

PENINGKATAN PENJUALAN MELALUI MEDIA SOSIAL DAN PENGELOLAAN PEMBUKUAN PADA WR BIBI DONGANAN DI DESA ADAT KUTA

Gde Bayu Surya Parwita¹⁾, I Komang Budiarta²⁾, Ni Made Dewi Antari³⁾

Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: gdebayusurya@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pandemi *Covid-19* menjadi permasalahan yang sedang dihadapi oleh semua orang. Salah satu dampak yang parah terjadi pada sektor ekonomi. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan tempat perputaran ekonomi bagi para pelaku UMKM. Salah satu UMKM yang terdampak adalah UMKM Bibi Donganan yang berada di Desa Adat Kuta, Kecamatan Kuta, kabupaten Badung. UMKM ini bergerak dalam bidang warung makan. Permasalahan yang ditemui dari hasil observasi dan wawancara yaitu UMKM Bibi Donganan mengalami penurunan omzet, selain itu UMKM Bibi Donganan kurang aktif dalam melakukan promosi dan kurang aktif melakukan penjualan melalui online di media sosial, dan UMKM Bibi Donganan juga kurang memahami pengelolaan pembukuan. Hal ini merupakan hal yang terpenting dalam kegiatan usaha, dengan adanya pembukuan pelaku usaha dapat mengetahui sejauh mana perkembangan usahanya. Adapun metode kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan usaha warung makan Bibi Donganan dengan melakukan penjualan secara offline ataupun online di berbagai sosial media, sehingga penjualan nasi campur bisa dilakukan secara online maupun offline dan mengedukasikan cara membuat laporan keuangan yang baik. Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah peningkatan dalam memasarkan makanan melalui media sosial seperti *facebook*, *instagram*, dan *whatsapp* dan pentingnya pengelolaan pembukuan sederhana bagi UMKM bibi donganan.

Kata kunci : UMKM, Pelatihan, Peningkatan Strategi, Media Sosial, Pembukuan, *covid-19*.

ANALISIS SITUASI

Pandemi *Covid-19* telah berdampak terhadap menurunnya omzet penjualan mencapai 50% akibat penurunan penjualan bagi UMKM Bibi Donganan. Pandemi *Covid-19* yang terjadi di Indonesia sejak awal bulan Maret 2020 memaksa sebagian besar masyarakat untuk membatasi aktivitasnya agar transmisi penularan dapat dicegah. Akibatnya, berbagai sektor terkena imbas akibat terhentinya aktivitas masyarakat. Sektor ekonomi menjadi sektor yang terdampak cukup parah akibat pandemi *Covid-19*. Bukan hanya dalam skala makro, pandemi *Covid-19* ini pun menghantam sektor mikro, tidak terkecuali para pedagang kecil dan pelaku UMKM. Masuknya virus corona (*Covid-19*) di Indonesia menyebabkan banyaknya masyarakat yang kehilangan pekerjaan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berada di Desa Adat Kuta, Kecamatan Kuta, Kabupaten Badung dengan permasalahan yang dialami oleh masyarakat pelaku

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) akibat dampak dari Covid-19 ini yaitu tidak bisa melakukan aktivitas seperti biasa untuk mencari pendapatan agar bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari, dan terjadinya penurunan omset penjualan karena Covid-19 ini. Sebelum pandemi covid19 memasuki Indonesia pada bulan maret 2020 penjualan pada UMKM Bibi Donganan sangat stabil bahkan mampu menjual nasi bungkus sebanyak 50 bungkus perharinya namun ketika pandemi memasuki Indonesia semua menjadi berubah, kini UMKM Bibi Donganan hanya mampu menjual 10-15 nasi bungkus perharinya. Dengan adanya hal tersebut pendapatan dari pada UMKM Bibi Donganan dapat dikatakan menurun.

