

PENGEMBANGAN USAHA DUPA SATRYA PERKASA MELALUI PELATIHAN KONTEN VIDEO & MANAJEMEN KEUANGAN

I Gusti Ngurah Satria Wijaya¹, Ketut Gus Oka Ciptahadi², I Wayan Karang Utama³

¹⁾Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Bisnis & Vokasi, Institut Teknologi dan Bisnis Stikom Bali

^{2,3)}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Informatika & Komputer,

Institut Teknologi dan Bisnis Stikom Bali

e-mail: ngurah_satria@stikom-bali.ac.id

Abstrak

Usaha industri rumah tangga (IRT) Dupa Satriya Perkasa yang terletak di banjar dinas Kelod desa BusungBiu kecamatan Busungbiu kabupaten Buleleng Bali, merupakan usaha IRT yang produktif yang didirikan pada tahun 2022. Permasalahan utama dari produk dupa Satrya Perkasa adalah masih belum bisa meningkatkan skala usaha IRT ke level lebih tinggi. Hal ini disebabkan oleh belum efektifnya pemasaran media sosial yang dilakukan dan hanya masih menyasar pasar lokal sekitar kecamatan Busungbiu. Permasalahan kedua adalah pengelolaan manajemen keuangan usaha masih belum berjalan secara optimal, pencatatan transaksi belum dilakukan secara teratur. Pemecahan masalah yang diberikan dalam kegiatan ini adalah melaksanakan pelatihan pembangunan video content media sosial untuk menunjang pemasaran melalui media digital, serta memberikan pelatihan manajemen keuangan. Teknik atau tahapan kegiatan pengabdian ini adalah melalui kegiatan penegnalan / sosialisasi, kegiatan utama yaitu pelatihan, dan pengawasan serta evaluasi. Dari output evaluasi yang telah kami lakukan dapat disimpulkan bahwa proses kegiatan pelatihan pembuatan konten video dan pelatihan manajemen keuangan berjalan dengan baik. Hal ini termonitor dengan semakin tinggi nilai dari pretest dan posttest, serta peserta pelatihan sangat tertarik dan puas. Dari hasil evaluasi bahwa IRT juga telah mempunyai video company profile untuk meningkatkan branding produk dupa.

Kata kunci: Pelatihan, Konten Video, Manajemen Keuangan, Dupa.

Abstract

Founded in 2022, the Satriya Perkasa Incense Housewife Business is a successful home-based enterprise situated in the Kelod hamlet, BusungBiu village, Busungbiu district, Buleleng regency, Bali. The Satrya Perkasa incense product's primary issue is that it hasn't been able to elevate the size of the homemaker industry. This is because the social media marketing that was done was inefficient and primarily focused on the local market in the Busungbiu district. The second issue is that transaction recording has not been done on a regular basis, and business financial management is still not operating at its best. The answer provided by this community service project is to offer financial management training together with instruction in creating social media video content to promote digital media marketing. This community service project is being carried out through monitoring and evaluation, core training activities, and socialization activities. The process of training activities for creating video content and financial management training proceeded smoothly, according to the findings of the evaluation we conducted. The pretest and posttest scores increased, indicating this, and the training participants were very happy and excited. IRT also has a company profile video to enhance the branding of the dupa product based on the evaluation results.

Keywords: Training, Video Content, Financial Management, Incense.

PENDAHULUAN

IRT Dupa Satriya Perkasa berada di banjar dinas Kelod desa BusungBiu kecamatan BusungBiu kabupaten Buleleng Bali, 81,5 km dari lokasi pengusul ke lokasi mitra, merupakan usaha IRT yang produktif yang didirikan pada tahun 2022. Pemilik usaha, Putu Agus Wahyu Adi Perdana Giri, mengelola bisnis ini dan memiliki 4 karyawan yang membantu dalam produksi. Varian dupa harum seperti cempaka, gaharu, dan jasmine adalah produk IRT Dupa Satrya Perkasa.

