



### OPTIMALISASI PEMASARAN DIGITAL DAN PENERAPAN PEMBUKUAN SEDERHANA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN TOKO EKA

Sagung Oka Pradnyawati<sup>1)</sup>, Kadek Indah Kusuma Dewi<sup>2)</sup>,  
Ni Kadek Mita Lestari<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar  
Email: [sagungoka@unmas.ac.id](mailto:sagungoka@unmas.ac.id)<sup>1</sup>

#### ABSTRAK

UMKM menjadi salah satu sektor yang sangat terdampak atas terjadinya pandemi, begitu pula yang dialami Toko Eka yang telah berdiri sejak tahun 1999 dengan pokok usaha menjual berbagai produk kebutuhan rumah tangga secara ecer maupun grosir dan berlokasi di Sanur, Bali. Permasalahan yang dihadapi meliputi penurunan penjualan yang signifikan karena kunjungan wisatawan dan daya beli masyarakat yang rendah serta tidak ada standar akuntansi yang diterapkan untuk dapat mengevaluasi secara pasti kondisi keuangan di setiap periode. Kegiatan pengabdian masyarakat ini berfokus pada pemasaran digital dan penerapan pembukuan awal sederhana dengan beberapa tahapan meliputi observasi, persiapan, pelaksanaan program, pendampingan dan evaluasi. Pada akhir kegiatan tingkat ketercapaian atas program pemasaran digital melalui media sosial seperti facebook, WhatsApp dan Instagram telah tercapai 100%. Pemesanan barang secara online dan pengantaran yang *real time* menarik perhatian pelanggan. Program kedua terkait sistem pembukuan tercapai 100% dimana Toko Eka dapat mulai mengevaluasi setiap biaya dan kondisi keuangan toko dengan sangat baik.

**Kata Kunci:** pemasaran digital, pembukuan sederhana, penjualan

#### PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di berbagai negara termasuk Indonesia merupakan salah satu penggerak perekonomian rakyat yang tangguh. Hal ini karena kebanyakan para pengusaha kecil dan menengah berasal dari industri keluarga atau rumahan. Usaha mikro adalah usaha yang memiliki elastisitas tinggi dan bisnis yang tahan banting, ini dibuktikan krisis ekonomi yang terjadi seringkali berdampak signifikan terhadap kondisi ekonomi secara global namun tidak berdampak langsung terhadap para pelaku usaha mikro. Begitu juga krisis ekonomi pada dekade berikutnya, pelaku usaha mikro tetap bertahan. Semakin berkembangnya usaha, menuntut para pelaku usaha mikro untuk berhubungan dengan pihak eksternal perusahaan. Misalnya untuk meningkatkan pendanaan, usaha mikro akan berhubungan dengan pihak bank/ lembaga keuangan lainnya. Pihak bank/ lembaga keuangan tersebut biasanya akan mensyaratkan laporan keuangan untuk menilai kelayakan kredit dari usaha tersebut. Karena pada umumnya mereka tidak mempunyai



keterampilan khusus dan sangat kekurangan modal kerja. Oleh sebab itu, produktivitas dan pendapatan mereka cenderung lebih rendah daripada kegiatan-kegiatan bisnis lainnya.

Teknologi digital yang sangat pesat membuat *digital marketing* menjadi salah satu pemasaran atau promosi utama. Dengan menggunakan media digital, strategi pemasaran dapat diukur secara tepat bahkan *real-time*. Selain itu, jangkauan geografis menjadi lebih luas dan cepat. Persaingan bisnis saat ini menjadi tantangan tersendiri bagi para pebisnis di Indonesia (Bambang, 2019) sehingga penting bagi pelaku bisnis khususnya UMKM untuk dapat menggunakan *digital marketing* sebagai metode pemasaran produk.

Guna meningkatkan kembali pendapatan pada ranah UMKM alternatif yang dapat dilakukan yaitu dengan cara memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk yang dijual. Pemasaran dengan memanfaatkan media sosial layak dilakukan karena tidak menggunakan banyak biaya. Selain itu, promosi dengan media sosial lebih mudah diakses oleh semua masyarakat utamanya di era digitalisasi ini. Pemasaran merupakan suatu komponen yang sangat penting di dalam sebuah bisnis, menurut Kotler & Armstrong (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. Dengan adanya sosial media marketing memudahkan para pelaku usaha untuk berinteraksi dengan pelanggannya secara online. Biaya yang dikeluarkan tidak terlalu besar dan tidak ada batasan waktu selama tersambung dengan internet. Media sosial berperan saat pemasaran kegiatan perusahaan membentuk hubungan individu dengan pelanggan dan memberi perusahaan peluang untuk mengakses pelanggan (Kelly *et al.*, 2010).

