
STRATEGI PENINGKATAN USAHA BERBASIS DIGITAL PADA KUE SARI AGUNG

I Nengah Suardhika^{1,*}, Made Shinta Pradnya Lestari²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: suardhikanengah@unmas.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan signifikan dalam cara berbisnis, terutama dalam hal pemasaran dan penjualan. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia juga harus mampu beradaptasi dengan perubahan ini untuk tetap bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat. Perkembangan teknologi digital membawa perubahan signifikan pada kualitas dan efisiensi kapasitas data yang dibuat dan dikirimkan. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memudahkan pelanggan dalam mengakses produk yang dicari yaitu pengembangan strategi bisnis melalui pemasaran digital dan penggunaan aplikasi buku kas. Dengan pemasaran digital, dapat memudahkan konsumen untuk berdatangan dan menjadi pelanggan. Hal ini menambah urgensi untuk mengintegrasikan strategi digital dalam model bisnisnya.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran Digital, Aplikasi Buku Kas.

ANALISIS SITUASI

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan signifikan pada kualitas dan efisiensi kapasitas data yang dibuat dan dikirimkan. Contohnya, gambar menjadi semakin jelas karena kualitas yang lebih baik, kapasitas data menjadi lebih efisien, dan proses pengiriman informasi menjadi semakin cepat (Danuri, 2019).

Pasar Badung adalah salah satu pasar tradisional terbesar di Bali dan merupakan pusat kegiatan ekonomi bagi masyarakat lokal. Pasar ini ramai oleh pedagang dan pembeli setiap harinya, namun dengan adanya perubahan tren belanja yang semakin mengarah ke media sosial, keberadaan pasar tradisional menghadapi tantangan untuk tetap relevan dan menarik bagi konsumen. Media sosial merupakan sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual (Pujiono, 2021). Pada dasarnya media sosial digunakan untuk berinteraksi secara daring baik dalam negeri maupun luar negeri (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memudahkan pelanggan dalam mengakses produk yang dicari yaitu pengembangan strategi bisnis melalui pemasaran digital. Dengan pemasaran digital, dapat memudahkan konsumen untuk berdatangan dan menjadi pelanggan. Pemasaran digital merupakan aktivitas promosi dan analisis pasar yang dilakukan melalui media berbasis internet, memanfaatkan beragam metode untuk membangun hubungan sosial. (Syukri & Sunrawali, 2022).

Dari hasil observasi dan pengamatan secara berkelanjutan yang saya lakukan pada Kue Sari Agung, ditemukan adanya permasalahan mengenai konsumen yang kesulitan untuk mengetahui lokasi usaha Kue Sari Agung di Pasar Badung dikarenakan kurangnya informasi jelas yang diberikan pemilik UMKM kepada konsumen.

Selain permasalahan tersebut, ditemukan juga permasalahan pada arus keuangan yang dimiliki oleh UMKM tersebut, dikarenakan minimnya pengetahuan mengenai arus keuangan dalam pencatatan pengeluaran dan pemasukan penjualan.

Kemudian permasalahan yang terjadi dikarenakan pengetahuan mengenai pemasaran melalui social media yang kurang, sehingga sangat sedikit konsumen luar yang mengetahui usaha Kue Sari Agung.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian analisis situasi diatas, maka diperoleh identifikasi permasalahan mitra sebagai berikut:

1. Bagaimana upaya yang dapat dilakukan agar memudahkan konsumen mencari lokasi Kue Sari Agung?
2. Bagaimana upaya yang dapat dilakukan agar keuangan bisa tersusun dengan baik pada Kue Sari Agung?
3. Bagaimana upaya yang dapat dilakukan agar kue yang dijual dapat diketahui oleh banyak orang?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan masalah yang diambil dari hasil observasi ada beberapa solusi yang dapat diberikan berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka solusi yang diberikan pada kegiatan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Membantu menjadi content creator untuk menunjukkan lokasi detail dan memasukan lokasi Kue Sari Agung pada google maps.
2. Memberikan literasi arus keuangan melalui aplikasi buku kas agar pemilik bisa mengatur keuangan dengan baik dan memberikan kalkulator sederhana.
3. Memberikan edukasi mengenai pemasaran kepada pemilik tentang bagaimana cara membuat konten yang benar dan membantu membuat akun sosial media instagram dan tiktok.

METODE PELAKSANAAN

1. Perkenalan

Pada tahap perkenalan ini penulis melakukan pengamatan langsung terhadap toko dan melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik Kue Sari Agung. Pada tahap ini kami membicarakan mengenai permasalahan yang dihadapi UMKM.

2. Persiapan

Tahap persiapan untuk mempersiapkan program kerja yang cocok digunakan untuk mengoptimalkan dari permasalahan yang terjadi dan mengembangkan

program digitalisasi marketing dan laporan keuangan dengan mempersiapkan bahan atau alat – alat guna menunjang berjalannya program kerja.

3. Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan ini adalah proses berjalannya pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat pada Kue Sari Agung dan sekaligus berjalannya proker yang telah diterapkan, sehingga dapat membantu dan memberikan solusi terhadap permasalahan yang sedang dihadapi Kue Sari Agung.

