



**PENDAMPINGAN UMKM DUPA AJEG BALI DESA SAMBANGAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN PEREKONOMIAN****Oleh****Ni Nyoman Ayu Ningsih¹, Ketut Angga Asriani², Riana Dewi Kartika³,
Putu Eka Nopiyani⁴****^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja****E-mail: ³rianakartika683@gmail.com**

Article History:*Received: 04-10-2022**Revised: 17-11-2022**Accepted: 27-11-2022***Keywords:***Incense, Marketing,
Technology, Labor*

Abstract: *Micro, small and medium enterprises (MSMEs) are one of the business fields that can develop and be consistent in the national economy. Micro, small and medium enterprises (MSMEs) are good forums for job creation designed by the government, private sector and individual business actors. One of them is the UKM internship program carried out by STIE Satya Dharma Singaraja students which aims to apply the knowledge gained during lectures in a more real world of work. SMEs are one of the potential for job expansion to overcome unemployment and poverty. These SMEs have an impact on every business run by the community in selling and promoting their products. This internship program is carried out for 1 month from August 1, 2022 - August 31, 2022. This internship activity takes place in the village of Sambangan at the Dupa UKM, namely Dupa Ajeg Bali, which in its distribution aims to increase income from the number of orders and at the same time increase public interest in buying incense. at Ajeg Bali. Emphasis on aspects under study include aspects of marketing and aspects of human resources using direct observation techniques to the location and seeing directly the marketing targets and the quality of their human resources. In this case, in terms of marketing, it can be concluded that to increase their income, Ajeg Bali employees must prioritize their promotions on social media. In addition, the most important thing is the presence of manpower. Good human resources are resources that are able to improve their companies and make innovations that make companies and organizations more recognized. For this reason, in terms of human resources or labor, they must cooperate more to meet customer satisfaction both in terms of printing and packaging of incense.*



PENDAHULUAN

Bali adalah salah satu provinsi yang memiliki potensi dalam menyumbang pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan memiliki peran penting dalam menumbuhkan pariwisata dan usaha-usaha kecil seperti usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). UMKM merupakan salah satu potensi perluasan kerja untuk mengatasi pengangguran dan kemiskinan. Menurut (Wuwungan, 2015). UMKM merupakan usaha yang memiliki pemilik sekaligus pengelola yang sama, modal disediakan oleh seorang pemilik atau sekelompok kecil pemilik modal.

UMKM terdiri dari berbagai jenis usaha, diantaranya adalah perusahaan manufaktur. Secara teknis, manufacturing adalah pengolahan bahan mentah dengan melalui proses kimia dan fisika yang bertujuan untuk mengubah bentuk, sifat, dan tampilan produk. Kegiatan manufaktur mencakup proses perakitan beberapa komponen hingga menjadi produk utuh dan memiliki nilai tambah melalui satu atau lebih proses perakitan. Sehingga hasil akhir yang diharapkan adalah terbentuknya produk yang memiliki nilai jual dalam pemasaran. Pemasaran merupakan suatu media yang digunakan dalam memperkenalkan suatu produk baik berupa barang maupun jasa kepada konsumen dengan harga yang sudah disepakati.

Dengan proses pemasaran akan memudahkan pengusaha untuk menghasilkan keuntungan. Dalam memasarkan suatu usaha, pihak pengusaha akan menentukan strategi yang dibuatnya baik dari segi kualitas maupun media yang digunakan. Dalam menjalankan suatu usaha kualitas suatu bahan merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan terlebih dalam hal teknologi yang membantu dalam kelancaran suatu usaha. Menurut (Siagian et al., 2020), kemajuan teknologi di era ini banyak berpengaruh kepada komunikasi maupun informasi yang semula konvensional menjadi modern dan serba digital, membuat semakin pesatnya perkembangan teknologi.

Salah satu contoh UKM yang ada di Bali adalah usaha dupa aroma terapi yang sudah berjalan kurang lebih 4 tahun yang terletak di Desa Sambangan. Nama usaha dupa tersebut yaitu Dupa Ajeg Bali. Awal mula berdirinya usaha ini adalah karena pemilik usaha ini melihat peluang potensi penggunaan dupa di Bali yang banyak digunakan pada saat-saat sembahyang. Seiring berjalannya waktu, masyarakat mulai mengenal dupa ajeg Bali sehingga jumlah pesanan semakin meningkat dimulai dari dupa mini, dupa kiloan, dupa seribuan dan jenis dupa lainnya. Ada 11 aroma dupa yang tersedia dan berkualitas premium.

