
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PENGEMBANGAN BISNIS DAN PENGGUNAAN MICROSOFT EXCEL DALAM PENYUSUNAN PEMBUKUAN PADA UMKM “MULA RASA”

I Dewa Made Endiana^{1,*}, Kadek Meita Nabila Putri²

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

*Email: dewaendiana@unmas.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan UMKM kini semakin berjalan merata baik di kota-kota besar maupun kota kecil di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh adanya kemajuan teknologi, para pelaku usaha kini bisa memulai bisnisnya dan mengembangkannya melalui bantuan teknologi. Salah satu UMKM yang berkembang di Kabupaten Gianyar yaitu “Mula Rasa”. UMKM Mula Rasa merupakan salah satu usaha yang menyediakan makanan dan minuman di kabupaten Gianyar tepatnya di Singapadu, Sukawati, Kabupaten Gianyar, Bali. Pada UMKM Mula Rasa terdapat beberapa masalah yang terjadi khususnya pada penjualan yang masih belum mencapai target yang telah ditentukan dan pemilik menyatakan jangkauan pemasarannya belum cukup luas. Solusi yang dapat diberikan adalah melakukan pelatihan pembuatan sistem laporan keuangan sederhana dengan Microsoft Excel, mensosialisasi kepada mitra dalam pembuatan konten promosi untuk media sosial guna pengembangan usaha, serta membantu mitra dalam mendesain logo dan stiker untuk kemasan take away. Metode yang digunakan yaitu, tahap observasi, tahap wawancara, tahap penerapan program kerja (sosialisasi, komunikasi, dan pendampingan secara langsung). Ketercapaian dari kegiatan ini adalah mitra dapat melakukan sistem pencatatan keuangan dengan menggunakan microsoft excel dan tidak menggunakan sistem manual, membuat konten promosi untuk sosial media sehingga mempermudah dan menarik konsumen atau pembeli, serta mampu dalam mendesain logo usaha sekaligus stiker kemasan take away untuk produk yang akan dipasarkan.

Kata Kunci: UMKM, Laporan Keuangan Sederhana, Pembuatan Konten Promosi, logo Usaha

ANALISIS SITUASI

Pekembangan teknologi informasi telah mengubah lingkup dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital (Jannatin, Wahyu, Rudi, Agus, 2020). Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital seringkali disebut dengan digital marketing. Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen.

Di era sekarang ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan ecommercenya, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut (Wardhana, 2018).

Salah satu UMKM yang belum menerapkan digital marketing yaitu “Mula Rasa” yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman. Lokasi UMKM ini berada di Jl. Raya Singapadu, Sukawati, Gianyar. Usaha ini merupakan usaha yang tergolong baru dibuka yaitu sejak tahun 2022.

Keberadaan UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian, baik dalam menyerap tenaga kerja, menyumbang devisa maupun kontribusinya dalam menyumbang pendapatan daerah dalam bentuk pajak (Nurlida & Sinuraya, 2020).

Masalah yang dihadapi UMKM adalah kesulitan dalam memasarkan produk dan keterbatasan menyusun pembukuan sederhana. Pembukuan transaksi keuangan adalah salah satu tugas penting dalam melakukan atau mencatat transaksi bisnis, seringkali pembukuan ini jarang dilakukan UMKM karena keterbatasan informasi di bidang akuntansi dan UMKM berfokus hanya pada bagaimana cara melakukan pemasaran.

Pengelola UMKM masih banyak yang belum sadar pentingnya akuntansi dalam perkembangan usaha. Sekecil apapun data keuangan yang dimiliki, harus dicatat dengan baik dan ada pembuktian melalui laporan keuangan. Melihat banyak UMKM yang pembukuannya masih sangat kurang bahkan tidak melakukan pembukuan, maka pemerintah dan lembaga-lembaga terkait sangat penting bagi UMKM untuk membantu memberikan pelatihan serta pemahaman bagaimana pencatatan dan pelaporan keuangan yang baik.

Dengan adanya pelatihan pembukuan sederhana kepada para UMKM, memberikan kontribusi bagaimana menyusun pembukuan antara pemasukan dan pengeluaran, sehingga dapat mempermudah proses pencatatan arus kas dan kinerja yang diperoleh UMKM.

Pemberdayaan UMKM dalam menghadapi globalisasi dan persaingan memaksa UMKM untuk mengatasi permasalahan umum seperti meningkatkan ide promosi serta pengembangan teknologi guna memperluas area pemasaran. Alasan ini sangat penting, karena diperlukan untuk mengembangkan kualitas dan kuantitas UMKM itu sendiri.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan pada UMKM Mula Rasa, terdapat permasalahan sebagai berikut: Permasalahan yang pertama yaitu, kurangnya pemahaman terkait pencatatan penjualan dan pembukuan Mula Rasa yang masih menggunakan pembukuan secara manual tulis tangan di buku penjualan. Permasalahan yang kedua yaitu, rendahnya pengetahuan karyawan dalam pengelolaan sosial media sehingga menghambatnya perkembangan usaha. Permasalahan yang ketiga logo usaha dan stiker yang kurang menarik.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dikemukakan, maka solusi yang diberikan sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan pembukuan sederhana dengan Microsoft Excel sehingga dapat mempermudah karyawan dalam melakukan pencatatan penjualan.
2. Melakukan sosialisasi kepada karyawan Mula Rasa mengenai pentingnya social media dalam pengembangan usaha.
3. Memberikan solusi terkait pembuatan logo dan stiker kemasan yang lebih menarik bagi konsumen/pelanggan.

