

OPTIMALISASI UMKM MELALUI PELATIHAN AKUNTANSI DAN DIGITAL MARKETING DI MASA PANDEMI COVID-19

Luh Putu Kirana Pratiwi¹, I Made Tamba², I Kadek Pandu Adi Santika³

^{1,2}Fakultas Pertanian Dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

³Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: kirana.pratiwi@unmas.ac.id

ABSTRAK

Merebaknya virus corona, mengakibatkan pemerintah melakukan kebijakan pembatasan terhadap berbagai kegiatan aktifitas masyarakat di seluruh Indonesia. Hal ini sangat berdampak terhadap pelaku bisnis dengan penurunan penjualan yang sangat signifikan. Usaha Mikro Kecil Menengah {UMKM} Busana Adat Bali Ambara *Collection* yang berada di Desa Darmasaba, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung adalah salah satu usaha yang terdampak cukup parah akibat kebijakan pembatasan wilayah yang mempengaruhi penurunan omzet. Oleh karena itu pemanfaatan media sosial dalam pemasaran *digital* berperan penting sebagai sarana promosi utama untuk memasarkan produk di masa pandemi yang mampu memperluas pasar dengan biaya minimum. Metode pelaksanaan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Hasil kegiatan yang dilaksana dalam upaya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra adalah memberikan pelatihan dan pendampingan laporan keuangan, pemasaran digital lewat media sosial, pengelolaan limbah produksi dan mengimplementasikan pentingnya protokol kesehatan kepada pemilik UMKM Busana Adat Bali Ambara *Collection*.

Kata Kunci: *Optimalisasi, Akuntansi, Digital Marketing, Pandemi Covid 19*

ANALISIS SITUASI

Pandemi Covid-19 mulai menyebar ke Indonesia sejak bulan Maret 2020. Hingga saat ini kasus positif Covid-19 di Indonesia masih tercatat. Pandemi Covid-19 berdampak pada semua sektor di Indonesia (Darma, 2021). Salah satu dampak terbesar terjadi pada sektor ekonomi. Dampak tersebut tidak hanya dirasakan oleh industri besar, pandemi virus Corona juga memberikan dampak terhadap pelaku UMKM di Indonesia (Nabilah,2021).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Darmasaba yang berada di Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Desa Darmasaba merupakan desa yang berada paling Selatan dari wilayah Abiansemal. Pada tahun 2016, penduduk Desa Darmasaba terdiri dari 4.844 orang laki – laki dan 4.929 orang perempuan dengan tingkat sex rasio 109. Tingkat kelahiran 155 orang dan kematian 32 orang. Tingkat migrasi, 37 orang pindah dan 63 orang pendatang baru dan luas wilayahnya 5,70 km².

Setelah dilakukan observasi terdapat permasalahan yang ada di Desa Darmasaba, salah satunya pendapatan yang menurun yang dirasakan oleh pelaku

UMKM busana adat bali di Desa Darmasaba yang terletak di Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung. UMKM busana adat di Desa Darmasaba merupakan salah satu UMKM yang dijadikan mata pencaharian oleh penduduk setempat di Desa Darmasaba. Dihasilkan memiliki potensi yang cukup baik apabila dikelola dengan baik dan tepat. Namun karena kurangnya pengetahuan mengenai ilmu pemasaran sehingga seluruh kegiatan jual-beli masih dilakukan dengan metode konvensional/tradisional. Romi, dkk (2021) menyebutkan bahwa kondisi pandemi menyebabkan penjualan menurun drastis akibat penerapan kebijakan PSBB dengan membatasi kerumunan sebagai upaya untuk pencegahan Covid-19 di Indonesia.

Dari permasalahan tersebut maka perlu adanya sosialisasi dan dan edukasi tentang ilmu pemasaran khususnya menggunakan media sosial atau pemasaran berbasis digital. Media sosial adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Model pemasaran konvensional/ tradisional sedikit demi sedikit mulai ditinggalkan beralih ke pemasaran modern. UMKM busana adat bali juga sangat penting dilakukan agar dapat memberikan nilai tambah atas produk tersebut sehingga dapat menambah pendapatan dan mempunyai daya saing pemasaran yang tinggi.

PERMASALAHAN MITRA

Dari hasil observasi dan wawancara dengan pelaku UMKM Busana Adat Bali Ambara *Collection* maka dapat dirumuskan mengenai masalah yang sedang dihadapi oleh UMKM sebagai berikut:

1. Kurangnya pembukuan tentang modal usaha.
2. Masih menggunakan pemasaran di toko dan belum memahami pemasaran *digital*.
3. Kurangnya karyawan di Busana Adat Bali Ambara *Collection* karena dampak Covid-19.
4. Kurangnya masalah pengolahan limbah produksi.
5. Penerapan program kesehatan tentang Covid-19 belum di lakukan di toko Busana Adat Bali Ambara *Collection*

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Solusi yang dapat diberikan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Busana Adat Bali Ambara *Collection* adalah sebagai berikut:

1. Membuatkan buku tentang laporan keuangan modal usaha pada pemilik toko Busana Adat Bali Ambara *Collection*
2. Mengajarkan pemilik toko untuk menggunakan media sosial dalam pemasaran produk dari usaha tersebut agar dapat dikenal oleh masyarakat.
3. Mencari karyawan tambahan agar dapat membantu melayani pelanggan di Busana Adat Bali Ambara *Collection* serta meningkatkan keuntungan dari toko.
4. Sosialisasi tentang pengolahan limbah produksi kepada pemilik Busana Adat Bali Ambara *Collection*.

