

Digitalisasi Pemasaran dan Sistem Keuangan pada Industri Rumah Tangga *Coconut Oil* Kediri

Mohammad Isa Irawan^{1*}, Imam Mukhlash², Meme Rukmini³, Hendy⁴, Nurul Hidayat⁵, Alvida Mustika Rukmi⁶, Mohammad Iqbal⁷, Rasyadan Taufiq Probojati⁸

1Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Indonesia, email: mii@its.ac.id

2Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Indonesia, email: imamm@matematika.its.ac.id

3Universitas Kadiri, Indonesia, email: meme_rukmini@unik-kediri.ac.id

4Universitas Kadiri, Indonesia, email: hendy@unik-kediri.ac.id

5Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Indonesia, email: nurul_hdy@matematika.its.ac.id

6Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Indonesia, email: alvida@matematika.its.ac.id

7Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Indonesia, email: iqbal@its.ac.id

8Fakultas Pertanian, Universitas Kadiri, email: rasyadantaufig@unik-kediri.ac.id

*Koresponden penulis

Article History:

Received: 27 September 2024

Revised: 07 Oktober 2024

Accepted: 30 November 2024

Keywords: *sistem keuangan terkomputerisasi, marketplace, digital marketing, minyak kelapa*

Abstract: *Industri rumah tangga (IRT) minyak kelapa d'Hayfa Sukses Berkah memproduksi minyak kelapa murni Abila. Minyak kelapa yang dihasilkan memiliki kualitas yang tidak kalah baik dengan minyak kelapa yang dihasilkan industri besar. Beberapa kendala usaha yang dihadapi diantaranya sistem keuangan usaha yang belum tertata dan minimnya pemahaman pemilik dan staf dalam membuat laporan keuangan membuat usaha ini sulit berkembang. Tercampurnya keuangan usaha dan rumah tangga juga menjadi kendala internal. Selain memproduksi minyak kelapa murni, d'Hayfa Sukses Berkah juga memiliki produk-produk turunan berbahan dasar minyak kelapa yang belum banyak diketahui masyarakat. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dikembangkan sebuah sistem keuangan terkomputerisasi dan pemasaran digital bagi produk minyak kelapa Abila dan produk turunannya. Perkembangan sistem keuangan terkomputerisasi menunjukkan dampak positif dalam pengelolaan mitra. Pemanfaatan marketplace menunjukkan potensi dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.*

Introduction

Indonesia adalah negara dengan garis pantai terpanjang ketiga di dunia. Tumbuhan yang biasa tumbuh di tepi pantai adalah pohon kelapa. Pohon Kelapa (*Cocos nucifera* L) merupakan tumbuhan serbaguna atau tumbuhan yang bernilai ekonomi tinggi. Seluruh bagian pohon kelapa dapat dimanfaatkan untuk kepentingan manusia, sehingga pohon ini sering disebut pohon kehidupan (*tree of life*) karena hampir seluruh bagian dari pohon, akar, batang, daun dan buahnya dapat dipergunakan untuk kebutuhan manusia (Mahmud and Ferry 2015).

Industri rumah tangga (IRT) minyak kelapa d'Hayfa Sukses Berkah terletak di Jl.

Kaliombo Perum Bumi Asri E-10 Kediri. IRT ini memproduksi minyak kelapa beserta beberapa produk turunannya seperti sabun wajah, sabun batangan, serum rambut, Notumo pembasmi kutu dan lain sebagainya. Industri rumah tangga ini memiliki lima tenaga pekerja, selain itu usaha ini menerima pegawai magang dari sekolah menengah/kejuruan sekitar 6-15 siswa selama beberapa bulan dalam setiap tahun. Proses produksi minyak kelapa tidak dilakukan setiap hari namun musiman yaitu 3-4 kali dalam setiap tahun. Pada gambar 1.1 memperlihatkan proses pemilihan bahan baku berkualitas untuk menghasilkan minyak kelapa.



Gambar 1.1 Proses pemilihan bahan baku minyak kelapa Abila

Beberapa kegiatan pengabdian masyarakat tentang pemanfaatan digital marketing untuk meningkatkan penjualan telah dilakukan sebelumnya. Diantaranya yaitu: Ambarwati telah mengupayakan optimalisasi penjualan 13 UMKM di wilayah Sumber Banteng Tempurejo Kecamatan Pesantren melalui pemanfaatan market place dan media sosial (Ambarwati and Murdiyanto 2021); Qurhtuby telah mengadakan pelatihan dan sosialisasi penggunaan market place untuk mengoptimalkan penjualan industri dan UMKM di daerah Tangerang (Qurhtuby, Fahira, and Agustina 2021); Nurfaizal mengadakan pelatihan dan workshop digital marketing bagi UMKM KUB batik pringmas Banyumas (Yusmedi Nurfaizal and Toni Anwar 2019); Paembonan mengadakan pendampingan digital marketing pemanfaatan berbagai marketplace bagi usaha rumah tangga di desa Sibalaya utara Kabupaten Sigi (Paembonan, Suparman, and ... 2024); Mahardika telah mengimplementasikan digital marketing tentang pemanfaatan marketplace pada UMKM Menjes Kyu Blitar (Mahardhika et al. 2023); Widyaningrum telah membantu dalam proses pengoptimalan pemasaran produk ekowisata berbasis lebah madu melalui penggunaan market place pada Desa Margacinta Kabupaten Pangandaran (Widyaningrum, Nuraini, and Abdullah 2022); Furqani melakukan pendampingan dalam pengoptimalan marketplace dan media sosial sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan usaha kelompok pengolahan dan pemasaran ikan (POKLAHSAR) Pagar Batu (Furqani et al. 2024); Candra telah mengupayakan peningkatan pendapatan pesantren El-

