

## PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DALAM PENJUALAN PRODUK ARDITA *GOLD* DI DESA BATUBULAN, KABUPATEN GIANYAR

Ni Made Dwi Puspitawati<sup>1)</sup>, Ni Kadek Muliani<sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: dwipuspitawati10@unmas.ac.id

### ABSTRAK

Kehadiran pandemi Covid-19 membawa berbagai dampak, tidak hanya pada sektor kesehatan namun juga sektor ekonomi. Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Banjar Pengembangan Desa Batubulan dengan masyarakat sasaran yaitu pelaku UMKM Ardita Gold. Berdasarkan hasil observasi, ditemukan permasalahan yang dihadapi yaitu semenjak adanya pandemi Covid-19, UMKM Ardita Gold mengalami penurunan pendapatan yang cukup drastis. UMKM Ardita Gold belum banyak dikenal oleh masyarakat, pemasaran yang masih konvensional dan minimnya pemahaman tentang menjalankan usaha berbasis digital juga menjadi kesulitan bagi UMKM Ardita Gold untuk bangkit dari krisis ini. Selain itu pelaku UMKM Ardita Gold belum mampu melakukan pencatatan keuangan (pembukuan) yang baik dalam mengelola keuangan usahanya. Pembukuan secara manual yang dilakukan oleh pelaku UMKM Ardita Gold belum rapi dan sering terjadi selisih yang tidak seimbang antara uang masuk dan keluar. Program pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan yaitu pelatihan mempromosikan produk melalui media sosial yaitu Instagram dan Facebook, membantu membuat logo usaha, dan pelatihan mencatat pembukuan secara sederhana melalui platform digital "BukuKas". Tujuan utama program pengabdian kepada masyarakat ini yaitu untuk meningkatkan penjualan produk UMKM Ardita Gold. Metode yang digunakan yaitu metode observasi, wawancara, dan pelatihan. Target yang ingin dicapai dari program pengabdian kepada masyarakat ini yaitu pelaku usaha dapat memahami dan mengaplikasikan media sosial dengan baik dalam mempromosikan produk, pelaku usaha memiliki logo usaha untuk menarik lebih banyak konsumen, dan pelaku usaha dapat memahami dan mengaplikasikan platform digital "BukuKas" dengan baik dalam melakukan pencatatan pembukuan.

**Kata Kunci:** Media sosial, Pembukuan, Digital, UMKM

### ANALISIS SITUASI

Pandemi Covid-19 sudah menyebar luas di seluruh dunia dan membawa permasalahan yang sangat krusial bagi berbagai sektor yang ada di Indonesia. Dilematis berbagai negara dalam menanggulangi Covid-19 membuat pemerintahan bahkan

masyarakat Indonesia merasakan keresahan dan kerugian yang berdampak pada kesehatan maupun perekonomian (Juaningsih, 2020). Usaha mikro kecil menengah (UMKM) berada di garis depan guncangan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi Covid-19. UMKM

menjadi sektor yang terpukul secara langsung dari dampak pandemi Covid-19 yang diakibatkan oleh menurunnya daya beli masyarakat secara signifikan terutama di level terbawah (Sumarni, 2020).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di Desa Batubulan, dapat diketahui bahwa dampak pandemi Covid-19 juga dirasakan oleh UMKM Ardita Gold yang berada di Jalan Mawar, Banjar Pengembungan, Desa Batubulan, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar. UMKM Ardita Gold terdiri dari 5 orang termasuk pemilik usaha. UMKM Ardita Gold merupakan usaha rumahan yang memproduksi dan menjual berbagai macam perhiasan emas seperti kalung, cincin, anting, bros, gelang, dan perhiasan lainnya. Semenjak adanya pandemi Covid-19, UMKM Ardita Gold mengalami penurunan pendapatan yang cukup drastis hingga 60%. UMKM Ardita Gold belum banyak dikenal oleh masyarakat, pemasaran yang masih konvensional, dan minimnya pemahaman tentang menjalankan usaha berbasis digital juga menjadi kesulitan bagi UMKM Ardita Gold untuk bangkit dari krisis ini. Selain itu pelaku UMKM Ardita Gold belum mampu melakukan pencatatan keuangan (pembukuan) yang baik dalam mengelola keuangan usahanya. Pembukuan secara manual yang dilakukan oleh pelaku UMKM Ardita Gold belum rapi dan sering terjadi selisih yang tidak seimbang antara uang masuk dan keluar.

