



## Efektivitas Sistem Digital dalam Meningkatkan Penjualan di Toko Entus Collection Pasar Rau

Asep Munir Hidayat<sup>1\*</sup>, Tubagus Hidayatulloh<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup>Universitas Bina Bangsa, Indonesia

Email : [asepmunir7@gmail.com](mailto:asepmunir7@gmail.com)<sup>1</sup>, [tubagushidayat229@gmail.com](mailto:tubagushidayat229@gmail.com)<sup>2</sup>

\*Penulis Korespondensi : [asepmunir7@gmail.com](mailto:asepmunir7@gmail.com)

**Abstract:** *Community service at Toko Entus Collection aimed to improve operational efficiency and sales through the implementation of a digital system. Students actively participated in managing social media, online promotions, and digital stock monitoring. Observations showed that digital media can disseminate product information widely, enhance consumer interaction, and support sales growth. Challenges included limited digital knowledge of the store manager, limited time for promotions, and inconsistent consumer responses. Direct guidance, socialization of digital media use, and adjustment of promotional strategies helped overcome these challenges. Students' hands-on experience allowed the application of digital marketing theory to real business situations, while store managers benefited from improved operational performance. Therefore, this community service provides dual benefits: practical learning for students and increased competitiveness for SMEs. In addition, this activity also encourages increased digital literacy among business actors so that they are better prepared to face technology-based economic developments.*

**Keywords:** *Community Service; Digital Marketing; Operational Efficiency; SMEs; Social Media.*

**Abstrak:** Pengabdian masyarakat di Toko Entus Collection bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan penjualan melalui penerapan sistem digital. Mahasiswa berperan aktif dalam pengelolaan media sosial, promosi daring, dan pemantauan stok digital. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa penggunaan media digital dapat menyampaikan informasi produk secara luas, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan mendukung pertumbuhan penjualan. Selama kegiatan, kendala yang ditemui meliputi keterbatasan pengetahuan digital pengelola toko, waktu terbatas untuk promosi, dan respons konsumen yang tidak konsisten. Pendampingan langsung, sosialisasi penggunaan media digital, serta penyesuaian strategi promosi membantu mengatasi kendala tersebut. Pengalaman praktis mahasiswa memungkinkan penerapan teori pemasaran digital ke dunia nyata, sementara pengelola toko memperoleh peningkatan kinerja operasional. Dengan demikian, pengabdian ini memberikan manfaat ganda: pembelajaran praktis bagi mahasiswa dan peningkatan daya saing UMKM. Selain itu, kegiatan ini juga mendorong peningkatan literasi digital bagi pelaku usaha sehingga mereka lebih siap menghadapi perkembangan ekonomi berbasis teknologi.

**Kata Kunci:** Efisiensi Operasional; Media Sosial; Pemasaran Digital; Pengabdian Masyarakat; UMKM.

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi di era digital ini telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap suatu peningkatan dari daya saing usaha, termasuk di sektor UMKM. Penguasaan teknologi informasi ini menjadi salah satu factor yang sangat penting, agar UMKM mampu meningkatkan efisiensi dari operasional, serta melakukan strategi pemasaran yang lebih baik (Harahap, S, 2016). Adanya digitalisasi dalam UMKM ini memiliki peranan yang sangat penting, yakni bertujuan guna memperluas jangkauan pasar dan mempermudah komunikasi dengan pelanggan, sehingga ini akan meningkatkan peluang bagi pertumbuhan usaha (Siregar, R., 2018).

Di Indonesia, UMKM ini memiliki kontribusi yang sangat strategis terhadap perekonomian nasional. (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2020), menyatakan bahwasannya dengan menerapkan sistem digital yang ada di dalam manajemen dan pemasaran UMKM ini dapat meningkatkan penjualan dan efektivitas operasional, sehingga membantu UMKM beradaptasi dengan dinamika pasar modern. Dengan adanya transformasi digital pada UMKM juga dapat memungkinkan dalam mengelola usaha yang dilakukan agar lebih rapi, cepat, dan responsif terhadap kebutuhan konsumen (Iswandi, I, 2021).

