

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM MIKRO DAN MENINGKATKAN PENGUNAAN METODE PENCATATAN PERPETUAL

Ni Putu Yeni Astiti^{1,*}, Gek Komang Putri Trijayanti²

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

*Email: yeni.astiti@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Perusahaan Any.Stuff. Pengabdian ini bertujuan untuk melakukan optimalisasi khususnya kepada karyawan agar pelayanan yang diberikan dapat maksimal kepada masyarakat. Pemanfaatan media sosial ini dilakukan dengan metode sosialisasi, dan peningkatan penggunaan metode pencatatan perpetual yang ada. Hasil yang didapatkan pada pengabdian ini adalah kegiatan pemanfaatan media sosial yang telah berhasil meningkatkan penjualan melalui sosialisasi beberapa program dan aksi nyata pada proses pencatatan perpetual dan partisipasi dan dukungan dari pimpinan serta semua pegawai terhadap kegiatan yang dilakukan adalah sangat baik. Dengan terlaksananya program kerja yang dilakukan ini diharapkan bisa membantu meningkatkan rasa nyaman masyarakat sebagai pemangku kepentingan sehingga jumlah pendapatan yang diterima sejalan dengan meningkatnya kualitas pelayanan yang diberikan.

Kata Kunci: Pemanfaatan, Metode Pencatatan Perpetual.

ANALISIS SITUASI

Pemanfaatan teknologi informasi sudah merambah ke bidang *digital marketing* bagi para pelaku usaha. Salah satu alat *digital marketing* adalah media sosial. Media sosial inilah yang dapat membantu bagi para pelaku usaha dalam melakukan promosi dan penjualan produk, salah satunya adalah pelaku UMKM.

Permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM adalah penyebaran promosi masih menggunakan cara konvensional dengan cara penyebaran brosur, mengikuti bazar, membuka lapak, dan promosi dari mulut ke mulut. Hal ini menyebabkan jangkauan daerah pemasaran dan penjualan produk ruang lingkungannya kecil. Sehingga perkembangan bisnis para pelaku UMKM tidak berkembang pesat. Hal ini mempengaruhi pendapatan yang tidak meningkat, jumlah produk yang dijual tidak meningkat dan ruang lingkup wilayah pemasaran tidak luas, selain itu berpengaruh pada besarnya biaya operasional untuk promosi dan penjualan produk.

Perkembangan di era globalisasi sangat bergantung pada sektor ekonomi sebagai ukuran keberhasilan yang dilakukan oleh pemerintah. Peran masyarakat dalam

pembangunan nasional, khususnya dalam pembangunan ekonomi, adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Posisi UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran penting dan strategis. Kondisi ini sangat dimungkinkan karena keberadaan UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia. UMKM setelah krisis ekonomi terus meningkat dari tahun ke tahun. Ini juga membuktikan bahwa UMKM mampu bertahan di tengah krisis ekonomi. UMKM juga terbukti menyerap tenaga kerja yang lebih besar dalam perekonomian nasional. Dengan banyaknya pekerja yang terserap, sektor UMKM mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan demikian UMKM dianggap memiliki peran strategis dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan. Untuk kontribusi dan peran UMKM, penting bagi pemerintah untuk terus mendukung UMKM melalui penguatan sehingga peran mereka sebagai pilar dalam membangun ekonomi bangsa dapat berjalan optimal.

Perusahaan kosmetik adalah suatu kegiatan usaha atau bisnis yang bergerak di bidang jual beli alat kecantikan dan berbagai aspek yang berkaitan dengan hal tersebut. Dalam hal ini penjualan berbagai macam kosmetik seperti catokan, haircare, skincare, makeup dan lainnya yang termasuk di dalam bisnis tersebut. Perusahaan kosmetik pada saat ini sudah banyak berada disekitaran sehingga sangat susah untuk dapat membuat perusahaan unggul tanpa adanya internet atau sosial media.

