

**SAAT PANDEMI COVID-19: PENJUALAN DAN PEMBUKUAN SECARA
DARING DENGAN PENINGKATAN APLIKASI/KONTEN ONLINE**

***DURING THE COVID-19 PANDEMIC: ONLINE SALES AND BOOKKEEPING
WITH INCREASED ONLINE APPLICATIONS / CONTENT***

¹Nur Asmilia, ²Siti Hanah, ³Listya Sugiyarti

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang Tangerang Selatan

Email : ¹dosen02321@unpam.ac.id; ²titi.hanah@gmail.com; ³listya.sugiyarti@unpam.ac.id

ABSTRACT

The Purpose of this community service Research (PKM) is to indentify the Role of online sales and bookkeeping with the increase in online applications/content during the Covid-19 Pandemic for commitees of parents or teachers who have home businesses and online content, and their child goes to Little Bee House (LBH) Pamulang. This Community Service is carried out online both for surveys, face-to-face indentification of problems via online, couching, counselling, mentoring and exposure using qualitative methods. Collecting data using observation techniques, interviews, book studies, magazines, web site, discussion grouos and documentation. Namely using in-depth and comprehensive analysis of the object of research, starting by describing the indentification of the designated value by careful observation, so that the problem points ate found and the solution is enlightened. The Results showed that the parent of Little Bee Students/Teacher had the potential in the covid-19 Pandemic Era to be able to do online sales and bookkeeping by increasing online applications/content both for internal fellow student guardians or teachers and externally selling out of school. The most important thing is to always want to do and always find out potential sales development that are needed by the community today, sharing on an internal basis and taking action. If these organizations come together to form and business and support each othe, they will slowly grow to become Micro. Small and Medium Enterprise (MSMES) that can counted in the Pamulang Area.However, it was found that at this time they needed a mentor who could unite and carry their sales and bookkeeping to be more efficients and effective using online or the era of digitalization, and this moment is perfect for PAmulang University's Academic team to conduct its research.

Keywords : The Covid-19 Pandemic, Sales, Online Bookkeeping, Online Application Improvement

ABSTRAK

Tujuan Penelitian Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini untuk mengidentifikasi Peran Penjualan dan pembukuan secara Daring dengan peningkatan aplikasi/konten online saat Pandemi Covid -19 untuk komite orang tua murid atau guru yang memiliki usaha rumahan dan konten online, dan anak mereka bersekolah di Little Bee House (LBH) Pamulang. Pengabdian kepada Masyarkat ini dilakukan secara daring baik untuk survey, indentifikasi permasalahan secara tatap muka via online, couching,counselling, mentoring dan paparan dengan menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data menggunakan tehnik observasi, wawancara, kajian buku, majalah, web, site, grup diskusi dan dokumentasi. Yaitu menggunakan analisis secara mendalam dan komprehensif mengenai objek penelitian, dimulai dengan memaparkan indentifikasi nilai yang ditunjuk dengan pengamatan secara cermat , sehingga ditemukan titik permasalahan dan pencerahan solusi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orangtua murid/guru little bee mempunyai potensial di Era Pandemi covid-19 ini untuk dapat melakukan penjualan dan pembukuan secara daring dengan peningkatan aplikasi/konten online baik untuk internal sesama wali murid atau guru dan external melakukan penjualan keluar sekolah. Terpenting selalu mau melakukan dan selalu cari tahu perkembang potensial penjualan yang dibutuhkan masyarakat saat ini, sharing secara

continue di internal dan action. Jika organisasi ini bersatu membentuk sebuah usaha dan saling mendukung, secara pasti perlahan akan tumbuh menjadi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang dapat diperhitungkan di area Pamulang. Namun ditemukan saat ini mereka membutuhkan mentor yang dapat menyatukan dan membawa penjualan dan pembukuan mereka agar lebih efisien dan efektif menggunakan Daring atau era digitalisasi, dan moment ini tepat sekali tim akademis universitas Pamulang melakukan penelitiannya.

