

*Original Paper*

## Pengembangan Strategi dan Rencana Pemasaran di Kantor Jasa Akuntan Drs. Suwarno, MM., Ak., CA

Nur Ika Mauliyah<sup>1</sup>, Siti Hartinah Hikmatul Barokah<sup>2\*</sup>, Zahrotul Isnaini<sup>3</sup>,  
Maghfirotul Hasanah<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Jawa Timur

Corresponding author: Siti Hartinah Hikmatul Barokah ([sthartinahhb@gmail.com](mailto:sthartinahhb@gmail.com))

### Abstract

Office of Accountant Services Drs. Suwarno, M.M., Ak., CA, founded in 2018, is a company engaged in accounting and taxation services, except auditing. The problems encountered are that this accounting service office is managed by individuals and the lack of marketing efforts made by the office owner. Solutions and efforts that can be given are doing good marketing from companies to offering assistance in skills competency exams at vocational high schools. Based on the results of the writing, it can be concluded that the marketing strategy for the Skills Competency Test activities at Vocational High Schools in the Jember region greatly influences the progress of KJA so that it is increasingly recognized by the business owner community who needs accounting services.

Keywords: Marketing, Strategy, Skill Competency Test

### Abstrak

Kantor Jasa Akuntan Drs. Suwarno, M.M., Ak., CA perusahaan yang berdiri sejak tahun 2018 menyediakan layanan akuntansi dan pajak selain audit. Permasalahan yang ditemui yaitu kantor jasa akuntan ini dikelola oleh perorangan dan kurangnya upaya pemasaran yang dilakukan oleh pemilik kantor. Solusi dan upaya yang dapat diberikan yaitu melakukan pemasaran baik dari kalangan perusahaan hingga menawarkan pendampingan ujian kompetensi keahlian pada sekolah menengah kejuruan. Berdasarkan hasil penulisan dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran terhadap kegiatan Uji Kompetensi Keahlian di SMK wilayah Jember sangat berpengaruh terhadap kemajuan KJA agar semakin dikenal masyarakat pemilik usaha yang membutuhkan jasa akuntansi.

Kata Kunci: Pemasaran, Strategi, Uji Kompetensi Keahlian

JEL Classification: M31

How to cite: Mauliyah, N. I., Barokah, S. H. H., Isnaini, Z., Hasanah, M., (2023). Pengembangan Strategi dan Rencana Pemasaran di Kantor Jasa Akuntan Drs. Suwarno, MM., Ak., CA, *Entrepreneurship and Community Development (ECD)* 1(1), 43-49



This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) international license

## 1. Latar Belakang

Kantor Jasa Akuntan Drs. Suwarno, M.M., Ak., CA adalah perusahaan yang menyediakan jasa Akuntansi. Kantor KJA didirikan oleh Drs. Suwarno, M.M., Ak., CA pada tanggal 28 Mei 2018 dan telah di perbarui pada tanggal 30 Januari 2023 yang berlaku hingga 5 tahun kedepan. Kantor Jasa Akuntan Drs. SUWARNO, M.M., Ak., CA merupakan KJA pertama dan satu-satunya yang ada di kota Jember. Adapun jasa – jasa yang disediakan antara lain: jasa Pembukuan, perpajakan, Supervisi/ review atas laporan keuangan dan jasa akuntan lainnya. Adanya KJA ini lebih ditujukan kepada masyarakat terutama pemilik usaha berskala kecil hingga besar yang belum mampu memahami pencatatan akuntansi dengan baik yang sesuai dengan standar akuntansi keuangan yang berlaku. Sehingga sangat diperlukan adanya jasa akuntan untuk membantu pelaku usaha dalam membuat pencatatan akuntansi yang baik dan benar.

Definisi pemasaran jasa dapat dibagi menjadi dua kategori: sosial dan administratif. Pemasaran jasa adalah proses sosial dimana bisnis dan konsumen mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukar produk jasa yang disetujui dengan organisasi lain. Secara administratif, proses ini meliputi perencanaan, pembentukan ide, penetapan harga, promosi, dan ide produk yang sesuai dengan kebutuhan pribadi dan organisasi.