Toko Entus Collection, yang berada di lokasi Pasar Rau, Kota Serang, merupakan salah satu UMKM yang mulai mengimplementasikan digitalisasi dalam kegiatan operasional dan pemasaran. Penerapan digitalisasi yang ada di toko ini mencakup pencatatan stok berbasis digital, promosi melalui media sosial, serta pemantauan transaksi yang lebih efektif. Pengembangan digitalisasi ini diharapkan dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing toko di pasar lokal maupun online. Implementasi teknologi digital dalam UMKM terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan kinerja usaha melalui pemanfaatan media sosial dan sistem manajemen digital dalam kegiatan bisnis (Titin et al., 2024). Selain itu, transformasi digital juga memungkinkan pelaku UMKM untuk meningkatkan produktivitas dan profitabilitas melalui penggunaan teknologi seperti e-commerce, pemasaran digital, dan sistem manajemen inventori berbasis teknologi (Wulan et al., 2024).

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Toko Entus Collection, ini memiliki tujuan untuk memberikan pengalaman praktis bagi seluruh mahasiswa yang sedang melakukan kegiatan Kuliah Kerja Praktek (KKP), dan sekaligus guna mendukung pengembangan UMKM dengan melalui strategi digital yang tepat. Dengan demikian, pengabdian masyarakat ini tidak hanya memiliki fungsi sebagai sarana pembelajaran bagi mahasiswa saja, akan tetapi juga sebagai upaya strategis untuk memperkuat daya saing UMKM, maka dengan melalui pemanfaatan teknologi digital ini, akan sejalan dengan tren perkembangan industri dan perilaku konsumen modern

### **Tujuan Pengabdian**

Tujuan dari pengabdian masyarakat yang dilakukan di Toko Entus Collection memiliki beberapa tujuan strategis yang saling mendukung, baik untuk pengembangan UMKM maupun bagi penguatan kompetensi mahasiswa. Adapun, tujuannya ialah :

- a. Membantu dalam memanfaatkan media digital

Di era digital, keberadaan toko *online* dan promosi, dengan melalui media sosial menjadi salah satu faktor utama untuk meningkatkan jangkauan pasar. Pemanfaatan media digital,

ini dapat memperluas cakupan promosi dengan biaya yang relatif rendah, jika harus di bandingkan dengan menggunakan metode konvensional. Dengan melalui pengabdian ini, mahasiswa memberikan panduan dan strategi promosi digital yang efektif, seperti pengelolaan akun media sosial, optimasi konten visual, serta penggunaan fitur *marketplace* untuk penjualan produk.

b. Memberikan pendampingan secara langsung

Manajemen stok serta komunikasi yang baik dengan pelanggan merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam keberhasilan usaha. Integrasi sistem digital dalam pencatatan stok dan interaksi konsumen juga telah meminimalkan kesalahan pada operasional, mempercepat pelayanan, serta meningkatkan kepuasan pada pelanggan (Siregar, A, 2018).

c. Meningkatkan kompetensi pada mahasiswa dalam penerapan teori

Pengabdian masyarakat ini juga memiliki peran sebagai salah satu sarana pembelajaran bagi seluruh mahasiswa. Pendekatan partisipatif juga telah memungkinkan mahasiswa untuk menerapkan teori yang dipelajari di kelas, seperti strategi pemasaran digital, analisis pasar, dan manajemen hubungan pelanggan, langsung pada kondisi usaha nyata (Sugiyono, 2017). Dengan pengalaman ini, mahasiswa tidak hanya memahami konsep secara teori saja, akan tetapi juga mengasah kemampuan praktis yang relevan dengan dunia kerja, sehingga menjadi lebih siap menghadapi tantangan profesional di bidang bisnis dan digital marketing

Secara keseluruhan, dengan adanya tujuan pengabdian ini menyatukan aspek pengembangan UMKM dan juga pembelajaran bagi mahasiswa, sehingga tercipta sinergi antara kontribusi nyata bagi masyarakat dan pengalaman praktis bagi peserta pengabdian

