

PENINGKATAN PENJUALAN MELALUI DIGITAL MARKETING DAN OPTIMALISASI METODE PEMBAYARAN PADA TOKO KACAMATA SUNSET EYEWEAR GIANYAR

Yenny Verawati^{1,*}, Putu Wulan Francisca Sumaryanti²

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

*Email: yenny_verawati@unmas.ac.id

ABSTRAK

Artikel ini membahas tentang program pengabdian masyarakat yaitu peningkatan penjualan melalui digital marketing dan optimalisasi metode pembayaran pada toko kacamata *Sunset Eyewear* Gianyar yang berhasil memberikan solusi bagi usaha mikro dan kecil tersebut. Dalam upaya meningkatkan kualitas layanan dan efisiensi, program ini melibatkan pelatihan penggunaan media sosial dan pendekatan komputerisasi dalam pencatatan keuangan. Melalui metode observasi, wawancara, dan pendampingan, karyawan *Sunset Eyewear* Gianyar mampu mengadaptasi penggunaan Microsoft Excel untuk pencatatan laporan keuangan yang lebih akurat dan cepat. Dengan partisipasi yang tinggi, karyawan menjadi lebih terampil dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi dan memahami pentingnya pencatatan keuangan yang efektif. Hasil pengabdian ini mampu mengatasi tantangan usaha, seperti metode pembayaran manual dan kurangnya pemanfaatan media sosial. Sebagai hasilnya, toko kacamata ini mampu mengoptimalkan potensi penjualan dan meraih peningkatan pendapatan. Keseluruhan program ini menjadi contoh nyata bagaimana pengabdian masyarakat dapat memberikan dampak positif dalam mengatasi kendala pada UMKM.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Metode Pembayaran, *Sunset Eyewear* Gianyar.

ANALISIS SITUASI

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara. Di Indonesia, UMKM telah lama menjadi pilar utama dalam membangun ekonomi bangsa dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama kalangan bawah. Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, UMKM juga berperan sebagai penyedia produk kebutuhan masyarakat dalam negeri. Berbagai produk lokal dihasilkan oleh UMKM, menggambarkan kekayaan budaya dan kreativitas yang dimiliki oleh bangsa Indonesia. Sehingga, pemberdayaan dan peningkatan kapasitas UMKM menjadi suatu hal yang mendesak guna mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Salah satu UMKM yang menonjol adalah Toko Kacamata *Sunset Eyewear* Gianyar. Berdiri pada tahun 2022, toko ini memiliki misi untuk menyediakan produk kacamata berkualitas dengan desain unik dan menarik bagi kalangan anak-anak muda. Produk-produknya tidak hanya mencakup frame kacamata, tetapi juga berbagai jenis lensa, termasuk lensa antiradiasi dan photochromic. Namun, seperti halnya banyak UMKM lainnya, *Sunset Eyewear* Gianyar juga menghadapi sejumlah tantangan dalam menjalankan operasionalnya.

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, media digital telah menjadi alat yang sangat efektif dalam mempromosikan produk dan menjangkau target pasar yang lebih luas. Namun, pemanfaatan media digital dalam strategi pemasaran belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh banyak UMKM, termasuk Toko Kacamata Sunset Eyewear Gianyar. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran dapat mempengaruhi daya saing dan peningkatan penjualan. Selain itu, metode pembayaran juga menjadi aspek kritis dalam menjalankan operasional UMKM. Pemanfaatan metode pembayaran manual dapat menimbulkan antrian panjang, lambatnya proses transaksi, dan risiko kesalahan dalam pencatatan. Oleh karena itu, optimalisasi metode pembayaran menjadi perlu agar pelanggan dapat merasakan kenyamanan dan efisiensi dalam bertransaksi di toko tersebut.

Sejalan dengan itu, program pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan melalui digital marketing dan optimalisasi metode pembayaran di Toko Kacamata Sunset Eyewear Gianyar diinisiasi. Program ini diharapkan dapat memberikan solusi konkret terhadap permasalahan yang dihadapi oleh toko tersebut. Dengan menerapkan strategi pemasaran berbasis media digital, diharapkan toko ini dapat lebih mudah menjangkau pelanggan potensial dan meningkatkan ketertarikan pelanggan terhadap produk-produknya. Selain itu, optimalisasi metode pembayaran akan membantu meningkatkan efisiensi proses transaksi dan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik bagi pelanggan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang diterapkan dalam program pengabdian masyarakat ini memiliki pendekatan yang komprehensif untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh Toko Kacamata Sunset Eyewear Gianyar. Langkah-langkah yang dijalankan dalam pelaksanaan program ini didesain secara terstruktur dan terkoordinasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pertama-tama, tahap persiapan menjadi langkah awal dalam implementasi program. Tim pelaksana melakukan observasi mendalam terhadap kondisi dan sistem yang berjalan di toko, serta menganalisis permasalahan yang dihadapi. Selanjutnya, tim menyusun rencana sistem yang mencakup strategi pemasaran melalui media digital dan metode pembayaran yang lebih efisien. Rencana ini juga mencakup pemilihan platform media sosial yang tepat, seperti website, Shopee, TikTok, dan WhatsApp, untuk meningkatkan jangkauan pasar dan minat pelanggan.

Selanjutnya, tahap pelaksanaan berfokus pada implementasi rencana strategi pemasaran melalui media digital. Tim pelaksana membimbing karyawan toko dalam penggunaan aplikasi-aplikasi tersebut, memberikan pelatihan tentang bagaimana memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk dan berinteraksi dengan pelanggan. Penggunaan Microsoft Excel sebagai alat untuk pencatatan laporan keuangan juga diterapkan dengan pengajaran tentang penggunaan rumus-rumus yang relevan. Tim juga membantu dalam pembuatan rekapan transaksi seperti rekap

penjualan, rekap pembelian, data supplier dan customer, serta laporan jurnal dan laporan keuangan.

Tahap evaluasi menjadi penting guna memastikan keberhasilan dari program yang dijalankan. Tim pelaksana akan melakukan pendampingan kepada karyawan toko untuk memastikan pemahaman dan penerapan yang tepat terhadap solusi yang diberikan. Evaluasi akan mencakup penilaian terhadap efektivitas strategi pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan, serta efisiensi dan akurasi metode pembayaran baru yang diterapkan. Kemudian, tim akan menganalisis kendala atau tantangan yang mungkin muncul selama proses implementasi, dan memberikan solusi untuk mengatasi hambatan tersebut.

Metode pendekatan sosial digunakan dalam penelitian ini, dengan mengaplikasikan observasi dan wawancara sebagai sarana untuk memahami kondisi serta permasalahan yang dihadapi oleh Toko Kacamata Sunset Eyewear Gianyar. Pendekatan ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang tantangan yang dihadapi oleh toko dalam menjalankan operasionalnya. Selain itu, pendampingan dan sosialisasi tentang pencatatan keuangan dilakukan secara terarah dan intensif, membantu karyawan dalam mengatasi hambatan dalam penggunaan sistem berbasis komputerisasi.

Dengan pendekatan yang holistik ini, diharapkan program pengabdian masyarakat ini mampu memberikan solusi yang konkret dan efektif terhadap permasalahan yang dihadapi oleh Toko Kacamata Sunset Eyewear Gianyar. Selain meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital, program ini juga bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional toko melalui optimalisasi metode pembayaran. Dengan demikian, toko ini dapat beradaptasi dengan era digital dan mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dari program pengabdian masyarakat ini menghasilkan perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek usaha toko kacamata tersebut. Implementasi strategi pemasaran digital dan optimalisasi metode pembayaran telah membawa dampak positif yang terlihat dalam peningkatan penjualan, efisiensi operasional, dan partisipasi karyawan.

Pertama-tama, melalui pelatihan dan pembimbingan mengenai strategi digital marketing, karyawan toko telah mampu meningkatkan efektivitas promosi produk. Dengan memanfaatkan platform media sosial seperti website, Shopee, TikTok, dan WhatsApp, toko dapat lebih mudah menjangkau pelanggan potensial. Penyampaian informasi produk yang lebih menarik dan interaktif telah berhasil meningkatkan minat pelanggan, terutama kalangan anak muda yang cenderung aktif di media sosial. Hal ini terbukti dari peningkatan kunjungan ke toko fisik dan lonjakan pesanan melalui platform digital. Jumlah pengunjung yang lebih banyak berdampak positif pada pertumbuhan penjualan yang signifikan.

Kemudian, implementasi metode pembayaran yang lebih efisien, terutama penggunaan Microsoft Excel dalam pencatatan laporan keuangan, telah membawa dampak positif pada efisiensi operasional toko. Karyawan dapat dengan mudah mengakses dan menganalisis data keuangan, yang memungkinkan manajemen untuk mengambil keputusan yang lebih tepat dan strategis. Laporan keuangan yang lebih akurat dan terstruktur membantu toko dalam memahami performa finansialnya dengan lebih baik, serta mempermudah dalam penyusunan perencanaan ke depan.

Selain itu, partisipasi karyawan dalam program ini sangat berpengaruh terhadap hasil yang dicapai. Dengan diberikan edukasi dan kesadaran tentang pentingnya pencarian update laporan keuangan terbaru, karyawan toko memiliki pemahaman yang lebih baik tentang peran mereka dalam mendukung kelancaran operasional dan pertumbuhan usaha. Tingginya partisipasi karyawan dalam pelatihan dan pengaplikasian strategi baru menunjukkan komitmen mereka dalam menerapkan perubahan positif.

Namun, dalam mengimplementasikan program ini, beberapa kendala juga dihadapi. Salah satu kendala utama adalah resistensi terhadap perubahan dari beberapa karyawan yang telah terbiasa dengan metode konvensional. Beberapa karyawan mungkin mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan teknologi baru dan penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran. Selain itu, perlu diakui bahwa perubahan ini memerlukan waktu untuk dapat sepenuhnya terimplementasi dan memberikan dampak yang maksimal.

Secara keseluruhan, hasil dari program pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital dan optimalisasi metode pembayaran telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi Toko Kacamata Sunset Eyewear Gianyar. Peningkatan penjualan, efisiensi operasional, dan partisipasi karyawan merupakan indikator keberhasilan dari program ini. Keberhasilan ini dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi usaha toko dalam menghadapi tantangan persaingan di era digital yang semakin kompleks.

SIMPULAN DAN SARAN

Dari seluruh rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat bahwasanya yang sebelumnya pencatatan laporan keuangan yang dilakukan secara manual masih menggunakan acuan faktur yang terdapat dalam pencatatan pemasukan dan pengeluaran. Sehingga laporan keuangan yang dibuat pada Sunset Eyewear Gianyar hanya laporan laba rugi, perubahan modal, dan neraca. Pada pencatatan laporan keuangan Sunset Eyewear Gianyar yang dilakukan penulis saat ini sudah menggunakan Microsoft Excel yang dilengkapi dengan rumus – rumus yang terdapat di Microsoft Excel. Sehingga mempermudah karyawan untuk melakukan pencatatan laporan keuangan. Dan pencatatan laporan keuangan yang dihasilkan lebih baik dari pada pencatatan sebelumnya, dan tidak memerlukan waktu yang lama. Rencana terkait strategi pemasaran produk kacamata dan lensa yang telah disusun sesuai dengan tujuan perusahaan.

Perencanaan alokasi pendanaan untuk strategi pemasaran perlu dilakukan agar lebih selektif agar tercipta pemanfaatan yang bersifat efektif dan efisien dalam memberikan peningkatan pencatatan berbasis komputerisasi. Promosi pada media sosial harus tetap ditingkatkan serta didukung dengan Memberikan sosialisasi dan saling mengingatkan terhadap pencatatan perlu pada semua karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Mangu, D. G. S., & Yuliantini, N. P. R. (2022). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Digital Marketing Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 10(3), 1-24.
- Maryana, Sufiatul, et al. (2022): 1-7. "Digital Marketing Sebagai Strategi Optimalisasi Pemasaran Dan Promosi Dalam Revitalisasi Daya Tahan Ukm Sepatu Menghadapi Pandemi Covid-19 Dan Revolusi Industri 4.0." *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)* 3.1
- Putri, A. P., Hetami, A. A., Fourqoniah, F., Andriana, A. N., Ardiyani, M., Muniroh, T. U., ... & Indah, S. R. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.1 Desember), 828-839.
- Sarfiah, S. N. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137-146.
- Saudah, S., Adi, D. S., Triono, M. A., & Supanto, F. (2021). Optimalisasi Usaha Kecil Menengah melalui pelatihan digital marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(3), 358-371