

---

## **STRATEGI PEMASARAN PRODUK MELALUI DIGITALISASI SOSIAL MEDIA DAN OPTIMALISASI PENCATATAN PEMBUKUAN DENGAN SISTEM AKUNTANSI PADA PT DEWATA PUTRA BALI TOUR**

**Gde Bayu Surya Parwita<sup>1,\*</sup>, Gusti Agung Widiari<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Univeritas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

\*Email: gdebayusurya@unmas.ac.id

### **ABSTRAK**

Sudah tidak asing lagi jika perekonomian di Bali khususnya bisnis pariwisata dan juga travel yang semakin berkembang pesat. Hal ini dikarenakan wisatawan mancanegara yang sudah semakin banyak berkunjung ke Pulau Bali setelah beberapa tahun belakangan terhalang oleh pandemi. Pariwisata merupakan salah satu faktor penting dalam perkembangan perekonomian di Indonesia. Banyak bermunculan perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata salah satu contohnya yakni PT Dewata Putra Bali Tour. Perusahaan jasa ini telah berdiri sejak tahun 2011 dan beralamatkan di Jl. Tukad Petanu Gg. Kuntul IV No. 9 Panjer, Denpasar Selatan. Namun dalam sebuah perjalanan usaha tentunya terdapat masalah. Begitupun dengan PT Dewata Putra Bali Tour ini yang menemukan adanya kesulitan mempromosikan produk dengan menggunakan jejaring sosial, serta tidak adanya pembuatan laporan keuangan pada akhir pencatatan pembukuan. Maka dari itu, dalam kesempatan kali ini penulis ingin melakukan pengabdian masyarakat dalam penyelesaian sistem promosi serta metode pencatatan pembukuan agar menghasilkan laporan keuangan pada akhir periode.

**Kata Kunci:** Pariwisata, Promosi, Laporan Keuangan.

### **ANALISIS SITUASI**

Pengabdian masyarakat adalah suatu kegiatan yang bertujuan membantu masyarakat tertentu dalam beberapa aktivitas tanpa mengharapkan imbalan dalam bentuk apapun. Program pengabdian masyarakat ini merupakan implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi sebagai bentuk kolaborasi dosen maupun mahasiswa untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan.

Pariwisata merupakan industri yang berkembang pesat dan juga prospektif hingga masa depan. Banyak bermunculan perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata. Perkembangan ini meningkat sangat pesat terutama pada sektor jasa. Salah satu sektor jasa yang mengalami perkembangan adalah jasa transportasi. Menurut Muljadi (2009:13) terdapat sarana dan prasarana pariwisata. Yang termasuk dalam sarana pariwisata diantaranya *travel agent*, perusahaan angkutan wisata, perusahaan akomodasi, hotel, restoran, dan objek wisata. Sedangkan yang termasuk dalam prasarana pariwisata diantaranya *airport*, *sea-port*, angkutan darat, terminal, stasiun, sistem telekomunikasi, pelayanan kesehatan, dan keamanan.

Persaingan merupakan faktor yang paling penting untuk diperhatikan dalam

menjalankan usaha bisnis yang produktif. Menyadari akan pentingnya persaingan transportasi khususnya transportasi darat, maka perlu diperhatikan strategi pemasaran transportasi *tour travel* dalam mencapai kebutuhan, keinginan, dan produk harus mampu memposisikan diri dengan pasar. Sehingga usaha transportasi, bukan hanya gerakan barang dan orang dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan cara kondisi yang statis tanpa perubahan, tetapi transportasi selalu diusahakan perbaikan dan kemajuannya sesuai perkembangan peradaban serta teknologi (Kamaluddin dan Apaty, 2017:13-14). Menurut Kotler dan Keller (2008:4) bauran pemasaran merupakan unsur dalam pemasaran yang saling berhubungan dan digunakan oleh perusahaan dalam mencapai tujuan pemasaran yang efektif baik dalam memuaskan kebutuhan maupun keinginan konsumen.

PT Dewata Putra Bali Tour dengan nama *brand trademark Tour* merupakan salah satu perusahaan biro perjalanan wisata dan layanan jasa berupa jasa perjalanan wisata/tour, jasa paket *tour*, *voucher* hotel dan villa, *voucher adventure* seperti: *Rafting*, *ATV*, *Watersport*, serta jasa penyewaan transportasi berupa mobil seperti: Alphard, Fortuner vrz, Toyota Hiace, Inova Reborn, Wuling Cortez, Avanza dan Xenia. Perusahaan ini beralamat di Jl. Tukad Petanu Gg. Kuntul IV No. 9 Panjer, Kec. Denpasar Selatan. Perusahaan ini telah didirikan pada tanggal 1 Januari 2011 dan baru saja resmi terdaftar sebagai badan hukum sejak tanggal 23 Mei 2023. PT Dewata Putra Bali Tour saat ini memiliki karyawan tetap yang berjumlah 6 orang, terdiri dari 5 laki-laki dan 1 orang perempuan, 1 diantaranya merangkap langsung menjadi admin serta *accounting* dan 5 orang lainnya sebagai *driver* tetap. Terdapat pula beberapa *driver* yang bekerja secara *freelance* (tidak tetap).

Berdasarkan hasil observasi pada PT Dewata Putra Bali Tour, permasalahan yang dihadapi diantaranya: sistem promosi yang masih sederhana yaitu hanya dari mulut ke mulut sehingga kurangnya cakupan konsumen secara luas. Pemasaran digital adalah suatu bentuk usaha atau kegiatan yang dijalankan oleh tenaga pemasar, baik itu perusahaan maupun individu dalam rangka melakukan pemasaran sebuah produk atau merek, baik itu produk barang maupun produk jasa dengan melalui pemanfaatan teknologi informasi digital, seperti menggunakan media elektronik, maupun menggunakan media berbasis internet (Septiano, 2017). Menurut *Management Study Guide* strategi pemasaran adalah rencana suatu perusahaan untuk bisa memperkenalkan *brand* seluas mungkin guna mencapai target pelanggan. Maka dari itu perusahaan perlu menggunakan beberapa akun media sosial menjadi suatu media pemasarannya guna mengenalkan produk dari perusahaan ini pada konsumen. 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 dan Haenlein, 2010). Salah satu contoh media sosial yang digunakan sebagai media promosi adalah media sosial Instagram. Instagram pertama kali rilis pada 2010 (Adriyati dan Indriani, 2017). Saat ini, Instagram adalah media sosial yang memiliki respon paling cepat dan aktif dibandingkan dengan media sosial lainnya (Adriyati dan Indriani, 2017). Dengan

menggunakan Instagram, maka perusahaan dapat menyajikan informasi terbaru misalnya mengenai promo sewa mobil ataupun promo paket *tour* serta *voucher* lainnya. Melalui pemasaran tersebutlah akan menarik minat konsumen untuk menggunakan produk-produk layanan jasa perusahaan.

Selain itu, terdapat pula *website*. *Website* merupakan media yang digunakan untuk menampung data teks, gambar, suara, dan animasi yang dapat ditampilkan di internet dan dapat diakses oleh komputer yang terhubung dengan internet secara global. *Website* perusahaan merupakan sarana komunikasi yang pertama kali dan paling populer dilihat oleh individu ketika membutuhkan informasi tentang suatu perusahaan atau organisasi. Karena itu, pada abad ini setiap perusahaan sudah semestinya melengkapi sarana komunikasinya dengan membuat *website* (Kriyantono, 2008:260). Peran *website* ini yakni untuk mempermudah konsumen saat ingin melakukan pemesanan produk serta sebagai sarana informasi mengenai promo-promo serta paket layanan jasa perusahaan yang dapat dilihat secara online. Hal ini tentu sangat berguna dikarenakan apabila terdapat konsumen khususnya yang berada di luar pulau maupun luar negeri yang ingin berlibur ke Bali dan ingin menggunakan layanan jasa dapat dengan mudah untuk mencari serta memesannya pada *website* tersebut. Konsumen yang ingin menyewa transportasi berupa mobil juga dapat dengan mudah mengetahui mobil-mobil apa saja yang masih tersedia untuk disewa dan mobil mana saja yang sudah *full booking* tanpa harus bertanya terlebih dahulu kepada *contact person* yang tersedia pada *website* perusahaan.

