

Pelatihan Pencatatan Akuntansi Penjualan Melalui Aplikasi Point Of Sales (POS) Pada Umkm Industri Fesyen Di Kota Bandung

Irsan Herlandi Putra , Junaedi Abdillah , Hamidah , Muhtarudin

Institut Digital Ekonomi LPKIA

Alamat: Jl. Soekarno Hatta No.456, Batununggal, Kec. Bandung Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40266

Korespondensi E-mail: irsanherlandiputra@lpkia.ac.id

Abstract

Technological developments and competition in the fashion business are increasingly rapid, companies must be able to adapt quickly to changes. Technological transformation is the right step to respond to the changes that occur. Companies and individuals within them are required to carry out digital transformation. The aim of this activity is to provide education and training in order to improve the ability of MSME players in implementing point of sales (POS) applications in one of the fashion companies (clothing lines) in Bandung City, West Java Province. The method used in this training is in the form of a seminar or workshop with 20 participants and is carried out over two days. The main theme in this training activity is to find out the impact of implementing the point of sales (POS) application on sales figures and the impact of implementing the point of sales (POS) application on company profits. Not a few companies have implemented the use of point of sales (POS) applications to be able to adapt to these changes. Digital transformation cannot be done that simply, but requires understanding and how to manage digital transformation effectively. The benefit of research is to provide references and information to stakeholders in the fashion company (clothing line).

Keywords: MSMEs, Digital Transformation, Point Of Sales

Abstrak

Perkembangan teknologi dan persaingan dalam bisnis fesyen semakin pesat, perusahaan harus mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan. Transformasi teknologi merupakan langkah yang tepat untuk merespon terhadap perubahan yang terjadi. Perusahaan maupun individu yang ada didalamnya dituntut untuk melakukan transformasi digital. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk melakukan edukasi dan pelatihan dalam rangka meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam penerapan aplikasi point of sales (POS) di salah satu perusahaan fesyen (clothing line) di Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini berupa seminar atau workshop dengan peserta yang berjumlah 20 orang dan dilaksanakan dalam dua hari. Tema utama dalam kegiatan pelatihan ini adalah untuk mengetahui bagaimana dampak penerapan aplikasi point of sales (POS) terhadap angka penjualan dan bagaimana dampak penerapan penerapan aplikasi point of sales (POS) terhadap keuntungan perusahaan. Tidak sedikit perusahaan yang telah menerapkan penggunaan aplikasi point of sales (POS) untuk dapat beradaptasi dengan perubahan tersebut. Transformasi digital tidak bisa dilakukan sesederhana itu, namun membutuhkan pemahaman dan bagaimana cara mengelola transformasi digital secara efektif. Manfaat penelitian adalah memberikan referensi dan informasi kepada para pemangku kepentingan di perusahaan fesyen (clothing line) tersebut.

Kata Kunci: UMKM, Transformasi Digital, Point Of Sales

PENDAHULUAN

Ekspansi industri di Indonesia tidak dapat dihentikan karena terjadi begitu cepat. Industri adalah tulang punggung pembangunan daerah, dan memainkan peran penting dalam keberlanjutan ekonomi publik. Ekspansi industri erat kaitannya dengan perkembangan teknologi, dimana perkembangan teknologi saat ini telah mempengaruhi aktivitas sehari-hari,

termasuk bisnis fesyen. Perkembangan teknologi yang hadir menuntut perusahaan dan individu yang ada didalamnya untuk beradaptasi dengan transformasi digital. Transformasi digital adalah proses yang diterapkan perusahaan untuk mengintegrasikan teknologi digital di semua lini bisnis. Dengan kata lain, transformasi digital adalah perubahan dalam suatu perusahaan atau organisasi yang melibatkan sumber daya manusia, proses, strategi, struktur, melalui adopsi teknologi untuk meningkatkan kinerja (Royyana, 2018). Individu yang terlibat harus mengelola dan dituntut untuk memahami tentang kegiatan transformasi digital yang akan dilakukan. Tujuan utama dari transformasi digital yaitu untuk mengubah cara tradisional menjadi lebih modern, terutama dalam kegiatan proses bisnis. Dalam hal ini, yaitu penerapan aplikasi point of sales (POS) sebagai media informasi penjualan berbasis web.