Dupa Ajeg Bali juga menerima pesanan dupa bagi toko yang ingin menggunakan labelnya sendiri dengan dupa yang masih di produksi di Ajeg Bali. Selain itu Ajeg Bali juga menerima pesanan untuk dupa mentah dalam artian dupa yang belum dicelup parfum. Dilihat dari lokasinya Dupa Ajeg Bali belum terlalu strategis karena letaknya cukup jauh dari kota dan jauh dari keramaian. Namun pada saat ini di era digital ada banyak selai jenis media yang bisa digunakan untuk membuat UKM Dupa Ajeg Bali semakin dikenal seluruh masyarakat khususnya kota Singaraja.

METODE

Metode kegiatan dalam hal ini adalah pendampingan dengan teori dan praktik. Pendampingan UMKM ini diberikan kepada salah satu pelaku UMKM dupa Ajeg Bali. Sembari melakukan pendampingan dan observasi juga menelaah mengenai tahapan pembuatan dupa dari awal produksi hingga pengemasannya. Kegiatan Pengabdian Masyarakat pada UMKM bertujuan untuk meningkatkan perekonomian. Kegiatan ini



dilakukan selama sebulan dan menganalisis tentang aspek permasalahan yang ada di Dupa Ajeg Bali Sambangan. Adapun tahapan kegiatan sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan, di tahap ini pertama yaitu mempersiapkan surat izin dari pihak kampus untuk bisa melakukan praktek kerja lapangan di masing-masing tempat. Tahap kedua, yaitu penyusunan tahapan kegiatan seperti penerjunan mahasiswa, penarikan mahasiswa, dan sewaktu-waktu akan diadakannya monev mahasiswa di lapangan.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan, di tahap ini kami sebagai mahasiswa yang ingin melakukan PKL memberikan surat izin magang ke tempat PKL yaitu Dupa Ajeg Bali, setelah itu di hari pertama melakukan kegiatan kami langsung diantarkan oleh dosen pembimbing untuk penerjunan mahasiswa dan begitupun dengan hari terakhir PKL kami di jemput dosen pembimbing untuk melakukan penarikan mahasiswa. Di hari-hari selanjutnya kami melakukan wawancara dengan SDM di tempat Pelaksanaan PKL, di hari berikutnya melakukan dokumentasi, di hari selanjutnya ikut membantu dan pembungkusan dupa dll

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi, di tahap ini kami mulai mengamati proses pembuatan dupa apakah ada yang menjadi penghambat keterlambatan pengiriman, apa yang menjadi penghambat sehingga bisa terjadi keterlambatan kerja karyawan dalam membungkus dupa, mengamati cara pemasaran yang hanya menggunakan sistem PO (*pre order*) dan seles.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pembekalan Materi

Pembekalan materi, disini kami memberikan arahan untuk mengaktifkan kembali akun media social ajeg bali dan memberikan arahan dalam pemasaran lewat aplikasi-aplikasi dan memberikan saran untuk membuat *marketplace* seperti *shoope*

2. Peningkatan Penjualan

Peningkatan penjualan, disini kami mencoba untuk membantu melakukan pemasaran lewat akun media social yang kami punya seperti contohnya: *facebook, instagram, whatApp*.

3. Pelatihan Internet Marketing

Pelatihan internet marketing ini kami memberi tahu yang bagaimana bisa disebut sebagai manajemen SDM, manajemen waktu, manajemen strategi, dan manajemen pemasaran.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dimulai dari penentuan lokasi, yakni Dupa Ajeg Bali Sambangan, selanjutnya dilakukan pendampingan untuk membantu UMKM [Ajeg Bali] dalam meningkatkan perekonomian. Dari yang sudah di amati ada 2 aspek pendampingan yang dilakukan yang ada yaitu pada aspek pemasaran (faizin, 2017) mengatakan pemasaran merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh madrasah untuk memberikan kepuasan kepada stakeholder dan masyarakat.dan sumber daya manusia.