Berdasarkan hasil observasi UMKM Bibi Donganan belum memanfaatkan potensi media sosial, dimana dimasa saat ini media sosial sangat melaju dengan pesat, dimana masyarakat berbelanja serba online. Menurut Nasrullah dan Rulli (2015) media sosial adalah media di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Menurut Puspitarini dan Nuraeni (2019), para pelaku bisnis memerlukan media pemasaran yang efektif dengan tujuan memperluas pangsa pasarnya. Menurut Williams *et al.*, (2012) Media sosial sebagai alat pemasaran tentunya berkaitan dengan komunikasi pemasaran. Sosial media memungkinkan pengguna untuk melakukan komunikasi dengan jutaan pengguna lainnya. UMKM “Bibi Donganan” belum memiliki akun media sosial yang cukup mendukung sebagai media promosi. UMKM “Bibi Donganan” juga bisa memanfaatkan brosur dan banner sebagai media promosi. Menurut Kusomo (2018), Jenis media pemasaran menggunakan brosur juga sangat efektif dalam menarik konsumen, biasanya memuat data yang cukup lengkap disertai gambar - gambar pendukung. Apalagi dengan desain yang menarik dan kreatif. Banner juga menjadi salah satu media promosi karena banner memiliki banyak manfaat untuk promosi produk pada UMKM. Dengan adanya media pemasaran, pemasangan banner dan promosi brosur diharapkan dapat meningkatkan penjualan UMKM Bibi Donganan. Selain kurangnya promosi melalui media sosial UMKM “Bibi Donganan” juga kurang memahami cara mengelola pembukuan. Berdasarkan uraian diatas dapat dikatakan bahwa teknik pemasaran UMKM “Bibi Donganan” masih sangat kurang. Pemasaran merupakan suatu komponen yang sangat penting di dalam sebuah bisnis, menurut Kotler & Amstrong (2014:27) pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Menurut Hendrawan dkk (2019), Tujuan dari pengelolaan sistem pembukuan ini adalah untuk dapat meningkatkan kinerja bisnis dari pelaku unit usaha. Menurut Sugiri dan Riyono (2011), Pembukuan berfungsi menyediakan informasi yang bersifat keuangan untuk pengambilan keputusan ekonomi. Menurut Muljanto (2020), Manfaat akuntansi dan pembukuan bagi pelaku UMKM antara lain : kinerja keuangan UMKM dapat mudah diketahui dan UMKM dapat mengetahui, memilah,

dan membedakan harta perusahaan dan harta pemilik. Posisi dana baik sumber maupun penggunaannya dapat segera diketahui yaitu : penyusunan anggaran UMKM secara tepat, UMKM dapat menghitung pajak dan aliran uang tunai dalam periode tertentu dapat diketahui.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan di lapangan, diketahui terdapat beberapa masalah yaitu sebagai berikut : 1) kurangnya pemahaman UMKM terhadap penggunaan media sosial baik secara offline maupun online yang digunakan untuk memasarkan produk , 2) kurangnya pemahaman pemilik UMKM dalam mengelola pembukuan usaha. Hal ini merupakan hal yang terpenting dalam kegiatan usaha, dengan adanya pembukuan pelaku usaha dapat mengetahui sejauh mana perkembangan usahanya.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Solusi yang diberikan Dalam Upaya Peningkatan Strategi UMKM Bibi Donganan di Masa Pandemi Covid-19 yaitu : 1) Memberikan pemahaman dan pelatihan tentang media promosi secara offline seperti menyebarkan brosur, pemasangan banner dan secara online menggunakan sosial media seperti *instagram*, *facebook*, *whatsapp* agar nantinya UMKM bisa memasarkan produknya secara online maupun offline, 2) Memberikan pemahaman dan pelatihan pengelolaan pembukuan sederhana pada pelaku UMKM Bibi Donganan yang berguna dalam mengelola keberlanjutan UMKM yang dimilikinya dengan dapat mengetahui dan membuat laporan keuangan.