## 2. METODE PENGABDIAN

Metode pengabdian masyarakat di Toko Entus Collectio, ini telah dilakukan dengan menggunakan pendekatan partisipatif dan praktis untuk meningkatkan efektivitas sistem digital dalam operasional dan pemasaran. Pendekatan partisipatif memungkinkan masyarakat berperan aktif dalam proses pengabdian sehingga solusi yang diberikan lebih tepat sasaran (Rohman, A. , 2019). Dan juga, pengabdian ini menggunakan metode pendampingan langsung

Pendampingan langsung ini dilakukan agar pengelolaan stok digital, penggunaan *marketplace*, dan komunikasi ini dilakukan dengan pelanggan dapat diterapkan secara efektif (Hidayat, F., 2020). Selain itu, pelatihan dan demonstrasi sistem digital ini pun membantu pemilik toko memahami praktik teknologi dengan cepat (Putri, N, 2021). Sementara itu,

pengabdian ini pun melakukan evaluasi dengan berbasis observasi yang digunakan untuk mengukur keberhasilan intervensi dan memberikan rekomendasi perbaikan (Santoso, B, 2018)

Dengan menggunakan metode ini, pengabdian tidak hanya meningkatkan suatu kompetensi bagi mahasiswa saja, akan tetapi juga guna memberikan kontribusi secara nyata bagi peningkatan efisiensi dan penjualan toko.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan Kuliah Kerja Praktek (KKP), yang ada di Toko Entus Collection ini telah menunjukkan bahwasannya dengan menerapkannya penerapan sistem digital ini dapat berdampak yang signifikan terhadap efisiensi operasional dan peningkatan penjualan. Mahasiswa memiliki peran yang sangat aktif dalam pengelolaan media sosial, promosi *daring*, dan pemantauan stok digital. Pemasaran digital ini pun telah memungkinkan guna menyampaikan suatu informasi tentang produk secara luas dan meningkatkan interaksi serta transaksi konsumen (Kotler, P., & Keller, K. L, 2016).

Selama pengabdian, muncullah beberapa kendala seperti keterbatasan pengetahuan digital pengelola toko, waktu terbatas untuk promosi digital, dan respons konsumen yang belum konsisten. Pendampingan praktis, sosialisasi penggunaan media digital serta adanya penyesuaian strategi promosi dengan karakteristik konsumen ini dilakukan untuk mengatasi kendala ini. Untuk menekankan pentingnya bimbingan yang di lakukan secara langsung dan adaptasi strategi dalam peningkatan kompetensi SDM UMKM, ini agar penerapan teknologi dapat optimal (Puspitasari, D., & Santoso, B, 2020).

Perbandingan antara teori dari pemasaran digital dan praktik, ini telah di lakukan lapangan menunjukkan kesenjangan. Teori ini telah menekankan suatu perencanaan sistematis, konten profesional, dan evaluasi berbasis data (Kotler, P., & Keller, K. L, 2016), sedangkan praktik di Toko Entus Collection ini dilakukan secara sederhana dengan penjadwalan fleksibel dan penyesuaian konten berdasarkan sumber daya yang tersedia. Dengan pengalaman yang di lakukan secara langsung di lapangan ini pun telah memberikan pemahaman mendalam mengenai dinamika usaha dan pentingnya adaptasi teori dengan kondisi nyata (Sugiyono, 2017).

Hasil pengamatan ini pun membuktikan bahwa penerapan sistem digital di Toko Entus Collection telah mendukung peningkatan omset dan memperluas jangkauan pemasaran. Meskipun sederhana, media digital ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan secara berkelanjutan. Kegiatan ini juga memiliki tujuan guna meningkatkan pemahaman pengelola toko tentang strategi pemasaran digital, sehingga pengabdian ini memberikan manfaat ganda:

pengalaman praktis bagi mahasiswa dan peningkatan kinerja usaha bagi UMKM (Assauri, S, 2017)