Kota Bandung, yang sering disebut sebagai "Paris van Java", telah lama dikenal sebagai salah satu pusat fesyen terkemuka di Indonesia. Keunikan dan keberagaman produk fesyen yang ditawarkan menjadikan Kota Bandung mendapat julukan sebagai kota fesyen. Salah satu alasan utama Kota Bandung dikenal sebagai kota fesyen adalah keberadaan berbagai pusat produksi fesyen dan industri kreatif di kota ini. Kota Bandung memiliki banyak pengrajin dan desainer lokal yang memiliki keahlian dan kreativitas tinggi dalam menciptakan produk fesyen berkualitas.

Dalam konteks globalisasi dan era digital saat ini, pelaku bisnis fesyen Kota Bandung telah berhasil memanfaatkan teknologi dan media sosial sebagai platform untuk mempromosikan produk fashionnya ke pasar yang lebih luas. Kehadiran berbagai merek fashion lokal Kota Bandung yang aktif di media sosial dan e-commerce telah membantu meningkatkan visibilitas dan popularitas fesyen Kota Bandung di lingkup nasional maupun internasional.

Dengan kombinasi antara keahlian produksi, kualitas bahan, keberagaman desain, pencatatan keuangan yang akuntabel serta dukungan dari berbagai pihak terkait, pelaku bisnis fesyen Kota Bandung berhasil menciptakan identitasnya sebagai kota fesyen yang berkualitas, kreatif, dan inovatif. Dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan posisinya sebagai salah satu pusat fesyen terkemuka, pelaku bisnis fesyen di Kota Bandung perlu terus berinovasi, mengembangkan kreativitas, serta meningkatkan kualitas, desain produk fesyennya dan melakukan pencatatan keuangan dan penjualannya pada aplikasi point of sales (POS).

Proses pencatatan yang akurat adalah indikator bagi perusahaan dagang yang baik. Demikian pula untuk perusahaan dagang yang bergerak di bidang bisnis fesyen. Pencatatan penjualan sangat diperlukan untuk keberlanjutan perusahaan yaitu untuk kepentingan

monitoring tren penjualan dan strategi pengambilan keputusan. Hal tersebut dapat diimplementasikan dalam aplikasi point of sales (POS).

Perusahaan diberikan kemudahan untuk memantau tren penjualan harian, bulanan, dan tahunan, serta penjualan produk per item melalui dashboard point of sales (POS). Oleh karena itu, perlu dilakukannya edukasi dan pelatihan dalam rangka meningkatkan kemampuan pelaku UMKM bisnis fesyen dalam penerapan aplikasi point of sales (POS).

METODE

Metode yang digunakan dalam penulisan karya ilmiah pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan interaksi tanya jawab yang dilakukan oleh narasumber dan pewawancara dengan pertanyaan yang telah disiapkan oleh pewawancara. Untuk mencari informasi dan mengetahui masalah apa saja yang sedang terjadi, penulis melakukan wawancara yang berguna untuk mengidentifikasi masalah, dan memahami proses bisnis di perusahaan fesyen yang diteliti. Penulis melakukan wawancara dengan pemilik usaha dan beberapa orang pekerja untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penulisan karya ilmiah pengabdian kepada masyarakat ini.

b. Studi pustaka

Mengkaji literatur dengan mengumpulkan berbagai jurnal, browsing internet dan penelitian-penelitian terdahulu, terutama yang berkaitan dengan topik penelitian agar diperoleh data yang akurat dan informasi yang relevan sesuai dengan penelitian yang diambil.

Keterlibatan dosen atau instruktur yang berperan sebagai narasumber dan fasilitator, hal ini juga melibatkan mahasiswa yang membantu instruktur dalam bentuk pendampingan selama kegiatan pelatihan pengabdian kepada masyarakat berlangsung.

Terkait pelaksanaannya, 20 orang pekerja perusahaan fesyen mengikuti kegiatan ini. Peran dosen atau instruktur selama proses pelatihan sangat membantu dalam memberikan umpan balik dan mendukung peserta. Instruktur secara aktif berbagi ide yang berbeda dengan peserta. Dalam hal lain, pemilik perusahaan fesyen mempekerjakan para pekerja untuk meningkatkan produksi dan laba perusahaan.

HASIL DAN DISKUSI

3.1. Hasil

Hasil yang optimal diperoleh selama dua hari pelaksanaan kegiatan pelatihan yang dilaksanakan di The Houseplants Coffee dan di Vearst Clothing, Jalan Bengawan No 16, Kota Bandung. Pemilik perusahaan dan para pekerja dapat mempelajari tentang teori dasar dan konsep pencatatan keuangan secara umum dan khususnya mengenai pencatatan penjualan melalui aplikasi point of sales (POS).

