



## INCREASING SALES OF TUNA FISH SHREDDED PRODUCTS BY AMPENAN COASTAL WOMEN (IRT MELATI GROUP) DURING THE COVID 19 PANDEMIC

Siti Yulianah M. Yusuf<sup>1\*</sup>, Vidya Yanti Utami<sup>2</sup>, Dewi Rispawati<sup>3</sup>,  
Basuki Sri Hermato<sup>4</sup>, Rifaid<sup>5</sup>

<sup>1,3,4</sup>Prodi Ilmu Administrasi Niaga, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mataram, Indonesia, [sitiyulianah84@gmail.com](mailto:sitiyulianah84@gmail.com)<sup>1</sup>, [drispawati@yahoo.com](mailto:drispawati@yahoo.com)<sup>3</sup>, [basukisrihermanto@yahoo.com](mailto:basukisrihermanto@yahoo.com)<sup>4</sup>

<sup>2,5</sup>Prodi Ilmu Administrasi Negara, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mataram, Indonesia, [vidyautami88@gmail.com](mailto:vidyautami88@gmail.com)<sup>2</sup>, [rifaid@stiamataram.ac.id](mailto:rifaid@stiamataram.ac.id)<sup>5</sup>

---

### ABSTRAK

---

**Abstrak:** IRT Melati merupakan kelompok yang didirikan oleh Perempuan Pesisir Ampenan untuk mengolah hasil laut menjadi produk abon ikan. Setelah melakukan observasi singkat kelokasi usaha tersebut, Tim menemukan berbagai permasalahan mitra, khususnya dalam aspek pemasaran produk, aspek manajemen usaha dan aspek higienitas proses produksi. Melalui kegiatan pengabdian, diharapkan dapat memberikan solusi bagi mitra untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat, guna menentukan media promosi dan memperluas wilayah pemasaran. Selain itu Mitra dapat membuat laporan keuangan untuk mencatat semua transaksi secara sistematis, serta mitra dapat menerapkan protokol kesehatan dalam proses produksi, menjaga kebersihan dapur serta alat-alat produksi. Metode kegiatan ini diawali dengan memberikan penyuluhan, pelatihan serta pendampingan kepada mitra terkait ketiga aspek permasalahan yang ditemukan. Hasil dari kegiatan ini adalah: a) terdapat peningkatan penjualan produk abon ikan dan pengembangan usaha mitra; (b) terdapat peningkatan keberdayaan anggota IRT dalam menggunakan media social sebagai alat untuk promosi dan memperluas pasar; (c) mitra dapat membuat laporan keuangan sederhana secara sistematis; (d) terdapatnya kesadaran Mitra dalam menerapkan protokol kesehatan pada proses produksi, menjaga kebersihandapursertaalat-alatproduksi.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran; Media Sosial; Manajemen Usaha.

**Abstract:** IRT Melati is a group founded by Ampenan Coastal Women to process marine products into shredded fish products. After conducting a brief observation at the location of the business, the Team found various problems with the partners, particularly in the aspects of product marketing, aspects of business management and hygiene aspects of the production process. Through community service activities, it is expected to provide solutions for Partners to determine the right marketing strategy, in order to determine promotional media and expand the marketing area. In addition, Partners can create financial reports to systematically record all transactions, and Partners can apply health protocols in the production process, maintain the cleanliness of kitchens and production tools. This method of activity begins with providing counseling, training and assistance to Partners regarding the three aspects of the problems found. The targets to be achieved from this activity are: a) There is an increase in the sale of shredded fish products and business development of partners; (b) There is an increase in the empowerment of IRT members in using social media as a tool for promotion and expanding the market; (c) Partners can produce simple financial reports in a systematic manner; (d) There is awareness of Partners in implementing health protocols in the production process, maintaining the cleanliness of kitchens and production tools.

**Keywords:** Marketing Strategy; SocialMedia; Business Management.

---

**Article History:**

Received : 20-05-2021  
 Revised : 13-07-2021  
 Accepted : 24-07-2021  
 Online : 30-07-2021



*This is an open access article under the  
 CC-BY-SA license*

## A. PENDAHULUAN

Secara geografis kelurahan Bintaro merupakan wilayah pesisir pantai Ampenan yang cukup terkenal di kota Mataram, karena dahulunya merupakan pelabuhan dagang yang berfungsi sebagai pelabuhan lintas ekonomi antar pulau. Wilayah Ampenan dengan karakteristik wilayah pantai tentunya memiliki potensi perikanan yang cukup tinggi dengan garis pantai  $\pm$  11 km. Sehingga banyak masyarakat pesisir Ampenan yang berprofesi sebagai nelayan.