Fawz Kediri melalui sosialisasi dan pendampingan digital marketing penjualan produk-produk kewirausahaan pesantren melalui *marketplace* (Candra et al. 2021);

Kegiatan pengabdian masyarakat tentang dukungan terhadap manajemen dan sistem pengelolaan keuangan telah dilakukan sebelumnya. Diantaranya yaitu: Sari telah mengadakan penyuluhan sistem pencatatan keuangan dan perancangan sistem terkomputerisasi bagi UMKM Tas Kreyeng Untung (Indah Sari and Wulandari 2023); Wajdi telah mengupayakan sistem keuangan terkomputerisasi dalam mendukung tata kelola bisnis yang dilakukan oleh majelis ekonomi kewirausahaan muhammadiyah Surakarta (Wajdi et al. 2024); Dewata telah membantu pemilik UMKM Konveksi Palembang dalam menyusun dan merancang sistem pelaporan keuangan terkomputerisasi (Dewata, Sari, and Jauhari 2020); Lesmana membantu mendorong kinerja keuangan BUMDes Mankubumi Kabupaten Ciamis melalui pemberian pelatihan sistem keuangan berbasis komputer (Lesmana and Parlina 2021); Rahmawati telah mengupayakan pengelolaan keuangan dan pengembangan sistem akuntansi bagi Musala At-Taqwa Bangunharjo Bantul (Rahmawati 2021). Rukmini telah menerapkan tata kelola keuangan terkomputerisasi pada pengusaha kopi Sendang Tulungagung (Rukmini et al. 2022). Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini menggabungkan dua sub-kegiatan utama yaitu digitalisasi pemasaran produk d'Hayfa Sukses Berkah melalui market place dan pembuatan aplikasi sistem keuangan dan administrasi untuk memudahkan pegawai dan owner dari industri rumah tangga ini.

Method

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat difokuskan pada dua sub kegiatan yaitu; (1) pembuatan sistem keuangan terkomputerisasi, (2) pemasaran produk melalui marketplace. Tahapan dari masing-masing kegiatan sebagaimana diuraikan berikut ini.

2.1 Pembuatan sistem keuangan terkomputerisasi

Tahapan pembuatan sistem keuangan terkomputerisasi sebagaimana terlihat pada gambar 2.1. **Kegiatan ini diawali** dengan proses identifikasi kebutuhan dan permasalahan mitra. Tujuannya adalah memahami situasi terkini mitra, termasuk struktur keuangan, proses bisnis, dan kendala yang dihadapi. Tahap identifikasi ini dilakukan pada tanggal 1 Mei 2024, dengan melakukan FGD (*forum grup discussion*) yang bertempat di aula B-105 Universitas Kediri. FGD dihadiri oleh tim pengabdian masyarakat yang terdiri dari 5 orang dosen ITS, 3 dosen Universitas Kediri, 7 mahasiswa ITS dan 9 mahasiswa Universitas Kediri

serta dua orang perwakilan IRT d'Hayfa Sukses Berkah. Dari kegiatan ini didapatkan informasi bahwa pemilik usaha baru mengalami kehilangan seluruh data penjualan, data kontak pelanggan serta data mitra penyedia bahan baku. Hal ini dikarenakan pemilik usaha baru mengalami kehilangan alat komunikasinya. Selain itu foto-foto produk yang pernah dibuat juga hilang karena semua dokumentasi serta gambar tersimpan pada alat komunikasi yang hilang. Tim pengabdian Masyarakat berinisiatif untuk membuat sistem database yang merupakan bagian dari sistem terkomputerisasi keuangan dan administrasi d'Hayfa Sukses Berkah. Dari kegiatan wawancara pada FGD ini juga didapatkan bahwa penjualan yang dilakukan masih dalam lingkup terbatas, yaitu pada teman, kerabat, pengusaha dan konsumen lokal saja, sehingga perlu dilakukan perluasan pangsa pasar. Pada **tahap kedua** yaitu sejak 2 Mei hingga 21 Agustus 2024, dimulai dengan komunikasi intensif melalui zoom dan penggalan mahasiswa KKN-T di tempat mitra kemudian dilakukan pembuatan desain sistem keuangan terkomputerisasi, dilakukan perancangan sistem yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi mitra. Pada tahap ini dikembangkan spesifikasi sistem berdasarkan hasil identifikasi sebelumnya, termasuk fitur-fitur yang dibutuhkan.



Gambar 2.1 Tahapan Kegiatan Sistem Keuangan

(sumber: diolah oleh penulis)

Pada **tahap ketiga** dilakukan sosialisasi untuk meningkatkan pemahaman dan penerimaan terhadap sistem baru di kalangan pemilik dan staf mitra. Selain itu perlu dibuat sebuah manual atau buku panduan penggunaan sistem. Sosialisasi dilakukan pada tanggal 12 Oktober 2024, bertempat di aula B-105 Universitas Kadiri. Pada acara tersebut hadir tim pengabdian masyarakat yang terdiri dari mahasiswa dan dosen, serta pemilik usaha dan perwakilan mitra pengabdian masyarakat IRT d'Hayfa Sukses Berkah. Pada **tahap keempat** dilakukan pengukuran indikator keberhasilan yang bertujuan untuk menilai efektivitas implementasi sistem dan dampaknya terhadap pengelolaan keuangan mitra. Pada tahap yang terakhir yaitu **tahap kelima** merupakan tahap evaluasi yang bertujuan untuk menilai secara menyeluruh kegiatan ini dan dampaknya terhadap mitra. Tahap ke empat dan kelima dilakukan pada bulan Oktober-November 2024 melalui komunikasi grup WA dan zoom. Hasil dari kegiatan evaluasi ini dapat disimpulkan bahwa sistem komputerisasi yang dihasilkan mampu memudahkan pegawai dan pemilik d'Hayfa

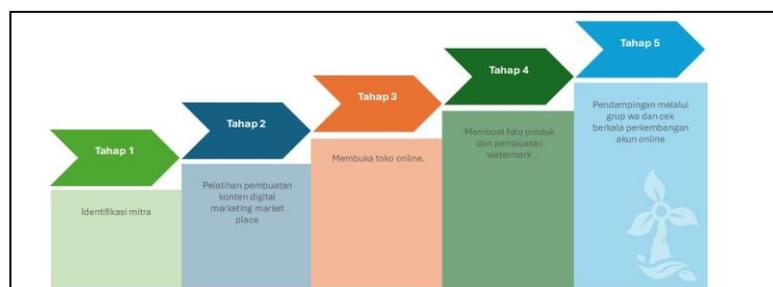
Sukses Berkah Pada **tahap ketiga** dilakukan sosialisasi untuk meningkatkan pemahaman dan penerimaan terhadap sistem baru di kalangan pemilik dan staf mitra. Selain itu perlu dibuat sebuah manual atau buku panduan penggunaan sistem. Sosialisasi dilakukan pada tanggal 12 oktober 2024, bertempat di aula B-105 Universitas Kadiri. Pada acara tersebut hadir tim pengabdian masyarakat yang terdiri dari mahasiswa dan dosen, serta pemilik usaha dan perwakilan mitra pengabdian masyarakat IRT d'Hayfa Sukses Berkah. Pada **tahap keempat** dilakukan pengukuran indikator keberhasilan yang bertujuan untuk menilai efektivitas implementasi sistem dan dampaknya terhadap pengelolaan keuangan mitra. Pada tahap yang terakhir yaitu **tahap kelima** merupakan tahap evaluasi yang bertujuan untuk menilai secara menyeluruh kegiatan ini dan dampaknya terhadap mitra. Tahap ke empat dan kelima dilakukan pada bulan Oktober-November 2024 melalui komunikasi grup WA dan zoom. Hasil dari kegiatan evaluasi ini dapat disimpulkan bahwa sistem komputerisasi yang dihasilkan mampu memudahkan pegawai dan pemilik d'Hayfa Sukses Berkah.

2.2. Pemasaran produk melalui *marketplace*

Tahapan kegiatan pemasaran produk melalui *marketplace* sebagaimana terlihat pada gambar 2.2. **Kegiatan ini berawal** pada proses identifikasi pada mitra. Tim pengabdian masyarakat berupaya untuk mendata produk-produk yang siap untuk dipasarkan secara online, termasuk ketersediaan barang dan harga masing-masing. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 1 Mei 2024, dengan melakukan FGD (*forum grup discussion*) yang bertempat di aula B-105 Universitas Kadiri. FGD dihadiri oleh tim pengabdian masyarakat yang terdiri dari 5 orang dosen ITS, 3 dosen Universitas Kadiri, 7 mahasiswa ITS dan 9 mahasiswa Universitas Kadiri serta dua orang perwakilan IRT d'Hayfa Sukses Berkah. Dari kegiatan ini didapatkan data produk-produk yang siap untuk dipasarkan secara online, termasuk ketersediaan barang dan harga masing-masing. Beberapa testimoni pelanggan, serta khasiat dan kegunaan produk unggulan d'Hayfa Sukses Berkah juga berhasil dikumpulkan. Pada **tahap kedua** diadakan pelatihan pembuatan konten digital marketing untuk penjualan di *marketplace*. Pada tahap ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam membuat konten yang menarik untuk pemasaran produk, termasuk penulisan deskripsi produk yang efektif dan penggunaan kata kunci. Kegiatan pelatihan ini diselenggarakan pada tanggal 8 Juni 2024 di ruang J3 Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Kadiri. Peserta pelatihan ini adalah mahasiswa KKN-T yang berjumlah 15 orang, tim dosen abmas, serta mitra. Dengan dibantu seorang content creator ibu Meyrinda Tobing dan kru Unik TV acara ini menghasilkan beberapa foto produk minyak kelapa dan turunannya. Foto-foto produk ini

diambil di ruang pelatihan yang telah di setting untuk melakukan pengambilan foto secara professional. Selain itu pengambilan foto dilakukan di Simpang Lima Gumul untuk mendapatkan *icon* kota Kediri.

Pada **tahap ketiga**, mitra akan dibantu untuk mendirikan toko online pada *marketplace*. Tim abmas mengarahkan mitra dalam proses pendaftaran akun dan pembuatan toko di platform *marketplace*. Membantu dalam pengaturan profil, kebijakan toko, dan sistem pembayaran. Pada **tahap ke-empat**, mitra akan dibantu dalam menghasilkan foto produk yang menarik untuk meningkatkan daya tarik di *marketplace*. Tahapan ketiga dan ke-empat berlangsung kurang lebih 3 bulan yaitu Juni-Agustus 2024. Dari kegiatan ini dihasilkan 10 foto produk yang berhasil diupload di marketplace shopee, yaitu produk minyak kelapa dengan beberapa ukuran, yaitu 100 ml, 250 ml, 1 liter. Selain itu ada beberapa foto produk turunan dari minyak kelapa. Pada **tahap kelima**, yaitu pendampingan melalui grup WA dan cek berkala perkembangan akun online bertujuan untuk memberikan dukungan berkelanjutan dan memantau perkembangan toko online mitra. Hal ini dapat memberikan masukan tentang performa toko, dan mengatasi masalah yang muncul. Kegiatan tahap kelima ini berlangsung kurang lebih 2.5 bulan, yaitu pada September-November 2024. Dari hasil kegiatan ini disimpulkan bahwa industry rumah tangga ini mampu untuk menaikkan penjualan dan visibilitas produknya.



Gambar 2.2 Tahapan Kegiatan Pemasaran Melalui *Marketplace*
(Sumber: (Candra et al. 2021))

Result and Discussion

Kegiatan pertama yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat adalah kunjungan oleh tim pengabdian masyarakat yang terdiri dari dosen dan mahasiswa ke mitra dan penyelenggaraan *focus group discussion* pada tanggal 1 Mei 2024 bersama pemilik industri rumah tangga (IRT) d'Hayfa Sukses Berkah (gambar 3.1). Acara ini bertempat di aula B-105 Universitas Kadiri. FGD dihadiri oleh tim pengabdian masyarakat

yang terdiri dari 5 orang dosen ITS, 3 dosen Universitas Kadiri, 7 mahasiswa ITS dan 9 mahasiswa Universitas Kadiri serta dua orang perwakilan IRT d'hayfa Sukses Berkah. Hasil dari kegiatan ini sebagaimana terlihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Informasi dari FGD tanggal 1 Mei 2024	
Permasalahan Pemasaran dan Data yang Didapatkan	Permasalahan Sistem Administrasi dan Keuangan
Pemilik usaha baru mengalami kehilangan alat komunikasinya. Foto-foto produk yang pernah dibuat juga hilang karena semua dokumentasi serta gambar tersimpan pada alat komunikasi yang hilang. Pangsa pasar yang masih terbatas pada lingkungan sendiri	Pemilik usaha baru mengalami kehilangan seluruh data penjualan, data kontak pelanggan serta data mitra penyedia bahan baku. Hal ini dikarenakan pemilik usaha baru mengalami kehilangan alat komunikasinya.
Data produk-produk yang siap untuk dipasarkan secara online, termasuk ketersediaan barang dan harga masing-masing.	Pencatatan transaksi masih manual dan keuangan yang masih bercampur antara keuangan rumah tangga dan usaha.

Dari kegiatan ini diperoleh beberapa fakta yaitu mitra mengalami kehilangan semua data customer yang dimiliki, termasuk nomor kontak customer karena mengalami kejadian kehilangan alat komunikasi. Hal ini mengakibatkan mitra mengalami kesulitan dalam mendistribusikan produk minyak kelapanya kembali ke pelanggan-pelanggan terdahulu. Pada subbab 3.1 dipaparkan hasil desain sistem keuangan terkomputerisasi, dan pada subbab 3.2 dijelaskan hasil dari kegiatan pemasaran pada *marketplace*.



Gambar 3.1. *Focus Group Discussion*

3.1. Hasil Perancangan Sistem Keuangan Terkomputerisasi

Dari hasil diskusi terhadap mitra ditetapkan lima menu utama dan dua menu tambahan pada desain sistem keuangan yang dibuat oleh tim. Lima menu utama tersebut adalah: (1) persamaan akuntansi; (2) laporan laba-rugi; (3) laporan perubahan ekuitas; (4) laporan posisi keuangan; (5) jurnal umum. Sedangkan dua menu tambahannya adalah: (6) menu database pelanggan, dan (7) menu kwitansi. Selain menu tersebut tim melengkapi empat menu database untuk pengembangan yaitu: menu database stok bahan baku, data stok barang, sistem penjualan dan pembelian, dan stok produk.

Menu persamaan akuntansi (gambar 3.2) berfungsi untuk mencatat semua transaksi keuangan dengan tujuan agar laporan keuangan tetap seimbang. Menu ini membantu menjaga keseimbangan antara apa yang dimiliki dan apa yang menjadi utang.

Gambar 3.2. Tampilan Menu Persamaan Akuntansi

Menu laporan rugi laba (gambar 3.3) berfungsi untuk memberikan gambaran

Data Akuntansi Bulan Juli													
File Edit View Insert Format Data Tools Extensions Help													
100% \$ % .0 .00 123Calibri - 11 + B I A													
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	
1													
2													
3													
4													
5													
6	No	Tanggal	Aset						=	Kewajiban		Ekuitas	
7	1	2 juli	Kas	Piutang Usaha	Peralatan	Perlengkapan	Biaya	Prive		Hutang Usaha	Hutang Bank	Modal	Pendapatan
8	2		500.000						=			500.000	
9	3												
10	4												
11	5												
12	6												
13	7												
14	8												
15	9												
16	10												

tentang pendapatan dan biaya selama periode tertentu, serta membantu mengevaluasi seberapa baik d'Hayfa Sukses Berkah dalam menghasilkan laba.

CV.DHAYFA SUKSES BERKAH	
Laporan Laba Rugi Komprehensif	
untuk periode yang berakhir pada 31 Juli 2024 (Ribuan Rp)	
Pendapatan	
	Pendapatan Jasa
Biaya -Biaya	
	Biaya Iklan
	Biaya Lisrtik
	Biaya Gaji
	Biaya Perlengkapan
	Total Biaya
Laba Bersih	

Gambar 3.3 Tampilan Menu Laporan Laba-Rugi

Menu laporan perubahan ekuitas (gambar 3.4) berfungsi untuk merinci perubahan ekuitas usaha, termasuk laba bersih, dividen yang dibayarkan, serta kontribusi pemilik usaha.

CV.DHAYFA SUKSES BERKAH	
Laporan Perubahan Ekuitas	
untuk periode yang berakhir pada 31 Juli 2024 (Ribuan Rp)	
	Modal Awal. 01 Juli 2024
	(+) Laba periode bulan Juli 2024
	(-) Prive selama bulan Juli 2024
	Modal Akhir, 31 Juli 2024

Gambar 3.4 Tampilan menu laporan perubahan ekuitas

Menu laporan posisi keuangan (gambar 3.5) berfungsi untuk mendukung laporan keuangan lainnya.

CV. DHAYFA SUKSES BERKAH					
Laporan Posisi Keuangan					
untuk periode yang berakhir 31 Juli 2024 (Ribuan Rp)					
ASET			LIABILITAS		
	Kas			Hutang Usaha	
	Piutang			Hutang Bank	
	Peralatan				
	Perlengkapan		EKUITAS		
				Modal	
	Total Aset			Total Kewajiban & Ekuitas	

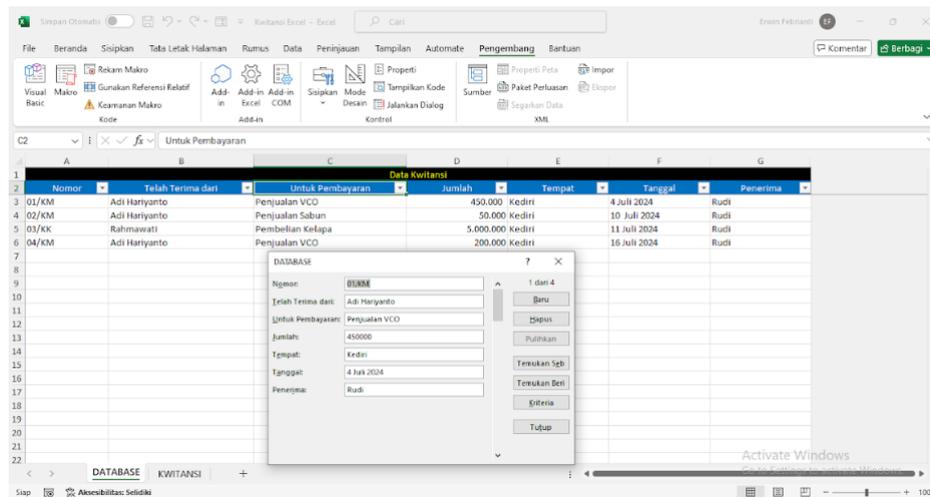
Gambar 3.5 Tampilan Menu Laporan Posisi Keuangan

Menu jurnal umum (gambar 3.6) berfungsi untuk mencatat semua transaksi keuangan yang terjadi secara kronologis. Dengan mencatat transaksi secara teratur, jurnal umum menjaga ketertiban dalam pencatatan akuntansi sehingga memudahkan penelusuran transaksi saat dibutuhkan.

CV. DHAYFA SUKSES BERKAH					
Jurnal Umum					
Periode bulan Juli 2024					
Tanggal	Keterangan	Ref	Debet	Kredit	
Januari	3 Peralatan		18.000.000		
					Kas
				18.000.000	

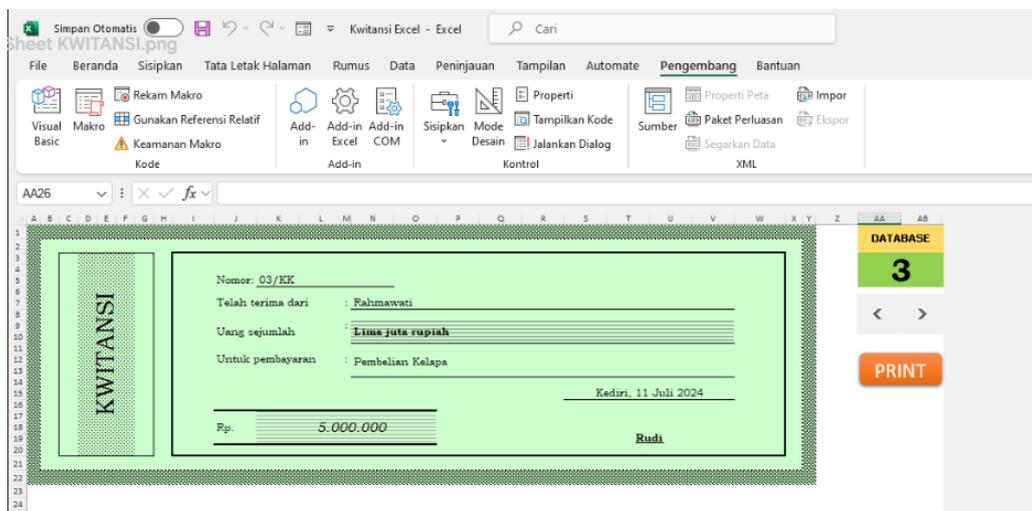
Gambar 3.6 Tampilan Menu Jurnal Umum

Menu database (gambar 3.7) merupakan hasil permintaan dari pemilik d'Hayfa Sukses Berkah untuk mengantisipasi kehilangan alat komunikasi kembali.



Gambar 3.7. Tampilan menu database

Menu kwitansi (gambar 3.8) merupakan menu tambahan yang dibuat untuk memudahkan d'Hayfa Sukses Berkah dalam menyediakan dan menyimpan secara terurut bukti transaksi.



Gambar 3.8. Tampilan Menu Kwitansi

3.2. Hasil pemasaran produk melalui *marketplace*

Pelatihan digital marketing

Pelatihan digital marketing dihadiri oleh tim dosen pengabdian masyarakat, tim mahasiswa KKN-T dan perwakilan dari mitra d'Hayfa Sukses Berkah. Kegiatan ini terdiri dari dua sesi. Sesi pertama membahas tentang strategi pemasaran online (gambar 3.9 kiri), dan yang kedua praktik langsung pengambilan foto produk d'Hayfa Sukses Berkah (gambar 3.9 kanan). Hal ini penting untuk menunjukkan sisi produk secara baik dan jelas. Pembeli akan mudah tertarik jika foto produk menarik, karena ada nilai estetika tersendiri

untuk suatu produk. Kegiatan pelatihan digital marketing diselenggarakan pada tanggal 8 Juni 2024 di ruang J3 Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Kediri. Peserta pelatihan ini adalah mahasiswa KKN-T yang berjumlah 15 orang, tim dosen abmas, serta mitra. Dengan dibantu seorang conten creator ibu Meyrinda Tobing dan kru Unik TV acara ini menghasilkan beberapa foto produk minyak kelapa dan turunannya. Foto-foto produk ini diambil di ruang pelatihan yang telah di setting untuk melakukan pengambilan foto secara professional. Selain itu pengambilan foto dilakukan di Simpang Lima Gumul untuk mendapatkan *icon* kota Kediri. Hasil foto produk sebagaimana disajikan pada Tabel 3.2.

No	Produk
1	Minyak Kelapa Abila 100 ml
2	Minyak Kelapa Abila 250 ml
3	Minyak Kelapa Abila 1 liter
4	Sabun muka Abila varian strawberry
5	Sabun muka Abila varian vanilla
6	Sabun muka Abila varian cokelat
7	Notumo
8	Serum rambut
9	Hand soap Abila
10	Sabun pencuci piring Abila



Gambar 3.9. Dokumentasi kegiatan pelatihan

Pembuatan Foto Produk dan Watermark

Setelah foto produk dibuat dengan memperhatikan sisi pengambilan gambar yang

menarik. berikutnya gambar foto yang diperoleh dilengkapi dengan tulisan-tulisan untuk memperjelas informasi mengenai produk. Kegiatan ini disebut juga sebagai pembuatan watermark produk. Kegiatan ini dilakukan oleh tim mahasiswa KKN-T dari tim *marketplace* sebanyak 4 orang. Kegiatan ini berlangsung di tempat kampus mahasiswa dan juga di tempat mitra di Jl. Kaliombo Kota Kediri. Mahasiswa berkreasi menuangkan ide kurang lebih selama 3 minggu 1-21 Agustus 2024. Gambar 3.10 memperlihatkan foto produk utama yang dihasilkan dengan berbagai ukuran. Gambar 3.11 memperlihatkan foto produk-produk turunan minyak kelapa yang dihasilkan oleh d'Hayfa Sukses Berkah, diantaranya: serum rambut, serum rambut for kids, Notumo: penghilang kutu rambut, dan Abila facial wash.

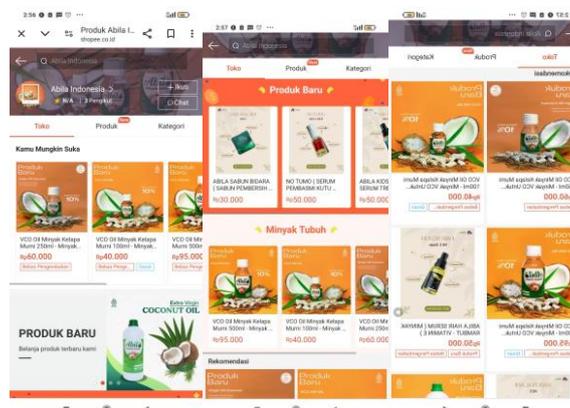


Gambar 3.10. Hasil foto produk utama dan watermark



Gambar 3.11. Hasil Foto Produk Turunan Minyak Kelapa

Pembuatan toko online



Gambar 3.12. Toko online Abila

Tahap selanjutnya adalah mendirikan toko online, yang berfokus pada shopee. Proses ini berlangsung di tempat mitra yaitu di Jl. Kaliombo Kota Kediri. Tim mengarahkan

proses pendaftaran akun dan pembuatan toko. Membantu dalam pengaturan profil, kebijakan toko, dan sistem pembayaran. Gambar 3.12 memperlihatkan toko online Abila pada shopee. Kegiatan ini dilakukan oleh tim mahasiswa KKN-T dari tim *marketplace* sebanyak 4 orang. Mahasiswa berkreasi menuangkan ide kurang lebih selama satu bulan yaitu pada 22 Agustus hingga 27 September 2024. Selanjutnya mitra dapat lebih mengembangkan kontennya seperti pemberian informasi diskon, penambahan item produk yang dijual pada toko dan lain sebagainya. Beberapa testimoni dari pembeli serta penambahan video produk dapat juga ditambahkan. Dengan mengelola toko online Abila dengan baik, peluang untuk mendapatkan transaksi penjualan semakin besar.

Conclusion

Pengembangan sistem keuangan terkomputerisasi yang meliputi berbagai menu seperti laporan laba-rugi, jurnal umum, dan laporan posisi keuangan telah menunjukkan dampak positif dalam pengelolaan keuangan mitra. Sistem ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dan akurasi pencatatan transaksi, tetapi juga memberikan transparansi yang lebih besar bagi pemilik usaha. Dengan adanya sistem ini, pengguna dapat lebih mudah memahami laporan keuangan, sehingga mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik dalam pengelolaan sumber daya.

Pemanfaatan marketplace untuk meningkatkan pemasaran produk d'Hayfa Sukses Berkah menunjukkan potensi dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, pelatihan digital marketing, pembuatan foto produk yang menarik, dan pendampingan dalam pengelolaan toko online telah memberikan dampak positif bagi keberlanjutan produk Abila. Abila kini lebih siap menghadapi persaingan di era digital, dengan pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran online. Pada tim Abila disarankan untuk mengadakan pelatihan lanjutan mengenai analisis pasar dan strategi pemasaran digital yang lebih mendalam.

Acknowledgements

Pengabdian masyarakat ini didukung oleh Direktorat Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi sesuai dengan Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat Berbasis Produk, Dana ITS Batch 1 Tahun 2024 dengan nomor SK: 38/IT2/T/HK.00.01/II/2024, serta didukung oleh Program MBKM KKN-Tematik

Universitas Kadiri dengan nomor SK 51/SEK/IX/2024. Ucapan Terima kasih pada anggota tim pengabdian dan tim KKN mahasiswa yang menyukseskan kegiatan ini. Terima kasih pula pada Industri rumah tangga d'Hayfa Sukses Berkah yang bersedia menjadi mitra Abmas dan UKM Binaan. Serta terima kasih pada seluruh pihak yang membantu.

References

- Ambarwati, Diana, and Edi Murdiyanto. 2021. "Optimalisasi Peran UMKM Dan Pokdarwis Pada Wisata Sumber Banteng Dengan Media Digital Marketing Dan Marketplace." *Archive: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1(1):38–46. doi: 10.55506/arch.v1i1.7.
- Candra, Agata Iwan, Hendy Hendy, Herlan Pratikto, April Gunarto, and Sumargono Sumargono. 2021. "Digital Marketing Untuk Kewirausahaan Pesantren Di Masa Pandemi COVID-19." *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5(1):1–6. doi: 10.30656/jpmwp.v5i1.2586.
- Dewata, Evada, Yuliana Sari, and Hadi Jauhari. 2020. "Penyusunan Laporan Keuangan Terkomputerisasi Berdasarkan SAK EMKM Pada UMKM Konveksi." *Intervensi Komunitas* 2(1):11–16. doi: 10.32546/ik.v2i1.676.
- Furqani, Astri, Ahmad Syaiful Fajar, Astri Aisyaturrahmi, and Diah Ayu Damayanti. 2024. "PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN USAHA KELOMPOK PENGOLAH DAN PEMASAR IKAN (POKLAHSAR) AN-NIKMAH DESA PAGARBATU." 4(1):1–4.
- Indah Sari, Dwi Nur, and Ika Wulandari. 2023. "Pengarahan Dan Pencatatan Laporan Keuangan UMKM Untung Secara Terkomputerisasi." *Bantenese : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5(1):142–55. doi: 10.30656/ps2pm.v5i1.6524.
- Lesmana, Budi, and Lina Parlina. 2021. "Pelatihan Sistem Keuangan Akuntansi Berbasis Komputer Dalam Mendorong Kinerja Keuangan Di BUMDes Mangkubumi Kabupaten Ciamis." *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5(3):297. doi: 10.30651/aks.v5i3.6196.
- Mahardhika, Adelya Putri, Shelly Muharrafa Hendine, Virginia Mandasari, and Daisy Marthina Rosyanti. 2023. "Implementasi Digital Marketing Melalui Marketplace Pada UMKM Menjes Kyu Di Kelurahan Pakunden Kota Blitar Implementation of Digital Marketing through the Marketplace for UMKM Menjes Kyu In Pakunden

- Village Blitar City.” *Pengabdian Masyarakat* 3(3):20–29.
- Mahmud, Zainal, and Yulius Ferry. 2015. “Prospek Pengolahan Hasil Samping Buah Kelapa.” *Perspektif Review Penelitian Tanaman Industri* 4(2):55–63.
- Paembonan, L., S. Suparman, and ... 2024. “Pendampingan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Rumah Tangga Di Desa Sibalaya Utara Kabupaten Sigi.” *Wikrama Parahita*
- Qurhtuby, Muhammad, Dinda Nur Fahira, and Efa Agustina. 2021. “Digital Marketing Implementation: Implentasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Industri Di Kelurahan Tangkerang.” *Jurnal Pendidikan Tabusai* 05(02):63-068.
- Rahmawati, Evi. 2021. “Pengembangan Sistem Akuntansi Dan Akuntabilitas Dalam Pengelolaan Keuangan Musala.” *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat* 497–500. doi: 10.18196/ppm.33.168.
- Rukmini, Meme, Wiwiek Andajani, Afif Yudha Tripariyanto, Otaviana Wahyu Prihardini, and Mayciella So. 2022. “Penerapan Tata Kelola Keuangan Berbasis Akuntansi Terkomputerisasi Sebagai Upaya Peningkatan Usaha Kopi Sendang Tulungagung.” *Jurnal Ilmiah Pangabdhi* 8(2):87–90. doi: 10.21107/pangabdhi.v8i2.16700.
- Wajdi, M. Farid, Muzakar Isa, Liana Mangifera, Sinta Permatas Sari, and Candra Kusuma Wardana. 2024. “Implementasi Sistem Keuangan Komputerisasi Dalam Mendukung Tata Kelola Bisnis Di Majelis Ekonomi Kewirausahaan Muhammadiyah Surakarta Muhammadiyah Adalah Organisasi Islam Tertua Di Indonesia Yang Telah Menunjukkan Kiprahnya Dalam Membangun Masyarakat Indo.” 5(1):23–30.
- Widyaningrum, Bakti, Candra Nuraini, and Yusuf Abdullah. 2022. “Digital Marketing : Optimalisasi Pemasaran Hasil Komoditas Kelompok Tani Madu Taruna Karya Desa Margacinta , Kabupaten Pangandaran Digital Marketing : Marketing Optimization of Commodity Yields of the Taruna Karya Honey Farmer Group in Margacinta Village .” 1(1):38–43.
- Yusmedi Nurfaizal, and Toni Anwar. 2019. “Manajemen Usaha Dan Pelatihan Digital Marketing UMKM Pada KUB Batik Pringmas Desa Papringan Banyumas.” *JPMB: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Berkarakter* 2(2):146–54. doi: 10.36765/jpmb.v2i2.9.