

IMPLEMENTASI MBKM MAGANG: PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DAN PENGELOLAAN LAPORAN BELANJA

Koerniawan Hidajat¹, Annisa Balqis²

^{1,2} Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Ilmu Sosial,
Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

e-mail: koerniawan.hidajat@uta45jakarta.ac.id, balqisy1441@gmail.com

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk mengetahui apakah laporan belanja dan pemanfaatan *digital marketing* Toko Dandyco Bakery di Sunter Jakarta Utara sudah optimal dan dapat meningkatkan wawasan mengenai pentingnya laporan belanja dan *digital marketing* pada Toko Bakery. Metode pengabdian ini yakni observasi. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa para staff Dandyco Bakery antusias untuk mengoptimalkan laporan belanja dan pemanfaatan *digital marketing* yang diterapkan Toko Dandyco Bakery.

Kata kunci: Digital Marketing, Pemanfaatan, Laporan Belanja.

Abstract

This service aims to find out whether spending reports and digital marketing utilization of the Dandyco Bakery Store in Sunter, North Jakarta are optimal and can increase insight regarding the importance of shopping reports and digital marketing at the Bakery Shop. This dedication method is observation. The results of this dedication show that Dandyco Bakery staff are enthusiastic about optimizing spending reports and utilizing digital marketing implemented by Dandyco Bakery Shops.

Keywords: Digital Marketing, Utilization, Expenditure Reports.

PENDAHULUAN

Bakery merupakan bagian dari industri makanan jadi yang memanfaatkan tepung terigu sebagai bahan baku utama dalam proses produksinya (Pratiwi et al., 2022). Di dalam ilmu pangan, roti cake, donat, biskuit, roll, kraker, dan pie dikelompokkan dalam produk bakery. Roti merupakan salah satu alternatif makanan jadi yang cukup diminati masyarakat karena tersedia dalam aneka pilihan rasa, praktis penyajiannya, dan dapat dinikmati mulai anak-anak sampai orang tua (Utami & Yuneva, 2022). Pada awalnya, roti hanya terbatas pada kelompok orang tertentu sebagai sarapan pagi yang biasanya disajikan dengan telur dadar atau segelas susu. Kemudian berkembang menjadi pola makan perkotaan. Saat ini roti sering dijadikan sarapan, snack dan makanan siap disantap untuk kebutuhan.

Dengan berkembangnya industri roti dalam dunia bisnis mengakibatkan semakin banyak pula jenis roti yang menjadi pilihan masyarakat yang menjadikan masyarakat semakin pemilih ketika hendak mengonsumsi roti. Dengan demikian, para pengusaha yang bergerak dalam usaha bakery dituntut dapat memberikan nilai tambah kepada produknya agar dapat menjadi pilihan masyarakat terus menerus. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai tambah toko bakery adalah mengenai produksinya.

Laporan belanja dan pemasaran digital sangat penting bagi toko bakery karena hal tersebut berpengaruh terhadap laba yang diperoleh toko bakery. Laporan belanja dapat menjadi dasar bagi pengambilan keputusan ekonomi dalam pengelolaan usaha, antara lain pengembangan pasar, penetapan harga dan lain-lain. Hal ini dikarenakan laporan belanja dapat dijadikan sebagai pedoman dalam monitoring maupun perencanaan usaha untuk masa mendatang. Selain itu

Toko bakery harus mampu melakukan pengelolaan dengan matang agar selalu seimbang. PT. Laris Lancar Dandyco atau nama lain Dandyco Bakery adalah toko roti, kue, dan resto berdiri sejak tahun 1975 yang memiliki cabang terletak di Sunter, Bintaro, dan Suryo.

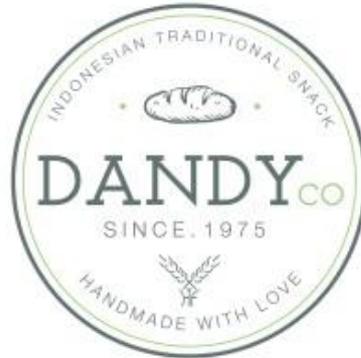
Tujuan yang diharapkan dari kegiatan ini adalah untuk mengetahui apakah laporan belanja dan pemanfaatan digital marketing Toko Dandyco Bakery di Sunter Jakarta Utara sudah optimal dan dapat meningkatkan wawasan mengenai pentingnya laporan belanja dan digital marketing pada Toko Bakery.

