
PENGUATAN MANAJEMEN USAHA DAN PEMASARAN MELALUI DIGITALISASI PADA USAHA RUMAH MAKAN DEPOT DEWA AYU

**I Putu Agus Eka Rismawan^{1,*}, A A Ngurah Bagus Aristayudha², Dewa Ayu Diyah
Maharani³**

^{1,3}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

²Universitas Bali Internasional, Bali, 80239, Indonesia

*Email: askarismawan@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pengaruh teknologi sangat memberikan dampak di berbagai bidang terutama pada bidang ekonomi seperti pada halnya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Dalam hal ini pelaku UMKM akan menghadapi tantangan persaingan antar kompetitor yang dimana pelaku UMKM dituntut untuk membangun strategi pemasaran agar bisa tetap bertahan dan bersaing. Pada kegiatan observasi pada rumah makan Depot Dewa Ayu, pemilik UMKM mengatakan bahwa akhir-akhir ini terjadi penurunan pendapatan yang diakibatkan oleh banyaknya kompetitor baru dengan jenis usaha yang sama. Adapun permasalahan yang dihadapi pemilik UMKM yaitu: 1) Kurangnya pemanfaatan media sosial sebagai wadah promosi; 2) Kurang optimalnya pencatatan keuangan pada unit usaha. Dari permasalahan tersebut kami memberikan beberapa solusi yaitu: 1) Melakukan penyuluhan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai wadah promosi; 2) Memberikan penyuluhan mengenai pembuatan pembukuan keuangan sederhana. Diharapkan dengan dilakukan program pengabdian masyarakat ini dapat membantu UMKM dalam pengoptimalan manajemen usaha dan pemasarannya sehingga dapat bertahan dan bersaing dengan kompetitor di pasaran.

Kata Kunci: UMKM, Media Sosial, Pemasaran.

ANALISIS SITUASI

Dijaman modern ini perkembangan teknologi sangat berpengaruh signifikan di berbagai bidang terutama pada bidang ekonomi, seperti halnya pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM adalah jenis usaha kecil yang memiliki omset, aset, dan jumlah karyawan yang relatif kecil dibandingkan dengan perusahaan besar. UMKM biasanya dimiliki dan dijalankan oleh individu atau kelompok kecil, dan memiliki peran yang penting dalam perekonomian karena mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, serta memperkuat daya saing dan keberlanjutan ekonomi secara nasional. Seiring berkembangnya teknologi ini tentunya pelaku UMKM akan mengalami banyak tantangan yang harus di hadapi dalam menjalankan usahanya seperti persaingan antar dagang.

Depot Dewa Ayu merupakan UMKM yang bergerak di bidang kuliner masakan Bali dengan menu utamanya adalah nasi campur ayam betutu yang berlokasi di Jln, Dharmagiri, No. 22 Gianyar Bali. Dalam kesehariannya Depot Dewa Ayu memiliki jam buka dari pukul 07.00 – 12.00 WITA. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pemilik usaha, pendapatan yang diperoleh Depot Dewa Ayu akhir – akhir ini mengalami penurunan yang cukup signifikan. Hal tersebut diakibatkan oleh banyaknya kompetitor dengan jenis usaha yang sama di sekitar lokasi usaha. Disamping itu arus keuangan pada usaha juga kurang transparan dan sering kali mengalami kesalahan perhitungan dan terkadang menyebabkan tidak balance nya pengeluaran dengan penghasilan.

Berdasarkan permasalahan tersebut pemilik UMKM harus memiliki strategi usaha untuk dapat mempertahankan usahanya dan bisa bersaing. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi pada usahanya. Dalam penerapannya diperlukan keterampilan khusus yang harus dikuasai oleh pelaku UMKM. Oleh karena itu penting dilakukannya pendampingan untuk UMKM dalam peningkatan penjualan melalui strategi pemasaran digital.

Selain itu, penyuluhan mengenai pembukuan keuangan juga dapat membantu pelaku usaha dalam mengelola keuangan mereka dengan lebih baik dan efektif sehingga dapat meminimalisir kerugian.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi yang telah dilakukan ditemukan bahwa ada beberapa rumusan masalah yang sedang terjadi pada rumah makan Depot Dewa Ayu, yaitu:

1. Apakah penerapan strategi pemasaran digital berpengaruh pada peningkatan penjualan di rumah makan Depot Dewa Ayu?
2. Apakah pembukuan keuangan dapat membantu dalam mengelola keuangan di rumah makan Depot Dewa Ayu?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dari permasalahan diatas penulis mengajukan solusi untuk membantu dalam mengatasi masalah tingkat penjualan yang mulai menurun, antara lain :

1. Membuat dan mendaftarkan UMKM di media sosial/ platform bisnis.
2. Memberi pengarahan dalam menyusun pembukuan keuangan yang sederhana.

METODE PELAKSANAAN

Adapun tahapan dalam melakukan program kerja pada rumah makan Depot Dewa Ayu yaitu:

1. Observasi

Pada tahap ini dilakukan pengamatan pada lokasi usaha untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi pada tempat usaha.

2. Penyusunan Program Kerja

Setelah teridentifikasi permasalahan yang dihadapi pada tempat usaha selanjutnya yaitu menyusun program kerja yang nantinya menjadi solusi permasalahan tersebut.

3. Pelaksanaan

Selanjutnya merealisasikan program kerja yang telah disusun seperti melakukan penyuluhan dan pendampingan mengenai penggunaan media sosial sebagai wadah promosi UMKM dan penyuluhan membuat pembukuan keuangan sederhana.

4. Evaluasi

Pada tahap ini nantinya untuk mendiskusikan bagaimana jalannya program kerja yang dilaksanakan selama kegiatan pengabdian

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengimplementasian strategi pemasaran dan penguatan manajemen usaha telah berhasil ditingkatkan melalui pelatihan dan penerapan mengenai penggunaan sosial media dan platform jual beli sebagai wadah promosi usaha dalam meningkatkan daya beli serta diterapkannya kegiatan pembukuan keuangan sederhana melalui ms. Excel dan melalui aplikasi kas di smarthphone. Faktor yang mendukung kelancaran kegiatan ini yaitu pelaku UMKM yang mau menyimak serta mempraktekan dengan baik atas hal yang disampaikan oleh mahasiswa serta cepat tanggap dalam penggunaan media sosial dan pembuatan pembukuan keuangan. Disamping itu adapun beberapa faktor penghambat dalam proses kegiatan yaitu waktu yang sedikit dan berbenturan dengan jam kerja yang padat.



Gambar 1. Penyuluhan dan pendampingan mengenai promosi melalui sosial media dan platform jual beli serta pembuatan pembukuan keuangan sederhana.



Gambar 2. Membantu membuat katalog produk untuk promosi pada media sosial.

Adapun pencapaian program kerja yang telah terealisasi pada Rumah Makan Depot Dewa Ayu dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 1. Realisasi Kegiatan Program Kerja

Tema	Spesifikasi Kegiatan	Realisasi
Penguatan Manajemen Usaha Dan Pemasaran Melalui Digitalisasi Pada Usaha Rumah Makan Depot Dewa Ayu	Meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM dengan melakukan penyuluhan mengenai penggunaan media sosial dan platform jual beli sebagai wadah promosi usaha.	100%
	Meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM dengan melakukan penyuluhan mengenai cara pembuatan pembukuan keuangan sederhana.	100%

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian masyarakat yang dilakukan pada rumah makan Depot Dewa Ayu yang berlokasi di Jalan Bypass Dharmagiri No. 22, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali berjalan dengan baik. Pemilik usaha merasa sangat terbantu dengan adanya program kerja kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa. Pemilik UMKM terbantu dengan dilakukannya penggunaan media sosial sebagai wadah promosi sehingga dapat meningkatkan daya beli konsumen serta pembuatan pembukuan keuangan juga membantu pemilik UMKM lebih bisa memperkirakan pengeluaran dan pemasukan lebih optimal

Dari kegiatan yang sudah dilaksanakan pada rumah makan Depot Dewa Ayu yang sudah mencapai bobot 100% diharapkan kepada pemilik UMKM dapat tetap konsisten dalam menerapkan program kerja yang telah di susun oleh mahasiswa sehingga dapat meningkatkan daya beli untuk keuntungan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Jaya, D. A. (2020). Mengembangkan Strategi Pemasaran Secara Online Pada UMKM "Baru Jaya Las Listrik" Berbasis Teknologi Serta Sosialisasi New Normal Pada Masa Pandemi Covid-19. Retrieved from <http://repo.darmajaya.ac.id/3304/1/Laporan%20PKPM%20DedenAnggaNataJaya1611050198.pdf>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) desa tales kabupaten kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41-47.
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92-96.