Perusahaan Any.stuff adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jual beli alat kecantikan. Any.stuff ini berlokasi di Jalan Belimbing No. 57 Denpasar. Pada saat ini Any.stuff sedang mengembangkan usahanya yang dimana peminat kosmetik di jaman sekarang sedang banyak digunakan untuk kalangan remaja hingga orang tua, walaupun orang tua tidak sesering remaja dalam hal menggunakan kosmetik tetapi masih banyak orang tua jaman sekarang yang ingin tampil seperti anak muda. Apalagi pada saat ini sosial sedang ramai digunakan dari kalangan anak hingga orang tua, sehingga anak kecil hingga orang tua pastinya sudah mengetahui kegunaan kosmetik, karena di dalam sosial media sudah dapat di search apa yang ingin diketahui dengan gampang.

Promosi adalah suatu yang harus dilakukan setiap perusahaan. hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang perpesuasif yang efekti untuk menarik perhatian konsumen. Saat ini instragram tidak hanya dapat digunakan sebagai sarana pemuas kebutuhan hiburan saja, tetapi juga sebagai media sosial yang mempunyai peluang besar untuk melakukan kegiatan bisnis, menyusul kesuksesannya sebagai media sosial yang diminati oleh penggunannya.

Pada zaman sekarang banyak kalangan anak muda yang menyukai tentang catokan rambut yang dimana pada toko Any.stuff ini terdapat catokan rambut yang disukai anak muda tetapi masih kurang diketahui, sehingga diperlukan peluasan promosi pada media sosial.

Penggunaan media sosial pada UMKM memberikan manfaat di antaranya sebagai sarana kontak personal dengan konsumen, bermanfaat sebagai sarana promosi/advetising,

mendata kebutuhan konsumen, menyampaikan respon ke konsumen dan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis. Di samping itu, media sosial juga bermanfaat sebagai forum diskusi online, memantau pelanggan secara online, survei pelanggan, mendata kebutuhan penyalur, mendata kebutuhan pemasok serta untuk menampilkan galeri produk

Apalagi pada saat ini media sosial sedang trending pada kalangan anak kecil hingga orang tua. Promosi produk yang dilakukan sangat diperlukan agar pada saat penguploadan foto pada media sosial orang yang melihat tertarik dan ingin mengetahui lebih tentang produk tersebut.

Kepercayaan konsumen dalam melakukan shopping online sangat sulit di kendalikan karena berhubungan dengan sikap dan perilaku konsumen. Oleh karena itu perlu adanya suatu kajian mengenai sikap dan perilaku konsumen sehubungan dengan online shopping dengan online shopping agar pelaku usaha dapat memanfaatkan potensi yang ada di Indonesia.

Pencatatan perpetual adalah suatu system pengelolaan dimana pencatatan mutasi persediaan dilakukan secara terus menerus. Di perusahaan Any.stuff pada saat ini sedang mencoba menggunakan metode pencatatan perpetual dikarenakan sebelumnya hanya menggunakan pencatatan didalam mesin kasir sering sekali mengalami selisih antara barang yang keluar dan barang yang di di dalam stock, sehingga menyebabkan kebingungan dalam pengecekan menyeluruh.

Oleh karena itu, pada saat ini memanfaatkan media sosial agar dapat meningkatkan usaha sangat diperlukan, karena saat ini hampir semua orang sudah menggunakan media sosial seperti instagram, tiktok, facebook, whatsapp dan aplikasi belanja yang gampang digunakan seperti shopee, tokopedia dan yang lainnya. Sehingga peningkatan metode pencatatan perpetual ini sangat diperlukan agar pada saat pelanggan melakukan transaksi di perusahaan tidak terjadinya selisih antara barang yang ada di stock dan di kasir.