Kata Kunci : Pandemi Covid-19, Penjualan, Pembukuan Daring, Peningkatan Aplikasi Online

PENDAHULUAN

Pendidikan melalui formal dalam organisasi sekolah tidak terlepas dari dukungan sekolah itu sendiri, guru, para orang tua dan masyarakat sekitar. Playgroup dan Kindergarten Little Bee House Pamulang salah satu diantara sekolah yang berada di permata pamulang, rawakalong, Tangerang Selatan. Usaha Rumahan/Home Industry Para Komite dan Orang Tua juga masih sekitaran Pamulang dan perbatasan Bogor, dimana tidak jauh dari keberadaan Little Bee House Pamulang. Atas Dasar potensi ini maka Usaha Rumahan/Home Industry antara orangtua murid dan guru berpotensi untuk menjadi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang punya prospek berkembang saat ini dan yang akan datang.

A. Permasalahan Mitra

Usaha kesejahteraan sosial mengacu pada program, pelayanan, dan berbagai kegiatan yang secara konkret berusaha menjawab kebutuhan ataupun masalah-masalah yang dihadapi anggota masyarakat. Usaha kesejahteraan social dapat diarahkan pada individu, keluarga, kelompok atau komunitas. Salah satu dari kesejahteraan ekonomi yang mengarah ke keluarga adalah dengan memiliki usaha rumahan/home industry mandiri, terlebih kesejahteraan keluarga saat pandemic Covid19 harus tetap terjaga dan potensi tetap bahagia.

Dari uraian diatas, setiap orang memiliki penghasilan dan peningkatan penghasilan demi memenuhi kesejahteraan ekonomi keluarga, meskipun dengan kondisi pandemi Covid19 penghasilan yang menurun harus dapat ditingkatkan. Persoalan yang dihadapi oleh Mitra yaitu Komite dan Orang Tua Murid sebagai berikut:

1. Mitra memiliki masalah penurunan penghasilan dari usaha rumahan/home industry/produk reseller yang dimiliki Komite/Orang tua.

2. Adanya PHK, pemotongan gaji, lockdown pekerjaan yang dirasakan oleh orang tua yang memiliki pekerjaan sebagai karyawan.

Melalui Undang-undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 pasal 1 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), bahwa “home industry merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Untuk itulah peningkatan penghasilan dari usaha rumahan/home industry harus berinovasi. Inovasi dapat berbentuk sistem penjualan yang selama ini off line menjadi online. Atau sistem penjualan yang selama ini sudah online namun lebih ditingkatkan lagi dengan aplikasi dan konten online.

Menurut Thoyibie (2010), social media adalah konten berisi informasi, yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama dan dengan khalayak umum. Dewasa ini, praktek pemasaran melalui social media mulai berkembang dan digunakan sebagai alat pemasaran produk mempromosikan merek dan brand suatu perusahaan. Pemasaran dengan cara online saat ini menjadi lebih efektif, selain biaya operasional yang murah juga lebih praktis.

Sama halnya Pemasaran melalui Internet menjadi paradigma baru, Internet marketing atau yang sering disebut pemasaran online pada dasarnya adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan secara online melalui penggunaan teknologi internet (Jones, Malczyk, et. al, 2010: 4). Social media marketing merupakan proses yang memberdayakan individu atau perusahaan untuk mengiklankan website, produk atau layanan online dan melalui saluran sosial untuk berkomunikasi dengan sebuah komunitas yang jauh lebih besar yang tidak mungkin tersedia melalui saluran periklanan tradisional (Drury, 2008:274). Jenis media yang terdapat dan mensupport internet marketing dapat digunakan sebagai alternatif untuk proses pemasaran dan melakukan interaksi dengan konsumen menurut Stelzner (2013: 29-36) terdiri dari Youtube, Facebook, Twitter, Blogs, LinkedIN, Google+, Pinterest, Photo Sharing Sites, Forums, Podcast, Social Bookmarking, Geo Locations, Q&A Sites, dan Daily Deal.