Di masa sulit ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa

memanfaatkan media digital sebagai strategi pemasaran produk agar konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. Pemasaran produk melalui media digital sering disebut dengan *digital marketing*. *Digital marketing* adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara *online* dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya media sosial (Purwana, *et al.*, 2017). Media sosial merupakan suatu sarana *digital marketing* yang paling mudah untuk dimanfaatkan saat ini. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih *engage* atau calon konsumen (Sulaksono dan Zakaria, 2020). Strategi *digital marketing* berpengaruh hingga 78% terhadap keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produknya karena UMKM yang memiliki akses *online*, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan *e-commerce*, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing (Iwan, *et al.* 2019).

Media digital tidak hanya dapat digunakan sebagai media pemasaran saja, tetapi juga bisa sebagai media pencatatan keuangan (pembukuan) yang praktis melalui berbagai platform pembukuan digital yang ada, sehingga memudahkan pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan keuangan usahanya. Pembukuan berfungsi menyediakan informasi yang bersifat

keuangan untuk pengambilan keputusan ekonomi (Sugiri dan Riyono, 2011). Saat ini banyak pelaku UMKM yang melakukan pembukuan secara manual, namun masih mengalami kendala. Catatan pembukuan yang dilakukan secara manual memiliki kelemahan diantaranya adalah terjadinya ketidaktepatan dalam perhitungan, perbedaan yang tidak seimbang antara uang masuk dan keluar, tidak efisien, kurang teratur dan sistematis (Suyati, 2020).

Mengingat pentingnya pemanfaatan media digital di masa pandemi Covid-19 ini, maka tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar hadir untuk membantu meningkatkan penjualan produk dan pendapatan pada UMKM Ardita Gold di Desa Batubulan melalui pemanfaatan media digital sebagai media pemasaran produk dan pembukuan serta membantu membuat logo usaha agar mempunyai identitas usaha dan mudah dikenali oleh masyarakat.

### **PERUMUSAN MASALAH**

Adapun permasalahan yang dialami oleh masyarakat sasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Kurangnya pemahaman pelaku UMKM Ardita Gold akan pemanfaatan media pemasaran digital khususnya Instagram dan Facebook sehingga diperlukan pendampingan akan hal tersebut.
2. UMKM Ardita Gold belum memiliki logo usaha sebagai

identitas usaha yang dapat membentuk citra UMKM di masyarakat sehingga diperlukan bantuan dalam pembuatan hal tersebut.

3. Kurangnya pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM Ardita Gold dalam melakukan pencatatan keuangan (pembukuan) dengan baik sehingga pembukuannya kurang rapi dan sering terjadi selisih yang tidak seimbang antara uang masuk dan keluar.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Adapun solusi yang diberikan untuk mengatasi permasalahan yang dialami oleh masyarakat sasaran yang dituangkan dalam bentuk program kerja sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM Ardita Gold mengenai cara membuat akun media sosial yaitu Instagram dan Facebook serta cara menggunakan media tersebut untuk mempromosikan produk secara digital.
2. Membantu membuat desain logo usaha sebagai identitas usaha yang dapat membentuk citra UMKM di masyarakat.
3. Mengenalkan dan memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM Ardita Gold mengenai cara menggunakan platform digital “BukuKas” sebagai media pencatatan keuangan (pembukuan) secara sederhana.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan beberapa tahapan dan metode. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan ini yaitu:

1. Perencanaan  
Tahap perencanaan ini meliputi observasi dan merencanakan program kerja untuk menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM Ardita Gold di Desa Batubulan.
2. Persiapan  
Pada tahap ini dilakukan persiapan terkait dengan materi dan media yang akan digunakan dalam pelatihan mempromosikan produk dan pembukuan secara digital, serta mempersiapkan desain logo UMKM Ardita Gold.
3. Pelaksanaan  
Pada tahap ini dilaksanakan semua program kerja yang telah disiapkan kepada pelaku UMKM Ardita Gold yaitu pelatihan mempromosikan produk melalui Instagram dan Facebook, pelatihan pencatatan pembukuan melalui platform digital "BukuKas", serta membuat desain logo usaha.
4. Monitoring dan Evaluasi  
Setelah terlaksananya seluruh program kerja maka dilakukan monitoring secara berkala terhadap pelaku UMKM Ardita Gold dan evaluasi terkait dengan pencapaian target dari program kerja tersebut.

Metode pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Metode Pelatihan  
Dalam metode ini dilakukan pelatihan secara langsung kepada pelaku UMKM Ardita Gold yang dilakukan dengan melibatkan 2 (dua) metode pendekatan yaitu:
  - a) Metode Demonstrasi. Metode demonstrasi adalah metode pelatihan dengan lebih banyak melibatkan penjelasan dan memperagakan cara mempromosikan produk melalui media sosial yaitu Instagram dan Facebook serta cara pembukuan melalui aplikasi BukuKas.
  - b) Metode Praktik. Dalam metode ini mitra diberikan kesempatan untuk mempraktikkan secara langsung cara mempromosikan produk melalui media sosial yaitu Instagram dan Facebook serta cara pembukuan melalui aplikasi BukuKas yang sudah diperagakan (didemonstrasikan) oleh tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat.
2. Metode Desain  
Dalam metode ini dilakukan perancangan desain logo UMKM Ardita Gold yang dibuat menggunakan aplikasi Canva dengan tetap melibatkan mitra agar mendapatkan masukan atau saran sehingga diperoleh logo

yang dapat menggambarkan kondisi UMKM Ardita Gold.

### 3. Metode Diskusi

Dalam metode ini dilakukan perundingan atau pertukaran pemikiran dengan mitra untuk mendapatkan desain logo UMKM Ardita Gold yang bagus dan mencirikan usaha tersebut. Selain itu pada saat pelatihan dilakukan diskusi pula untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mitra mengenai materi yang disampaikan.

## HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di lingkungan Banjar Pengembangan

Desa Batubulan pada tanggal 3 Agustus 2021 sampai dengan tanggal 4 September 2021. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai upaya meningkatkan penjualan produk pada UMKM Ardita Gold di Desa Batubulan telah berhasil dilaksanakan oleh tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM Ardita Gold mengenai pemasaran dan pembukuan digital sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan usaha. Berikut ini merupakan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang sudah dilaksanakan:

*Tabel 1. Realisasi Ketercapaian Program Kerja*

No.	Topik	Spesifikasi Program Kerja	Realisasi
1.	Penanggulangan dampak sosial dan ekonomi akibat Covid-19	Memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM Ardita Gold mengenai cara membuat akun media sosial yaitu Instagram dan Facebook serta cara menggunakan media tersebut untuk mempromosikan produk secara digital.	100%
2.	Penanggulangan dampak sosial dan ekonomi akibat Covid-19	Membantu membuat desain logo usaha sebagai identitas usaha yang dapat membentuk citra UMKM di masyarakat.	100%
3.	Penanggulangan dampak sosial dan ekonomi akibat Covid-19	Mengenalkan dan memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM Ardita Gold mengenai cara menggunakan platform digital "BukuKas" sebagai media pencatatan keuangan (pembukuan) secara sederhana.	100%

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini sudah terlaksana 100% dengan baik dan lancar. Terlaksananya program ini dengan lancar tidak terlepas dari faktor-faktor pendukung.