Tidak hanya itu, terdapat kegiatan lain yang dilakukan, diantaranya: (1) Peserta diminta untuk melakukan pencatatan keluar masuknya persediaan barang dagangan, (2) Peserta diminta untuk berdiskusi dan melakukan analisa terhadap tren penjualan produk, dan (3) Peserta diminta untuk melakukan perhitungan perkiraan laba berdasarkan nilai penjualan produk.

Hasil desain dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah penerapan aplikasi point of sales (POS) sebagai informasi penjualan berbasis web pada perusahaan fesyen dimana perusahaan tersebut menggunakan aplikasi dealpos. Aplikasi tersebut dirancang untuk memudahkan perusahaan fesyen dalam mengintegrasikan sistem baik secara offline maupun online (situs web dan pasar bermerek).



Gambar. Kegiatan Pelatihan

3.2. Diskusi

Hasil kegiatan pelatihan menginformasikan pelaksanaan dari kegiatan tersebut. Meskipun latar belakang pendidikan peserta beragam, pada dasarnya mereka dapat mengikuti setiap arahan instruktur dan mengetahui cara mengoperasikan aplikasi tersebut. Namun, tentu terdapat beberapa istilah akuntansi yang masih asing bagi mereka dan beberapa fitur pada

aplikasi yang juga asing bagi mereka. Disanalah peran instruktur untuk menjelaskan definisi dari istilah dan fungsi dari fitur-fitur tersebut.

Peserta dalam proses pelatihan menyampaikan setiap tantangan yang mereka hadapi dalam menjalankan bisnis mereka. Terutama mengenai hal-hal yang berkaitan dengan cara pencatatan transaksi akuntansi secara umum dan cara pencatatan penjualan produk secara khusus. Temuan menunjukkan bahwa semua pencatatan transaksi yang berkaitan dengan keuangan masih dilakukan secara manual menggunakan aplikasi microsoft excel, dan belum adanya sistem yang dapat mengintegrasikan semua pencatatan dari setiap divisi. Peserta menerima pengalaman praktis di samping penguatan teoritis selama pelatihan ini.

KESIMPULAN

Dari awal hingga akhir, kegiatan edukasi dan pelatihan ini berjalan dengan lancar, dapat diterima dengan baik dan menerima umpan balik positif dari semua peserta. Perubahan dan perkembangan teknologi yang masif menuntut perusahaan fesyen di Kota Bandung untuk dapat beradaptasi dengan teknologi secara cepat dan efektif, salah satunya yaitu melakukan transformasi digital. Transformasi digital merupakan langkah mengadopsi teknologi digital untuk mengubah proses konvensional sehingga menciptakan cara yang lebih modern. Transformasi digital pada perusahaan fesyen yaitu dengan mengimplementasikan aplikasi point of sales (POS) berbasis web sebagai media pemantauan tren penjualan dan penentuan strategi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhy Nugraha. (2021). Perancangan Aplikasi Point Of Sales (POS) Pada Apotek Mitra Sejahtera Berbasis Web.
- Arpe, B., & Kurmann, P. (2019). Supervisor: Matts Kärreman Managing Digital Transformation How organizations turn digital transformation into business practices Master's Programme in International Strategic Management.
- Cetagati, A., Surahman, A., Sucipto, A., (2021). Penerapan Teknologi Point Of Sales (Pos) Sebagai Media Informasi Penjualan Ikan Hias Berbasis Web Studi Kasus: King Koi Groub.
- Hendrayudi. (2009). Pengertian Aplikasi. ANDI.
- Loardy, B., Bunawan, B., & Hartono, P. (2010). Aplikasi Point Of Sales Yang Terhubung Dengan Electronic Data Capture.

Royyana, A. (2018). Strategi Transformasi Digital Pada PT. Kimia Farma (Persero) TBK. In Jurnal Sistem Informasi Kesehatan Masyarakat Journal of Information Systems for Public Health (Vol. 3, Issue 3).

Sutarman. (2009). Pengantar Teknologi Informasi. Bumi Aksara.

Westerman, G., Calm ejane, C., Bonnet, D., Ferraris, P. & McAfee, A. (2011). Digital Transformation: A Road-Map for Billion-Dollar Organizations (Report). Capgemini Consulting \& MIT Center for Digital Business

<https://www.ayobandung.com/>