

## **Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Media Pemasaran dan Manajemen Keuangan pada IRT Pengerajin Dupa**

**<sup>1</sup>Ida Bagus Ketut Surya Arnawa, <sup>2</sup> Ida Ayu Gede Wiwik Purnamayanti, <sup>3</sup> Ni Nyoman Supuwiningsih**  
ITB STIKOM Bali<sup>1,2,3</sup>  
arnawa@stikom-bali.ac.id

---

### **ABSTRAK**

Dalam melakukan persembahyangan khususnya bagi umat hindu memerlukan adanya sarana. Secara umum sarana persembahyangan terdiri dari api, air dan bunga. Sarana api yang digunakan ini biasanya berupa dupa. Dupa adalah sejenis harum-haruman yang dibakar sehingga berasap dan berbau harum. IRT Ida Ayu Nara Ambarayani beralamat di Jalan Gatot Subroto Timur Gang Indrakila no 16 Denpasar Memulai usaha pada bulan April 2020. Produk yang dihasilkan oleh mitra berupa dupa yang terdiri dari berbagai jenis ukuran panjang mulai dari 22cm, 28cm, 32cm, 35cm dan 40 cm. Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu minimnya promosi, minimnya pengetahuan tentang manajemen keuangan dan belum adanya label kemasan pada produk mitra. Untuk mengatasi permasalahan yang dialami oleh mitra maka solusi yang ditawarkan dalam pengabdian ini yaitu memberikan pelatihan ICT dalam melakukan promosi secara online, memberikan pelatihan manajemen keuangan dan membuat label kemasan. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini yaitu observasi lokasi, analisis situasi, pelatihan pemanfaatan ICT untuk pemasaran, pelatihan manajemen keuangan, pembuatan label kemasan, kemudian dilakukan evaluasi kegiatan pengabdian. Hasil pengabdian yang sudah dilakukan yaitu meningkatnya pengetahuan mitra dalam pemanfaatan ICT untuk melakukan promosi, meningkatnya pengetahuan mitra dalam manajemen keuangan dan mitra sudah memiliki label kemasan yang ada pada setiap produk yang dihasilkan.

**Kata kunci :** dupa, pengabdian.

### **ABSTRACT**

*In performing prayers, especially for Hindus, facilities are needed. In general, the means of prayer consist of fire, water and flowers. The fire ingredient used is usually incense. Incense is a kind of perfume that is burned so that it smokes and smells good. IRT Ida Ayu Nara Ambarayani is located at Jalan Gatot Subroto Timur Gang Indrakila no 16 Denpasar Started a business in April 2020. The products produced by partners are incense consisting of various types of lengths ranging from 22cm, 28cm, 32cm, 35cm and 40 cm. Based on the analysis that has been done, the problems faced by partners are the lack of promotion, lack of knowledge about financial management and the absence of packaging labels on partner products. To overcome the problems experienced by partners, the solutions offered in this service are providing ICT training in conducting online promotions, providing financial management training and making packaging labels. The methods used in this service activity are location observation, situation analysis, ICT utilization training for marketing, financial management training, making packaging labels, then evaluating service activities. The*

---

*results of the service that have been carried out are increasing partner knowledge in the use of ICT for promotion, increasing partner knowledge in financial management and partners already having packaging labels on each product produced.*

**Key words:** *incense, devotion*

## PENDAHULUAN

Kehidupan Agama Hindu khususnya di Bali dalam melaksanakan sembahyang memerlukan adanya sarana sembahyang. Sarana persembahyangan berasal dari isi alam semesta, yang berarti manusia menghaturkan terima kasih atas berlimpah ruahnya anugrah Tuhan. Salah satu sarana persembahyangan yang sering dipergunakan yaitu dupa. Dupa adalah sejenis harum-haruman yang dibakar sehingga berasap dan berbau harum. Dupa dengan nyala apinya merupakan lambang dari Dewa Agni yang berfungsi sebagai perantara yang menghubungkan pemuja dengan yang dipuja, saksi dalam pelaksanaan upacara serta pembasmi segala mala dan pengusir roh jahat. Dupa bisa di dapatkan toko maupun warung-warung serta bisa juga didapat di industri rumah tangga yang membuat dupa.