Pemberian informasi yang baik memerlukan pengetahuan dan pelatihan khusus dalam jurnal entry sesuai standar akuntansi yang berlaku. Namun, mayoritas dari masyarakat atau pemilik UMKM yang awam dengan pencatatan akuntansi cenderung lebih memilih abai dan tidak membuat catatan akuntansi sebagaimana mestinya. Oleh sebab itu, sebagai pemilik Kantor Jasa Akuntan yang mendapatkan klien dari relasi saja. Seharusnya pemilik kantor juga melakukan upaya pemasaran kepada masyarakat yang memerlukan jasa dari akuntan. Dengan tujuan agar Kantor Jasa Akuntan lebih dikenal publik dan dipercaya jasanya.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, bahwa kurangnya pengetahuan pelaku usaha atau sebuah instansi tentang Kantor Jasa Akuntan dan kurangnya strategi pemasaran yang dilakukan pemilik kantor sehingga minim pihak-pihak memakai jasa akuntan dan menggunakan pencatatan dan penjurnalan seadanya. Dan juga kurangnya tenaga kerja yang menghambat sehingga terjadi adanya pembatasan klien. Dalam upaya pengembangan dan pemasaran dapat dilakukan dengan berbagai cara, yaitu:

1. Marketing ke SMK terkait Uji Kompetensi Keahlian (UKK) dimana KJA merupakan lembaga bersertifikat terpercaya. Dalam melakukan pemasaran, penulis juga menjelaskan bahwa KJA Drs. SUWARNO tidak hanya sekedar membantu dalam kegiatan UKK saja, melainkan jasa-jasa lain yang bersangkutan dengan akuntansi kecuali audit. Dengan adanya pemasaran melalui kegiatan UKK ini, dapat dipastikan KJA akan mendapat relasi baru yang mana semakin banyak relasi semakin menarik minat atau perhatian calon klien untuk menggunakan jasa KJA Drs. SUWARNO, M.M., Ak., CA.
2. Perekrutan karyawan/pegawai tetap sangat dibutuhkan untuk menghindari penyetopan klien baru, atau bisa dengan merekrut pegawai paruh waktu/magang untuk sekedar membantu seperti contoh untuk penginputan dan merevisi data.
3. Pemasaran menggunakan media sosial sebagai sarana distribusi, seperti instagram dan website.

## 2. Metode

1. Lokasi dan waktu penulisan  
Penelitian dilakukan pada bulan februari sampai maret tahun 2023 di Kantor Jasa Akuntan Drs. Suwarno, M.M., Ak., CA yang berada di "JL. LETJEN SUPRAPTO III/9A kecamatan sumpalsari kabupaten Jember"
2. Metode Pengumpulan Data  
Pengumpulan merupakan alat yang digunakan oleh penulis, dimana alat-alat tersebut dipilih oleh penulis digunakan dalam karya tulisnya dengan tujuan agar penulisannya mudah dan sistematis, yang juga mempermudah dalam menjawab permasalahan penelitian. Teknik yang digunakan pada pemaparan hasil penulisan ini ialah:
  - a. Data primer, yaitu informasi yang dikumpulkan atau diperoleh langsung di lapangan.

Informasi yang didapatkan langsung dengan cara observasi dan marketing ke SMK yang memiliki jurusan akuntansi.

- b. Data sekunder, atau informasi yang dikumpulkan dari karya tulis lainnya. Informasi ini merupakan jenis informasi yang dikumpulkan melalui berbagai jurnal dan buku.



**Gambar 1. Kunjungan ke KJA**

### 3. Hasil

Kantor Jasa Akuntan yang disingkat KJA adalah perusahaan yang mendapat izin dari Menteri Keuangan untuk memberikan jasa akuntansi kepada publik bagi para akuntan. Akuntan berpraktik adalah akuntan terdaftar yang telah mendapat izin dari Menteri Keuangan untuk memberikan jasa akuntansi kepada masyarakat melalui kantor jasa akuntan. Akuntan berpraktik dan kantor akuntan (KJA) telah diatur dalam PMK no. 216/PMK.01/2017 tentang akuntan Berregister.

Kantor Jasa Akuntan Drs SUWARNO, MM., Ak., CA dapat melakukan semua permasalahan yang menyangkut akuntansi kecuai audit, namun belum memiliki banyak klien dikarenakan kurangnya Pemasaran atau pemilik tidak pernah mengiklankan kantornya, oleh karena itu penulis melakukan penelitian terhadap KJA Drs SUWARNO untuk dapat lebih dikenal publik.