PT Dewata Putra Bali Tour juga saat ini masih belum menggunakan sistem yang lebih *modern* yaitu mencatat pembukuan dengan sistem akuntansi. Menurut Romney dan Steinbart (2015:3) berpendapat bahwa sistem adalah rangkaian dari dua atau lebih komponen-komponen yang saling berhubungan, yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Azhar Susanto (2013:22) sistem adalah kumpulan atau grup dari sub sistem atau bagian maupun komponen apapun baik fisik ataupun non fisik yang saling berhubungan satu sama lain dan bekerja sama secara harmonis untuk mencapai satu tujuan tertentu. Menurut Hanggara (2019:1) akuntansi merupakan proses identifikasi, pencatatan dan pelaporan data-data atau informasi ekonomi yang bermanfaat sebagai penilaian dan pengambilan keputusan. Sedangkan menurut Suwardjono (2015:10) akuntansi dapat didefinisikan sebagai seperangkat yang mempelajari perekayasaan penyediaan jasa berupa informasi keuangan kuantitatif unit-unit organisasi dalam suatu lingkungan negara tertentu dan cara penyampaian (pelaporan) informasi tersebut kepada pihak yang berkepentingan untuk dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Perusahaan masih menggunakan *Ms. Excel* dalam pencatatan pembukuan saat adanya transaksi penjualan. Hal ini memang sudah tidak manual lagi, akan tetapi dirasa kurang efisien dikarenakan dengan hanya mencatat penjualan menggunakan *Ms. Excel* tentunya tidak akan menghasilkan laporan keuangan secara langsung saat penutupan pembukuan di akhir bulan.

Dalam rangka mengoptimalkan kinerja perusahaan, maka hal yang dilakukan

upaya meningkatkan sistem *marketing* dengan membuat *flyer* dan mempromosikan menggunakan sosial media Instagram sebagai media promosi, membuat *website* guna mempermudah konsumen saat ingin melakukan pemesanan produk layanan jasa, serta melakukan pemindahan pencatatan pembukuan yang awalnya hanya menggunakan *Ms. Excel* ke dalam sistem yang lebih praktis yaitu sistem akuntansi.

### **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan observasi dan KKN yang telah dilakukan di PT Dewata Putra Bali Tour, rumusan masalah yang diajukan antara lain:

1. Sistem promosi yang masih sederhana yaitu hanya dari mulut ke mulut sehingga kurangnya cakupan konsumen secara luas.
2. Cara pemesanan produk jasa perusahaan masih belum dapat dilakukan secara online.
3. Tidak adanya pembuatan laporan keuangan setiap akhir bulan setelah penutupan pembukuan.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Solusi yang diberikan untuk PT Dewata Putra Bali Tour, dilaksanakan dengan cara:

1. Membuat *flyer* untuk meningkatkan promosi produk jasa dari PT Dewata Putra Bali Tour melalui akun sosial media Instagram.
2. Membuat *website* perusahaan guna mempermudah konsumen saat melakukan pembookingan mobil/paket tour secara online.
3. Mengoptimalkan pencatatan pembukuan dengan membuat laporan keuangan melalui sistem akuntansi

### **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan untuk kegiatan strategi pemasaran produk melalui digitalisasi sosial media dan optimalisasi pencatatan pembukuan adalah sebagai berikut:

1. Membuat *flyer* untuk meningkatkan promosi produk jasa dari PT Dewata Putra Bali Tour melalui akun sosial media Instagram.
2. Membuat *website* perusahaan guna mempermudah konsumen saat melakukan pembookingan mobil/paket tour secara online.
3. Membantu perusahaan untuk mengoptimalkan pencatatan pembukuan dengan membuat laporan keuangan menggunakan sistem akuntansi.

### **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Program kerja yang dilaksanakan pada perusahaan tersebut mendapatkan reaksi positif dari pimpinan serta karyawan lainnya. Sehingga tujuan dari pelaksanaan program kerja ini dapat tersampaikan dengan baik dan tepat sasaran. Kegiatannya

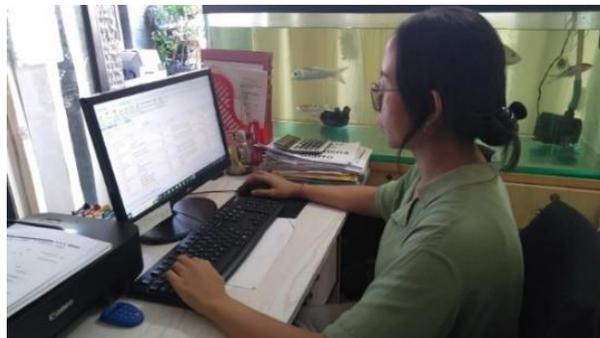
dapat diuraikan sebagai berikut:

**Tabel 1.** Ketercapaian Kegiatan

No	Uraian	Spesifikasi Kegiatan	Realisasi
1	Strategi Pemasaran Produk Melalui Digitalisasi Sosial media Dan Optimalisasi	Membuat flyer untuk mempromosikan produk dari PT Dewata Putra Bali Tour melalui akun media social Instagram	100%
2	Pencatatan Pembukuan Dengan Sistem Akuntansi Pada PT Dewata Putra Bali Tour	Membuat website Perusahaan guna mempermudah konsumen saat melakukan pembookingan mobil/paket tour secara online	100%
3		Membantu untuk mengoptimalkan pencatatan pembukuan dengan membuat laporan keuangan menggunakan system akuntansi.	100%

Sumber: Diolah penulis, 2023

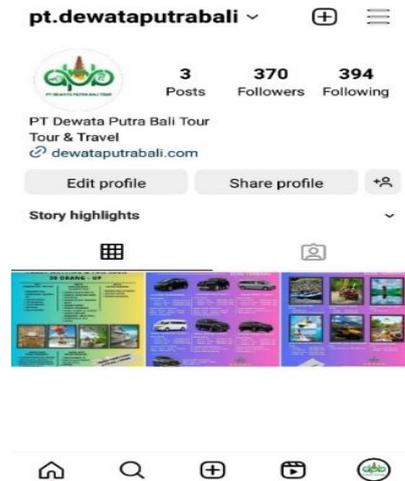
Kemudian terdapat beberapa dokumentasi kegiatan selama pengabdian masyarakat yang di lakukan di PT Dewata Putra Bali Tour sebagai berikut:



**Gambar 1.** Melakukan Pencatatan Pembukuan ke Dalam Sistem Akuntansi.



**Gambar 2.** Melakukan Pembuatan *Website* Perusahaan.



**Gambar 3.** Membuat *Flyer* Promosi Melalui Sosial Media Instagram.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat pada PT Dewata Putra Bali Tour, pelaksanaan kegiatan strategi pemasaran produk melalui digitalisasi sosial media dan optimalisasi pencatatan pembukuan dengan sistem akuntansi, berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan yakni sistem promosi yang masih sederhana yaitu hanya dari mulut ke mulut sehingga kurangnya cakupan konsumen secara luas, cara pemesanan produk jasa perusahaan masih belum dapat dilakukan secara online, dan tidak adanya pembuatan laporan keuangan setiap akhir bulan setelah penutupan pembukuan. Maka solusi yang dapat diberikan sudah mampu direalisasikan dengan hasil mampu memasarkan produk sehingga dapat dikenal oleh masyarakat secara luas, membuat *website* perusahaan sehingga konsumen dapat dengan mudah melakukan proses pemesanan produk layanan jasa perusahaan, serta karyawan telah mampu mencatat pembukuan ke dalam sistem akuntansi pada saat ini.

Saran yang dapat diberikan kepada PT Dewata Putra Bali Tour yakni: Strategi pemasaran produk harus ditingkatkan lagi untuk dapat meningkatkan penjualan produk yang dimiliki PT Dewata Putra Bali Tour kepada konsumen, serta diharapkan kepada para karyawan yang bekerja di PT Dewata Putra Bali Tour ini dapat menerapkan program-program yang telah diberikan untuk kemajuan serta pengembangan perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

Adriyati, R., & Indriani, F. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah. *Diponegoro Journal Of Management*. Vol 6 (04) 1–14.

- Muljadi, A.J. (2009). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Azhar Susanto. (2013). *Sistem Informasi Akuntansi*. Edisi Pertama. Bandung: Lingga Jaya.
- Hanggara, Dr. Agie. (2019). *Pengantar Akuntansi*. Surabaya: CV. Jakad Publishing
- Kamaluddin, Dr. Ir Hj. Apaty, M.Si., (2017). *Administrasi Bisnis*. Indonesia: SAH Media.
- Kaplan M., Haenlein Michael. (2010). Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53. (1). p. 61.
- Kotler, Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- LPPM. (2021). *Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata Peduli Bencana Covid-19*. Universitas Mahasaraswati. Pusat Pengabdian dan Pengelolaan Kuliah Kerja Nyata. Denpasar: Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Permadi, I. K. O., Putra, I. G. C., Usadi, M. P. P., & Saptani, N. K. A. (2023). Peningkatan Pemasaran Dan Penggunaan Aplikasi Excel Dalam Pelaporan Keuangan Di Bum Desa Candi Sejahtera Bersama. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENEMA)*, 2(1), 544–550.
- Romney, S. & Steinbart, P. J. (2015). *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Septiano. (2017). *Digital Marketing*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suwardjono. (2015). *Teori Akuntansi Perencanaan Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta: BPEE.