Sisi berbeda yang tak kalah penting adalah evaluasi dan monitoring kondisi keuangan khususnya penjualan. Proses evaluasi dan monitoring dapat berjalan apabila tersedia informasi yang dapat digunakan. Informasi tersebut dapat diperoleh pada data keuangan sehingga pembukuan atau akuntansi dasar mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha bagi pemilik, pengelola, dan pegawai usaha mikro. Informasi akuntansi dapat menjadi dasar yang andal bagi pengambilan keputusan ekonomis dalam pengelolaan usaha mikro.



Kebanyakan pelaku usaha hanya mencatat jumlah uang yang diterima dan dikeluarkan, jumlah barang yang dibeli dan dijual, dan jumlah piutang/utang. Namun pencatatan itu hanya sebatas pengingat saja dan tidak dengan format yang memudahkan untuk menyusun laporan keuangan sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku.

Salah satu UMKM di Provinsi Bali adalah Toko Eka yang merupakan usaha keluarga berdiri pada tahun 1999 yang beralamat di Jalan Batur Sari No.37, Sanur Kauh . Bermula dari usaha kecil yang menjual barang eceran keperluan rumah tangga lalu meningkat pada penjualan dan semakin berkembangnya jaman Toko Eka mampu menjual barang secara grosir. Tetapi pada saat Indonesia mengonfirmasi kasus pertama infeksi virus Corona di Maret 2020, penjualan Toko Eka mulai menurun diakibatkan oleh pandemi. Perubahan yang terjadi seperti pemilik restoran yang biasa membeli supply perlengkapan di Toko Eka tidak lagi membeli barang dikarenakan terbatasnya kegiatan pariwisata. Kegiatan pengabdian ini berfokus pada peningkatan pendapatan melalui penjualan Toko Eka dengan menggunakan metode penjualan secara digital melalui aplikasi *Whatsapp*, *facebook* dan *instagram*. Selain penjualan yang menurun, keterbatasan pelaporan dan pembukuan pada Toko Eka juga menjadi salah satu hambatan dalam melakukan evaluasi dan monitoring keuangan sehingga pengabdian ini juga turut memberikan pelatihan khususnya pengelolaan pembukuan yang dimulai dari pembukuan sederhana sehingga kedepannya pihak Toko Eka mampu mengelola pembukuan dengan baik dan juga dapat mengetahui peningkatan penjualan di masa pandemi ataupun laba/rugi yang dialami oleh toko.

### **METODE**

Metode pelaksanaan adalah prosedur atau cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan tertentu dalam suatu usaha atau kegiatan tertentu yang dilakukan untuk mewujudkan rencana atau program dalam kenyataannya. Adapun tahapan atau langkah –langkah penerapan program yang telah diusulkan dimulai dari tahap persiapan/observasi hingga tahap evaluasi adalah sebagai berikut:

1. Tahap observasi  
Pada tahapan ini tim pengabdian mencari informasi dan permasalahan apa yang dihadapi pada UMKM Toko Eka dengan terjun langsung ke lapangan.
2. Tahap persiapan  
Pada tahapan ini tim pengabdian melakukan persiapan seperti jadwal kegiatan sampai bahan dan juga media yang akan digunakan dalam program kerja.
3. Tahap pelaksanaan  
Pada tahapan ini tim pengabdian membuat akun media sosial *WhatsApp*, *facebook* dan *instagram*, menyampaikan bagaimana mengemas produk dengan logo itu sangat penting agar menarik perhatian konsumen dan pelatihan pengelolaan dan pembukuan yang baik.
4. Pendampingan  
Pada tahapan ini tim pengabdian mendampingi masyarakat sasaran selama menjalankan program kerja yang telah dibuat guna kemajuan pada UMKM Toko Eka.
5. Evaluasi  
Pada tahap ini tim pengabdi melakukan evaluasi terhadap UMKM Toko Eka, untuk mengetahui apakah dengan proker yang diterapkan dapat membantu meningkatkan penjualan pada UMKM Toko Eka.  
Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah:
  - 1) Promosi akun media social seperti, *WhatsApp*, *facebook* dan *Instagram*.
  - 2) Penerapan pembukuan sederhana penjualan pada UMKM Toko Eka.

**Tabel 1.**

No.	Kegiatan	Metode Pelaksanaan	Metode Pendekatan
1.	Membantu UMKM Toko Eka mempromosikan produknya melalui media sosial.	Eduksasi, Pelatihan dan Pendampingan	Pendekatan dilakukan secara langsung dengan datang langsung ke lokasi UMKM Toko Eka.