Masyarakat pesisir didefinisikan sebagai kelompok orang yang tinggal di daerah pesisir dan sumber kehidupan perekonomiannya bergantung secara langsung pada pemanfaatan sumberdaya laut dan pesisir. Kelompok ini secara langsung mengusahakan dan memanfaatkan sumberdaya ikan melalui kegiatan penangkapan dan budidaya (Lubis, 2014).

Industri Rumah Tangga (IRT) Abon Ikan Melati didirikan sejak tahun 2005, diketuai oleh ibu Sukmawati dan memiliki 10 orang anggota yang keseluruhannya merupakan perempuan nelayan dipesisir Ampenan. Mengingat usaha ini sudah cukup lama didirikan, tetapi belum meningkatkan kesejahteraan ekonomi kelompoknya karena pasar hanya menjangkau wilayah lokal setempat serta pengelolaan keuangan yang belum jelas. Usaha ini belum dikenal secara luas karena tidak adanya promosi serta tidak adanya plang dilokasi usaha. Pada awal usaha, pengemasan hanya menggunakan plastik pembungkus biasa tanpa ada stiker merek produk. Baru pada tahun 2018 usaha ini memperoleh bantuan pengemasan dengan merek “Abon Ikan Melati” dari Dinas Kesehatan Provinsi dengan pengemasan yang sesuai standar pemasaran dan kesehatan.

Proses produksi masih dilakukan secara tradisional dengan memanfaatkan hasil tangkapan laut dari para suami yang merupakan nelayan dan hasil tangkapan laut dari nelayan lainnya. Usaha ini awalnya didirikan ketika hasil laut melimpah, karena jika dijual dalam kondisi mentah atau dipandang saja, harga ikan akan jatuh serta ikan tidak akan bertahan lama. Oleh karena itu dibuat menjadi abon agar harga jualnya tinggi dan daya simpan lebih lama. Abon adalah makanan yang dibuat dari daging yang disuwir-suwir atau dipisahkan seratnya, kemudian ditambahkan bumbu-bumbu dan digoreng (Aditya et al., 2016).

Tim melakukan observasi secara langsung ke lokasi IRT Abon Ikan Melati, serta bertemu secara langsung dengan pemilik usaha yaitu Ibu Sukmawati dan Anggota kelompok lainnya, untuk mengetahui informasi secara rinci mengenai usaha ini. Berdasarkan hasil observasi diperoleh fakta bahwa selama pandemi covid-19, penjualan menurun diakibatkan

penjualan yang hanya mengandalkan *direct selling* atau penjualan diwilayah setempat saja, serta tidak adanya pengadaan pameran-pameran yang biasa diikuti kelompok ini selama masa pandemi. Selain itu, Mitra belum memiliki segmen dan target pasar sasaran yang dituju. Mereka hanya memproduksi saja tanpa tau nantinya produknya akan dijual kemana. Padahal target pasar sangat penting bagi pemasar karena akan mengarahkan kemana produk akan dijual. Apakah produk abon akan dijual untuk semua kalangan, atau hanya untuk anak-anak, remaja atau orang dewasa saja. Selain itu tidak adanya penanda yang menunjukkan lokasi usaha IRT Abon Ikan Melati serta tidak adanya etalase untuk memajang produknya ketika sudah dikemas.

Produk Abon Ikan adalah produk pendamping nasi yang bernilai gizi tinggi dan diminati semua kalangan masyarakat sehingga mempunyai peluang pasar yang cukup besar. Target pasar adalah sebagai kegiatan menentukan pasar sasaran, yaitu tindakan memilih satu atau lebih segmen untuk dilayani (Kotler & Keller, 2011, 2021). Karena target pasar merupakan strategi pemasaran yang penting. Selain itu, promosi untuk mengenalkan produk serta saluran distribusi juga sangat penting karena menyangkut ketersediaan produk yang mudah dijangkau oleh konsumen kapan saja, dimana saja saat mereka membutuhkan produk tersebut. Heryanto (2015); Kotler & Amstrong (2012) mendefinisikan distribusi meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk yang tersedia untuk dapat dijangkau oleh konsumen. Sedangkan Buchari (2011) mendefinisikan promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan.

