

STRATEGI PEMASARAN DAN PENCATATAN KEUANGAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PEDAGANG KUE DUSUN KALELENG DESA SAOTENNGA

Riski Damayanti¹, Abdul Rahman², Salfianur³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Dan Hukum Islam, Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai
Email: riskidamytii@gmail.com

Abstract

Marketing strategy is a set of goals and objectives, policies and rules that guide the company's marketing efforts from time, at each level and the reference and allocation, especially as the company's response to the ever-changing environment and competitive conditions. Giving a logo or brand on this product is one of the marketing strategy that is applied. To manage the company's finance, financial records are also needed to be more organized and neatly archived. After implementing this marketing strategy, the number of sales also increased, and all transactions made more focused.

Keywords: *marketing strategy, financial records, manage.*

1. PENDAHULUAN

Desa Saotengnga merupakan salah satu desa di Kecamatan Sinjai Tengah, Kabupaten Sinjai, Sulawesi Selatan. Desa Saotengnga terletak pada atas bukit-bukit & lereng gunung & adalah galat satu pusat pertanian pada sinjai, terutama padi, cengkeh, coklat, merica, jagung, gula aren, vanili & output lainnya. Sebagai sumber ekonomi masyarakat Desa Saotengnga. Jumlah penduduk Desa Saotengnga kurang lebih 2,145 jiwa. Sarana dan prasarana ekonomi Desa Saotengnga meliputi: Pasar sebanyak 1 buah, BUMDES sebanyak 1 buah, dan UMKM sebanyak 100 Buah.

Dari data diatas penelitian ini, penulis melakukan pembinaan pada UMKM tepatnya pada bisnis usaha kue yang berada di Dusun Kaleleng Kec. Sinjai Tengah dan pembinaan pencatatan keuangan pedagang kue yang ada di Desa Saotengnga yang tidak memiliki pencatatan keuangan. Perekonomian Desa Saotengnga secara tradisional bertumpu pada perdagangan dan sektor informal lainnya, dengan mayoritas penduduk bekerja sebagai pedagang, pekerja perdagangan, petani dan

4.444 pekerja informal. Pedagang saat ini hanya menitipkan dagangannya di kios-kios. Sehingga hanya sedikit orang yang mengetahui produk yang diperdagangkan. Hal ini menyebabkan pendapatan masyarakat tidak meningkat. Tidak adanya pengenalan produk melalui iklan atau pemberian brand terhadap produk membuat produk masyarakat kurang dikenal.

Dari data di atas terdapat beberapa UMKM yang tidak memiliki brand. Masih ada UMKM lain yang belum memiliki brand atau tanda pengenalan produk melalui iklan spanduk di Desa Saotengnga. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan yaitu pedagang kue yang ada di Dusun Kaleleng. UMKM adalah usaha ekonomi yang jelas dan produktif yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang secara langsung atau

Toko kue ini awalnya merupakan toko rumahan yang membuat jenis kue, buat saja kue tradisional. Tapi memulai pengembangannya membuat kue yang mempunyai berbagai varian rasa yang sesuai dengan perkembangan selera masyarakat. Usaha ini juga menerima pesanan sesuai permintaan pelanggan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis akan melakukan langkah mitigasi dengan mengembangkan inovasi pemasaran untuk target audience KKNP ini dengan melakukan launching sale. kue dengan memberikan logo atau brand sebagai strategi pemasaran. Strategi pemasaran adalah seperangkat tujuan, sasaran, dan pedoman yang memberikan arahan bagi kegiatan pemasaran perusahaan dan referensi serta pemetaannya dari waktu ke waktu, terutama sebagai respons perusahaan terhadap perubahan lingkungan dan kondisi persaingan.

Anda tidak bisa datang dan memb pembeli bisa mengetahui siapa yang linya secara langsung, memproduksi produk tersebut melalui iklan spanduk atau pemberian brand. Strategi atau inovasi ini memungkinkan pelaku ekonomi dengan penjualan 4.444 tetap mengembangkan ekonomi 4.444.

Usaha karena banyak usaha yang dapat dikembangkan di pedesaan, maka prioritas diberuikan kepada pertumbuhan yang dapat mencapai yang berusaha di bidang ini.