Pada aspek pemasaran ditemukan permasalahan dari seles, teknologi dan pelabelan. Adapun yang didapat dari bagian seles permasalahan yang terjadi yaitu dari segi promosi seharusnya lebih aktif dalam mendapatkan pelanggan baru baik melalui komunikasi langsung atau mempromosikannya lewat media social. Dari segi teknologi sering terjadi kesalahpahaman dengan konsumen. Solusi yang didapat yaitu mampu berkomunikasi dengan baik pada konsumen. Dari segi pelabelan ajeg bali sering terkendala kurangnya label



dalam mengemas barang karena menggunakan label yang disablon. Yang dimana diharapkan karyawan lebih banyak menyablon label dengan harapan tidak kekurangan label pada saat pengemasan Menurut Kotler (2000:477), label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label bisa hanya mencantumkan merek atau informasi.

Pada aspek sumber daya manusia permasalahan yang ditemukan ada pada segi karyawan, segi produksi dan keterampilan. Dari segi karyawan permasalahan yang terjadi seringnya absen menyebabkan stok dupa menipis solusinya dalam menyikapi hal tersebut pemilik usaha memotong gaji hariannya. Dari segi produksi permasalahan yang terjadi di pencetakan sering kali mengalami gagal cetak disebabkan karena kotornya tempat pencetakan. Dari segi keterampilan permasalahan minim pengetahuan salah satunya di tempat pencetakan solusinya kerja sama, saling bantu-membantu agar masalah dapat segera terselesaikan Istilah terampil biasanya digunakan untuk menggambarkan tingkat kemampuan seseorang yang bervariasi. Keterampilan (skill) merupakan

kemampuan untuk mengoperasikan pekerjaan secara mudah dan cermat (Sri Widiastuti, 2010: 49).

Dalam tahap pelaksanaan ini, di Ajeg Bali ini menggunakan sistem PO (Pre Order) karena sudah memiliki pelanggan. UMKM ini melaksanakan produksinya setiap hari. Dalam satu hari full maksimal 4 pelanggan yang bisa diselesaikan dengan SDM (Sumber Daya Manusia) yang sudah terlatih.



Gambar 1. Proses Penimbangan Dupa

Pada tanggal 01-07 Agustus 2022 penulis masih mengamati kegiatan-kegiatan apa saja yang dilakukan, kebiasaan apa yang diterapkan dalam bekerja dalam artian masih menyesuaikan, dan mulai menginput penjualan di sistem. Karena di UKM (Usaha Kecil Menengah) Ajeg Bali di dalam pembuatan laporan keuangannya sudah terbilang bagus dan memiliki sistem tersendiri untuk menginput keuangan tersebut. Pada minggu kedua 08-14 Agustus 2022 penulis mulai membantu proses packing dupa dan membuat nota untuk pesanan yang sudah siap diantar.



Gambar 2. Proses Packing Dupa

Pada tanggal 15-31 Agustus 2022 kami membantu packing dupa, membuat nota dan melakukan pemasaran melalui tatap muka atau dari mulut ke mulut maupun media sosial, dengan memasarkan produk melalui tatap muka kami mempromosikan dupa ajeg bali ini lewat warung salah satu dari kami untuk membeli produk dupa dari ajeg bali. Pemasaran melalui media sosial penulis mempromosikan lewat akun media sosial pribadi. Selama 1 bulan sedikit demi sedikit kami mengambil gambar dan video untuk mempromosikannya.

3.1 Tabel

1 Tabel Target Capaian Kegiatan

Target yang akan dicapai dalam praktek kerja lapangan pada pengrajin dupa ajeg bali ini secara umum, yaitu untuk meningkatkan nilai tambah produk dupa, peningkatan pendapatan masyarakat dengan menjual produk dupa Ajeg Bali.

Tabel 01 Target Capaian Kegiatan

NO	ASPEK KEGIATAN	SPESIFIKASI	TARGET CAPAIAN
1	Pembekalan Materi	Kegiatan memberikan pemahaman tentang kegiatan yang tanpa diketahui sudah dilakukan menggunakan aspek manajemen	Agar bisnis ini lebih memahami teori-teori berbisnis yang baik dalam pasar maupun dalam tahap-tahap produksi.
2	Peningkatan Penjualan	Melakukan penjualan untuk menarik minat beli masyarakat luas	Meningkatkan penjualan dan daya tarik minat masyarakat dengan cara mengadakan promo di hari-hari tertentu, memberi tahu dengan cara mulut ke mulut lebih cepat di kenal.
3	Pelatihan Marketing Internet	Materi pelatihan yaitu cara pemasaran melalui media sosial	Peningkatan keterampilan memasarkan produk melalui sosial media atau marketplace seperti Whatsapp, Instagram, Facebook.