No.	Kegiatan	Metode Pelaksanaan	Metode Pendekatan
2.	Pembuatan pembukuan sederhana penjualan pada UMKM Toko Eka.	Pelatihan dan Pendampingan	Pendekatan dilakukan secara langsung dengan datang langsung ke lokasi UMKM Toko Eka.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Ketercapaian kegiatan dalam strategi promosi melalui media digital untuk menstabilkan dan meningkatkan penjualan barang dagang ini telah berhasil di laksanakan dengan adanya penyusunan strategi promosi melalui media digital, penerapan pembukuan penjualan dan pembuatan tulisan mencuci tangan.

**Tabel 2.** Realisasi Capaian Program Kerja

No	Proker	Spesifikasi Kegiatan	Realisasi
1.	Optimalisasi pemasaran digital	Promosikan melalui media sosial seperti <i>WhatsApp, Facebook dan Intagram</i>	100%
2.	Penerapan pembukuan sederhana penjualan dalam meningkatkan penjualan toko eka	Penerapan pembukuan sederhana penjualan agar UMKM Toko Eka dapat mengetahui peningkatan penjualan di masa pandemi ini.	100%

**Tabel 3.** Pembuatan Pembukuan Sederhana Penjualan

Toko Eka	
Laporan Laba Rugi	
Tanggal 14-19 Maret 2022	
<b>Pendapatan</b>	
Penjualan Kotor	Rp. 44.800.000
Pembelian	(Rp. 41.266.500)
<b>Penjualan Bersih</b>	<b>Rp. 3.532.500</b>
<b>Beban</b>	
Beban Listrik, Air	Rp. 200.000
Beban Gaji	Rp. 600.000 +
<b>Total Beban</b>	<b>(Rp. 800.000)</b>
<b>Pendapatan Bersih</b>	<b>Rp. 2.732.500</b>

Faktor pendukung keberhasilan kegiatan adalah

1. Pimpinan toko yang mendukung terlaksananya kegiatan.
2. Partisipasi dari karyawan dalam mendukung terlaksananya kegiatan.
3. Ketersediaannya fasilitas yang memadai dalam menjalankan kegiatan.

Partisipasi karyawan dalam kegiatan strategi promosi *online* dan penerapan pembukuan sederhana penjualan sangat tinggi, terbukti dari tingginya tingkat kehadiran mereka dalam proses pelaksanaan kegiatan dan partisipasi dari *customer* yang mau mematuhi aturan protokol kesehatan di area toko sehingga membuat kegiatan ini berjalan dengan lancar.

## **SIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan Toko Eka sebagai sasaran kegiatan berfokus pada penggunaan digital marketing sebagai metode pemasaran toko dengan menggunakan berbagai media sosial, selain itu program kerja lainnya adalah pada perbaikan tata kelola keuangan dengan memberikan pelatihan, edukasi dan pendampingan terkait pembuatan pembukuan sederhana agar Toko dapat mengetahui laba/rugi perusahaan dan berbagai informasi lainnya terkait penjualan produk dimana penggunaan informasi keuangan tersebut dapat digunakan untuk melakukan monitoring dan evaluasi Toko Eka.

Ketercapaian masing-masing program kerja mencapai seratus persen baik dari penggunaan sosial media dalam promosi begitupula pembuatan pembukuan sederhana. Hasil kegiatan pengabdian juga kedepannya akan senantiasa dimonitoring untuk memastikan bahwa terjadi peningkatan penjualan atas penggunaan sosial media dan pembukuan keuangan Toko ke depannya dapat lebih kompleks.

## **UCAPAN TERIMA KASIH (OPSIONAL)**

Terima kasih kepada berbagai pihak yang telah terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, khususnya disampaikan kepada pimpinan, karyawan dan semua yang terlibat pada kegiatan pengabdian dari Toko Eka.



### DAFTAR RUJUKAN

- Dahlan, T., Murfiah, U., & Indriani, R. (2018). Pelatihan Pembukuan Sederhana bagi UKM Kerajinan Anyam Pandan di Kecamatan Rajapolah, Tasikmalaya. *Jurnal Solma*, 7(2), 153-160.
- Kelly, L., Kerr, G., & Drennan, J. (2010). Avoidance of advertising in social networking sites: The teenage perspective. *Journal of interactive advertising*, 10(2), 16-27.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* Edisi Ke 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip,. & Armstrong, Gary. (2014). *Principle Of Marketing*. 15<sup>th</sup> Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Maucash.id. (2020). Dampak Covid-19 terhadap sector UMKM di Indonesia
- Wijayanti, T. (2012). *Marketing plan. Dalam bisnis second edition*, Jakarta, PT Elex Media Komputindo.
- Hapsari, Andari, Hasanah. (2017). Model Pembukuan Sederhana Bagi Usaha Mikro Di Kecamatan Kramatwatu Kabupaten Serang, Universitas Serang Raya.