

PELATIHAN STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK DAN PEMBUATAN LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA PADA BEFO

Efi Fitriani¹, Dani Ramdani², Bimbim Maghriby³

¹Fakultas Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi EKUITAS
Jalan. P.H.H Mustofa No 31 Bandung, 40134
Telp. (022) 70778332
e-mail : efi_rani@yahoo.co.id

²Fakultas Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi EKUITAS
Jalan. P.H.H Mustofa No 31 Bandung, 40134
Telp. (022) 70778332
e-mail : alfarisy_dani@yahoo.com

³Fakultas Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi EKUITAS
Jalan. P.H.H Mustofa No 31 Bandung, 40134
Telp. (022) 70778332
e-mail : bimbim_maghriby@yahoo.com

ABSTRACT

The community service program aims to provide training on methods for increasing product sales, making halal certification from MUI and making simple financial financial statements on Befo. The specific target to be achieved is to be able to increase sales of Befo products, and make financial reports simply. The method used is to provide training in a strategy method for increasing product sales and training in terms of simple financial reporting. With the training that will be provided by the implementation team, the Befo business is expected to be more developed with the increase in product sales and simple financial reports. The results of this service are the implementation of training strategies to increase sales of simple financial reporting products on Befo. Then the other results achieved were an increase in business circulation in product sales and a simple financial report on Befo.

Keywords: *Training Methods for Increasing Product Sales Strategies, Training on Making Financial Statements Simply*

ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan tentang metode strategi peningkatan penjualan produk, pembuatan sertifikasi halal dari MUI dan pembuatan laporan keuangan sederhana pada Befo. Target khusus yang ingin dicapai adalah dapat meningkatkan penjualan produk Befo, dan membuat laporan keuangan secara sederhana. Metode yang digunakan adalah dengan memberikan pelatihan metode strategi peningkatan penjualan produk dan pelatihan dalam hal pembuatan laporan keuangan secara sederhana. Dengan adanya pelatihan yang akan diberikan oleh tim pelaksana, usaha Befo diharapkan akan lebih berkembang dengan terjadinya peningkatan penjualan produk dan adanya laporan keuangan secara sederhana. Hasil yang dicapai dari pengabdian ini adalah terlaksananya pelatihan strategi peningkatan penjualan produk pembuatan laporan keuangan sederhana pada Befo. Kemudian hasil lain yang dicapai adalah terjadinya peningkatan peredaran usaha pada penjualan produk dan adanya laporan keuangan yang sederhana pada Befo.

Kata Kunci : *Pelatihan Metode Strategi Peningkatan Penjualan Produk, Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan Secara Sederhana*

I. PENDAHULUAN

Befo adalah usaha kue yang terletak di Jl. Sekelimus IV No.5.Bandung. Usaha Befo dimulai pada bulan januari 2016 yaitu berbentuk cafe yang menjual kue juga makanan lainnya. Kemudian sejak april 2017 Befo hanya melayani konsumen dalam bentuk pemasaran secara online. Befo memproduksi pie susu yang dikemas dengan berbagai varian rasa, seperti keju, coklat, strawberry dan brownies. Befo mempunyai kelebihan dibandingkan dengan pie susu lainnya, dengan varian rasanya dan ukuran yang besar

Sekarang ini Befo hanya melayani konsumen melalui pemesanan secara online. Biasanya setiap bulan terdapat 10 unit pesanan oleh konsumen. Pada saat menjelang lebaran penjualan mencapai 100 unit. Sehingga pemilik merasa kesulitan melayani pemesanan yang begitu banyak Kemudian setelah lebaran penjualan menurun kembali yaitu 10 unit per bulan. Dan sekarang ini pemesanan dari konsumen hanya 5 unit perbulan. Penurunan penjualan tentunya menjadi masalah bagi si pemilik Befo tersebut. Karena keuntungan yang diterima sedikit sekali.

Dari berdirinya hingga sekarang yang saat ini baru memasuki tahun ketiga, Befo merupakan usaha kue yang baru memasuki pasar kue, dimana sebelumnya sudah banyak prosuden kue yang terdapat di Kota Bandung. Para pesaing memang sudah memperoleh konsumen yang sangat banyak, karena produk mereka sudah dikenal masyarakat baik yang berasal dari bandung maupun luar bandung.