Salah satu Industri Rumah Tangga yang bergerak sebagai pengerajin dupa sekaligus mitra pengabdian yang ada di kota Denpasar yaitu Ida Ayu Nara Ambarayani yang beralamat di Jalan Gatot Subroto Timur Gang Indrakila no 16 Denpasar. Ida Ayu Nara Ambayani yang sering disapa Nara memulai usaha pada bulan April 2020. Dalam menjalankan usaha pembuatan dupa ini mitra tidak memiliki karyawan, mitra hanya dibantu oleh kedua orangtua mitra dalam melakukan pengemasan. Produk yang dihasilkan oleh mitra berupa dupa yang terdiri dari berbagai jenis ukuran panjang mulai dari 22cm, 28cm, 32cm, 35cm dan 40 cm. Tersedia dalam beberapa warna diantaranya merah, hitam, ungu dan kuning keemasan. Selain itu juga produk dupa mitra memiliki beragam aroma yang menjadi salah satu keunggulan mitra yaitu aroma vanilla, jasmine, honey, teratai dan cendana. Produk dupa yang dihasilkan oleh

mitra memiliki aroma yang sangat lembut sehingga bau dupa tidak menyengat hidung serta abu dupa yang dihasilkan tidak panas atau abu dingin sehingga aman untuk digunakan pada saat melakukan persembahyangan.

Bahan dupa mentah / *unperfumed joss stick* yang dipergunakan oleh mitra didapat dari salah satu *suplayer* yang ada di kota Denpasar. Dupa mentah tersebut kemudian diolah dengan cara memberikan aroma. Proses pemberian aroma pada dupa mentah dilakukan dengan cara mencelupkan dupa mentah ke dalam wadah yang sudah terisi aroma sesuai dengan yang diinginkan. Aroma dupa yang dipergunakan sudah melalui uji coba dengan tujuan menghasilkan aroma yang wangi dan tidak menyengat. Setelah proses pencelupan selesai dilanjutkan dengan menjemur dupa yang telah dicelupkan. Dupa yang sudah kering selanjutnya akan dikemas dengan plastik kemudian siap untuk dijual. Omset yang dihasilkan oleh mitra pengabdian dalam sebulan rata-rata 5 juta rupiah.

Produk dupa yang dihasilkan oleh mitra dipasarkan dengan cara menitip di warung – warung serta bisa didapat dengan datang langsung ke rumah mitra. Produk mitra dikenal dari mulut ke mulut karena produk mitra memiliki aroma yang lebih lembut dan tidak menyengat, hal ini menjadi keunggulan tersendiri dari produk mitra. Kemasan yang digunakan untuk mengemas dupa produk mitra menggunakan plastik bening panjang sehingga kurang bagus untuk dilihat. Kemasan produk mitra dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Produk Mitra

Pada Gambar 1 kemasan Dupa belum ada label yang mencerminkan hasil produksi dari mitra. Mitra pengabdian memiliki beberapa hambatan dan harapan yaitu hasil produksi mitra semakin dikenal dan diminati oleh masyarakat yang lebih luas dengan memanfaatkan ICT sebagai perantaranya. Dari hasil analisis situasi yang dilakukan ditemukan bahwa mitra masih terkendala pada pemasaran, pengemasan hasil produksi dan tidak adanya manajemen keuangan sehingga mitra sulit mengetahui pasti keuntungan yang didapat.

### RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi di atas terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi UKM Mitra yaitu :

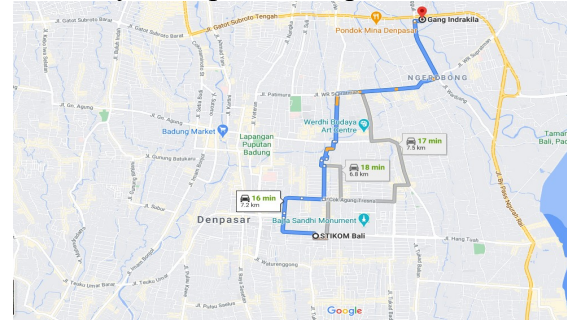
1. Minimnya promosi yang dilakukan sehingga produk dupa yang dihasilkan kurang dikenal oleh konsumen
2. Minimnya pengetahuan tentang manajemen keuangan sehingga mitra tidak dapat mengetahui secara pasti berapa modal yang dikeluarkan dan berapa keuntungan yang didapat.
3. Kemasan hasil produksi belum menggunakan label yang mencirikan usaha mitra pengabdian sehingga produk mitra kurang diingat oleh konsumen.

### METODE

#### Lokasi Pengabdian

Pengabdian masyarakat dilakukan di IRT Ida Ayu Nara Ambarayani yang berlokasi di Jalan Gatot Subroto Timur Gang Indrakila No 8 Tembau Kelod Denpasar. Jarak dari Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali menuju lokasi pengabdian adalah 6,8 km. Bali Island Map (2021). Peta lokasi pengabdian

masyarakat di IRT Ida Ayu Nara Ambarayani dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Peta Lokasi Pengabdian

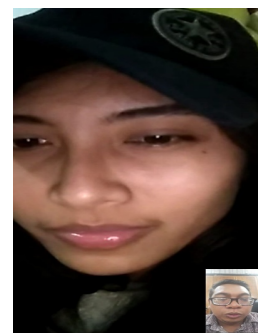
### Rencana Kegiatan

Prosedur rencana kegiatan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut :

1. Observasi lokasi
2. Analisis situasi
3. Pelatihan Pemanfaatan ICT dalam pemasaran secara online
4. Pelatihan Manajemen keuangan menggunakan microsoft excel
5. Membuat label pada kemasan hasil produksi Dupa
6. Evaluasi kegiatan pengabdian.
7. Pembuatan Laporan
8. Publikasi pada jurnal pengabdian masyarakat

### PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan yaitu kegiatan pelatihan pemanfaatan ICT dalam melakukan promosi atau pemasaran online produk yang dihasilkan oleh mitra pengabdian. Kegiatan pelatihan diawali dengan memberikan penjelasan secara umum ICT terutama mengenai sosial media instagram.



Gambar 3. Kegiatan pemaparan ICT secara umum

Pada Gambar 3 dilakukan pemaparan mengenai ICT secara umum. Tujuan dari pemberian penjelasan mengenai ICT secara umum yaitu supaya mitra pengabdian memiliki gambaran mengenai ICT dalam melakukan promosi / pemasaran secara *online*. Setelah memberikan penjelasan mengenai ICT secara umum kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan pemanfaatan sosial media (instagram) sebagai promosi / pemasaran produk dupa hasil mitra.

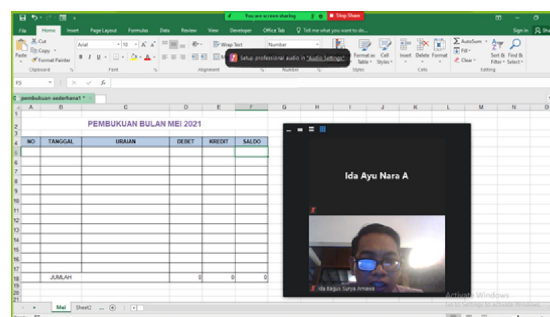


Gambar 4. Instagram Mitra Pengabdian

Pada Gambar 4 merupakan akun Instagram mitra pengabdian yang sebagai media promosi. Pada pelaksanaan workshop mitra diberikan pemahaman tentang pemanfaatan sosial media khususnya Instagram dalam melakukan promosi produk dupa yang telah dihasilkan. Selama workshop berlangsung mitra antusias menyimak materi pelatihan, karena workshop yang dilakukan langsung dapat dipraktekan oleh mitra. Sarayanakumar, *et.al.*(2012). Produk yang di pasarkan melalui akun Instagram mitra dapat dilihat pada Gambar 5.

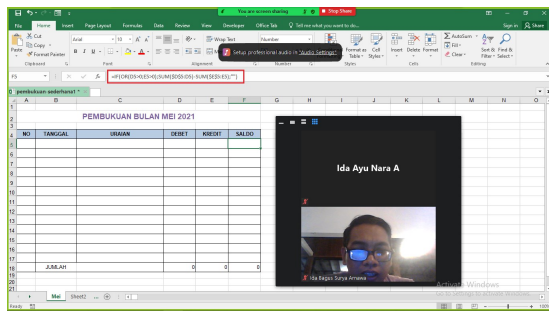


Gambar 5. Produk yang dipasarkan di Instagram



Gambar 6. Pelatihan membuat tabel pada Microsoft Excel

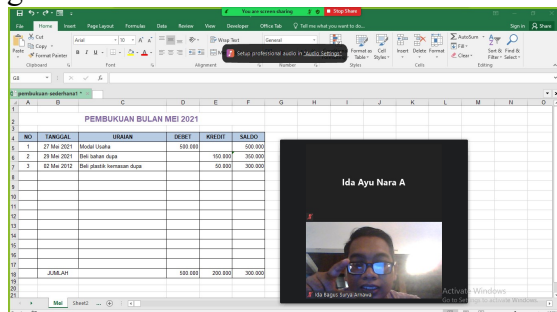
Pada Gambar 6 dilakukan pelatihan pembuatan manajemen keuangan dengan menggunakan Microsoft Excel melalui video conference dengan aplikasi zoom. Langkah awal sebelum lanjut belajar mengenai pembuatan manajemen keuangan yaitu diawali dengan mengajarkan bagaimana cara membuat tabel dalam Microsoft Excel. Setelah tabel terbentuk maka mitra diberikan penjelasan mengenai kolom-kolom apa saja yang diperlukan dalam membuat manajemen keuangan. Adapun kolom – kolom yang diperlukan diantaranya no, tanggal, uraian, debit, kredit dan saldo. Setelah tabel terbentuk seperti gambar diatas selanjutnya dibuatkan formula/rumus yang digunakan untuk menghitung otomatis jumlah saldo tersisa. A.Deanta (2006). Pembuatan formula/rumus dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Membuat formula/rumus untuk menghitung saldo