METODE

Metode pelaksanaan ini adalah studi kasus dan digunakan peneliti agar dapat mengkaji masalah secara mendalam dan menjelaskan permasalahan yang terjadi. Penelitian ini dilakukan melalui

observasi langsung ke lokasi yaitu Toko Dandyco Bakery Sunter, Jakarta Utara. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi lapangan dan wawancara/*deep interview* dengan Manajer, Supervisor, dan Staff Admin. Waktu pelaksanaan dilakukan dari Maret 2023. Observasi dalam jurnal kali ini memiliki tugas sebagai *staff admin*.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Logo DandyCo Bakery

Toko roti, kue, dan resto berdiri sejak tahun 1975 yang memiliki cabang terletak di Sunter, Bintaro, dan Suryo



Gambar 2. Foto peneliti di depan Dandyco Bakery & Cafe



Gambar 3. Foto peneliti menginput data



Gambar 4. Akun Instagram Toko DandyCo Bakery



Gambar 5. Instagram Story Toko DandyCo Bakery

Pada tahap awal penelitian, kegiatan dimulai dari melakukan analisis untuk kegiatan pengabdian ini. Lalu melakukan pertemuan dan pendekatan dengan manajer, supervisor, dan staff admin sebagai narasumber. Berdasarkan analisis situasi dengan permasalahan yang dihadapi Dandyco Bakery dapat disimpulkan permasalahan yang dihadapi adalah keterbatasan pengetahuan terkait laporan belanja dan *digital marketing*. Setelah dilakukan koordinasi maka dilakukan pemeriksaan total belanja secara rutin dalam kurun waktu mingguan yaitu setiap hari senin di toko pusat, konsisten dalam penginputan laporan belanja dengan teliti. Lalu mengidentifikasi data transaksi usaha melalui deskripsi yang dimulai dari proses belanja sampai proses penjualan. Dengan mengenali dan memahami proses tersebut maka data dapat teridentifikasi dan mudah dipahami. Manfaat laporan belanja ini menjadikan banyaknya informasi terkait pendapatan, transfer, belanja, defisit dan surplus yang nantinya dapat dijadikan pedoman untuk mengevaluasi berbagai jenis pengambilan keputusan.

Dandyco Bakery memiliki fokus pada pemenuhan permintaan konsumen untuk merespon permintaan konsumen yang berbeda-beda dilakukan dengan memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan kesejahteraan dan meningkatkan pemasaran produk secara online. Pemanfaatan digital marketing dengan menggunakan Instagram sebagai media pemasaran online dilakukan beberapa kali dalam satu bulan.

Pemanfaatan digital yang dilakukan dalam pemasaran online yaitu memperkenalkan sosial media Instagram kepada para konsumen online, mengoperasikan Instagram untuk menjual dan menerima pesanan secara online, sarana promosi untuk jangkauan pemasaran yang lebih luas sehingga mampu mendorong penjualan produk yang lebih baik, dan mengelola akun tersebut dengan optimal.

Pemanfaatan digital marketing oleh Dandyco Bakery dapat ditindaklanjuti dengan pembimbingan secara berkala sehingga bisa efektif dan optimal dalam menunjang kegiatan pemasaran usaha serta dapat meningkatkan penjualan toko.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dapat disimpulkan bahwa para staff Dandyco Bakery antusias untuk mengoptimalkan laporan belanja dan pemanfaatan *digital marketing* yang diterapkan Toko Dandyco Bakery. Penelitian ini penulis susun sebagai dasar penelitian yang telah terlaksana pada bagian input data *staff admin*. Keberhasilan kegiatan ini tentunya berkat bantuan dan peran berbagai pihak. Penulis mengharapkan dukungan kritik dan saran dari berbagai pihak agar dapat melaksanakan kegiatan yang lebih baik lagi di masa yang akan datang.

SARAN

Adapun saran yang dapat diberikan antara lain yakni DandyCo Bakery dapat meningkatkan pemeriksaan total belanja secara rutin sebanyak 3 kali dalam kurun waktu mingguan di toko pusat agar dapat lebih konsisten dalam penginputan laporan belanja dengan teliti. Mengadakan kegiatan pendampingan dan evaluasi dalam memanfaatkan teknologi terupdate/terkini pada Dandyco Bakery.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih atas terlaksana kegiatan pengabdian ini disampaikan kepada Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, Dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam terlaksananya kegiatan ini, DandyCo Bakery, Berbagai pihak yang memberikan support dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Kadim, A. (2017). Penerapan Manajemen Produksi dan Operasi Di Industri Manufaktur. In N. Sunardi & A. Sutarman (Eds.), *Jakarta: Mitra Wacana Media* (1st ed.). Mitra Wacana Media.
- Pratiwi, Y. S., Rahmawati, Kurnianto, M. A., Munarko, H., Sanjaya, Y. A., & Defri, I. (2022). *Teknologi Bakery dalam Terapan* (A. Suyuti & P. S. Tola (eds.)). CV. Satya Mandiri.
- Utami, E., & Yuneva. (2022). Bakery Sebagai Penguatan Ekonomi, Ketahanan Pangan Masyarakat Melalui Diversifikasi Produk Remunggi Di Kelurahan Lingkar Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 210–217.