Strategi dan Rencana Pemasaran Kantor Jasa Akuntan Drs. SUWARNO:

1. Strategi untuk mendapatkan pelanggan baru  
Sebagai bagian dari strategi ini, pengusaha harus mampu meningkatkan kemauan dan kemampuan konsumen untuk membeli produk jasa tersebut. Ini memungkinkan untuk meningkatkan jumlah pengguna.
  - a. Meningkatkan keinginan untuk Membeli. Pembelian konsumen dapat dipengaruhi dalam

- tiga cara: (1) Tunjukkan manfaat yang ditawarkan. (2) Layanan baru dikembangkan yang manfaatnya lebih menarik bagi segmen pasar tertentu. (3) Pamerkan atau pasarkan manfaat baru dari layanan yang ada.
- b. Peningkatan daya beli, Meningkatkan daya beli konsumen terhadap produk jasa sangat erat kaitannya dengan dua hal, yaitu daya beli dan ketersediaan produk atau penyedia jasa.
2. Strategi untuk meningkatkan harga pembelian  
Seringkali masyarakat pemilik usaha takut untuk memakai jasa akuntan dikarenakan harga yang mungkin tinggi, sehingga lebih memilih menghitung penghasilan sesuai kemampuan. Untuk meningkatkan tingkat pembelian, perusahaan harus menyesuaikan strategi pemasarannya, yaitu kesediaan konsumen untuk lebih sering menggunakan jasa kantor tersebut.
    - a. Skenario Perluasan Penggunaan Jika rentang skenario penggunaan untuk produk dan layanan diperluas, pembeli akan dapat meningkatkan penggunaan.
    - b. Tingkatkan tingkat konsumsi produk Menurunkan harga layanan akan meningkatkan konsumsi rata-rata dan frekuensi konsumsi. Selain itu, jika kami dapat mengubah persepsi konsumen tentang kegunaan layanan kami, kami dapat meningkatkan tingkat konsumsi mereka.
  3. Relationship Marketing  
Hubungan pemasaran dirancang untuk meningkatkan kemungkinan bisnis berulang dengan mengembangkan hubungan formal-interpersonal dengan pelanggan. Penerapan tiga pendekatan untuk Upaya menjalin hubungan jangka panjang dapat diuraikan sebagai berikut:
    - a. Meningkatkan keuntungan finansial, misalnya memberikan reward kepada pelanggan tetap.
    - b. Meningkatkan manfaat sosial dengan menerapkan personal dan individual untuk setiap klien.
    - c. Meningkatkan penyimpangan struktural, seperti menyediakan fasilitas tambahan
  4. Relationship Pricing  
Pada dasarnya, strategi ini merupakan upaya yang menarik untuk memperkuat dan meningkatkan hubungan dengan semua pengguna. Strategi ini bermanfaat bagi perusahaan dan pelanggan. Jauh lebih murah bagi perusahaan untuk mempertahankan pelanggan daripada mendapatkan pelanggan baru. Selain itu, juga menguntungkan pelanggan karena mereka dapat menjaga hubungan dengan penyedia layanan terkemuka dan berkualitas.
  5. Uji kompetensi keahlian  
Pengembangan strategi dan rencana pemasaran di kantor jasa akuntan Drs. Suwarno, M.M., Ak., CA yang selanjutnya dilakukan melalui kerjasama dengan SMK terkait UKK adalah: melakukan marketing ke Sekolah Menengah Kejuruan Akuntansi di Jember dengan maksud menawarkan kerjasama sehubungan dengan Uji Kompetensi Keahlian (UKK). Sekaligus memaparkan mengenai latar belakang serta pelayanan Jasa Akuntan yang ada di Kantor Jasa Akuntan Drs. Suwarno, agar konsumen dapat tertarik untuk bekerjasama dengan KJA Drs. Suwarno.
  6. Perekrutan karyawan  
Salah satu penghambat KJA Drs SUWARNO untuk melakukan pemasaran yaitu tidak adanya pegawai atau karyawan, yang artinya selama sejak berdirinya KJA Drs. SUWARNO, kantor tersebut dikelola dan dikerjakan sendiri oleh pemilik, sehingga sangat penting untuk merekrut karyawan.

Sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat penting bagi kelangsungan sebuah perusahaan. Kinerja perusahaan tergantung pada organisasi perusahaan. SDM terkait erat dengan perusahaan yang tujuannya adalah untuk menarik dan mengembangkan pekerja yang berkualitas tinggi. Proses rekrutmen karyawan perusahaan sangat penting untuk membantu keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuannya. Rekrutmen karyawan yang terarah membawa nilai tambah bagi perusahaan. Selain itu, perusahaan berkualitas tumbuh lebih menguntungkan dengan bantuan karyawan yang kompeten dan berkualitas tinggi.



**Gambar 2. Pemberian arahan dari pemilik kantor kepada penulis terkait kegiatan pemasaran yang akan dilakukan.**



**Gambar 3. Kegiatan pemasaran pada sekolah menengah kejuruan akuntansi**

#### **4. Simpulan**

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa KJA Drs SUWARNO, M.M., Ak., CA., membutuhkan beberapa strategi untuk dapat berkembang dan menarik minat pemilik usaha atau klien, Diantaranya:

1. Strategi untuk mendapatkan klien atau pelanggan baru, yaitu perusahaan harus mampu meyakinkan konsumen untuk menggunakan jasanya

2. Strategi untuk meningkatkan harga pembelian, yang mana perusahaan harus menyesuaikan strategi pemasarannya, yaitu kesediaan konsumen untuk lebih sering menggunakan jasa kantor tersebut.
3. Relationship Marketing atau hubungan pemasaran, dimana dalam hal ini menguntungkan kedua belah pihak, yakni KJA mendapat pelanggan tetap, dan juga pelanggan mendapat hubungan baik dengan penyedia layanan terkemuka dan berkualitas.
4. Pemasaran melalui Uji Kompetensi Keahlian pada SMK di kota Jember dinilai berdampak baik karena dengan melalui kerjasama ini, KJA semakin dikenal baik oleh masyarakat pemilik usaha yang membutuhkan jasa akuntansi.
5. Perekrutan karyawan termasuk dalam strategi pemasaran karena tanpa adanya pegawai atau karyawan, sebuah perusahaan tidak akan berkembang karena akan terjadi pembatasan konsumen atau klien.



**Gambar 4.** Kegiatan pemasaran pada sekolah menengah kejuruan akuntansi

### Rekomendasi

Berdasarkan pengamatan dan informasi yang diterima, penulis mencoba memberikan saran dan pendapat yang sekiranya dapat dijadikan bahan pertimbangan:

1. Melakukan konfirmasi ulang kepada klien – klien lama untuk menawarkan jasa kembali dan melakukan pemasaran dengan memanfaatkan media yang tersedia.
2. Meminta klien meluangkan waktu untuk mereview hasil kerja Kantor Jasa Akuntan Drs. SUWARNO sedikitnya dapat melalui laman web yang tersedia di google dengan kata kunci "KJA Drs. SUWARNO Jember"
3. Merekrut beberapa pegawai tetap atau sedikitnya merekrut karyawan magang.

### Referensi

- Didin, F & Anang, F. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fransisca, A. (2018). Pentingnya Proses Perekrutan Karyawan Pada PT. BANK MANDIRI (PERSERO) Tbk Area Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 1(1).
- Pedoman Penyelenggaraan Uji Kompetensi Keahlian SMK Tahun Pelajaran 2021/2022. Jakarta
- Purba, E., Parinduri, T., Tarigan, V., Tarigan, W. J., & Purba, D. S. (2021). PKM Uji Kompetensi Bidang Keahlian Akuntansi di SMK Negeri Pemantangsiantar. *Selaparang Jurnal Pengabdian*

*Masyarakat Berkemajuan*, 5(1). 474-478.

Ratnawati. (2021). Pengabdian kepada masyarakat Uji Kompetensi Siswa-Siswi Bidang Keahlian Teknik Kendaraan Ringan di SMK Rigomasi Pontang. *Jurnal Pengabdian Ahmad Yani*, 1(1). 34-41.

Shinta, P & Mahayani, D. (2022). Meningkatkan Kerapian Arsip Dokumen dan Ketepatan Waktu Client dalam Memberikan Data di KJA PT Semeton Warih Nusantara. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 668-671.