2. Tabel Hasil Yang Dicapai

Selama sebulan pelaksanaan kegiatan, target yang dicapai dalam Praktek Kerja Lapangan dalam UKM (Usaha Kecil Menengah) ini yaitu membantu meningkatkan persaingan dalam kualitas SDM, ketepatan waktu dan promosi sehingga omzet penjualan meningkat serta mengefisienkan waktu dalam pengantaran barang.

Tabel 02 Hasil Yang Dicapai

	ASPEK KEGIATAN	KONDISI LOKAL	CAPAIAN
1	Pembekalan Materi	Kegiatan yang dulunya sudah memiliki akun media sosial tetapi di non aktifkan dan belum memiliki <i>marketplace</i> .	Memberikan arahan dalam pemasaran lewat aplikasi-aplikasi dan memberikan saran untuk membuat <i>marketplace</i> seperti <i>shopee</i>
2	Pelatihan Pemasaran	Pemasaran yang dilakukan di media sosial yaitu agar bisa lebih di kenal masyarakat luas dan meningkatkan jumlah pelanggan	Melakukan pemasaran dapat dilakukan dengan media sosial seperti contohnya : Facebook, Instagram, WhatsApp.
3	Pelatihan Internet Marketing	Belum mengetahui kegiatan yang bagaimana yang disebut dengan manajemen	Mengetahui MSDM, manajemen waktu, manajemen strategi, manajemen pemasaran.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil pengabdian masyarakat yang dilakukan bahwa kami bertujuan untuk memberikan saran, arahan, bantuan untuk bisa meningkatkan lebih banyak minat masyarakat untuk membeli dupa Ajeg Bali yang terletak di Sambangan, kec. Sukasada, Kab. Buleleng. Diharapkan kepada seluruh masyarakat dalam memulai usaha UKM maupun UMKM dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menarik minat masyarakat, sehingga nantinya keuntungan yang dihasilkan dapat meningkat.

Ucapan Terima Kasih

Sehubungan dengan telah selesainya kegiatan pengabdian masyarakat di Dupa Ajeg Bali di Desa Sambangan, Buleleng Bali

Kami mengucapkan terima kasih atas kerjasamanya atas kesempatan yang telah diberikan kepada kami selaku makasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja. Hal ini sangat berarti sebagai wahana aplikasi penegetahuan dan ketrampilan sesuai standar kinerja.

Atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami sampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat.

**DAFTAR REFERENSI**

- [1] Setiadi, A. (2014). Pemanfaatan media sosial untuk efektivitas komunikasi. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 16(1).
- [2] Faizin, I. (2017). STIT Pemalang 261. *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah*, 7, 261-283.
<http://journal.stitpemalang.ac.id/index.php/madaniyah/article/view/75>
- [3] Mekari, /Ruang Lingkup Perusahaan Manufaktur/entrepreneur. *Jurnai.id*
- [4] Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Manajemen Pemasaran. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 44-51.
http://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/288824/FULL-PAPER-KOMPETITIF_NTW.pdf
- [5] Jacqueline Y. S. Wuwungan (2015). Persediaan/standar akuntansi/ akuntabilitas publik., *Jurnal Emba*
- [6] Silviasari. (2020) /Penyelesaian sengketa konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi e-commerce melalui sistem cash on delivery/. *Journal.ac.id*
- [7] Muchlisin Riadi (2018). Ketentuan label produk/. *Kajian Pustaka*.
- [8] Ir. Eddy Kuntadi. Pengertian MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN)
- [9] https://www.indonesiastudents.com/pengertian-mea-masyarakat-ekonomi-asean-menurut-para-ahli/#Pengertian_MEA_Menurut_Para_Ahli
- [10] Wuwungan, (2015). Pengertian UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)
file:///C:/Users/USER/Downloads/282-1989-1-PB%20(1).pdf

5570

J-Abdi

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Vol.2, No.7, Desember 2022



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN