

PEMBERDAYAAN TERHADAP LANSIA UNTUK MENINGKATAKN PRODUKTIVITAS USAHA BASE GENEP DI DUSUN SILAKARANG GIANYAR

Ni Made Wirasyanti Dwi Pratiwi^{1*}, Putu Adi Suprpto² dan Putu Indah Ciptayani³

^{1,2}Akuntansi, Politeknik Negeri Bali

³Elektro, Politeknik Negeri Bali

E-mail: madewirasyantidwipratiwi@pnb.ac.id

ABSTRAK. Usaha Base Genep Bali I Kadek Keceg didirikan tahun 2016 yang dijalankan oleh tiga orang lansia yang telah melampaui usia produktif mereka. Pada awal berdirinya, usaha ini adalah untuk membuatkan tetangga dan saudaranya base bali untuk upacara keagamaan yang sedang dilaksanakan. Usaha ini yang awalnya hanya memproduksi 20 bungkus per hari yang kemudian berkembang dan memproduksi hingga 200 bungkus per hari. Begitu juga dalam hal warung penyalurnya yang awalnya hanya 1 warung, sekarang sudah menjadi 11 warung di sekitar rumah mitra. Pada saat ini, terdapat kendala berupa keterbatasan alat produksi yang menyebabkan lamanya proses produksi, belum adanya kemasan produk, kurangnya manajemen keuangan serta keterbatasan dalam hal pemasaran. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, maka akan dilakukan kegiatan bertahap mulai proses produksi, manajemen keuangan sampai dengan pemasaran. Kegiatan dimulai dengan sosialisasi, pemberian bantuan alat produksi produk dengan mesin dan teknologi tepat guna sederhana, pemberian bantuan alat dan label kemasan, pelatihan manajemen keuangan, pembuatan sosial media serta pemberian plang nama usaha. Berdasarkan hasil evaluasi, untuk kegiatan peningkatan alat produksi berdampak pada pengurangan waktu produksi dan penambahan 1 variasi produk yaitu base kesuna cekuh, tetapi dari segi pendapatan dan kapasitas produksi tetap dikarenakan kondisi pasar yang lesu pada masa pandemi covid-19 ini. Kegiatan pelatihan manajemen keuangan berdampak pada peningkatan pengetahuan terkait pengelolaan keuangan. Untuk penggunaan media pemasaran online berupa facebook dan instagram, saat ini 1 orang anggota mitra (anak pemilik) telah dapat melakukan pengelolaan content. Selain itu munculnya pelanggan baru dan pelanggan yang COD di daerah sekitaran usaha mitra dengan adanya pemasaran pada media sosial.

Kata kunci: Usaha Base Genep; Lansia; Teknologi Tepat Guna

ABSTRACT. The Base Genep Bali I Kadek Keceg business is run by 3 elderly people who have exceeded their productive age. At the beginning of the establishment of this business is to make neighbors and relatives base bali for religious ceremonies. This business initially only produced 20 packs per day which later grew and produced up to 200 packs per day. At this time, there are obstacles in the form of limited production equipment which causes the length of the production process, the absence of product packaging, lack of financial and marketing management. Based on the problems encountered, activities are carried out starting from production, financial management to marketing. The activity began with socialization, providing assistance for product production equipment with simple appropriate machines and technology, providing packaging label assistance, financial management training, making social media and providing business name signs. Based on the results of the evaluation, activities to increase production equipment have an impact on reducing production time and adding 1 product variation, namely base kesuna Cekuh, but in terms of income and production capacity, it is still due to sluggish market conditions during the covid-19 pandemic Financial management training activities have an impact on increasing financial knowledge. For the use of online marketing media in the form of Facebook and Instagram, currently 1 partner member (the owner's son) has been able to manage content. In addition, the emergence of new customers and COD customers in the area around the partner's business with marketing on social media.

Keywords: Base Genep Business; Elderly; Appropriate Technology

PENDAHULUAN

Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 12 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, dinyatakan bahwa: "Pemberdayaan masyarakat desa adalah upaya mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan, sikap, keterampilan, perilaku, kemampuan, kesadaran, serta memanfaatkan sumber daya melalui penetapan kebijakan, program, kegiatan, dan pendampingan yang sesuai dengan esensi masalah dan prioritas kebutuhan masyarakat Desa". Pemberdayaan masyarakat pada prinsipnya

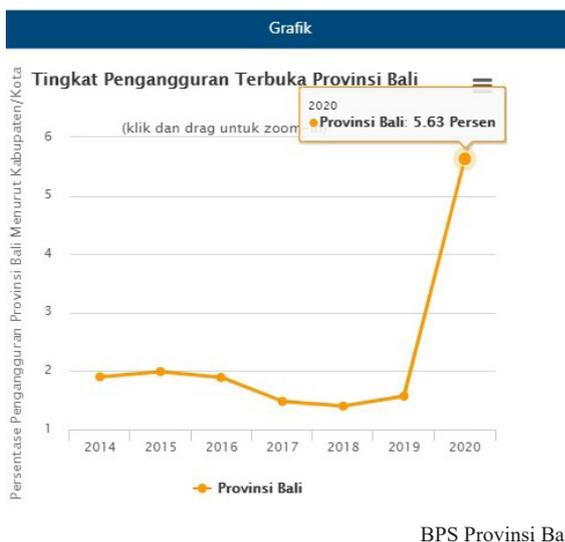
yaitu menerapkan hasil pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, teknologi tepat guna (TTG), dan temuan baru untuk kemajuan ekonomi dan pertanian masyarakat desa.

Politeknik Negeri Bali sebagai perguruan tinggi vokasi di Provinsi Bali senantiasa melakukan upaya strategis dan berkesinambungan dalam mendampingi kegiatan-kegiatan masyarakat desa, khususnya di Provinsi Bali dengan salah satu Dharma yang ada pada Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu dengan melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat guna meningkatkan produktivitas masyarakat desa, khususnya mitra kegiatan. Selama

ini, telah dilaksanakan beberapa pembinaan dan pemberdayaan terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa), Desa Wisata dan elemen masyarakat lain yang berbentuk kelompok dan memerlukan bantuan dari aspek pemberdayaan proses produksi, alat produksi, distribusi dan manajemen keuangan.

Pada masa pandemi Covid-19 ini, kegiatan pemberdayaan kepada masyarakat sudah sepatutnya tetap dilakukan agar tetap menjaga eksistensi dari UMKM itu sendiri. Bahkan disisi yang berbeda, Pemerintah sedang gencar-gencarnya melakukan upaya strategis dan berkelanjutan dalam melakukan stimulusekonomi mikro. Sebagai Lembaga Pendidikan yang senantiasa mendukung program pemerintah dan pemerintah daerah, maka sebagai civitas akademika Politeknik Negeri Bali, tim pelaksana kegiatan berusaha menyusun usulan kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat, khususnya UMKM.

Dampak Covid-19 memang sangat dirasakan oleh masyarakat Bali, tidak hanya dalam aspek kesehatan, namun lebih dari itu semua bahwa pandemi ini telah mulai memberikan dampak negatif bagi keberadaan usaha-usaha yang menopang hidup masyarakat Bali. Pemerintah Daerah dan Masyarakat Bali sangat menopangkan pendapatannya dari sektor pariwisata. Semenjak pandemi ini terdapat peningkatan pengangguran karena kebijakan usaha pariwisata untuk sementara waktu merumahkan pekerjanya (Rhismawati, 2021).



Gambar 1. Grafik Tingkat Pengangguran Terbuka Provinsi Bali 2020

Data pada Gambar 1 menunjukkan angka peningkatan jumlah pengangguran yang sangat tajam. Hal ini juga akan berpotensi bertambah pada tahun 2021 apabila tidak dilaksanakannya upaya-upaya strategis dan tepat sasaran dari pemerintah dan pemerintah daerah di Bali. Masyarakat Bali harus mulai bergerak dan mencari alternatif lain untuk pemenuhan kebutuhan mereka. Wakil Gubernur

Bali Tjokorda Oka Sukawati menyatakan UMKM menjadi harapan dan peluang baru di tengah industri pariwisata yang tengah lesu. Begitu juga dengan kejelian pelaku usaha untuk menangkap peluang termasuk peluang berbasis teknologi dalam kondisi ini. “Tapi tetap ada peluang baru yang memberikan harapan untuk bisa bertahan bahkan bisa maju dari tekanan yang ada. Dalam keheningan dan keterpaksaan muncul ide dan kreatifitas baru, UMKM yang merupakan back bone,” kata Oka di acara Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia, di Bandara Internasional bandara I Gusti Ngurah Rai, Bali, Senin (11/1/2021). (<https://www.cnbcindonesia.com>).

UMKM yang dipilih pada rencana kegiatan pengabdian ini sedikit berbeda dengan kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan oleh tim pelaksana. Pada tahun 2021 ini akan dipilih mitra kegiatan yang tergolong sebagai lansia. Menurut ketentuan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 1998 tentang Kesejahteraan Lanjut Usia, yang dimaksud dengan lansia adalah seseorang yang telah mencapai usia 60 (enam puluh) tahun ke atas. Hal ini dilakukan sebagai salah satu upaya peningkatan kesejahteraan hidup lansia. Pemberdayaan lansia sangat diperlukan mengingat lansia adalah salah satu kelompok rentan terhadap berbagai hal. Pemberdayaan lansia merupakan setiap upaya meningkatkan kemampuan fisik, mental spiritual, sosial, pengetahuan, dan keterampilan agar para lansia siap diberdayakan sesuai dengan kemampuan masing-masing.

I Kadek Keceg merupakan salah seorang kepala keluarga yang sudah berusia 70 tahun. Selama ini beliau bersama istri (Ni Wayan Murni yang berusia 66 tahun) dan iparnya (I Ketut Mortir yang berusia 60 tahun). Sebagai kepala keluarga yang memiliki anak-anak yang telah mandiri dan bertempat tinggal di Denpasar, I Kadek Keceg (mitra kegiatan) dari tahun 2016 membentuk usaha rumahan untuk memproduksi dan menjual basa genep (basa rajang) Bali sebagai bumbu berbagai masakan khas Bali.

Pada awal berdirinya usaha basa genep Bali ini, Pak Kadek hanya dibantu istrinya saja dan hanya melayani pesanan saudara dan tetangga yang hendak memiliki hajatan atau upacara yang ada di rumahnya. Mereka pun hanya menganggap hal tersebut sebagai bantuan kepada sanak saudara dan tidak memiliki niat untuk mencari keuntungan. Namun karena dirasa semakin banyak peminat dan intensitas pesanan basa genep Balinya semakin bertambah, maka mitra kegiatan ini mencoba untuk menjual produk mereka di salah satu warung klontong penjual sembako di dekat rumahnya. Selain itu alasan mereka membuat usaha ini karena mereka sudah memasuki usia pensiun dan produktif namun

tetap mengisi usia pensiun mereka dengan kegiatan produktif namun tidak menyita banyak waktu.

Setiap harinya di awal mereka memproduksi basa genep Bali ini hanya 20 bungkus dengan harga Rp 2.000,- per bungkus ukuran plastik ¼ kilogram. Dari pengakuan mitra pada saat ini, basa genep Bali produknya tersebut laku di pasaran dan tidak ada yang dikembalikan. Dari sana kemudian mereka mencoba menjajaki rekanan/warung yang lain di lingkungan Desa Singapadu Kaler. Dari awal yang hanya 1 warung, saat ini sudah ada 11 warung kelontong penjual sembako yang menjadi rekanan dari mitra kegiatan ini. Teknik pemasarannya hanya dari mulut ke mulut, berdasarkan testimoni para konsumennya.

Saat sebelum pandemi, mitra kegiatan ini mengaku bahwa produksi mereka hampir setiap hari dengan jumlah per produksi tiap harinya sebesar 20-30 kg. Memang ada pengaruh terhadap penjualan produk basa genep Bali ini, karena produksi saat ini hanya dilakukan setiap 2-3 hari sekali. Melalui kunjungan yang dilaksanakan tim pelaksana kegiatan pada tanggal 5 Pebruari 2021 didapat fakta bahwa kegiatan produksi yang dilaksanakan mitra kegiatan ini masih menggunakan cara yang manual dan tanpa dilengkapi alat-alat produksi yang memadai.

Alat produksi yang digunakan mitra kegiatan memang sangat sederhana. Saat ini dalam memproduksi produknya, mitra kegiatan hanya dilengkapi alat-alat non mesin, seperti: Belakas (pisau besar), Talenan Kayu, Kikihan, Lesung Batu, Uligan Batu, Wajan, Kompor Gas, Timbangan dan Plastik sebagai kemasan tanpa label. Jika dilihat dari proses produksi itu sendiri sebenarnya sangat mudah, terlepas dari racikan basa genep Balinya. Setelah diracik, bahan baku berupa bumbu lengkap (genep) Bali cukup dihaluskan atau dicincang rata.

Dengan keterbatasan alat tersebut mitra mengaku bahwa proses sekali produksi dapat memakan waktu yang cukup lama. Dengan produksi sekitar 25 kilogram, maka dibutuhkan waktu sampai 8 (delapan) jam. Mulai dari proses peracikan bahan baku, dilanjutkan dengan pembersihan bahan bakunya, kemudian dilakukan penghalusan dan mencincang rata bahan baku, dilanjutkan dengan menggoreng bahan yang sudah rata, mendinginkan basa genep Bali dan dilakukan pengemasan dengan kemasan terbaru seharga Rp 2.500,- serta mendistribusikan ke 11 warung yang menjadi langganan mitra. Dengan usia mitra yang sudah lansia, mereka mengaku kadang kecapekan dan membuat mereka tidak melakukan produksi untuk beristirahat.

Usaha basa genep Bali ini belum memiliki nama dan plang nama yang dapat menjadi ciri dari produknya. Namun di pasaran diakui bahwa sudah ada produk serupa yang ada dan kadang konsumen

salah membeli karena pengemasannya relatif sama dan tidak dapat dibedakan jika tidak dirasakan sebagai bumbu masakan. Untuk itu sedianya mitra membuat kemasan dengan label produk untuk mudah dikenal. Begitu juga dalam hal penyusunan keuangan dan proyeksi keuntungan dari usaha ini. Dari penuturan mitra, mitra mengaku tidak bisa menghitung pasti jumlah keuntungan sekali produksi atau pada 1 (satu) bulannya.

Total bahan baku yaitu 36 kg menghabiskan dana (modal) Rp 800.000,- (delapan ratus ribu rupiah). Maka Mitra mengakui bahwa jumlah produksi tersebut akan dikemas menjadi 400 kemasan dengan berat per kemasan antara 100-125 gram. Dengan begitu omset penjualan menjadi Rp 1.000.000,- (satu juta rupiah) per sekali produksi. Produk utama dari mitra ini adalah basa genep Bali, namun jika terdapat pesanan bumbu lain, mitra mengaku siap membuatkan khususnya pada saat hari raya keagamaan seperti: Galungan, Kuningan, Nyepi dan hari raya agama Hindu lainnya. Bumbu lain yang diproduksi diantaranya adalah: Base Suna Cekuh, Bawang Goreng dan Sambel Cabai untuk keperluan membuat lawar Bali.

Produk mitra berupa basa genep Bali ini diyakini bertahan dalam waktu 5 hari jika ditaruh pada tempat yang bersuhu rendah dan tidak kontak dengan matahari, serta bertahan sampai berbulan-bulan jika ditaruh di mesin pendingin. Saat ini mitra mengaku hasil keuntungan usaha ini dibagi 3 (tiga) sesuai dengan jumlah orang yang mengerjakan, karena pada prinsipnya mereka adalah keluarga. Namun mereka juga merasa perlu dilakukan pemberdayaan terhadap usaha mereka dengan membantu mereka di alat-alat produksi, pengemasan dan pangsa pasarnya.

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

1. Permasalahan dalam proses produksi yang memakan waktu cukup lama karena masih menggunakan alat seadanya dan tanpa penggunaan Teknologi Tepat Guna (TTG).
2. Pengemasan produk mitra masih menggunakan kemasan plastik bening dan tidak disertai label kemasan. Hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan mitra dalam mendesain label untuk kemasan, sehingga di pasaran tidak mudah untuk dikenali.
3. Belum adanya nama usaha, plang nama usaha untuk memudahkan pemasaran usaha serta label kemasan produk yang menarik dan mudah dikenal.
4. Mitra tidak melakukan pencatatan keuangan dan tidak memiliki nota usaha sebagai bukti transaksi.
5. Proses pemasaran terbatas pada warung yang ada di sekitar rumah mitra, nanti akan dilengkapi

pemasaran melalui media sosial yang akan diadmi oleh cucu dari mitra karena keterbatasan mitra yang tidak memahami dan mengerti dalam mengoperasikan media sosial.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah dengan *Focus Group Discussion* (FGD), pelatihan dan wawancara. Terdapat enam bentuk kerja utama yang dimulai dari sosialisasi kegiatan, kemudian peningkatan alat produksi dan alat pengemasan, pembuatan desain labeling kemasan, pelatihan manajemen keuangan, pelatihan manajemen pemasaran serta evaluasi kegiatan yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Sosialisasi dilaksanakan dengan menghadirkan peserta dari mitra dan tim pelaksana. Pada tahap sosialisasi, akan disampaikan informasi-informasi mengenai latar belakang, target, sasaran dan tujuan kegiatan.
2. Pemberian alat-alat produksi ini dilakukan guna meningkatkan produktivitas dan efisiensi waktu produksi terhadap produk yang dihasilkan, Adapun alat-alat produksi yang direncanakan untuk diberikan adalah mesin penghalus atau pencincang bumbu, kompor gas duduk lengkap dengan regulator, wajan ukuran diameter 40cm, timbangan dan alat lainnya.
3. Bantuan pembuatan desain label kemasan yang menarik. Kemasan akan didesain dengan menggunakan alat bantu komputer sehingga dihasilkan desain kemasan yang menarik dan *eye catching* serta modern. Desain label kemasan akan langsung dicetak dalam bentuk sticker dan ditempelkan pada kemasan produk.
4. Pelatihan sistem manajemen keuangan sederhana dengan menyiapkan buku kas dan nota penjualan. Diharapkan agar mitra dapat mengetahui keuntungan atau kerugian serta mempermudah untuk menagih piutang dari penyalur.
5. Pelatihan pemasaran dengan memanfaatkan media sosial yaitu facebook dan Instagram. Media sosial sudah umum digunakan sebagai alat pemasaran produk (Kurniawan, 2017). Selain itu untuk mendukung pemasaran produk, mitra diberikan bantuan plang nama sebagai salah satu media promosi.
6. Evaluasi kegiatan pelatihan dilakukan setelah pelatihan manajemen dan pemasaran. Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui keberhasilan kegiatan pelatihan yang dilaksanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengatasi permasalahan mitra, maka tim pelaksana melakukan beberapa kegiatan sebagai berikut.

1. Sosialisasi Kegiatan
Sosialisasi kegiatan merupakan tahap awal pada kegiatan PKM ini. Sosialisasi kegiatan dilakukan pada tanggal 10 April 2021 pada lokasi mitra yaitu Desa Silakarang, Singapadu Kaler Gianyar. 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 Ni Made Wirasyanti Dwi Pratiwi juga menyampaikan jadwal dari masing-masing tahapan kegiatan.
2. Penyerahan Alat Produksi
Dalam menunjang dan meningkatkan proses produksi usaha base genep dan juga dengan kondisi mitra yang merupakan lansia diperlukan bantuan peralatan produksi untuk meringankan proses produksi yang selama ini menggunakan tangan/manual. Selain itu dengan adanya penambahan jenis produk base yaitu base kesuna cekuh, tambahan peralatan produksi sangat dibutuhkan. Peralatan produksi ini dapat digunakan oleh mitra untuk mempermudah dan mengefisienkan waktu pembuatan base genep maupun base kesuna cekuh. Berdasarkan hasil diskusi dan disesuaikan dengan kebutuhan mitra, maka tim memberikan beberapa bantuan peralatan untuk menunjang produksi. Penyerahan alat bantuan produksi dilakukan pada tanggal 17 Mei 2021. Bantuan alat yang diberikan kepada mitra berupa mesin Penghalus atau Pencincang Bumbu, kompor Gas Duduk lengkap dengan regulator, wajan anti lengket, timbangan, cooper, baskom untuk pencampuran bahan, alat press plastik.
3. Pembuatan Desain Labeling Kemasan dan Pelatihan Pengemasan
Tahapan ini merupakan tahapan pembuatan labeling kemasan produk base genep agar meningkatkan daya jual produk. Selain itu dilakukan pelatihan pengemasan dengan menggunakan kemasan standing pouch dan label. Pada desain label ini berisi informasi mengenai identitas produk dan nama usaha. Desain label kemasan dibuat dengan bantuan aplikasi atau software pada komputer. Hasil labeling kemasan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Desain Labeling Kemasan

Desain labeling kemasan ini kemudian dicetak dengan kertas stiker sehingga dapat langsung ditempel pada kemasan *standing pouch* ataupun kemasan lain. Kegiatan selanjutnya adalah pelatihan pengemasan produk menggunakan stiker label oleh tim. Produk yang telah dikemas menggunakan label kemasan dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Produk Loloh dengan Label Kemasan

4. Pelatihan Manajemen Keuangan

Dalam pengelolaan keuangan mitra, diberikan pelatihan manajemen keuangan sederhana. Pelatihan ini terdiri dari 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. Pelatihan pertama menjelaskan mengenai cara pencatatan pada nota apabila terdapat penjualan produk ataupun order dari pelanggan. Setelah itu diberikan penjelasan mengenai pengumpulan nota-nota yang akan direkap pada buku kas. Pelatihan kedua yaitu pencatatan buku kas, pada pelatihan ini mitra diberikan penjelasan terlebih dahulu mengenai komponen yang terdapat pada buku kas yaitu tanggal, keterangan, debit dan kredit. Kemudian dilanjutkan dengan penjelasan cara pengisian debit dan kredit.

5. Pelatihan Pemasaran *Online*

Pelatihan pemasaran online adalah kegiatan yang dilakukan untuk 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* di masa pandemi COVID-19 terkait dengan ketatnya protokol kesehatan saat ini. Media online ini memudahkan proses pemesanan produk oleh pelanggan. Pelatihan ini memberikan penjelasan secara umum mengenai facebook dan instagram

dan praktek langsung mengenai tata cara akses sosial media serta pengisian content untuk memasarkan produk. Selain pemasaran online, mitra juga diberikan plang nama yang dapat digunakan untuk media informasi dan promosi untuk usaha mitra.

6. 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.

a. Monitoring dan Evaluasi Kegiatan Tahap I

Monitoring dan evaluasi tahap I dilakukan oleh ketua dan anggota pengabdian masyarakat pada tanggal 17 Juni 2021. 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 penghalus atau pencincang produk, mitra memproduksi bumbu sebanyak 25 kg dengan waktu kurang lebih 8 jam. Sedangkan dengan adanya mesin penghalus bumbu memerlukan waktu kurang lebih 6 jam. Terdapat efisiensi waktu sebanyak 2 jam. Selain itu bumbu yang dihasilkan menjadi lebih halus karena dikerjakan oleh mesin seperti terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Hasil penghancuran bumbu dengan mesin

Dikarenakan adanya pandemi covid-19, kapasitas produksi mitra cenderung tetap dan omset atau pendapatan mitra cenderung menurun. Dengan adanya bantuan alat ini juga, mitra berinovasi membuat variasi bumbu lain yaitu base kesuna cekuh. Gambar produk kesuna cekuh dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Base kesuna cekuh

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.

b. 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. Pengukuran dilakukan dengan cara wawancara kepada mitra. Hasil evaluasi dapat dilihat pada Tabel 1. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan alat produksi berdampak pada pengurangan waktu produksi dan penambahan variasi produk, tetapi dari segi pendapatan dan kapasitas produksi tetap dikarenakan dampak pandemi covid-19. 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. Untuk penggunaan media pemasaran online berupa facebook

Tabel 1 Hasil evaluasi kegiatan

No	Kegiatan	Indikator capaian	Pencapaian
1	Peningkatan alat produksi	Meningkatnya kuantitas produk 50%	Produksi tetap (Pasar lesu dikarenakan penurunan ekonomi masyarakat di masa pandemi)
		Pendapatan meningkat 50%	Pendapatan tetap dikarenakan jumlah produksi tetap
		Waktu produksi berkurang 10%	Sebelum kegiatan dengan produksi sekitar 25 kilogram, maka dibutuhkan waktu sampai 8 (delapan) jam. Sekarang dengan produksi sekitar 25 kilogram, maka dibutuhkan waktu sampai 6 jam. Berkurang 2 jam (25%)
		Penambahan variasi produk	Terdapat penambahan 1 variasi produk yaitu base kesuna cekuh
2	Pelatihan media pemasaran online	Pangsa pasar meningkat	Karena ada promosi di facebook dan Instagram pangsa pasar meningkat dengan adanya pelanggan baru dan beberapa yang COD di daerah sekitaran usaha mitra.
		1 orang anggota mitra dapat memasarkan produk secara online	1 orang anggota mitra dapat memasarkan produk secara online
3	Pelatihan manajemen keuangan	1 orang anggota UKM dapat membuat manajemen keuangan sederhana	1 orang anggota UKM dapat membuat manajemen keuangan

dan Instagram, saat ini 1 orang anggota mitra (anak pemilik) telah dapat melakukan pengelolaan content seperti penambahan data produk baru, pengubahan data profil dan penghapusan data pada sosial media mitra. Selain itu promosi di facebook dan Instagram pelanggan baru dan beberapa yang COD di daerah sekitaran usaha mitra.

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan sampai saat ini maka diperoleh beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Permasalahan mitra dari segi produksi, pengemasan, pemasaran dan pengelolaan keuangan dapat diatasi dengan kegiatan yang dilakukan oleh tim. Kegiatan tersebut berupa sosialisasi, penyerahan alat produksi, pembuatan desain labeling kemasan dan pengemasan, pelatihan manajemen keuangan serta pembuatan, pelatihan media pemasaran online, serta monitoring dan evaluasi kegiatan.
2. Berdasarkan hasil evaluasi, untuk kegiatan peningkatan alat produksi berdampak pada pengurangan waktu produksi sebanyak 25% dan penambahan 1 variasi produk, tetapi dari segi pendapatan dan kapasitas produksi tetap dikarenakan dampak pandemi covid-19. Kegiatan pelatihan manajemen keuangan berdampak pada peningkatan pengetahuan terkait pengelolaan keuangan, dimana target tercapai yaitu 1 orang anggota UKM. Untuk penggunaan media pemasaran online berupa facebook dan Instagram, saat ini 1 orang anggota mitra (anak pemilik) telah dapat melakukan pengelolaan sosial media mitra. Selain itu promosi di facebook dan Instagram pelanggan baru dan beberapa yang COD di daerah sekitaran usaha mitra

UCAPAN TERIMAKASIH

Pengabdian kepada masyarakat ini terlaksana berkat bantuan pendanaan dari Politeknik Negeri Bali. Terimakasih kami ucapkan kepada Politeknik Negeri Bali atas dukungannya. Serta terimakasih kepada Mitra, I Kadek Keceg yang telah bekerja sama dalam kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Direktorat Bina Ketahanan Keluarga Lansia dan Rentan. (2015). *Kelompok Bina Keluarga Lansia*. Jakarta: BKKBN.

Kurniawan, P. (2017): Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh, *Kompetensi*, 11(2), 217-225.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 1998 tentang Kesejahteraan Lanjut Usia.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.

Hastuti, K., R. 2021. *Andalkan UMKM, Ekonomi Bali Mulai Bangkit di Tengah Pandemi*. <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20210111134522-25-215021/andalkan-umkm-ekonomi-bali-mulai-bangkit-di-tengah-pandemi> diakses 8 Februari 2021

Rhismawati, N.R. 2021. *Bali bahu-membahu bangkitkan UMKM dari dampak pandemi*. <https://www.antaranews.com/berita/1924892/bali-bahu-membahu-bangkitkan-umkm-dari-dampak-pandemi> diakses 8 Februari 2021