Faktor pendukung pelaksanaan program ini adalah adanya dukungan dari pemilik dan anggota UMKM Ardita Gold yang sudah bersedia mengikuti program ini dengan sangat

antusias, sehingga target yang diharapkan dari program ini dapat

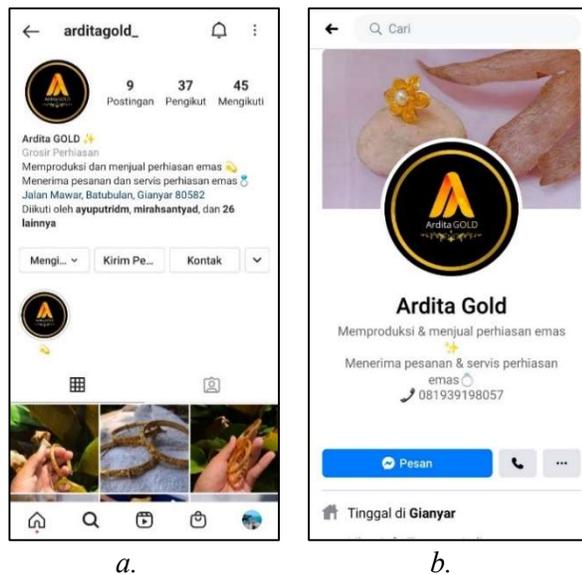
tercapai.



Gambar 1. (a) (b) Pelatihan menggunakan media sosial Instagram dan Facebook

Pada Gambar 1 di atas, dilakukan program kerja pertama yaitu memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM Ardita Gold mengenai cara membuat akun media sosial yaitu Instagram dan Facebook serta cara menggunakan media tersebut untuk

mempromosikan produk secara digital. Pelatihan ini telah mampu menambah pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM Ardita Gold dalam mempromosikan produk melalui media sosial yaitu Instagram dan Facebook.



Gambar 2. (a) (b) Tampilan akun media sosial UMKM Ardita Gold

Saat ini UMKM Ardita Gold sudah mempunyai akun media sosial yaitu Instagram dan Facebook yang ditunjukkan pada Gambar 2, serta sudah menerima beberapa pesanan produk perhiasan dari konsumen

melalui aplikasi Instagram dan Facebook tersebut, sehingga program kerja ini telah mampu meningkatkan penjualan produk dan pendapatan pada UMKM Ardita Gold. Program kerja ini telah terlaksana 100%.



Gambar 3. (a) (b) Pembuatan desain logo usaha



Gambar 4. Logo UMKM Ardita Gold

Pada Gambar 3 di atas, dilakukan program kerja kedua yaitu pembuatan desain logo usaha sebagai identitas usaha yang dapat membentuk citra UMKM di masyarakat. Pembuatan desain logo usaha dilakukan bersama pemilik UMKM Ardita Gold agar mendapatkan masukan (saran) secara langsung

sehingga diperoleh logo yang dapat menggambarkan identitas UMKM Ardita Gold. Saat ini UMKM Ardita Gold sudah mempunyai logo usaha yang ditunjukkan pada Gambar 4, sehingga lebih mudah dikenali oleh masyarakat dan dapat menarik lebih banyak konsumen. Program kerja ini telah terlaksana 100%.



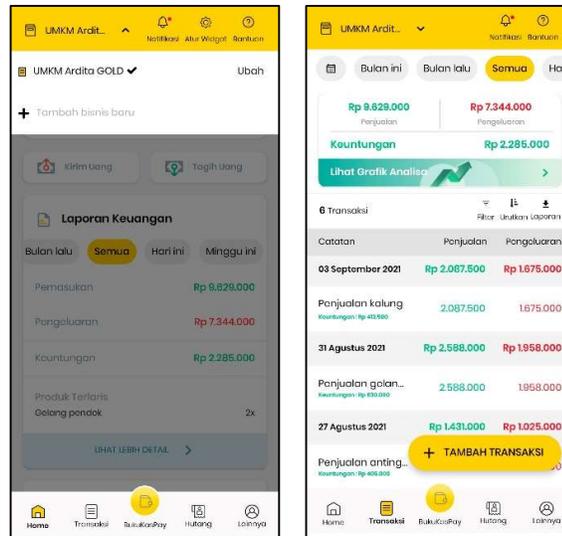
Gambar 5. (a)(b) Pelatihan menggunakan aplikasi BukuKas