PERUMUSAN MASALAH

Dari uraian analisis situasi yang saya jelaskan diatas dapat saya tarik kesimpulan mengenai rumusan masalahnya yaitu :

1. Kurang efektif dalam hal promosi dengan media social.
2. Pencatatan keluar masuknya barang kurang sehingga perlunya peningkatan dengan cara pencatatan perpetual.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Untuk mengatasi masalah yang terjadi di perusahaan Any.stuff tersebut maka diperlukan beberapa solusi yaitu:

1. Melakukan promosi membuat video tentang produk tersebut, menggunakan produk tersebut agar orang yang melihat manfaat dari produk tersebut, melakukan foto produk yang menarik dengan latar yang beragam atau sesuai dengan warna produk, memberikan potongan atau diskon pada saat hari – hari tertentu, karena media sosial

sangat mendukung dan dapat memudahkan dalam hal promosi, media sosial juga dapat di buka dimanapun, kapanpun dan jangkauannya pun sangat luas Banyaknya manfaat yang dapat dirasakan oleh UKM dengan penggunaan media sosial merupakan salah satu faktor pendorong yang kuat bagi UKM untuk terus memanfaatkan media sosial dalam rangka mengembangkan produk, melakukan komunikasi dengan konsumen, penyalur maupun pemasok, serta mengembangkan jaringan pasar yang lebih luas lagi. Hal ini senada dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa persepsi terhadap manfaat penggunaan teknologi informasi merupakan salah satu faktor pendorong bagi UKM untuk menggunakan media teknologi informasi.

Sosial media merupakan salah satu media yang mempermudah komunikasi interaktif antara pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, penyalur, pemasok dan berbagai pihak yang berkepentingan; kapanpun dan dimanapun berada. Sosial media sangat membantu sebagai media penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen di manapun mereka berada dan berapapun jaraknya. Media sosial merupakan media yang sangat potensial untuk menemukan konsumen serta membangun image tentang merek suatu produk.

Promosi adalah suatu hal yang harus dilakukan setiap perusahaan. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Berdasarkan fakta tersebut, saat ini instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana pemuas kebutuhan hiburan saja, tetapi juga sebagai media sosial yang mempunyai peluang besar untuk melakukan kegiatan bisnis, menyusul kesuksesannya sebagai media sosial yang diminati oleh pengguna.

Media sosial saat ini telah menjadi trend dalam komunikasi pemasaran. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content” (Kaplan & Haenlein, 2010). Beberapa contoh media sosial yang sedang berkembang saat ini yaitu Instragam, Twitter, Line, Facebook, Youtube, dan lain-lain.

2. Pencatatan keluar masuk barang dilakukan agar pada saat karyawan melakukan penjualan kepada pelanggan tidak terjadinya selisih antara stock dan kasir yang diinput, jadi dilakukan pencatatan terus menerus (perpetual) agar pada saat barang yang dijual, dicatat dibuku dan diinput juga di kasir sehingga dapat meminimalkan selisih antara stock dan kasir. Pencatatan ini juga dilakukan pada saat pengecekan akhir pada saat penjualan agar dapat memastikan barang sudah pas atau belum dan

sudah sesuai kasir.

Metode perpetual adalah sebuah metode pencatatan setiap waktu menyesuaikan transaksi input dan output persediaan barang. Biasanya metode perpetual ini dinamakan sebagai metode buku, karena setiap stok persediaan barang yang masuk maupun yang keluar akan dicatat lewat pembukuan.

Dalam metode ini, maka persediaan barang selalu diperbarui terus menerus secara berkelanjutan. Dengan metode perpetual ini bisa menciptakan pengawasan terhadap persediaan barang dengan lebih baik. Meskipun pencatatan persediaan barang dilakukan terus menerus, namun perhitungan fisik barang tetap harus dilakukan, setidaknya setahun sekali.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat mengenai pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan penjualan umkm mikro dan meningkatkan penggunaan metode pencatatan perpetual, yaitu:

1. Melakukan promosi membuat video tentang produk tersebut, menggunakan produk tersebut agar orang yang melihat manfaat dari produk tersebut, melakukan foto produk yang menarik dengan latar yang beragam atau sesuai dengan warna produk, memberikan potongan atau diskon pada saat hari – hari tertentu, karena media sosial sangat mendukung dan dapat memudahkan dalam hal promosi, media sosial juga dapat di buka dimanapun, kapanpun dan jangkauannya pun sangat luas.
2. Melakukan pencatatan keluar masuk barang agar pada saat karyawan melakukan penjualan kepada pelanggan tidak terjadinya selisih antara stock dan kasir yang diinput, jadi dilakukan pencatatan terus menerus (perpetual) agar pada saat barang yang dijual, dicatat dibuku dan diinput juga di kasir sehingga dapat meminimalkan selisih antara stock dan kasir. Pencatatan ini juga dilakukan pada saat pengecekan akhir pada saat penjualan agar dapat memastikan barang sudah pas atau belum dan sudah sesuai kasir.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan penjualan umkm mikro, media sosial sangatlah berpengaruh dalam promosi produk sehingga pada saat ini promosi yang dilakukan membuat pengguna sosial media yang awalnya belum mengetahui tentang perusahaan any.stuff dapat mengetahuinya dan tertarik untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut. dan meningkatkan penggunaan metode pencatatan perpetual, system ini membantu admin atau kasir dalam pencatatan stok berdasarkan pencatatan barang perpetual dan juga dapat membuat laporan keuangan untuk diberikan kepa pemilik toko. Hal ini telah berhasil ditingkatkan melalui sosialisasi beberapa program dan aksi nyata pada proses media sosial dan pencatatan perpetual. Pencapaian

program ini juga tidak luput dari permasalahan dan kendala serta evaluasi setiap minggunya, maka hasil dari pencapaian yang diinginkan bisa terpenuhi.

Partisipasi dan dukungan dari pemilik toko serta pegawai terhadap kegiatan yang dilakukan adalah sangat baik. Dimana pada saat kegiatan berlangsung hingga penyusunan laporan pimpinan dan pegawai senantiasa membantu saya dalam memberikan segala informasi mengenai apa saja yang saya butuhkan dan terlihat dari kemampuan dalam pelaksanaannya pegawai yang mengikuti sehingga program kerja dapat terealisasikan.



Gambar 1. Dokumentasi saat Mahasiswa Universitas Mahasaraswati Denpasar sedang melakukan pemotoan produk.



Gambar 3. Dokumentasi saat Mahasiswa Universitas Mahasaraswati Denpasar sedang melakukan perhitungan stock barang yang tersedia pada perusahaan.



Gambar 2. Dokumentasi saat Mahasiswa Universitas Mahasaraswati Denpasar sedang melakukan pengeditan foto dan video untuk upload di media sosial.



Gambar 4. Dokumentasi saat Mahasiswa Universitas Mahasaraswati Denpasar melakukan metode pencatatan perpetual pada saat barang masuk dan keluar.



Gambar 5. Dokumentasi saat Mahasiswa Universitas Mahasaraswati Denpasar sedang melakukan penginputan data.



Gambar 6. Dokumentasi saat Mahasiswa Universitas Mahasaraswati Denpasar sedang melakukan pelayanan pada pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Selama berlangsungnya program kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, sangat banyak pengalaman dan ilmu pengetahuan yang saya dapatkan. Bahwa penggunaan media sosial sangat berpengaruh pada zaman sekarang dalam hal apapun. Pentingnya kualitas foto/video yang diupload dapat membuat orang tertarik atau ingin tahu tentang produk tersebut. Perkembangan di era globalisasi sangat bergantung pada sektor ekonomi sebagai ukuran keberhasilan yang dilakukan oleh pemerintah. Peran masyarakat dalam pembangunan nasional, khususnya dalam pembangunan ekonomi, adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Posisi UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran penting dan strategis. Kondisi ini sangat dimungkinkan karena keberadaan UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia. UMKM setelah krisis ekonomi terus meningkat dari tahun ke tahun. Ini juga membuktikan bahwa UMKM mampu bertahan di tengah krisis ekonomi. UMKM juga terbukti menyerap tenaga kerja yang lebih besar dalam perekonomian nasional. Dengan banyaknya pekerja yang terserap, sektor UMKM mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan demikian UMKM dianggap memiliki peran strategis dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan. Untuk kontribusi dan peran UMKM, penting bagi pemerintah untuk terus mendukung UMKM melalui penguatan sehingga peran mereka sebagai pilar dalam membangun ekonomi bangsa dapat berjalan optimal. Media sosial adalah proses perpaduan dalam menyebarkan, membentuk, menghancurkan dan mengubah informasi. Sosial media dapat mengelompokkan sejumlah pengetahuan dan informasi, tetapi perlu diperhatikan secara mendalam kebenaran dari hal tersebut. Maka dari itu, sosial media berperan lebih efektif dalam tindakan bersosialisasi atau partisipasi dan mempengaruhi publik, bukan