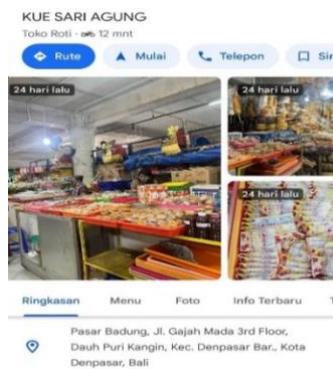
4. Evaluasi

Tahap ini adalah tahap akhir dari program kerja. Penulis dan pihak toko mendiskusikan serta mengevaluasi bagaimana selama keberlangsungan pengabdian masyarakat, dan program kerja yang sudah dilaksanakan terhadap permasalahan yang sedang dihadapi Kue Sari Agung.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Ketercapaian kegiatan ini mahasiswa pengabdian masyarakat berhasil untuk mengadakan program kerja mengenai peningkatan pemasaran berbasis digital. Dengan adanya pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk peningkatan hasil penjualan, dan arus keuangan yang lebih tersusun dengan baik.

1. Menjadi content creator dengan menunjukkan lokasi dan memasukkan lokasi Kue Sari Agung pada google maps.



Gambar 1. Memasukkan lokasi ke google maps

2. Memberikan literasi arus keuangan kepada pemilik UMKM melalui aplikasi buku kas.



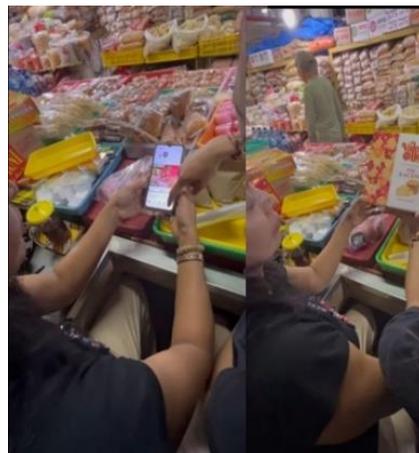
Gambar 2. Literasi arus keuangan

3. Memberikan kalkulator sederhana.



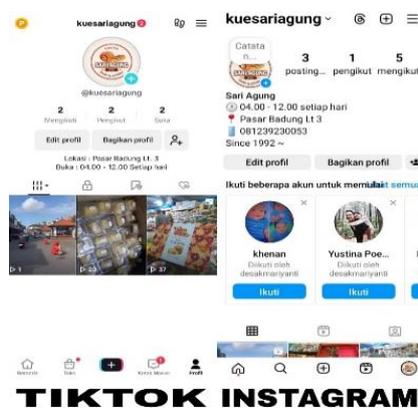
Gambar 3. Pemberian kalkulator

4. Mendukung pemilik UMKM tentang pemasaran digital



Gambar 4. Edukasi pemasaran digital

5. Membantu pembuatan akun sosial media UMKM



Gambar 5. Hasil pembuatan sosial media

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan yang sudah dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan Program kerja pada Villa Nedine, telah berhasil dilaksanakan dan berjalan dengan lancar. Program kerja yang sudah dirancang untuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan pelayanan ini mampu membantu karyawan dalam meningkatkan *excellent service* pada tamu dan peningkatan kepuasan tamu untuk menginap di Villa Nedine. Adapun kegiatan pembuatan laporan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan memberikan penyuluhan, pelatihan, dan evaluasi yang dilaksanakan dengan baik dan sudah sesuai dengan program kerja yang telah direncanakan.

Agar program yang telah diberikan oleh tim pengabdian kepada masyarakat tetap berjalan dengan berkesinambungan, diharapkan pemilik UMKM untuk selalu menerapkan program-program yang sudah diberikan untuk kemajuan dan kelancaran usaha dan dapat selalu aktif di dalam media sosial agar penjualan semakin meningkat serta selalu mencatat pemasukan dan pengeluaran pada aplikasi buku kas agar keuangan dapat tersusun dengan rapi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, A. (2021). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Di Kota Palopo* (Disertasi Doktor UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALOPO). Indra, K. D. Upaya Meningkatkan Kebersihan Area Bar di Food And Beverage Service Department Holiday Inn Resort Baruna Bali. *Jurnal Undiksha* 1(2). 54
- Data, B., & Computing, C. (2024). Mengenal Apa itu Teknologi Digital Menurut para Ahli. *Development.LPPM Unmas Denpasar*. (2023). *Buku Panduan Pengabdian Pada Masyarakat*. Denpasar: LPPM Unmas.
- Effendi, D. R. R., Ramadhani, M. A., Saputra, S. B., Wulandari, A. C., Victhori, I., Mahrinasari, M., & Roslina, R. (2024). Pengembangan Digitalisasi Pemasaran UMKM Pada Kelompok Pengolah dan Pemasar Ikan Waluya Kota Bandar Lampung. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(2), 1016-1028.
- LPPM Unmas Denpasar. (2023). *Buku Panduan Pengabdian Pada Masyarakat*. Denpasar: LPPM Unmas.
- Nurhalijah, I. S., Suarna, I. F., & Marhamah, M. (2024). Peran Kewirausahaan Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Melalui E-Commerce Di Desa Bojong Kalapa. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 1(3), 177-184.
- Utami, R. S., & Sasmita, M. A. (2022). Strategi umkm dalam menghadapi pasar di masa pandemi Covid-19 (umkm dalam bidang kuliner di wilayah Kecamatan Tanjung Morawa). *Jurnal Widya*, 3(1), 81-94.