5. Menerapkan program kesehatan tentang Covid 19 di toko Busana Adat Bali Ambara *Collection* dengan memberikan *handsanitizer* dan masker kepada pembeli.

METODE PELAKSANAAN

Tahap-tahap yang digunakan dalam upaya meningkatkan kesadaran pelaku UMKM dalam pentingnya promosi dalam meningkatkan penjualan:

1. Tahap observasi
Pada tahap ini, merupakan tahap awal dimana pada tahap ini tim pelaksana melakukan program kerja mencari informasi terlebih dahulu untuk mengetahui latar belakang UMKM dan masalah yang sedang dihadapi oleh UMKM dan juga menganalisis situasi lingkungan sekitar agar dapat menentukan target sasaran.
2. Tahap persiapan
Pada tahap ini tim melakukan persiapan terlebih dahulu sebelum melaksanakan program kerja atau pelatihan kepada pelaku UMKM dengan tetap menerapkan protokol kesehatan.
3. Tahap pelatihan
Pada tahap ini tim melaksanakan program kerja mengenai bagaimana cara menerapkan promosi melalui media sosial serta melakukan promosi secara *online* guna meningkatkan penjualan pelaku UMKM.
4. Tahap evaluasi
Pada tahap ini, dilakukan evaluasi program kerja yang telah dilaksanakan UMKM untuk mencapai sasaran.
5. Tahap laporan
Pada tahap ini, penyusunan laporan sebagai bentuk pertanggung jawaban atas pelaksanaan program untuk kemudian dilakukan publikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat dalam pemanfaatan media *digital* melalui media sosial dalam meningkatkan penjualan pelaku UMKM di Desa Darmasaba telah berhasil dilakukan melalui edukasi. Menurut Awali (2020) faktor pendukung keberhasilan dalam pemberdayaan masyarakat adalah tumbuhnya kesadaran dan dukungan yang diberikan oleh seluruh pihak yang terlibat dalam proses pemberdayaan. Pemilik UMKM Busana Adat Ambara *Collection* dan seluruh karyawan yang sangat mendukung dan berperan aktif dalam pelaksanaan program. Tempat dan lokasi yang strategis dan dapat dijangkau sehingga memudahkan dalam melakukan kegiatan program. Dukungan dari pihak masyarakat setempat serta mendapatkan ijin dari Kepala Desa, Kelian Banjar, dan pemilik UMKM. Edukasi yang diberikan pada kegiatan pengabdian masyarakat pelaku UMKM Busana Adat Ambara *Collection* di Desa Darmasaba terbukti dari tingginya disiplin dalam memperhatikan pendampingan saat memberikan informasi untuk meningkatkan omzet penjualan.



Gambar 1. Tim Melakukan Pengenalan Tentang Penggunaan Pembukuan

Dengan adanya pembukuan tentang modal dan penjualan pemilik UMKM bisa mencatat penjualan dan rincian bahan baku yang digunakan dalam pembuatan produk sehingga lebih jelas kelihatan laba dari UMKM tersebut dalam 1 periode. Tahap selanjutnya adalah pemahaman pemasaran *digital* melalui media sosial



Gambar 2. Tim Melakukan Sosialisasi Tentang Penggunaan Media Sosial

Selanjutnya tahap penambahan atau pencarian karyawan yang dilakukan oleh tim pelaksana. Karyawan juga memiliki peran penting dalam perkembangan bisnis perusahaan, seperti : meningkatkan daya saing perusahaan, memberikan inovasi baru, menjaga citra perusahaan dan meningkatkan jaminan ekonomi para karyawan sehingga di harapkan dapat meningkatkan retensi karyawan di UMKM Busana Adat Bali Ambara *Collection*.



Gambar 3. Tim Melakukan Pencarian Karyawan Lewat Media Sosial



Gambar 4. Tim Melaksanakan Sosialisasi Tentang Pengolahan Limbah Produksi

Tahap terakhir adalah memberikan penyuluhan tentang Covid-19 kepada pemilik UMKM Busana Adat Ambara Collection dengan melaksanakan 3M yaitu, mencuci tangan, memakai masker dan menjaga jarak serta membuat poster dan *handsanitizer* kepada *client* UMKM Busana Adat Bali Ambara Collection.



Gambar 5. Tim Melakukan Penyuluhan Tentang Program Kesehatan Covid-19

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari pengabdian kepada masyarakat adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra adalah memberikan pelatihan dan pendampingan laporan keuangan, pemasaran *digital* lewat media sosial, pengelolaan limbah produksi dan mengimplementasikan pentingnya protokol kesehatan kepada pemilik UMKM Busana Adat Bali Ambara *Collection*.

Saran yang dapat penulis berikan pada UMKM ialah untuk pelaku usaha yang saat ini mengalami krisis ekonomi di masa pandemi Covid-19 untuk bisa secara berkelanjutan memasarkan produk melalui media sosial sehingga dapat menambahkan produk yang bervariasi agar dapat menarik hati konsumen dan dapat memudahkan konsumen, dan masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Awali, H. 2020. Urgensi Pemanfaatan *E-Marketing* Pada Keberlangsungan UMKM Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19. *BALANCA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 1-14.
- Darma Nasution, D. A. 2020. *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian*. *Jurnal Benefita* 5, 212-224.
- Nabilah, Sarfina. 2021. *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM*. *Jurnal Universitas Mataram*. Vol. 1, No. 12.
- Romy Aulia, Dahriansah, Yori Apridon M, Tahun 2021. *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Sarana Promosi Dan Penjualan Produk UMKM*. *Jurnal Pemberdayaan Sosial dan Teknologi Masyarakat*, Vol 1, No 1, Halaman 41-46.