Karena produk masih tergolong baru, dalam *product life cycle* maka produk tersebut masih tergolong dalam tahapan *introduction*, dan baru memasuki tahap *growth* sehingga strategi yang harus dilakukan adalah peningkatan promosi diberbagai media sosial maupun media cetak dan juga memasarkan produknya di luar Kota Bandung. Sehingga masyarakat lebih mengetahui keberadaan produk tersebut.

Disamping itu Befo belum mempunyai gerai yang dapat melayani konsumen langsung. Sehingga konsumen hanya bisa dilayani dengan pemesanan secara online saja. Sekarang baru ada terobosan baru dari Befo yaitu membuka gerai di kampus sehingga usaha ini menjadi binaan kampus.

Sampai saat ini, usaha yang dilakukan untuk meningkatkan hasil penjualan yaitu dengan cara melakukan promosi ke berbagai media sosial yang diantaranya yaitu media facebook, instagram dan lain-lain. Dan memang promosi yang dilakukan harus lebih banyak. Tapi memang bukan saja promosi yang harus dilakukan bagi owner, usaha lain yang harus dilakukan adalah mengubah atau melakukan pembaharuan produk dalam hal ini adalah menciptakan cita rasa yang lebih unik dan menambah varian rasanya. Dengan usaha-usaha dalam peningkatan kualitas produk dan promosi yang lebih luas lagi diharapkan nantinya akan dapat meningkatkan penjualan kembali sehingga bisa menyaingi pesaing-pesaing lain yang memang sudah lebih dahulu dikenal masyarakat.

Sekarang ini begitu banyak kue yang diciptakan dengan berbagai merk dan dan cita rasa yang sejenis, tentunya owner harus lebih jeli lagi dalam hal menyaingi kebutuhan konsumen sehingga apa yang ditawarkan kepada konsumen adalah memang yang benar-benar yang diminati dan disukai oleh konsumen.

Sebenarnya Befo mempunyai peluang yang bagus untuk menyaingi kue-kue yang lain karena bahan dasar kue ini adalah pie yang tentunya disukai oleh konsumen. Hal ini harus bisa dicermati, terdapat kecocokan segmentasi pasar terhadap produk Befo.

Segmentasi pasar adalah sebuah metode untuk memandang pasar secara kreatif. Hal ini artinya pebisnis harus mengetahui produk yang dihasilkan akan dijual kepada siapa, dalam hal ini adalah konsumen yang mana yang akan ditawarkan. Jika menawarkan produk kepada konsumen yang tidak membutuhkan produk tersebut walaupun produk itu unik dan bernilai, maka pemasaran akan menjadi percuma.

II. MASALAH

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh tim kepada mitra, maka ada beberapa masalah yang dihadapi antara lain:

1. Adanya penurunan pemesanan produk dari konsumen
2. Belum adanya laporan keuangan yang memadai

III. METODE PELAKSANAAN

Metodologi pelaksanaan pada pengabdian ini menggunakan proses pelatihan dan konsultasi dengan tiga tahapan yaitu:

Tabel 1 Metode Pelaksanaan Pengabdian

Tahap dan Metode	Hasil
Tahap Awal 1. Melakukan interview antara tim dengan mitra untuk lebih mengetahui hambatan dan kendala yang dihadapi oleh mitra 2. Tim memberikan pemahaman atas strategi peningkatan penjualan produk dan pemahaman dalam menyusun laporan keuangan yang sederhana	Pemahaman persamaan persepsi dari pihak yang terkait, dalam hal ini tim dengan mitra.
Tahap Pelaksanaan 3. Pemaparan metode strategi peningkatan penjualan produk 4. Pencatatan laporan keuangan.	<i>Manual book</i>
Tahap Akhir 5. Monitoring dan Evaluasi	Pendampingan sampai terjadi peningkatan penjualan produk dan sampai mampu membuat laporan keuangan sederhana.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam usaha Befo Lontar Cake produk utama yang ditawarkan merupakan produk kue pie yang telah di inovasi dengan bentuk yang berbeda dari jenis kue pie pada umumnya serta mempunyai berbagai macam rasa yang berbeda-beda.