mengontrol mereka atau pun memberikan pernyataan. Partisipasi dalam sosial media dapat menyebabkan pengaruh dan tujuan bisnis serta pemasarannya dapat tercapai UMKM telah menggunakan media sosial dalam proses komunikasi perusahaannya. Media sosial yang paling banyak digunakan adalah web blog, facebook dan E-mail. Manfaat penggunaan media sosial bagi sebagian besar UKM untuk mengadakan kontak personal dengan konsumen, promosi/advertising, mendata kebutuhan konsumen dan menyampaikan respon ke konsumen. Manfaat yang paling dirasakan oleh UKM adalah media sosial merupakan sarana komunikasi yang efektif, dapat meningkatkan pangsa pasar serta membantu keputusan bisnis. Penggunaan media sosial dapat meningkatkan volume penjualan hingga lebih dari 100% bila dilakukan update informasi setiap hari dan secara konsisten. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi keuntungan bagi instansi tersebut dan mendapatkan nilai positif di mata masyarakat maka masyarakat tersebut akan memberikan *feedback* atau timbal balik yang baik bagi instansi. Dengan terlaksananya program kerja yang dilakukan ini diharapkan bisa membantu meningkatkan rasa nyaman masyarakat sebagai stakeholders kepentingan sehingga jumlah pendapatan yang diterima sejalan dengan meningkatnya kualitas pelayanan yang diberikan. Dari semua kegiatan dan telah dirancang dan dilaksanakan mendapatkan hasil kesimpulan bahwa pelaksanaan pengabdian masyarakat yang saya laksanakan di Perusahaan Any.Stuff berjalan dengan lancar.

Dari kegiatan yang sudah dilaksanakan di Perusahaan Any.Stuff ada beberapa saran yang dapat saya berikan yaitu dalam melakukan pelayanan, standar pelayanan-pelayanan guna mencapai pelayanan yang prima serta memperhatikan sedetail mungkin segala proses dan kebijakan yang ada karena menjadi instansi yang sangat erat berhubungan dengan masyarakat hal ini mudah sekali tersorot, maka selalu pertimbangkan setiap step pelayanan yang dilakukan agar tercapainya visi dan misi yang ada. Dan untuk mahasiswa harus bisa menjaga nama baik diri sendiri maupun Universitas Mahasaraswati di tempat pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan cara mengikuti seluruh peraturan yang diterapkan di perusahaan masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

- Helianthusonfri, J. (2019). elajar Social Media Marketing. *Elex media komputindo*.
- Iqbal, M. (2013). Pelayanan yang memuaskan. *Elex Media Komputindo*.
- Muchtar, F. S. (2022). Penerapan Metode Pencatatan Perpetual Pada Sistem Informasi Kasir Penjualan dan Pencatatan Barang. *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, 6(1), 588-596., 6(1), 588-596.
- Pratama, F. A. (2018). Sistem Penjualan Tunai Trade Selling Melalui Metode Perpetual. *Respati*, 13(2). *Respati*, 13(2).

- Priambada, S. (2015). Manfaat penggunaan media sosial pada usaha kecil menengah (UKM). *SESINDO 2015*.
- Puspitarini, D. S. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Sarfiah, S. N. (2019). UMKM Sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1-189.
- Setyowati, M. S. (2015). Pengantar akuntansi 2. *Prenada Media*.
- Sidharta, I. &. (2015). Pengaruh kepuasan transaksi online shopping dan kepercayaan konsumen terhadap sikap serta perilaku konsumen pada *e-commerce*. *Jurnal Computech & Bisnis (e-Journal)*, 9(1), 23-36., 9(1), 23-36.
- Syarief, F. (2020). *Pengembangan & Pemberdayaan UMKM*.