Salah satu usaha kecil yang berkembang saat ini adalah usaha kue rumahan. Pengusaha produk kue memulai usaha dari beberapa aspek yaitu mempunyai keterampilan dan keahlian dalam menjalankan usaha kue yang didapatkan atau diajarkan oleh orang tua, saudara, teman maupun dari internet. Usaha kue merupakan kegiatan ekonomi sektor perdagangan yang akan memproduksi berbagai macam kue diantaranya: secara keseluruhan. Ada beberapa cara untuk mendapatkan wawasan tentang desa. Oleh karena itu, pengembangan UMKM Indonesia perlu mendapat perhatian serius dari pemerintah dan masyarakat luas, dan perhatian departemen perdagangan berupa dukungan yang dibutuhkan pemerintah khususnya UKM adalah kepada masyarakat yang tinggal. Dampak positif. Saya bekerja dibidang ini.

Efek ganda yang tinggi baik dalam kebutuhan pembangunan nasional khususnya dalam, pembangunan pedesaan maupun dalam perekonomian daerah, panada, risol, kue lapis dan lain sebagainya. Usaha kue rumahan ini hanya memproduksi kue tradisional saja. Namun seiring dengan perkembangannya usaha kue ini juga mulai menciptakan berbagai macam varian rasa.

Salah satu cara untuk meningkatkan produksi kue adalah dengan melakukan pembinaan kepada masyarakat dimana toko kue tersebut berada. Keberhasilan dalam menjalankan bisnis kue ini tergantung pada banyak faktor seperti kepemimpinan bisnis pemasaran dan teknologi. Dengan pengelolaan yang baik, pemilik usaha kue dapat mengatasi potensi kendala produksi yang dapat berdampak pada kinerja. Bisnis kue ini perlu tumbuh menjadi perusahaan yang lebih efisien yang dapat tumbuh secara mandiri dan memperluas perannya.

Ini adalah faktor yang cocok dalam penyediaan barang dan kebutuhan pasar, menciptakan kesempatan kerja dan berbagai kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat dan berkembang secara terpusat perdagangan.

Untuk *manage* keuangan dengan baik, maka diperlukan pencatatan keuangan. Tujuan pencatatan keuangan ini merupakan salah satu cara *manage* keuangan. Dengan adanya pencatatan keuangan, data keuangan menjadi lebih tertata dan tersip dengan rapi. Oleh karena itu, penulis melakukan pembinaan

kepada pedagang kue yang ada di desa saotengnga ini. Pedagang kue diperkenalkan dan diajarkan mengenai pencatatan keuangan pada buku besar. Pelatihan akuntansi perlu untuk membantu pedagang kue, mengefisienkan waktu dengan merekam semua transaksi pemasukan dan pengeluaran. Setelah mengikuti pelatihan ini, diharapkan pedagang kue bisa menerapkan pencatatan keuangan tersebut, sehingga memudahkan mereka melakukan pencatatan keuangannya.

2. METODE PENERAPAN

Metode penerapan yang dilakukan yaitu pertama memfasilitasi spanduk sebagai strategi marketing untuk memperkenalkan produk ke publik serta memfasilitasi buku sebagai media pencatatan keuangan setiap transaksi.

3. HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

Hasil yang dicapai dalam pengabdian ini adalah memberi strategi pemasaran melalui pemberian spanduk, serta menerapkan pencatatan keuangan setiap transaksi pada buku besar.

Adapun hasil ketercapaian sasaran yaitu membantu pelaku usaha memperkenalkan produk di khalayak publik, meningkatkan penjualan, dan mempermudah pencatatan keuangan pada buku besar terhadap pedagang kue di dusun kaleleng desa saotengnga.



4. KESIMPULAN

Strategi pemasaran adalah seperangkat tujuan sasaran, pedoman, dan aturan yang mengarahkan kegiatan pemasaran perusahaan pada setiap tingkat dan referensi serta atribusinya, terutama ketika berhadapan dengan lingkungan yang berubah dan kondisi persaingan. Strategi pemasarannya diterapkan pelaku usaha pedagang kue di dusun kaleleng desa saotengga melalui iklan spanduk.

Tujuan pencatatan keuangan ini merupakan salah satu cara memanager keuangan. Dengan adanya pencatatan keuangan, data keuangan menjadi lebih tertata dan terarsip dengan rapi. Pedagang kue diperkenalkan dan diajarkan mengenai pencatatan keuangan pada buku besar. Pelatihan akuntansi perlu untuk membantu pedagang kue, mengefisienkan waktu dengan merekam semua transaksi pemasukan dan pengeluaran.