Strategi pemasaran yang sebaiknya dilakukan oleh Befo Lontar Cake untuk meningkatkan penjualan adalah :

1. Mengenali Pelanggan

Produsen harus mengetahui dengan pasti apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Kemudian memberikan pelayanan yang sesuai dengan profil mereka masing-masing. Maka, pelanggan Anda akan jauh lebih loyal pada Anda. Dalam hal ini, Befe harus mengenal siapa yang menjadi pelanggannya dan mengetahui kebutuhan pelanggan tersebut.

2. Pemilihan Lokasi Yang Strategis

Faktor penting dalam strategi pemasaran lainnya adalah masalah pemilihan tempat. Maka dapat memperhatikan *outlet* lain yaitu toko roti Holland Bakery yang selalu berada di jalan yang sibuk, dimana lalu lalang orang sangat tinggi. Itu merupakan strategi mereka dalam membidik pelanggan potensial. Maka, diusahakan untuk memilih lokasi yang tepat, strategis, agar kesempatan bisnis tersebut untuk dapat diakses oleh pelanggan lebih terbuka.

Befe Lontar Cake bertempat di jalan Sekelimus IV No.5, Kota Bandung. Untuk saat ini lokasi usaha kue Befe Lontar Cake tergolong kurang strategis. Hal ini karena lokasi berada di dalam sebuah kompleks perumahan. Diketahui bahwa dimana kompleks perumahan tersebut jarang dikunjungi orang atau bukan jalan utama. Walaupun demikian lokasi Befe Lontar Cake masih bersifat sementara, dimana Befe Lontar Cake sedang berada di masa percobaan.

3. Menggunakan Internet *Marketing*

Salah satu strategi pemasaran yang sedang gencar dilakukan ialah internet marketing. Dengan menampilkan produk usaha anda pada situs jejaring sosial, maka dapat mengetahui bagaimana selera konsumen dan apa yang mereka butuhkan. Semakin hari aktivitas jual beli melalui online shop semakin marak dilakukan. Para konsumen cenderung ingin berbelanja dalam ruang yang lebih privat dan terhindar dari keramaian. Internet membuka pintu yang lebar bagi anda untuk berinovasi. Kemudian dapat menampilkan produk usaha anda pada website, blog, facebook, dan situs lainnya, dengan memasang foto-foto yang sekiranya dapat menarik konsumen. Dengan menggunakan internet marketing, anda juga dapat berinteraksi secara langsung dengan konsumen tanpa dibatasi ruang dan waktu dengan kenyamanan-kenyamanan tersendiri kepada pelanggan. Dalam hal ini Befe sudah melakukan pemasaran secara online.

4. Melakukan Promosi

Melakukan promosi secara rutin walaupun promosi kecil. Hal ini dilakukan karena dengan promosi, maka penjualan akan terjadi dengan cara-cara kreatif. Sehingga para pelanggan tidak merasa bosan. Oleh karena itu, siapkan diri untuk membuat pelanggan lebih nyaman berbisnis. Pelanggan yang merasa puas dengan produk akan menjadi pelanggan loyal yang dapat menarik pelanggan baru. Dengan promosi maka pelanggan akan mengetahui kewujudan usaha walaupun usaha baru atau lokasi kedai tidak dapat dilihat secara memadai.

5. Penetapan Harga yang sesuai

Masalah penting dalam penetapan harga untuk produk baru (1) harus dapat memberikan pengaruh yang baik bagi pembentukan dan pertumbuhan pasar, (2) sedapat mungkin mencegah timbulnya persaingan harga. Strategi menetapkan harga produk baru ini terjadi dari *skimming pricing*, *penetration pricing*, dan *initial pricing*.