#### **4. KESIMPULAN**

Dengan berdasarkan pelaksanaan Kuliah Kerja Praktek, yang di lakukan di Toko Entus Collection, dapat disimpulkan bahwa penerapan sistem digital memberikan dampak positif yang nyata terhadap operasional dan peningkatan penjualan. Mahasiswa memiliki peran yang aktif dalam pengelolaan media sosial, promosi daring, serta pemantauan stok digital, sehingga informasi produk dapat tersampaikan lebih luas dan interaksi dengan konsumen menjadi lebih intens. Penggunaan media digital juga terbukti, untuk membantu efisiensi kerja, baik dalam penataan produk, pelayanan konsumen, maupun pengelolaan stok

Selama proses pengabdian, kendala seperti keterbatasan pengetahuan digital pengelola toko, waktu terbatas untuk fokus pada promosi digital, dan respons konsumen yang tidak konsisten muncul. Namun dapat diatasi, dengan melalui pendampingan langsung, sosialisasi penggunaan media digital, serta penyesuaian strategi promosi dengan karakteristik konsumen. Perbandingan antara teori pemasaran digital dan praktik yang di lakukan di lapangan, ini telah menunjukkan adanya perbedaan antara konsep yang sistematis dan konten profesional dengan praktik yang lebih sederhana dan fleksibel.

Pengalaman langsung ini pun telah memberikan pemahaman mendalam bagi seluruh mahasiswa mengenai dinamika dunia usaha, ini sangat penting dalam menyesuaikan teori dengan kondisi yang nyata, serta strategi praktis dalam meningkatkan efektivitas pemasaran digital. Hasil pengamatan ini telah menunjukkan bahwasannya dengan penerapan sistem digital, ini telah mampu mendukung peningkatan omset dan memperluas jangkauan pemasaran, meskipun masih dilakukan secara sederhana. Hal ini menunjukkan bahwa media digital memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan lebih optimal dan berkelanjutan.

Selain meningkatkan pemahaman bagi seluruh mahasiswa terhadap praktik pemasaran digital, kegiatan pengabdian ini juga telah memberikan manfaat langsung bagi pengelola toko dalam meningkatkan kinerja usaha, sehingga tercipta sinergi yang saling menguntungkan antara mahasiswa dan UMKM. Secara keseluruhan, pengabdian ini tidak hanya memperkuat kompetensi mahasiswa dalam penerapan teori ke praktik nyata saja, akan tetapi juga memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan efisiensi operasional dan penjualan Toko Entus Collection, sekaligus membuka peluang pengembangan strategi pemasaran digital secara lebih berkelanjutan di masa mendatang.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Assauri, S. (2017). *Manajemen pemasaran*. RajaGrafindo Persada.
- Harahap, S. (2016). *Manajemen UMKM*. Rajawali Pers.
- Hidayat, F. (2020). *Pendampingan dan pelatihan UMKM dengan menggunakan digital*. Pustaka Pelajar.
- Iswandi, I. (2021). *Transformasi digital UMKM di Indonesia*. Deepublish.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2020). *Laporan pengembangan UMKM digital di Indonesia*. Kemenkop UKM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson.
- Puspitasari, D., & Santoso, B. (2020). *Digitalisasi UMKM yang ada di Indonesia*. Andi.
- Putri, N. (2021). *Pelatihan teknologi untuk UMKM*. Refika Aditama.
- Rohman, A. (2019). *Pendekatan partisipatif dalam pengabdian masyarakat*. Prenadamedia.
- Santoso, B. (2018). *Evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat*. Airlangga University Press.
- Siregar, A. (2018). *Manajemen pengabdian masyarakat*. Pustaka Ilmu.
- Siregar, R. (2018). *Digitalisasi UMKM*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Titin, T., Sutrisno, S., Mahmudah, H., Muhtarom, A., & Syamsuri, S. (2024). Effect of business digitalization and social media on MSME performance with digital competence as a mediating variable. *Scientific Journal of Informatics*, 11(3), 645–660. <https://doi.org/10.15294/sji.v11i3.9942>
- Wulan, T. S., Reni, R., Putri, R. A., & Solihin, D. A. (2024). Digital transformation as a catalyst for SMEs productivity and profitability in the digital era. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(4). <https://doi.org/10.62794/je3s.v5i4.4543>