penggunaan media online tersebut. Pada pelatihan mitra diberikan penjelasan dan praktek langsung mengenai tata cara akses social media serta pengisian content untuk memasarkan produk. Dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Sosial Media Mitra

## 7. Monitoring dan Evaluasi Kegiatan

Monitoring dan evaluasi kegiatan dilakukan selama dua tahap. Tahap pertama dilakukan setelah diadakannya penyerahan alat produksi dan pelatihan labeling kemasan. Tahap kedua dilakukan pada akhir kegiatan, setelah semua kegiatan selesai dilaksanakan. Kegiatan monitoring dan evaluasi dijelaskan sebagai berikut.

### Monitoring dan Evaluasi Kegiatan Tahap I

Monitoring dan evaluasi tahap I dilakukan oleh ketua dan anggota pengabdian masyarakat pada tanggal 13 Mei 2020. Kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui kesesuaian kegiatan dengan rencana yang telah ditetapkan. Metode yang digunakan pada evaluasi dan kegiatan tahap I ini adalah wawancara. Berdasarkan hasil wawancara dengan mitra terdapat perbedaan waktu produksi sebelum dan setelah adanya penyerahan bantuan alat produksi. Sebelum adanya mesin penghancur bahan baku produk, mitra menghancurkan bahan baku dengan menggunakan blender dan memerlukan 3-4 kali proses penghancuran. Sedangkan dengan adanya mesin penggiling, mitra cukup sekali melakukan proses penghancuran bahan baku. Selain itu kapasitas produk dengan adanya mesin penggiling menjadi lebih banyak. Untuk evaluasi kegiatan labeling kemasan, dengan adanya labeling kemasan membuat produk lebih menarik dan dikenal masyarakat karena berisi contact mitra sehingga terdapat pemesanan dari konsumen baru.

### Monitoring dan Evaluasi Kegiatan Tahap II

Monitoring dan evaluasi tahap II dilakukan pada akhir kegiatan. Kegiatan ini adalah evaluasi keseluruhan dari awal sampai akhir. Hasil dari evaluasi menjadi dasar untuk ketercapaian target dan luaran kegiatan. Pada tahap ini dilakukan pengukuran terhadap capaian indikator capaian yang telah ditetapkan. Luaran kegiatan yang dicapai ditunjukkan oleh Tabel 1.

Tabel 1. Pencapaian luaran kegiatan

No	Kegiatan	Indikator capaian	Pencapaian
1	Peningkatan alat produksi	Meningkatnya kuantitas produk 50%	Peningkatan jumlah produksi sebanyak 75%.

No	Kegiatan	Indikator capaian	Pencapaian
2	Pelatihan aspek K3	2 Orang anggota mitra menerapkan K3 dalam produksi	2 orang karyawan menerapkan K3 dalam produksi
3	Pelatihan manajemen keuangan	1 orang anggota UKM dapat membuat manajemen keuangan sederhana	1 orang anggota UKM dapat membuat manajemen keuangan
4	Pelatihan pengemasan produk	80% produk berisi label kemasan dengan melibatkan 2 orang karyawan	80% produk berisi label kemasan
5	Pelatihan media pemasaran online	1 orang anggota dapat melakukan pengelolaan data dan informasi	2 orang anggota dapat melakukan pengelolaan data pada media sosial

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa adanya peningkatan alat produksi berdampak pada peningkatan jumlah produksi sebanyak 75%. Selain itu, dengan adanya pelatihan aspek K3 terjadi peningkatan pengetahuan anggota mitra, dimana 2 orang karyawan telah menerapkan aspek K3 seperti pemakaian selop tangan dan masker pada saat produksi loloh. Adanya pelatihan manajemen keuangan berdampak pada peningkatan pengetahuan terkait pengelolaan keuangan, dimana target tercapai yaitu 1 orang anggota UKM yang dalam hal ini pemilik dapat membuat laporan keuangan sederhana dengan buku kas. Dampak dalam hal pengemasan yaitu dengan adanya stiker labeling kemasan, 80% produk mitra yang akan dipasarkan telah berisi label kemasan. Untuk penggunaan media pemasaran online berupa facebook dan Instagram, saat ini 2 orang anggota mitra telah dapat melakukan pengelolaan content seperti penambahan data produk baru, pengubahan data profil dan penghapusan data pada social media usaha loloh

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil evaluasi terhadap seluruh kegiatan yang telah dilaksanakan yaitu peningkatan alat produksi, pelatihan aspek K3, pembuatan dan pelatihan labeling kemasan, pelatihan manajemen keuangan serta pembuatan dan pelatihan media pemasaran online maka dapat disimpulkan bahwa seluruh kegiatan menunjang keberlangsungan usaha baik dalam aspek produk, manajemen dan pemasaran. Dengan adanya peningkatan peralatan produksi berdampak pada peningkatan kuantitas produksi. Selain itu dengan adanya peningkatan pengetahuan mitra dalam hal pengelolaan keuangan dan pemasaran berdampak pada terciptanya laporan keuangan sederhana dalam bentuk buku kas dan media pemasaran online sehingga mitra dapat dengan mudah memasarkan produknya.

## Ucapan Terimakasih

Kegiatan pengabdian ini mendapat dukungan dari berbagai pihak. Sehubungan dengan hal tersebut penulis mengucapkan terima kasih kepada mitra kegiatan ini dan kepada Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dan Politeknik Negeri Bali yang telah

memberikan kesempatan kepada kami untuk mendapatkan bantuan pendanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini.

## Referensi

- Alamsyah, D., Muliawarti, R. (2013). *Pilar Dasar Ilmu Kesehatan Masyarakat*. Nuha Medika: Yogyakarta.
- Indika, D. R., Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 25-32
- Suprpto, P. A., Wiryanta, I. K. E. H., Sudiadnyani, I. G. A. O., Sarja, N. L. A. K. Y. (2019). Pemberdayaan Kelompok Usaha Loloh Di Dusun Ked, Desa Taro, Kabupaten Gianyar. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, 8(4), 239-243.
- Theopilus, Y., Damayanti, K. A., Yogasara, T., Ariningsih, P. K. (2018). Pengembangan Kemasan Makanan Untuk Menghasilkan User Experience Yang Positif: Studi Kasus Pada Salah Satu UMKM Makanan Di Kota Bandung. *Seminar Nasional & Kongres VIII PEI*.
- Zellini, Z., Wiasti, N. M., Sama, I. M. (2017). Ekonomi Kreatif: Pengembangan Loloh Cemcem Di Desa Penglipuran, Kabupaten Bangli, Bali Zania. *Jurnal Humanis*, 19(1), 333-340.
- Zendrato, R. R. P., Sunardi, S. (2020). Penerapan Prinsip Kesehatan Dan Keselamatan Kerja Di Ukm Pande Besi Tradisional. *Adi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1).