METODE PELAKSANAAN

Ada beberapa metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, meliputi: Metode yang pertama adalah melakukan penjualan secara offline ataupun online di berbagai sosial media, sehingga penjualan nasi campur bisa dilakukan secara online maupun offline. Metode yang kedua adalah mengedukasikan cara membuat pembukuan agar laporan keuangan tersusun dengan baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kurangnya pemahaman dalam menggunakan media sosial dan pembuatan pembukuan yang dialami oleh pelaku UMKM telah berhasil ditingkatkan melalui pelatihan dan pendampingan dengan keterangan yang tertera sebagai berikut:

1. Pelatihan Media Promosi

Tim pengabdian masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar sedang memberikan pelatihan mempromosikan produk melalui sosial media. Tujuan

dari hal ini agar UMKM bisa memasarkan produknya secara online maupun offline.

2. **Pelatihan Pembukuan**

Tim pengabdian masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar sedang memberikan pelatihan dan pembuatan format pembukuan agar laporan keuangan tersusun dengan baik. Tujuan dengan adanya pembukuan ini pelaku usaha dapat mengetahui sejauh mana perkembangan usahanya.

3. **Pemasangan Banner**

Tim pengabdian masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar sedang melakukan pemasangan banner di UMKM Wr. Bibi Donganan. Tujuan dari hal ini agar masyarakat mengetahui UMKM Bibi Donganan.

4. **Media Promosi**

Tim pengabdian masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar sedang Melakukan promosi melalui penyebaran brosur. Tujuan dari hal ini agar masyarakat lebih mengenal UMKM Bibi Donganan. brosur juga sangat efektif dalam menarik konsumen, biasanya memuat data yang cukup lengkap disertai gambar - gambar pendukung.



Gambar 1. Pelatihan mempromosikan produk melalui sosial media



Gambar 2. Pembuatan format pembukuan dan pelatihan cara membuat laporan keuangan sederhana.



Gambar 3. Melakukan pemasangan banner di UMKM Wr. Bibi Donganan



Gambar 4. Melakukan promosi melalui penyebaran brosur

KESIMPULAN DAN SARAN

Pembuatan program kerja untuk membantu pelaku UMKM mengembangkan usahanya pada masa pandemi covid-19 telah berhasil dilakukan dengan baik. Dengan berkembangnya keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan sosial media dan pembuatan pembukuan sebagai sarana penjualan Nasi Campur pada UMKM Bibi Donganan sudah mengalami peningkatan, sebaiknya pengabdian masyarakat ini dilaksanakan lebih dari satu bulan, karena waktu satu bulan dirasa terlalu singkat sehingga kegiatan yang dilakukan dan program kerja yang direncanakan dengan baik kurang efektif. Kepada mahasiswa pengabdian masyarakat sendiri, sebaiknya lebih meningkatkan kedisiplinan untuk tepat waktu, mempersiapkan segala hal dengan matang, mandiri dan tanggung jawab yang tinggi dalam melaksanakan pengabdian masyarakat. Kepada pelaku UMKM agar apa yang telah diberikan mahasiswa dapat diterima dan diterapkan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Hendrawan, A., Handayani, T., & Hidayati, N. (2019, December). Pengelolaan Sistem Pembukuan Proses Bisnis Unit Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Kota Semarang Berbasis Website. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Lppm Umj*.
- Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. (2014). *Principle Of Marketing*. 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kusumo, H. (2018). Pemanfaatan Brosur sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik pada Duta Islamic School (DIS) Semarang. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(1), 88-94.
- LPPM Unmas. 2021. *Buku Pedoman Pengabdian Masyarakat*. Denpasar: UniversitasMahasaraswati Denpasar.
- Muljanto, M. A. (2020). Pencatatan dan Pembukuan Via Aplikasi Akuntansi UMKM di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(1), 40-43.
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80. Socioteknologi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Republika.co.id 2020. Pengaruh Covid19 pada Penurunan Omzet Usaha Mikro
- Sugiri, S., & Riyono, B. A. (2011). Akuntansi. *Yogyakarta: UPP STIM YKPN*.
- Williams, D,L., Crittenden, V,L., Keo, T., & McCar- ty, P. 2012. The use of social media: an explor- atory study of uses among digital natives, *Jour- nal of Public Affairs*, Vol. 12 No. 2, pp. 127-136