Di sisi lain, Mitra tidak melek teknologi informasi sehingga tidak pernah sama sekali memanfaatkan media sosial atau internet untuk mempromosikan atau menjual produk mereka. Padahal, dimasa pandemi pemanfaatan teknologi informasi untuk penjualan secara online sangat membantu pemasar dalam memasarkan produknya secara luas, karena konsumen dapat mengakses dari mana saja dan tanpa batasan waktu. Teknologi informasi menurut Indrajit (2011); Irwansyah & Moniaga (2014) adalah hasil rekayasa manusia terhadap penyampaian informasi dari pengirim ke penerima sehingga lebih cepat, lebih luas sebarannya, lebih lamapenyimpanannya.

Hasil observasi lainnya menunjukkan bahwa dalam aspek manajemen usaha, Mitra belum memiliki pengelolaan keuangan yang jelas. Modal yang dimiliki kecil, sehingga masih mengandalkan hutang dari pihak lain seperti untuk bahan baku ikan dan bahanbaku produksi, dengan sistem pembayaran ketika produk abon laku baru hutang dibayarkan. Proses produksi masih dilakukan secara tradisional dengan menggunakan alat-

alat sederhana. Selain itu, Mitra belum menerapkan standar kebersihan dengan baik dalam proses produksinya apalagi dimasa pandemi ini, segala aktivitas harus memperhatikan protokol kesehatan. Kemudian alat produksi yang digunakan masih ada beberapa yang kurang layak seperti ember untuk mencuci ikan, kompor yang sudah usang, dapur produksi yang kurang rapi dan bersih, personil tidak menggunakan penutup kepala, atau sarung tangan, sehingga aspek kebersihan masih kurang. Hygiene sanitasi makanan adalah salah satu usaha pencegahan yang menitikberatkan kegiatan dan tindakan yang perlu untuk membebaskan makanan dari segala bahaya yang dapat mengganggu atau merusak kesehatan, mulai dari sebelum makanan diproduksi, selama dalam proses pengolahan, penyimpanan, pengangkutan, sampai pada saat dimana makanan tersebut siap untuk dikonsumsi kepada masyarakat atau konsumen. Sanitasi makanan ini bertujuan untuk menjamin keamanan dan kemurnian makanan, mencegah konsumen dari penyakit, mencegah penjualan makanan yang merugikan pembeli, mengurangi kerusakan makanan (Atmoko-Akparyo, 2017; Kertiyasa, 2018).

Melihat dari permasalahan Mitra diatas, Tim mendapatkan 3 (tiga) permasalahan yang utama yaitu.

- a. Aspek Pemasaran. Wilayah pemasaran masih seputar wilayah lokal saja yang mengandalkan pembelian secara langsung (*direct selling*). Mitra belum menentukan strategi pemasaran yang tepat dalam usahanya. Selain itu, mitra masih sangat awam (tidak melek) dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi. Mitra belum mengetahui cara menjual dan mempromosikan produknya secara online.
- b. Aspek Manajemen Usaha. Pengelolaan keuangan yang belum jelas. Mitra tidak mengetahui secara akurat mengenai keuntungan atau kerugian yang diperoleh, berapa biaya bahan baku serta berapa jumlah penambahan modal yang telah dicapai. Sehingga mitra tidak dapat mengetahui secara jelas, tentang keseimbangan hak dan kewajiban yang dimiliki oleh masing-masing personil di dalam kelompok usaha.
- c. Aspek Kebersihan Proses Produksi. Mitra belum menerapkan protokol kesehatan dalam proses produksinya, baik dari personil yang belum menggunakan perlengkapan dengan standar kebersihan, dapur produksi serta beberapa alat produksi yang digunakan kurang layak.