METODE PELAKSANAAN

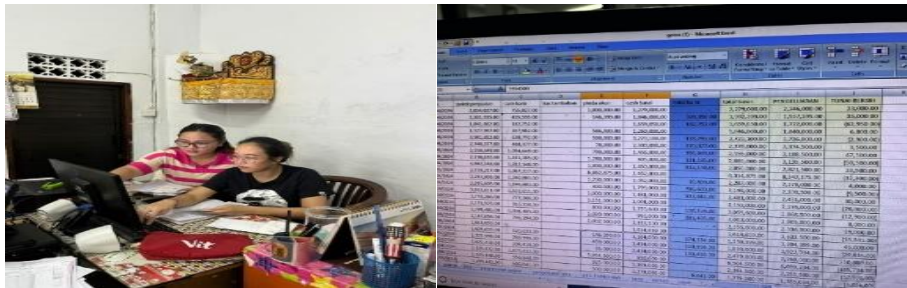
Adapun metode yang digunakan dalam pelaksanaan setiap program kerja dalam optimalisasi serta pengembangan usaha “Mula Rasa” sebagai berikut:

1. Tahap Observasi
Pada tahap ini merupakan kegiatan awal yang dilaksanakan untuk mengetahui bagaimana keadaan serta permasalahan yang akan diamati serta digunakan sebagai tempat pelaksanaan kegiatan untuk merealisasikan program kerja yang sudah disusun.
2. Tahap Persiapan dan Penyusunan Program Kerja
Pada tahap ini yaitu mempersiapkan dan menyusun sesuai permasalahan yang dihadapi oleh sasaran.
3. Tahap Penerapan atau Pelaksanaan Program Kerja
Tahap ini merupakan tahap berjalannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Mula Rasa. Kegiatan ini digunakan untuk memberi solusi terhadap permasalahan yang dihadapi sasaran.
4. Tahap Evaluasi
Tahap ini merupakan tahap akhir untuk menyimpulkan hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM Mula Rasa.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah berjalannya kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan beberapa program kerja yang dilaksanakan mengenai pelatihan pembuatan sistem laporan keuangan sederhana dengan Microsoft Excel, mensosialisasi kepada mitra terkait konten atau promo yang baik untuk promosi menggunakan media sosial, serta membantu mitra dalam mendesain logo dan stiker kemasan produk untuk take away, maka dapat dilihat peningkatan atau perubahan lebih baik yang dialami mitra, seperti:

1. Mularasa dapat melakukan sistem pencatatan keuangan sederhana dengan menggunakan Microsoft Excel dan tidak menggunakan sistem manual sehingga pencatatannya menjadi lebih efisien, tertata dan aman serta pencatatan keuangan menjadi optimal.



Gambar 1 Pelatihan pencatatan keuangan sederhana dengan Microsoft Excel

2. Mularasa lebih aktif melakukan pembuatan konten untuk media sosial dan mengelola akun media sosial menjadi lebih menarik konsumen atau pembeli untuk mengetahui produk karena pemasaran dengan media sosial dilakukan dengan baik



Gambar 2 Sosialisasi mengenai konten promosi untuk media sosial

3. Mularasa memperbaiki logo usaha sekaligus stiker untuk kemasan take away agar lebih menarik konsumen atau pembeli.



Gambar 3 mendesain logo dan stiker untuk kemasan take away

KESIMPULAN DAN SARAN

Semua program kerja yang dilaksanakan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat diterima dengan baik dan antusiasme yang tinggi oleh mitra UMKM Mularasa. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini telah dilaksanakan dengan baik dan sudah sesuai dengan program kerja yang dilakukan dapat meningkatkan upaya pengembangan usaha, seperti dalam pencatatan keuangan sederhana, pengembangan pemasaran melalui sosial media, dan merancang desain logo kemasan take away sesuai dengan keinginan pemilik usaha.

Saran

Diharapkan kepada pemilik UMKM Mularasa tetap menggunakan sistem pembukuan yang sudah dipelajari untuk mempermudah, menghemat waktu, dan lebih tertata dengan menggunakan microsoft excel serta kedepannya pemilik UMKM terus aktif membuat konten – konten untuk melakukan promosi melalui media sosial untuk tetap menarik konsumen/pembeli di luar lokasi usaha. Serta untuk kedepannya diharapkan pemilik usaha dapat mengembangkan berbagai ide kreatif untuk melakukan pengembangan usaha bisa berjalan dan omset penjualan bisa meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Chairia, C., Ginting, J. V. B., Ramles, P., & Sabrina, Y. (2021). Pelatihan Pembukuan Sederhana Bagi Pelaku Umkm Pancur Batu Di Desa Baru Kecamatan Pancur Batu. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 323-330.
- 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.
- Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, S. 2017. Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* 1(1). 1–17.
- Syifa, Y. I., Wardani, M. K., Rakhmawati, S. D., & Dianastiti, F. E. (2021). Pelatihan UMKM melalui digital marketing untuk membantu pemasaran produk pada masa Covid-19. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 6-13.
- 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.