

## STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK MELALUI DIGITAL MARKETING DAN MENGOPTIMALKAN PEMBUKUAN KEUANGAN SEDERHANA DI TOKO MSHOP DAN MPROJECT

Yenny Verawati<sup>1,\*</sup>, Ni Komang Tri Risnawati<sup>2</sup>

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

\*Email: [yenny\\_verawati@unmas.ac.id](mailto:yenny_verawati@unmas.ac.id)

### ABSTRAK

Toko Mshop dan Mproject merupakan badan usaha yang bergerak dalam perdagangan barang retail *fashion* dan aksesoris yang cocok dijadikan *gift*. Usaha ini memberikan pelayanan berbelanja melalui online (e-commerce) dan offline (toko) yang aman dan nyaman. Digital marketing adalah penggunaan internet dan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan informasi antara perusahaan dan konsumen yang berupa web site, web banner, social networking, e-mail marketing dan affiliate marketing. Mshop dan Mproject kini dapat memanfaatkan digital marketing yang mencakup banyak teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran internet, seperti social media marketing, contentmarketing, branding, web design dan lainnya. Pada saat efektivitas pemasaran tradisional mengalami penurunan, Melalui pemasaran produk yang lebih kreatif dengan menggunakan media teknologi diharapkan dapat meningkatkan akses penjualan dan akses perolehan pendapatan yang lebih tinggi bagi pelaku usaha. Masalah lainnya yang dihadapi yaitu biasanya berkaitan dengan keuangan. Belum adanya pencatatan keuangan yang memadai dan sistem pembukuannya masih dibuat dengan cara manual. Hal ini tentu saja akan menyulitkan karena harus menulis satu persatu pemasukan dan pengeluaran usaha sehingga menyita banyak waktu, dan sering kali dapat terjadi salah pencatatan dan perhitungan. Untuk mencegah hal tersebut adapun kegiatan yang dilakukan yaitu dengan membuat pembukuan sederhana menggunakan microsoft excel sehingga memudahkan dalam melakukan pencatatan keuangan.

**Kata Kunci:** Digital Marketing, Pemasaran, Pencatatan Keuangan.

### ANALISIS SITUASI

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktifitas bagi kehidupan manusia. Salah satunya yang akan terkena dampak perkembangan adalah dunia usaha. Seiring berkembangnya bisnis saat ini, tantangan dan persaingan semakin tajam dalam merebut pangsa pasar, perusahaan dituntut untuk dapat memberdayakan sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien agar perusahaan bisa mempunyai keunggulan bersaing. Setiap organisasi perusahaan diharapkan dapat menyusun suatu strategi pemasaran agar tetap bertahan dalam menghadapi persaingan, salah satunya adalah mempunyai strategi

pemasaran berupa bauran pemasaran dengan digital marketing. Strategi bisnis perusahaan ini diharapkan dapat memberikan dampak pada keuntungan keuangan, non keuangan, bertahan di dalam industri, dan guna mencapai tujuan jangka panjang organisasi.

Pembukuan sederhana merupakan kegiatan pencatatan dengan mengumpulkan informasi dan data keuangan yang meliputi harta, modal, kewajiban, penghasilan dan biaya serta jumlah harga perolehan dan penyerahan barang atau jasa. Pembukuan juga digunakan untuk transaksi keuangan seperti transaksi penjualan, pembelian, pemasukan dan pengeluaran. Pembukuan tidak hanya digunakan oleh perusahaan besar, tetapi usaha menengah seperti UMKM juga membutuhkan adanya pembukuan dalam bisnisnya. Kendala utama biasanya berkaitan dengan keuangan. Belum adanya pencatatan yang memadai membuat tercampurnya keuangan usaha dan keuangan pribadi. Tujuan dari pembukuan pada dasarnya untuk mengetahui jumlah keuntungan dan kerugian yang diperoleh, untuk itu dalam UMKM digunakannya pembukuan sederhana sudah cukup tidak harus dengan yang rumit. Yang terpenting dari pembukuan yaitu baik dan benar dalam pencatatan. Hal ini dapat membantu usaha kecil dalam merancang langkah-langkah tepat yang akan diambil kedepannya serta meminimalisir kerugian.

Toko Mshop dan Mproject merupakan badan usaha yang bergerak dalam perdagangan barang retail fashion, aksesoris, yang mengkhusus kebutuhan perempuan mulai dari ujung rambut hingga ujung kaki dan beberapa produk kreatif yang cocok dijadikan gift. Usaha ini memberikan pelayanan berbelanja melalui online (e-commerce) dan offline (toko) yang aman dan nyaman. Mshop dan Mproject memasarkan produk fashion, aksesoris dan lainnya yang hanya memanfaatkan media sosial dengan cara sekedar posting saja, kini dapat memanfaatkan digital marketing yang mencakup banyak teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran internet, seperti social media marketing, content marketing, branding, web design dan lainnya. Digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, ataupun jejaring social. Pada saat efektivitas pemasaran tradisional mengalami penurunan, Melalui pemasaran produk yang lebih kreatif dengan menggunakan media teknologi diharapkan dapat meningkatkan akses penjualan dan akses perolehan pendapatan yang lebih tinggi bagi pelaku usaha.