Pada Gambar 5 di atas, dilakukan program kerja ketiga yaitu memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM Ardita Gold mengenai cara

menggunakan platform digital “BukuKas” sebagai media pencatatan keuangan (pembukuan) secara sederhana. Pelatihan ini telah mampu

menambah pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM Ardita Gold dalam melakukan pencatatan

keuangan (pembukuan) secara digital pada aplikasi BukuKas.



a.

b.

Gambar 6. (a) (b) Pembukuan yang dilakukan oleh pelaku UMKM Ardita Gold pada aplikasi BukuKas

Saat ini pelaku UMKM Ardita Gold sudah mampu melakukan pembukuan dengan benar pada aplikasi BukuKas sehingga pembukuannya menjadi lebih rapi dan praktis serta dapat diketahui dengan jelas jumlah uang masuk dan keluar. Program kerja ini telah terlaksana 100%.

Setelah semua program kerja terlaksana dengan baik, dilakukan evaluasi terkait pencapaian target dari program kerja yang telah dilaksanakan. Berdasarkan hasil wawancara terhadap Pemilik UMKM Ardita Gold, dapat diketahui bahwa mitra sangat berterima kasih kepada tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat yang telah membantu usahanya dalam membuat logo usaha serta memberikan pelatihan

terkait cara memasarkan produk dan melakukan pembukuan melalui media digital sehingga UMKM Ardita Gold dapat semakin berkembang di masa pandemi Covid-19 serta penjualan dan pendapatan usahanya sudah mengalami peningkatan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai upaya meningkatkan penjualan produk pada UMKM Ardita Gold di Desa Batubulan telah berhasil dilaksanakan dengan baik dan berjalan dengan lancar. Mitra sangat antusias dan merasa sangat terbantu dengan diadakannya program kerja ini karena dapat mengatasi permasalahan yang dialami oleh mitra di masa pandemi Covid-19. Program kerja yang telah

dirancang bagi pelaku UMKM Ardita Gold di Desa Batubulan dapat mengembangkan pemahaman pelaku usaha mengenai pemanfaatan media digital sebagai media pemasaran dan pembukuan serta membantu memperluas jangkauan pasar karena UMKM Ardita Gold bisa lebih dikenal oleh masyarakat melalui promosi di media sosial. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, UMKM Ardita Gold dapat terus berkembang dan bertahan di masa pandemi Covid-19 serta penjualan dan pendapatan UMKM Ardita Gold dapat mengalami peningkatan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah terealisasi 100%, diharapkan program kerja yang telah dilakukan dapat terus dilaksanakan oleh setiap pelaku UMKM Ardita Gold di Desa Batubulan sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan serta memberikan kemajuan bagi usaha tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Iwan, M. R. Abdurrahman, F., Isah, A. Susilawati, & Iwan, S. 2019. Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan "WAGE" Bandung. *Jurnal Abdimas BSI*, Vol. 2, No. 1, pp. 137-142
- Juaningsih, I. N. (2020). Analisis Kebijakan PHK Bagi Para Pekerja pada Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia. *'ADALAH*, Volume 4, No. 1.
- Purwana, D., Rahmi., Aditya, S., & Zakaria, N. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, Vol. 1, No. 1.
- Sugiri, S., & Riyono, B. A. 2011. *Akuntansi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Sulaksono, J., & Zakaria, N. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, Vol. 4, No. 1.
- Sumarni, T. (2020). Media Sosial dan e-commerce sebagai Solusi Tantangan Pemasaran pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi kasus: UMKM Warung Salapan). *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6
- Suyati. (2020). Tata Kelola Keuangan Sekolah. *Jurnal Kependidikan Islam*, Vol. 10, No. 1, pp. 1-12.