Berdasarkan uraian masalah yang dihadapi oleh mitra, maka disepakati bahwa masalah utama yang dihadapi oleh mitra adalah penurunan penghasilan dari usaha rumahan/home industry/produk reseller. Selain itu terjadi penurunan

penghasilan karena adanya PHK, pemotongan gaji, lockdown kerjaan. Dalam melakukan penyuluhan dalam hal peningkatan aplikasi dan konten online dalam penjualan/pembukuan daring dengan tujuan agar penghasilan mitra dapat meningkat disaat Pandemi Covid19.

Era digital menuntut banyak dari mereka menggunakan jasa internet untuk pengembangan bisnis. Perusahaan yang tidak mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman akan cenderung tidak ber-kompetitif. Masyarakat, khususnya konsumen di Indonesia sudah banyak yang “melek” digital. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan pengguna sosial media masyarakat yang semakin meningkat. Rogers dalam Cangara (2014), menyatakan bahwa strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Untuk itu, pemilihan strategi harus dilakukan dengan hati-hati dalam perencanaan komunikasi, karena hasilnya bisa fatal jika keliru dalam pemilihan strategi, terutama kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga.

Di lain sisi, perkembangan teknologi membuat kondisi semakin dinamis dan menuntut perusahaan untuk bergerak mengikuti kemajuan yang ada jika tidak mau tertinggal atau ingin bersaing dengan kompetitor usaha serupa. Terkait dengan prinsip ekonomi dimana seseorang selalu menginginkan keuntungan sebanyak-banyaknya dan selalu bertambah dengan tidak merugi juga secara biaya operasional yang dikeluarkan. Oleh karena itu di era new media saat ini, banyak usaha yang berkembang di masyarakat mulai beralih dan memanfaatkan media digital untuk memasarkan produk bisnisnya yaitu dengan menggunakan media online tersebut sebagai media massa yang interaktif dibandingkan media konvensional sebelumnya. Bill Kovach menyatakan terjadi sebuah persilangan antara konsumen dan produsen atau prosumen (Kovach, 2006). Peneliti menafsirkannya sebagai kondisi dimana pengguna sosial media yang mempublikasikan pesan pemasaran dapat menjadi sasaran target pesan pemasaran oleh pengguna lainnya. Keberhasilan strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu riset, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi terhadap hasil bauran pemasaran (marketing mix). Peran komunikasi disini akan menjadi jembatan antara produsen dan konsumen, sehingga konsumen dapat memahami dengan baik dan akhirnya memutuskan untuk selalu setia menggunakan produk-produk yang ditawarkan.

Selain penjualan/pemasaran melalui daring/online, usaha juga didukung oleh pembukuan yang terencana, rapi, efektif dan efisien juga akuntabel. Pelaku bisnis UMKM sebenarnya menyadari akan pentingnya membuat laporan keuangan yang sesuai standar. Namun hasil penelitian Chabra dan Pattanayak menyatakan bahwa hambatan terbesar dalam penerapan standar akuntansi untuk UMKM adalah “waktu”. Pelaku bisnis UMKM tidak memiliki waktu untuk membuat laporan keuangan yang baik. Sementara mereka tidak mampu juga untuk membayar staf akuntansi yang kompeten di bidangnya. Oleh karena itu, hadirnya aplikasi akuntansi yang mempermudah pembukuan keuangan para pelaku UMKM menjadi salah satu alternatif solusi dalam mengatasi persoalan tersebut. Sebagaimana kita tahu bahwa aplikasi akuntansi yang saat ini telah hadir di pasaran sudah dilengkapi modul penjualan, pembelian, stok, hingga laporan keuangan lengkap. Para pelaku UMKM hanya perlu input transaksi maka semua pengerjaan pembukuan dilakukan oleh sistem (<https://softwareaccurate.id/aplikasi-akuntansi-pembukuan-keuangan-gratis/>).