Berdasarkan paparan analisis situasi serta permasalahan yang dihadapi oleh Mitra, maka Tim bersama dengan Mitra IRT Abon Ikan Melati, sepakat untuk melaksanakan kegiatan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan tentang bagaimana menentukan strategi pemasaran yang tepat dalam memasarkan produk Mitra, penjualan dan promosi secara

online melalui sosial media, penyusunan laporan keuangan sederhana secara sistematis serta bagaimana menerapkan protokol kesehatan dalam proses produksi. Kegiatan bersifat pelatihan dan pendampingan berkelanjutan. Melalui kegiatan tersebut diharapkan bahwa hasil dari penyuluhan, pelatihan dan pendampingan tidak berhenti begitu saja, namun dapat terus dipraktekkan.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

### **1) Profil Mitra**

IRT Abon Ikan Melati, didirikan di wilayah pesisir Ampenan oleh ibu Sukmawati pada tahun 2005 dan beranggotakan 10 orang yang keseluruhannya merupakan wanita pesisir pantai Ampenan (merupakan istri nelayan di pesisir pantai ) Ampenan. IRT Abon Ikan Melati memproduksi abon ikan tuna.

### **2) Metode Pelaksanaan**

Meliputi tiga tahap yang terdiri dari:

- a. melakukan Pra kegiatan berupa koordinasi dengan Mitra terkait kegiatan yang akan dilaksanakan, yaitu Tim mengundang Perempuan Pesisir Ampenan yang tergabung dalam kelompok IRT Melati untuk mensosialisasikan program PKM yang akan dilaksanakan agar terjadi komunikasi yang efektif dan timbal balik;
- b. pelaksanaan kegiatan penyuluhan sekaligus pelatihan serta pendampingan yang terdiri dari beberapa aspek di dalamnya, antara lain.

#### **1. Aspek Pemasaran**

Difokuskan pada pemberdayaan melalui kegiatan penyuluhan, pelatihan serta pendampingan dengan pemaparan strategi pemasaran yang tepat dan cara untuk memperluas wilayah pemasaran Mitra melalui media sosial sebagai media promosi dan penjualan secara online, mengingat pandemic masih berlangsung sehingga akan lebih aman jika dilakukan secara online.

Tahap-tahap kegiatan adalah sebagai berikut:

- a) melakukan survei dan analisis kebutuhan kelompok IRT;
- b) memberikan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan tentang strategi pemasaran untuk menentukan segmen dan target pasar yang dituju;
- c) memberikan pelatihan bagaimana menggunakan Smartphone untuk melakukan promosi dan penjualan secara online serta cara mengambil gambar produk yang menarik sebagai penunjang promosi;

- d) membuat akun social media pada Whatsapp, Instagram, Facebook dan Shopee untuk membangun toko online produknya;
- e) memberikan pelatihan dan pendampingan pengoperasian akun sosial media kepada Mitra;
- f) memberikan pelatihan untuk melengkapi profil toko online dan spesifikasi produk yang dijual serta tata cara pemesanannya;
- g) memberikan pelatihan cara membuat kalimat promosi yang efektif untuk menarik konsumen melalui Sosial Media;
- h) memberikan penyuluhan tata cara transaksi penjualan secara online;
- i) memberikan penyuluhan tentang cara mengirim produk menggunakan jasa pengiriman, contoh: JNE, J&T.

## 2. Aspek Manajemen Usaha

Difokuskan pada pemberdayaan melalui penyuluhan, pelatihan dan pendampingan dalam penyusunan laporan keuangan sederhana untuk mencatat semua transaksi baik yang masuk ataupun yang keluar. Tahap-tahap kegiatan adalah sebagai berikut:

- a) melakukan survei dan analisis kebutuhan sistem keuangan IRT oleh Tim;
- b) penyuluhan, Pelatihan dan Pendampingan cara menyusun laporan keuangan sederhana berupa buku kas untuk mencatat semua transaksi pemasukan dan pengeluaran IRT Melati.

## 3. Aspek Kebersihan Proses Produksi

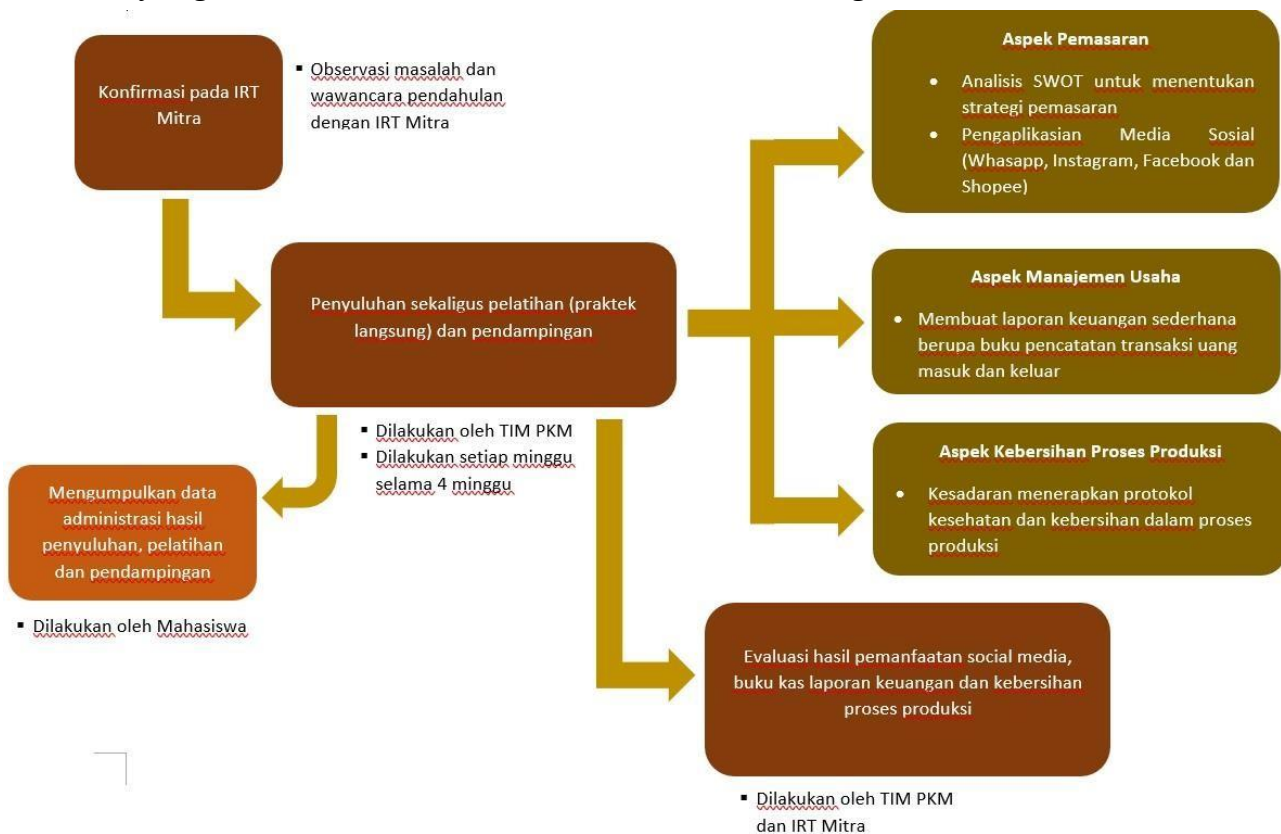
Difokuskan pada penyuluhan terkait penerapan protokol kesehatan dalam proses produksi baik dari anggota kelompok maupun dari peralatan dan dapur produksi. Tahap-tahap kegiatan adalah:

- a) melakukan survei dan analisis kebersihan pada anggota IRT Mitra, dapur produksi dan alat produksi oleh Tim;
- b) melakukan penyuluhan untuk meningkatkan kesadaran anggota IRT Melati agar menjaga kebersihan diri sebelum memulai proses produksi (menggunakan masker, apron, penutup kepala dan sarung tangan);
- c) memberikan bantuan alat penunjang kebersihan seperti ember cuci tangan beserta sabun, handsanitizer;
- d) memberikan bantuan alat proses produksi yang sudah tidak layak pakai seperti penggorengan;

- e) mengarahkan Mitra untuk membersihkan dan menata ulang dapur produksi agar lebih bersih dan tertatarapi.

Monitoring dan Evaluasi terhadap hasil pelatihan tentang promosi dan penjualan secara online melalui media sosial, penyusunan laporan keuangan sederhana dan penerapan kebersihan dalam proses produksi.

Berikut disajikan diagram langkah-langkah pelaksanaan PKM yang akan dilakukan tim PKM STIA Mataram (gambar 1):

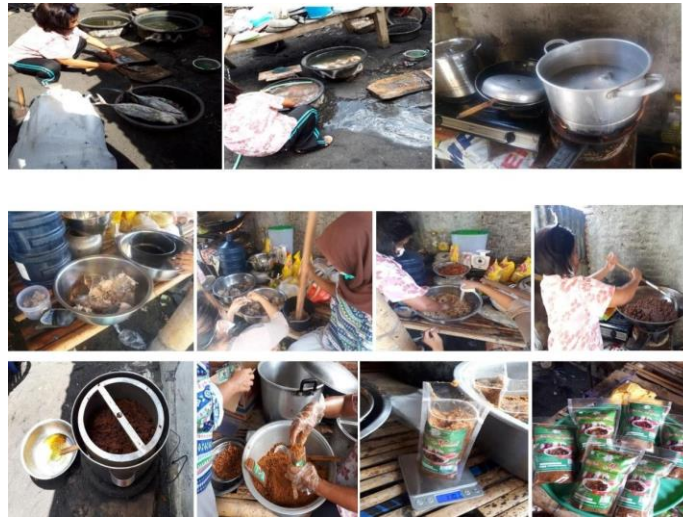


Gambar 1. Diagram Pelaksanaan PKM di IRT Melati.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses produksi pembuatan abon dilakukan dengan menggunakan alat-alat dan metode yang masih tradisional. Disini terlihat dapur produksi yang belum tertata dengan rapi, serta kebersihan masih kurang karena dapur tidak berlantai atau masih beralaskan pasir pantai.

Berikut adalah foto proses produksi Abon Ikan dengan menggunakan alat yang masih tradisional (gambar 2).



**Gambar 2.** Proses Produksi Abon Ikan Tuna.

Selanjutnya, berikut adalah alur proses pembuatan Abon Ikan Tuna dari IRT Melati dari awal produksi hingga proses pengemasan.

Berikut ini adalah alur Pembuatan abon ikan tuna dari IRT Melati:



**Gambar 3.** Alur Proses Pembuatan Abon Ikan Tuna.



Adapun pelaksanaan kegiatan penyuluhan sekaligus pelatihan serta pendampingan diharapkan dapat memberikan solusi terhadap permasalahan Mitra, adalah sebagai berikut.

1. Permasalahan Pemasaran diselesaikan dengan memberikan penyuluhan, pelatihan serta pendampingan tentang strategi pemasaran yang tepat untuk menentukan secara jelas segmen pasar dan target pasar sasaran yang akan dituju serta meningkatkan kemampuan kelompok mitra dalam memanfaatkan teknologi informasi (khususnya penggunaan *smartphone*) dan membuat *account* berjualan pada *Whatsapp*, *Instagram*, *Facebook*, dan *Shopee* untuk pemasaran produk melalui *Media Sosial*. Dengan dibangunnya *media promosi* melalui internet diharapkan dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualan.
2. Dalam Permasalahan Manajemen Usaha khususnya dilakukan pembenahan dalam pengelolaan keuangan agar semakin baik, sehingga prestasi usaha semakin meningkat.
3. Permasalahan Kebersihan Proses Produksi. Meningkatkan kesadaran anggota untuk menerapkan protokol kesehatan dengan menjaga kebersihana diri (menggunakan perlengkapan diri seperti masker, apron, penutup kepala dan sarung tangan). Serta meningkatkan kesadaran anggota kelompok untuk tetap menjaga kualitas bahan baku, alat-alat produksi dan dapur produksi yang bersih.

Jenis luaran yang dihasilkan dari pelaksanaan program PKM ini.

- 1) Menghasilkan *account* pemasaran produk pada *Whatsapp*, *Instagram*, *Facebook* dan *Shopee* melalui pembuatan *account*, pelatihan, dan pendampingan. *Account Sosial Media* atas nama mitra dan berisi profil *IRT Melati* dan semua spesifikasi produk yang dipasarkan serta cara-cara pemesanan produk.
- 2) Terdapat peningkatan penjualan dengan memanfaatkan *social media* karena wilayah pemasaran semakinluas.
- 3) Tercapainya kualitas *SDM* yang mampu menggunakan *SmartPhone* dalam melakukan penjualan secara online melalui *Whatsapp*, *Instagram*, *Facebook*, *Shopee* dan memfoto produk agar tampak menarik untuk dipromosikan.
- 4) Tercapainya kualitas *SDM* yang mampu menggunakan *media sosial* sebagai sarana promosi dan penjualan secara online.
- 5) Bertambahnya pemahaman mitra dalam menentukan segmen pasar dan target pasar yang dituju.
- 6) Menghasilkan laporan keuangan sederhana yang disusun secara sistematis sehingga semua transaksi dapat tercatat dan teranalisis dengan baik melalui buku catatan keuangan sederhana. Buku kas sederhana ini mencakup semua transaksi keuangan *IRT* secara

akurat, baik yang masuk ataupun yang keluar sehingga dapat mengetahui secara pasti tingkat keuntungan ataupun kerugian yg dialami serta Mitra dapat membuat keputusan untuk pengembangan usaha berdasarkan data keuangan yg akurat.

- 7) Dapur produksi tertata rapi dan bersih serta anggota menerapkan protokol Kesehatan dengan menggunakan masker, apron, sarung tangan dan penutup kepala saat proses produksi.

Untuk mengembangkan usaha, pemasar harus mampu menentukan strategi pemasaran yang tepat dalam menentukan segmen dan target pasar yang akan dituju untuk menjual produk yang dihasilkan. Dalam pemilihan strategi pemasaran perlu diperhitungkan secara cermat faktor-faktor seperti tujuan atau sasaran produk, peluang pasar, serta kesuksesan pasar.

Untuk itu diperlukan analisis secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Menurut (Rangkuti, 2011, 2015) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini membandingkan antara faktor lingkungan internal berupa kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) perusahaan, serta faktor lingkungan eksternal yang berupa peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*).

Untuk meningkatkan penjualan produk abon ikan, Tim tertarik untuk menggunakan analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran dari Usaha Mitra. Hal ini dikarenakan didalam analisis SWOT terdapat faktor-faktor lingkungan internal berupa kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) usaha, serta faktor lingkungan eksternal yang berupa peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*), yang sangat tepat digunakan mitra dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualannya. Bentuk perumusan strategi dalam analisis SWOT dapat dilihat pada gambar 4 berikut.

Berikut adalah bentuk analisis SWOT:



**Gambar 4.** Matriks Analisis SWOT.

Selanjutnya langkah-langkah dalam melengkapi profil toko online dapat dilihat pada gambar 5 berikut.



**Gambar 5.** Cara Melengkapi Profil Toko Online.

Pada aspek manajemen usaha dalam pengelolaan keuangan, bentuk IPTEK yang diberikan kepada Mitra adalah berupa penyuluhan, pelatihan dan pendampingan membuat buku kas yang mencatat semua transaksi keluar dan masuk. Hal ini dilakukan karena pengelolaan keuangan merupakan faktor utama yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan usaha. Buku kas/buku laporan keuangan memiliki fungsi menurut Munawir (2012) ; Rangkuti (2011, 2015) memiliki fungsi:

- a) untuk menyediakan informasi mengenai posisi perusahaan;
- b) untuk menunjukkan kinerja sebagai bahan evaluasi;
- c) sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan.

Tim tertarik untuk menggunakan laporan keuangan sederhana untuk memudahkan Mitra untuk mencatat segala transaksi sehingga dapat mengetahui secara pasti tingkat keuntungan atau kerugian yang dialami.

Contoh Bentuk Laporan Laba-Rugi Sederhana.

**IRT MELATI**  
**Laporan Laba Rugi**  
**Januari 2020**

|                                 |       |             |
|---------------------------------|-------|-------------|
| <b>Pendapatan Usaha</b>         |       |             |
| Penjualan                       |       | Rp A        |
| <b>Biaya Operasional</b>        |       |             |
| Biaya Bahan Baku                | Rp B  |             |
| Biaya Listrik                   | C     |             |
| Biaya Transportasi              | D     |             |
| Biaya Lain-lain                 | E (+) |             |
| <b>Total Biaya</b>              |       | Rp F (-)    |
| <b>Rugi Laba Bulan Berjalan</b> |       | <b>Rp G</b> |

**Keterangan:**

$$F = B+C+D+E$$

$$G = A - F$$

**Gambar 6.** Contoh Laporan Laba Rugi.

Pada aspek kebersihan proses produksi, IPTEK yang diberikan berupa penyuluhan tentang penerapan protokol kesehatan dan pentingnya menjaga kebersihan dalam proses produksi, dengan berpedoman pada “Pedoman Produksi dan Distribusi Pangan Olahan Pada Masa Status Darurat Kesehatan Corona Virus Disease 2019 (covid-19) di Indonesia (Badan Pengawas Obat dan Makanan & RI, 2020), yaitu.

1. Penerapan cara yang baik/good practices. Cara produksi pangan olahan dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturanperundang-undangan.
2. Hygiene Karyawan. Penerapan pola hidup bersih dan sehat sangat penting dilakukan oleh setiap karyawan. Hal-hal yang harus ditekankan oleh setiap karyawan dalam penerapan hygiene karyawan yang baik, antara lain: menjaga kebersihan tangan, menggunakan disinfektan pada permukaan kerja dan titik-titik peralatan yang sering digunakan bersama, menggunakan masker untuk menutupi mulut hidung guna mencegah percikan droplet saat bicara, batuk atau bersin, menjaga keberhasilan seragam kerja.

Berikut adalah cara mencuci tangan yang benar sesuai dengan protocol Kesehatan yang perlu diterapkan oleh semua Anggota Mitra sebelum melakukan proses produksi (gambar 7).



**Gambar 7.** Cara mencuci tangan yang benar.

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan ini mampu meningkatkan pemahaman dan kemampuan IRT Abon Ikan Melati dalam memanfaatkan social media terutama saat pandemi ini, sehingga penjualan meningkat karena wilayah pemasaran yang semakinluas. Mitra dapat menghasilkan laporan keuangan sederhana yang disusun secara sistematis sehingga semua transaksi dapat tercatat dan teranalisis dengan baik melalui buku catatan keuangan sederhana.

Buku kas sederhana ini mencakup semua transaksi keuangan IRT secara akurat, baik yang masuk ataupun yang keluar sehingga dapat mengetahui secara pasti tingkat keuntungan ataupun kerugian yg dialami serta Mitra dapat membuat keputusan untuk pengembangan usaha berdasarkan data keuangan yang akurat. Meningkatnya pemahaman dan kemampuan mitra dalam menerapkan protokol kesehatan dalam setiap kegiatan produksinya.

Adapun saran untuk kegiatan ini adalah diharapkan Mitra dapat melaksanakan penjualan secara online dengan memanfaatkan gadget sebagai media pemasaran sehingga jangkauan pasar semakin luas, serta guna mengurangi resiko kontak secara langsung dengan pembeli saat pandemi ini. Selain itu dapat membuat laporan keuangan sederhana yang disusun secara sistematis sehingga semua transaksi dapat tercatat dan teranalisis dengan baik melalui buku catatan keuangansederhana. Serta Mitra selalu melaksanakan penerapan protokol kesehatan secara baik dan benar dalam aktivitas sehari-hari terutama saat proses produksi pembuatan abon ikan guna mencegah penularan virus Covid-19.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh Tim PKM yang secara kolektif telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.

## DAFTAR RUJUKAN

- Aditya, H. P., Herpandi, H., & Lestari, S. (2016). Karakteristik fisik, kimia dan sensoris abon ikan dari berbagai ikan ekonomis rendah. *Jurnal Fishtech*, 5(1), 61–72.
- Atmoko-AKPARYO, T. P. H. (2017). Peningkatan higiene sanitasi sebagai upaya menjaga kualitas makanan dan kepuasan pelanggan di Rumah Makan Dhamar Palembang. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 8(1).
- Badan Pengawas Obat dan Makanan, & RI. (2020). Pedoman produksi dan distribusi pangan olahan pada masa status darurat kesehatan corona virus disease 2019 (Covid-19) di Indonesia. *Jakarta (ID): Badan Pengawas Obat Dan Makanan RI*.
- Buchari, A. (2011). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. *Bandung: Alfabeta*.
- Heryanto, I. (2015). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2).
- Indrajit, R. E. (2011). *Peranan Teknologi Informasi dan Internet*. Andi Offset.
- Irwansyah, E., & Moniaga, J. V. (2014). *Pengantar Teknologi Informasi*. Deepublish.
- Kertiyasa, K. N. K. (2018). *Gambaran Penerapan Hygiene Sanitasi Makanan di Warung Makan Kawasan Pantai Kerobokan Kabupaten*

- Buleleng Tahun 2018*. Jurusan Kesehatan Lingkungan.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro. *Jakarta: Penerbit Prenhallindo*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. *Jakarta: Erlangga, 14*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen pemasaran edisi 13 jilid 2*.
- Lubis, Y. A. (2014). Studi Tentang Aktivitas Ekonomi Masyarakat Pesisir Pantai Pelabuhan. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political Social UMA)*, *2(2)*, 133–140.
- Munawir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Libert.
- Rangkuti, F. (2011). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2015). *Teknik Membedah Kasus Bisnis*.