Pada Gambar 7 dibuatkan formula / rumus untuk menghitung saldo secara otomatis ketika menginputkan debit atau kredit. Adapun formula/rumus yang digunakan yaitu :

$=IF(OR(D6>0;E6>0);SUM($D$5:D6)-SUM($E$5:E6);"")$  yang artinya nilai saldo didapat dari hasil pengurangan antara debit dan kredit, dalam rumus tersebut terdapat sebuah validasi yang bertujuan untuk memastikan nilai debit maupun kredit lebih dari 0. Langkah selanjutnya setelah formula/rumus telah dibuat yaitu menginputkan data-data dari debit maupun kredit. Penginputan data dapat dilihat pada gambar dibawah.



Gambar 8. Menginput data kedalam tabel

Pada Gambar 8 dilakukan penginputan data berupa nilai debit dan kredit. Pada saat menginputkan data ada beberapa kolom yang harus diisi diantaranya kolom nomor yang bertujuan untuk mengetahui jumlah baris yang sudah diinput. Kolom tanggal yang berguna untuk mengingat waktu terjadi debit maupun kredit. Kolom uraian berfungsi untuk menjelaskan kegiatan yang dilakukan terkait debit maupun kredit. Kolom debit diinputkan jika terjadi penambahan uang/modal. Kolom kredit diinputkan jika terjadi

pengeluaran uang/modal. Kolom saldo otomatis berubah ketika melakukan penginputan debit maupun kredit dengan menggunakan formula/rumus yang dibuat sebelumnya. David, F . R. (2009).

Dalam menunjang proses promosi mitra dibuatkan logo kemasan seperti pada Gambar.9.



Gambar 9. Label Kemasan

Pada Gambar 9 merupakan logo yang dipergunakan pada setiap produk yang dihasilkan oleh mitra. Selain menunjang proses pemasaran logo ini juga bertujuan untuk memberikan ciri khas pada produk yang dihasilkan oleh mitra. Sehingga produk mitra dengan mudah untuk diingat oleh konsumen.

### Luaran Kegiatan

Adapun luaran kegiatan yang telah dihasilkan pada kegiatan pengabdian dalam rentang waktu 1 bulan setelah dilakukan kegiatan pengabdian dapat dilihat pada Tabel.1.

Tabel 1. Jumlah Produk Terjual

	Jumlah Produk Terjual (Rata-Rata) Perhari	
	Sebelum Pengabdian	Sesudah Pengabdian
Dupa	3 Kg	5 Kg

Pada Tabel.1 terlihat terjadi peningkatan penjualan setelah mitra melakukan promosi / pemasaran produk dupa. Peningkatan penjualan yang dialami oleh mitra belum maksimal mengingat promosi / pemasaran belum lama dilakukan. Salah satu faktor yang dalam peningkatan penjualan mitra ini dipengaruhi oleh promosi / pemasaran online yang telah dilakukan. Hal ini dapat disimpulkan dari banyaknya yang menulis komen

pertanyaan mengenai lokasi mitra pada sosial media yang digunakan oleh mitra dalam melakukan promosi / pemasaran. Disamping itu juga pembeli dari produk hasil mitra berasal dari luar daerah tempat mitra berjualan

### **SIMPULAN**

Kesimpulan dari hasil pelaksanaan pengaduan masyarakat pada IRT Pengerajin Dupa adalah sebagai berikut :

1. IRT Pengerajin Dupa sebagai peserta pelatihan telah mengalami peningkatan pengetahuan tentang pemanfaatan ICT khususnya media sosial dalam pemasaran hasil produksi IRT Pengerajin Dupa.
2. Pemberian pelatihan pemanfaatan ICT dapat meningkatkan hasil penjualan produk Dupa
3. Pemberian pelatihan manajemen keuangan dapat meningkatkan pengetahuan mitra dalam melakukan pencatatan sehingga arus keluar dan masuk dapat diketahui dengan jelas. Selain itu mitra juga dapat mengetahui keuntungan dan kerugian yang dialami.
4. Setiap produk dupa mitra sudah menggunakan label kemasan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- A.Deanta, 2006, Excel Untuk Akuntansi dan Manajemen Keuangan, Andi, Yogyakarta
- Bali Island Map. 2021. Map Pulau Bali. Bali Citra Satelit. [www.maps.google.com](http://www.maps.google.com). Diakses tanggal 9 Oktober 2021.
- David, F . R. 2009. Manajemen Strategis. Edisi 1 2. Sale mba Empat, Jak arta.
- Sarayanakumar, M., Lakshmi, T.S., 2012. Social Media Marketing. Life Science Journal 9(4), pp.4444-4451.