Dalam pengabdian ini mitra diberikan penyuluhan bagaimana cara meningkatkan penjualan daring dengan aplikasi dan konten online, begitu juga dengan pembukuan yang dibuat dapat menggunakan aplikasi online. Karena dengan mereka melakukan hal ini akan meningkatkan penghasilan mereka.

B. Solusi Permasalahan

Permasalahan yang sudah diuraikan dibagian sebelumnya yaitu penjualan dan pembukuan secara daring dengan peningkatan aplikasi dan konten online sebagai berikut:

Membantu mitra dalam hal peningkatan penghasilan usaha rumahan/home industry/produk reseller dengan peningkatan aplikasi dan konten online.

Di lain sisi, perkembangan teknologi membuat kondisi semakin dinamis dan menuntut perusahaan untuk bergerak mengikuti kemajuan yang ada jika tidak mau tertinggal atau ingin bersaing dengan kompetitor usaha serupa. Terkait dengan prinsip ekonomi dimana seseorang selalu menginginkan keuntungan sebanyak-banyaknya dan selalu bertambah dengan tidak merugi juga secara biaya operasional yang dikeluarkan. Oleh karena itu di era new media saat ini, banyak usaha yang berkembang di masyarakat mulai beralih dan memanfaatkan media digital untuk memasarkan produk bisnisnya yaitu dengan menggunakan media online tersebut

sebagai media massa yang interaktif dibandingkan media konvensional sebelumnya. Peran komunikasi disini akan menjadi jembatan antara produsen dan konsumen, sehingga konsumen dapat memahami dengan baik dan akhirnya memutuskan untuk selalu setia menggunakan produk-produk yang ditawarkan.

Selain penjualan/pemasaran melalui daring/online, usaha juga didukung oleh pembukuan yang terencana, rapih, efektif dan efisien juga akuntabel. Pelaku bisnis UMKM sebenarnya menyadari akan pentingnya membuat laporan keuangan yang sesuai standar.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang dilakukan pada kegiatan pengabdian pada Komite dan orang tua Little Bee House adalah melakukan penyuluhan penjualan daring dan pembukuan secara daring dengan menggunakan aplikasi dan konten online.

Deskripsi lengkap bagian metode pelaksanaan untuk mengatasi permasalahan sesuai tahapan berikut adalah:

- a. Bagaimana partisipasi mitra dalam pelaksanaan program
- b. Bagaimana evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan Pengabdian selesai dilaksanakan.
- c. Pengabdian Kepada Masyarakat ini bentuk lanjutan sebelumnya yang berfokus hanya pada Komite nya saja.

PKM secara online ini dengan menggunakan metode tersebut diatas secara periodik dilakukan evaluasi guna membantu bisnis tetap jalan dan pembukuan daringnya efektif , sehingga target untuk tetap mempertahankan penjualan atau meningkatkan penjualan tetap dapat berjalan walau dalam situasi pandemic covid-19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penerapan metode yang dilakukan dalam pengabdian bahwa Strategi yang harus dilakukan UMKM atau usaha rumahan/online saat ini:

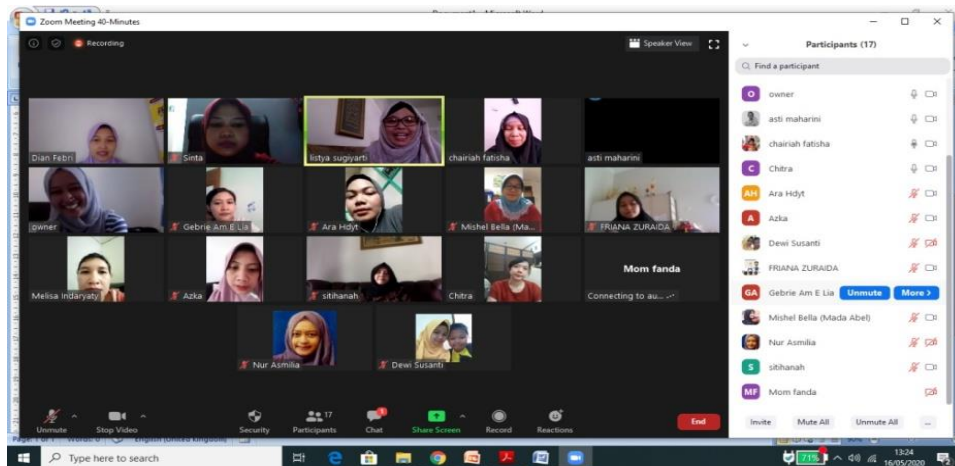
1. Pengabdian melakukan penyuluhan dalam hal manage keuangan dimasa Pandemi Covid-19 ataupun di masa depan:
 - a. Periksa kondisi keuangan , hal ini untuk tetap menjaga liquiditas bisnis berjalan dan bedakan antara uang bisnis dan uang pribadi atau dengan kata lain jika mau

- uang tersebut mau digunakan , yang dipakai labanya dan itupun se efisien mungkin gunakan 50% laba untuk hidup biaya operasioanal , 50% laba untuk mempertahankan/mengembangkan usaha.
- b. Periksa status aset dan hutang (jumlah aset dikurangi hutang), jangan sampai hutang lebih besar dari aset, hal ini untuk UMKM kurang elok
 - c. Buat bussness plan baru di sesuaikan dengan masa pendemi 19, baik dari strategi bisnis, strategi distribusi, sistem modal dan pola pengeluarannya.
 - d. Catat pola pengeluaran baik dari pengeluaran primer seperti biaya operasional harian, gaji karyawan jika punya karyawan, dan pengeluara sekunder (investasi) dan alihkan biaya pengeluaran investasi tambahan
 - e. Lakukan manajemen Risiko, melakukan analisa risiko untuk bisnis yang dijalankan saat ini, apakah kita mau menanggung risiko sendiri, atau mau di alihkan ke orang.
2. Setelah pengabdian/narasumber melakukan paparan strategy dan terjadi tanya jawab pendapat dari peserta, kami coba tawakan solusi sebagai berikut :
- a. Memperbaiki kualitas produk atau layanan memperbaiki kualitas produk ataupun layanannya serta berhenti sejenak untuk mengembangkan strategi penawaran produk barang atau jasa yang menjadi basis bisnisnya. Seringkali, para pelaku usaha tidak menyadari perbedaan antara perbaikan produk dan pengembangan penawaran.
 - b. Manfaatkan tehcnology dengan optimalà ada dasarnya, terdapat tiga bahan bakar utama dalam berbisnis, yaitu waktu, energi, dan uang. Kebanyakan pelaku usaha memiliki uang, tetapi tidak memiliki waktu dan energi karena dihabiskan oleh pencatatan manual dan cara-cara tradisional contoh digital marketing, dengan melukan digitalisasi baik untuk pemasaran maupun pencatatan keuangan hasilnya lebih efektif dan efisien
 - c. Persiapkan bisnis untuk lebih berkembang saat ini lebih disebabkan oleh health crisis dengan pola masyarakat yang hanya menahan daya beli, bukan tak memiliki kemampuan membeli.
3. Dalam pandemic ini sebagai pengusaha baik usaha kecil, menengah dan besar dibutuhkan minset positif untuk meyakinkan diri kita bahwa dalam ujian ini kita

mampu dan Allah pasti bantu, untuk itu kita butuh motivasi untuk diri sendiri atau jika bisa membantu motivasi orang lain, karena dengan adanya mindset positif hal ini akan meningkatkan imun dan akhirnya memberi kesehatan untuk dapat melawan penyakit covid 19. Peribahasa menyatakan “ Didalam tubuh yang sehat terdapat jiwa yang sehat” dan otomastis jika kita sehat akan dapat berfikir jernih dan luarannya akan lebih baik dalam kita berbisnis. Pentingnya motivasi diri :