### **RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan di Toko Mshop dan Mproject adapun masalah yang ditemukan, antara lain sebagai berikut:

- 1) Kurangnya promosi melalui digital marketing sehingga penjualan menurun.
- 2) Kurangnya kreativitas dalam membuat konten, sehingga menurunnya traffic audiens di media social.
- 3) Belum memahami tentang bagaimana cara pembuatan pembukuan secara sederhana, dan pencatatan penjualan.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

- 1) Membantu mitra dengan melakukan pelatihan dan pendampingan bagaimana cara memasarkan produk secara online melalui strategi digital marketing agar dapat memperluas cakupan penjualan.
- 2) Membantu mitra dengan melakukan pelatihan dan pendampingan bagaimana cara membuat konten secara menarik, singkat dan padat dan bagaimana berkomunikasi dengan konsumen agar tertarik pada produk yang dijual.
- 3) Memberikan pelatihan dan bimbingan kepada mitra tentang pembukuan keuangan yang sederhana.

### **METODE PELAKSANAAN**

Adapun tahapan atau langkah – langkah penerapan program yang telah diusulkan dimulai dari tahap persiapan/observasi hingga tahap evaluasi adalah sebagai berikut:

- 1) Tahap Observasi yaitu kegiatan tahap awal yang dilaksanakan untuk mengetahui bagaimana keadaan lokasi yang akan digunakan sebagai tempat pelaksanaan kegiatan untuk merealisasikan program kerja yang sudah di susun.
- 2) Tahap Persiapan dan Penyusunan program kerja, sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh sasaran.
- 3) Tahap Penerapan/ Pelaksanaan program kerja, penerapan ini guna membantu atau memberi solusi terhadap permasalahan yang dihadapi pedagang/sasaran.
- 4) Dalam tahap ini menjelaskan mengenai tercapainya atau tidak program kerja yang telah disepakati oleh mitra pada tahap wawancara.

#### **Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah :**

- 1) Pelatihan dan pendampingan bagaimana cara memasarkan produk secara online melalui strategi digital marketing agar dapat memperluas cakupan penjualan.
- 2) Pelatihan dan pendampingan bagaimana cara membuat konten secara menarik, singkat dan padat dan bagaimana berkomunikasi dengan konsumen agar tertarik pada produk yang dijual.
- 3) Pelatihan dan pendampingan pembuatan sistem laporan keuangan sederhana dengan menggunakan microsoft excel.

### **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil yang diperoleh yaitu Penerapan strategi digital marketing dalam melakukan promosi dianggap menjadi lebih mudah, murah, dan efektif. Selain itu penerapan strategi digital marketing contohnya seperti membuat konten mempunyai tujuan untuk menjangkau, melibatkan, dan terhubung dengan konsumen dari berbagai daerah dan dapat memperluas cakupan penjualan melalui berbagai konten agar brand dari bisnis dapat lebih

dikenal. Serta pemahaman karyawan mengenai pembuatan pencatatan keuangan sederhana dengan menggunakan microsoft excel sudah sangat baik.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Dari hasil memberikan pelatihan bagaimana cara meningkatkan penjualan di toko Mshop dan Mproject melalui promosi dengan strategi digital marketing, membuat konten menarik dan melakukan pelatihan pembukuan keuangan kesimpulan yang didapat adalah para karyawan dapat melaksanakan hal tersebut dengan baik sehingga karyawan mampu memaksimalkan promosi melalui digital marketing sehingga calon konsumen bisa lebih mudah berbelanja karena produk yang dijual sudah di upload ke media sosial, selain itu konten-konten yang di upload di media sosial juga sudah terlihat lebih menarik sehingga calon konsumen bisa melihat review produk atau contoh pemakaian produk dan akan bisa lebih percaya berbelanja di Toko Mshop dan Mproject karena foto atau video yang di upload real dari foto atau video yang diambil langsung oleh karyawan Serta karyawan mampu melakukan pembukuan sederhana menggunakan Microsoft Excel sehingga memudahkan karyawan dalam mengelola keuangan. Setelah Mshop dan Mproject. melakukan kegiatan ini juga didapatkan hasil yaitu terjadinya peningkatan jumlah penjualan baik secara offline dengan cara datang langsung ke Toko Mshop dan Mproject atau penjualan melalui online melalui media sosial dan marketplace Toko Mshop dan Mproject.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alinsari, N. (2021). Peningkatan Literasi Keuangan pada UMKM melalui Pelatihan dan Pendampingan Pembukuan Sederhana. *Magistrorum et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 256–268. <https://doi.org/10.24246/jms.v1i22020p256-268>
- Iswara, U. S., Setyabudi, T. G., & Palupi, D. (2022). Pelatihan Pembukuan Sederhana Bagi UMKM Macro Coffee Roastery. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Literasi*, 2(1), 485–489.
- Dewi, S. R., Andari, A., Rahmawati Masitoh, M., & Octaviani, S. (2021). Financial Book Keeping, And Online Marketing Training For Micro, Small And Medium Enterprises. *Kaibon Abhinaya : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 79–86. <https://doi.org/10.30656/ka.v3i2.3084>
- Anugrah, R., Perwirianto, H. W., Zulfania, M., Ratih, D., Aprilianda, E. N., Haryawan, S. H., & Arum, D. P. (2022). PENERAPAN BRANDING PRODUK DAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 740-746.
- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., & Saputra, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur.

*Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34-39.

Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651-659.

Kasih, N. L. S., Adnyana, I. P. A., & Damayanti, K. R. G. (2021). Pengabdian Masyarakat Melalui Pelatihan Internet Marketing, Akutansi Dan Manajemen Keuangan Dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan Produk. *Community Engagement and EmergenceJournal (CEEJ)*, 3(1), 104-109.