Dupa adalah sebuah prasarana yang dalam proses pembuatannya berasal dari bahan tanaman aromatik yang sering dicampurkan dengan bahan essensial. Dupa sering digunakan sebagai sarana upacara keagamaan umat Hindu dan Budha (Devi & Susila, 2022). Mereka juga sering digunakan untuk aromaterapi di ruangan hotel ataupun villa dan juga dapat digunakan sebagai sarana meditasi.

Dengan meningkatnya permintaan untuk produk dupa, lebih banyak pengusaha dupa lainnya mulai mengambil keuntungan (Prena et al., 2022). Terlebih dalam kegiatan peribadatan umat Hindu membutuhkan media sembahyang berupa dupa. Media peribadatan yang bersumber dari isi alam semesta, dimana mempunyai makna manusia memberikan pengorbanan bakti atas berlimpah ruahnya anugerah dari Yang Maha Kuasa. Dupa merupakan sarana sejenis harum-haruman yang dibakar hingga mengeluarkan asap dan berbau harum. Dupa dengan nyala api apabila dibakar merupakan simbol dari Dewa Agni yang berfungsi sebagai mediasi yang menyatukan antara pemuja dengan yang dipuja, saksi dalam kegiatan upacara serta pemusnah segala bahaya dan pengusir roh tidak baik (Arnawa et al., 2022).

IRT Dupa Satrya Perkasa dalam memproduksi berbagai varian dupa harum tidak mengalami masalah karena sudah mempergunakan mesin produksi dupa otomatis dan mampu memproduksi dupak sebanyak 15 kg per hari. Omset penjualan per bulannya adalah 7,5 juta rupiah dan pendapatan bersih sekitar 2,5 juta perbulan. Dari kondisi ini dapat dikatakan bahwa dari segi penjualan dupa masih mengalami kondisi stagnan dan fluktuatif. Permasalahan utama dari produk dupa Satrya Perkasa adalah masih belum bisa meningkatkan skala usaha IRT ke level lebih tinggi. Dari hasil analisa awal, hal ini disebabkan oleh belum efektifnya pemasaran media sosial yang dilakukan dan hanya masih menysar pasar lokal sekitar kecamatan Busungbiu (hanya daerah kabupaten Buleleng Barat dan sebagian daerah Tabanan yaitu Pupuan). Belum efektifnya pemasaran media sosial ini dapat dilihat dari jumlah pengikut media sosial IRT (Instagram dan Youtube) masih minim sekali. Kedua, belum terbentuknya merek dupa yang kuat yang akan mampu mengangkat citra merek dupa dari pesaing-pesaing produsen dupa lainnya. Dengan citra merek dupa yang kuat akan mampu untuk menunjang kinerja pemasaran IRT dalam rangka meningkatkan pendapatan usaha. Saat ini kondisi merek dupa Satrya Perkasa masih sangat kurang sekali. Terlihat dari penggunaan logo, labeling, dan konten pemasaran media sosialnya yang masih sangat sederhana dan traffic dari media sosial masih sangat sepi. Permasalahan lainnya yang ditemui adalah pengelolaan manajemen keuangan usaha masih belum berjalan secara optimal, pencatatan transaksi belum dilakukan secara teratur sehingga laporan kinerja keuangan usaha belum terlaporkan secara valid dan masih berdasarkan perkiraan.

Tabel 1. Analisis Situasi

No	Uraian	IRT Dupa Satrya Perkasa
1	Hasil Produksi	Dupa harum dengan varian cempaka, gaharu, dan jasmine
2	Omzet Minimal per Bulan	Kurang lebih Rp. 7.500.000
3	Pendapatan Maksimal per Bulan	Kurang lebih Rp. 3.000.000
4	Pemasaran	Pemasaran media sosial
5	Produksi	15 kg /hari

Data dari tabel 1 diatas diperoleh dari hasil wawancara pada mitra. Adapun situasi tempat kerja mitra seperti pada gambar 1 sampai gambar 2



Gambar 1. IRT Dupa Satriya Perkasa



Gambar 2 Produk Dupa

Berdasarkan uraian pendahuluan diatas, maka kegiatan pengabdian ini memiliki tujuan untuk meningkatkan kinerja usaha khususnya penjualan IRT dimana termasuk mitra yang produktif

METODE

Dalam pengabdian ini, metode yang digunakan seperti yang ditunjukkan pada gambar 3 adalah mensosialisasikan kegiatan kepada mitra IRT, mengadakan pelatihan tentang pembuatan konten video, mengadakan pelatihan terkait manajemen keuangan, dan melakukan evaluasi kegiatan secara tatap muka, yang merupakan alur final dari prosedur kegiatan ini (Sarja et al., 2023).