- a. kesehatan dan menjaga imunitas tubuh seperti mentaati protocol kesehatan seperti menggunakan masker, mencuci tangan dengan sabun, penting juga menjaga iman, menjaga harapan, dan menjaga pikiran.
- b. Membatasi tontonan yang membuat kita pesimis dan berfikir positif
- c. Sesulit apapun kita harus tetap harus mempunyai harapan. Sesulit apapun keadaannya harus bertahan. Kita harus tetap bisa fokus ke depan dan raih kemenangan,
- d. Sabar, syukur inline ke Allah

“Ibarat sebuah kapal yang diterjang badai, kita tidak menerbangkan layar, atau menurunkan jangkar, tetapi membiarkan kapal mengikuti gelombang. Bukan berarti berdiam diri, melainkan mempersiapkan bisnis dan tim. Jadi ketika ada sesuatu yang urgent, kita siap ambil tindakan, kalau kondisi normal juga lagi bisa ngebut. Intinya jangan diam di masa krisis,”



Gambar 1. Pemaparan Materi Melalui Zoom

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari paparan yang sudah kami bahas diatas, berikut adalah kesimpulan yang dapat dipaparkan:

1. Para Orang tua murid/guru yang memiliki usaha rumahan/online dapat manage keuangan dengan baik dimasa Pandemi Covid-19 ataupun di masa depan. Dengan cara dapat mencadangkan keuntungan usahanya, dapat lebih bijak dalam menyisihkannya dalam bentuk tabungan, investasi dan memikirkan risiko yang akan ditanggung.
2. Para Orang tua murid/guru yang memiliki usaha rumahan/online dapat memperbaiki kualitas produk atau layanan: untuk mengembangkan strategi penawaran produk barang atau jasa yang menjadi basis bisnisnya. Dengan cara penjualan dan pembukuan secara online dengan meningkatkan konten online agar dapat meningkatkan pendapatan.

B. Saran

Berdasarkan hasil pengabdian kepada komite orang tua murid dan guru yang memiliki usaha rumahan/online bahwa perlu diberikan penyuluhan dan pelatihan berkelanjutan terkait pengelolaan keuangan dan pembukuan yang akuntabel dan konsiten dan manage dokumen hard file dan soft file dengan aplikasi/fasilitas yang memadai, sehingga kinerja dari tim komite akan lebih baik lagi kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. 2014. Perencanaan & Strategi Ilmu Komunikasi, edisi Revisi. Jakarta: Rajagrafindo.
- Drury, Glen. (2008). Social Media: “Should Marketers Engage and How Can it be Done Effectively”.
- Kovach, Bill. Tom. Rosenstiel. 2006. Sembilan Elemen Jurnalisme. Jakarta : Yayasan Pantau.
- Rizal, A. S., Sugiyarti, L., Atmaja, S. N. C. W., Oktavianna, R., & Benarda, B. (2019). Application of Social Media Marketing with Facebook Ads in the Water Gate Fish Cultivator Group in Jampang Village [Penerapan Social Media Marketing Dengan Facebook Ads Pada Kelompok Pembudidaya

Ikan Pintu Air Desa Jampang]. *Proceeding of Community Development*, 2, 825-830.

Stelzner, A. Michael. (2013). 2013 Social Media Marketing Industry Reports: How Marketeers are Using Social Media to Grow Their Businesses. Social Media Examiner.

Undang-Undang Dasar Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pasal 1 Ayat 1.

Undang-Undang Dasar Nomor 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial Pasal 1 Ayat 1.

<https://softwareaccurate.id/aplikasi-akuntansi-pembukuan-keuangan-gratis>.