Berikut harga produk yang ditawarkan BEFO Lontar Cake, antara lain :

Lontar Original	Rp. 40.000
Lontar Coklat	Rp. 45.000
Lontar Strawberry	Rp. 45.000

Lontar Blueberry	Rp. 45.000
Lontar Greentea	Rp. 45.000
Lontar Oreo	Rp. 48.000
Lontar Keju	Rp. 48.000

Dalam hal penentuan harga, harga untuk Befo masih tergolong mahal, sehingga konsumen bisa saja membeli produk kue yang lain yang sudah terkenal di Bandung. Kalau memungkinkan sebaiknya dapat menurunkan harga sedikit untuk memperoleh penjualan yang lebih banyak. Sehingga harga Befo dapat bersaing dengan produk kue yang lain.

6. Menjalinkan Hubungan Dengan Pelanggan

Di era teknologi sekarang ini, dimana pelanggan tidak lagi hanya berhubungan dengan perusahaan tetapi juga dengan sesama pelanggan lainnya. *Image* baik yang sudah melekat selama bertahun-tahun di sebuah perusahaan mungkin saja bisa tiba-tiba menjadi sangat buruk karena dirusak oleh hal-hal yang mungkin dianggap sepele perusahaan. Oleh karena itu, Menjalinkan hubungan yang baik dengan konsumen merupakan kunci terakhir yang harus dipegang untuk mencapai kesuksesan dalam berbisnis.

Begitu juga dengan pencatatan laporan keuangan sederhana telah dibuat oleh Befo setelah adanya pelatihan laporan keuangan oleh tim. Sehingga pelatihan tersebut bermanfaat bagi Befo. Adapun mengenai laporan keuangan secara sederhana yang dapat digunakan yaitu:

1. Pencatatan melalui metode cash basis,
2. Pencatatan khusus (ekstrakomtabel) penjualan dan pembelian secara terpisah,
3. Pencatatan inventaris aset tetap atas usaha.
4. Pencatatan terhadap hutang-piutang terkait usaha.

Luaran yang dihasilkan berupa *manual book* (peserta pelatihan) dan praktek langsung atau pelatihan langsung yang dilakukan oleh pelaku pengabdian langsung kepada peserta pelatihan. Luaran pengabdian ini adalah: Peserta dapat memahami mekanisme peningkatan penjualan produk Befo.

V. KESIMPULAN dan SARAN

Kesimpulan dari kegiatan di atas adalah bahwa pengusaha Befo awalnya belum memahami cara untuk meningkatkan penjualan produk Befo tersebut. Kemudian adapun pengusaha Befo juga awalnya tidak memahami cara untuk menyusun laporan keuangan secara sederhana sehingga sudah mengetahui cara menyusun laporan keuangan tersebut.

Melalui pengabdian ini, tim memiliki tujuan untuk memberikan solusi terhadap masalah tersebut. Dimana untuk mengatasi hal tersebut, tim melakukan pengamatan dan melakukan pengkajian. Sehingga tim dapat memberikan solusi melalui konsultasi pada pelatihan yang direncanakan. Adapun pelatihan disini adalah pelatihan pemasaran terkait peningkatan penjualan dan pelatihan penyusunan laporan keuangan secara sederhana.

Berdasarkan hasil pengabdian dapat diketahui bahwa penjualan dapat ditingkatkan penjualannya melalui (1) Mengenali Pelanggan, (2) Pemilihan Lokasi yang Strategis, (3) Menggunakan Internet *Marketing*, (4) Melakukan Promosi, (5) Penetapan Harga yang sesuai, dan (6) Menjalinkan Hubungan Dengan Pelanggan. Adapun diketahui bahwa atas usaha yang dilakukan dapat disusun laporan keuangan secara sederhana. Dimana pembukuan laporan secara sederhana disajikan melalui metode *cash basis*,

pencatatan penjualan dan pembelian secara terpisah, inventarisasi aset dan pencatatan hutang-piutang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Darsono Anshari, 2014. Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan, Andi Yogyakarta
- [2] Ikatan Akuntansi Indonesia, 2014. Standar Akuntansi Keuangan, Salemba Empat, Jakarta
- [3] Modul pelatihan E-marketing, 2014. Tim Dosen STIE Ekuitas.
- [4] <https://brainly.co.id>
- [5] <https://zahiraccounting.co>.