Gambar 3. Metode Pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan diawali dengan pengenalan atau sosialisasi ke mitra, pelatihan penmbuatan konten video, pelatihan manajemen keuangan serta monev kegiatan. Adapun detail kegiatan sebagai berikut:

Sosialisasi ke IRT Ibuk Ida

Pengenalan kegiatan diadakan pada tanggal 6 Januari 2025 antara pukul 10.00 dan 11.00 WITA. dilakukan dengan pemilik usaha untuk menyampaikan latar belakang, tujuan kegiatan, dan target kegiatan. Ini termasuk pelatihan manajemen keuangan dan pembuatan konten video. Ada juga diskusi tentang jumlah peserta, waktu, peralatan, dan lokasi pelatihan.

Pemberian pelatihan pembuatan konten video media social

Dalam rangka untuk meningkatkan kualitas konten dalam menunjang pemasaran produknya, maka dilakukan pelatihan pembuatan konten video media social dan pemberian video profile perusahaan. Pada pelatihan ini yang dihadiri oleh dosen ahli dibidangnya dan juga mengundang praktisi videographer. Untuk modul pelatihan terlambat di lampiran. Kegiatan ini diadakan tanggal 11 Januari 2025 pukul 10.00 – 12.00 terlihat pada gambar 4.



Gambar 4. Pelatihan Video Konten

Pelatihan Manajemen Keuangan

Kegiatan ini akan dilaksanakan secara tatap muka di tempat produksi IRT di berikan oleh tim pengabdian kepada 1 pemilik dan 3 pekerja IRT. Poin-poin materi yang diberikan pada pelatihan ini adalah penyebab usaha tidak berkembang, sumber modal, pendapatan dan biaya serta latihan-latihan pembukuan(Maresti et al., 2023). Untuk modul pelatihan terlampir di lampiran. Kegiatan ini Kegiatan ini diadakan tanggal 11 Januari 2025 pukul 12.00 -13.00 yang terlihat pada gambar 5 dan 6.



Gambar 5 Pelatihan manajemen keuangan



Gambar 6. Tim dan Mitra Pengabdian

Evaluasi Kegiatan

Dengan terlaksananya kegiatan pelatihan pembuatan konten video media social dan pelatihan manajemen keuangan, maka diperoleh luaran kegiatan sebagai berikut:

Untuk luaran kegiatan pelatihan pembuatan konten video media social adalah berupa peningkatan output pretest dengan output postest peserta pelatihan seperti terlihat pada tabel 3. Hasil penilaian memperlihatkan peningkatan dari nilai rata-rata dari nilai 45 menjadi 85 pada saat kegiatan sudah dilaksanakan.

Tabel 3 Hasil Pretest dan Postest Peserta Pelatihan Pembuatan Konten Video

No	Nama	Status	Nilai	
			Pre Test	Post Test
1	Komang Artini	Pekerja	40	70
2	Kadek Dody Setiongiri	Pekerja	50	90
3	Kadek Wili Desiani	Pekerja	40	80
4	Putu Agus Wahyu Adi Perdana	Pemilik	50	100
NILAI RATA_RATA			45	85

Selain luaran dari hasil test pelatihan, peserta juga diberikan contoh video reel media social dan Company Profile untuk lebih memperkuat proses pembuatan konten video kedepannya bagi usaha IRT. Screenshot video company profile dan reel dapat dilihat pada gambar 7 dan 8 Link video lengkap dapat dilihat dilink berikut

Video Company Profile:

<https://drive.google.com/file/d/1PK7VKqR-KwmfRLJhVWncsbHXIFt5lhSF/view?usp=sharing>

Reel Media Sosial:

https://drive.google.com/file/d/1KI_WvE9x_EPbe_3gF6DKDiw8su5t7ejY/view?usp=sharing



Gambar 7. Video Company Profile



Gambar 8. Reel Media Sosial

Untuk luaran kegiatan pelatihan manajemen keuangan adalah berupa berupa peningkatan output pretest dengan output postest peserta pelatihan seperti terlihat pada tabel 4. Hasil penilaian

memperlihatkan peningkatan dari nilai rata-rata sebesar 37,7 menjadi 72,5 pada saat kegiatan sudah dilaksanakan.

Tabel 4. Hasil Pretest dan Postest Peserta Pelatihan Manajemen Keuangan

No	Nama	Status	Nilai	
			Pre Test	Post Test
1	Komang Artini	Pekerja	30	70
2	Kadek Dody Setiongiri	Pekerja	40	70
3	Kadek Wili Desiani	Pekerja	20	60
4	Putu Agus Wahyu Adi Perdana	Pemilik	60	90
NILAI RATA_RATA			37,7	72,5

SIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan ini adalah proses kegiatan pelatihan pembuatan konten video dan pelatihan manajemen keuangan berjalan dengan lancar. Dari hasil evaluasi yang telah kami lakukan dapat disimpulkan bahwa IRT telah mempunyai video company profile untuk meningkatkan branding produk dupa. Untuk luaran kegiatan pelatihan pembuatan konten video dan manajemen keuangan, mendapatkan hasil berupa nilai pretest dan postest meningkat, dan peserta sangat antusias dan puas sehingga memudahkan memahami materi pelatihan.

SARAN

Saran dari kegiatan ini yaitu agar kegiatan pelatihan untuk pengembangan usaha ini dilaksanakan dengan frekuensi yang lebih banyak kedepannya dan berkesinambungan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, maka penulis tidak dapat menyelesaikan pengabdian masyarakat ini dengan baik, untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada Rektor ITB STIKOM Bali yang telah memberikan kesempatan dan sumber dana untuk melakukan pengabdian masyarakat. Ucapan terima kasih selanjutnya kepada Direktur Penelitian, Pengabdian Masyarakat, dan HAKI ITB STIKOM Bali yang telah mensupport dan memberikan fasilitas hingga terselesaiannya pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada pemilik IRT dan pekerja yang sudah memberikan kesempatan untuk kegiatan kami dengan baik. Semoga kegiatan ini bisa berdampak positif untuk kemajuan IRT.

DAFTAR PUSTAKA

- Arnawa, I. B. K. S., Purnamayanti, I. A. G. W., & Supuwiningsih, N. N. (2022). Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Media Pemasaran dan Manajemen Keuangan pada IRT Penggerajin Dupa. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 4(2), 30–35. <https://doi.org/10.30864/widyabhakti.v4i2.282>
- Devi, K. M., & Susila, G. P. A. J. (2022). Lingkungan kerja, motivasi, dan kinerja karyawan UD Dupa Julungwangi Sangsit. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 76–83.
- Maresti, D., Yusran, R. R., Perdana, A. A., & ... (2023). ... Laporan Keuangan Sederhana Pada Kelompok Usaha Dan Masyarakat Kota Payakumbuh: Pendampingan Pencatatan Pembukuan Laporan Keuangan Sederhana *Altafani: Jurnal* ..., 1(1), 16–22. <https://journal.umnyarsi.ac.id/index.php/ABDIMAS/article/view/11%0Ahttps://journal.umnyarsi.ac.id/index.php/ABDIMAS/article/download/11/3>
- Prena, G. Das, Utami, N. P. E. Y., & Yuliastuti, I. A. N. (2022). PeningkatanPemasaran Dupa Bodhisattva Di Desa Lodtunduh, Ubud, Gianyar. *Dharma Jnana*, 2(2), 85–95.
- Sarja, N. L. A. K. Y., Utami, N. M. M. A., & Wahyuni, L. M. (2023). Pengembangan UMKM Kain Perca Melalui Pemanfaatan Teknologi Tepat Guna Di Tabanan Bali. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(3), 430–438. <https://doi.org/10.36312/linov.v8i3.1345>