

PENDAMPINGAN UMKM DI DESA ARGOMULYO DALAM PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA DAN STRATEGI DIGITAL MARKETING

Farika Candrasari¹, Koesharijadi², Yosia Tebai³

Program Studi Manajemen Universitas Cendekia Mitra Indonesia

farikacandrasri@unicimi.ac.id

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have a strategic role in the Indonesian economy, but still face various challenges, especially in financial recording and digital marketing. This Community Service (PkM) activity aims to increase the capacity of MSME actors in Argomulyo Village in preparing simple financial reports and implementing digital marketing strategies. The methods used include training, mentoring, and evaluation of 20 participating MSMEs. The results of the activity showed that 75% of participants began to implement better financial recording, while 80% of participants utilized social media and e-commerce platforms for marketing. The obstacles faced include limited access to technology and consistency of implementation. This program has a positive impact on MSME empowerment, but ongoing mentoring is needed to ensure optimal implementation.

Keywords: MSMEs, financial reports, digital marketing, mentoring, economic empowerment

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, namun masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam pencatatan keuangan dan pemasaran digital. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Desa Argomulyo dalam menyusun laporan keuangan sederhana dan menerapkan strategi digital marketing. Metode yang digunakan meliputi pelatihan, pendampingan, dan evaluasi terhadap 20 UMKM peserta. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa 75% peserta mulai menerapkan pencatatan keuangan yang lebih baik, sedangkan 80% peserta memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk pemasaran. Kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan akses teknologi dan konsistensi penerapan. Program ini memberikan dampak positif bagi pemberdayaan UMKM, namun diperlukan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan implementasi yang optimal.

Kata Kunci: UMKM, laporan keuangan, digital marketing, pendampingan, pemberdayaan ekonomi.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, maupun mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Desa Argomulyo merupakan salah satu desa dengan potensi ekonomi yang cukup besar,

khususnya di sektor UMKM. Berbagai produk lokal, mulai dari produk makanan olahan, kerajinan tangan, hingga produk pertanian, dihasilkan oleh UMKM di desa ini. Namun, banyak pelaku UMKM di Desa Argomulyo masih menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaan usahanya, terutama dalam hal penyusunan laporan keuangan dan penerapan strategi pemasaran digital.

Permasalahan utama yang dihadapi UMKM di Desa Argomulyo antara lain keterbatasan pemahaman dalam penyusunan laporan keuangan sederhana. Banyak pelaku usaha yang masih mencampurkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha, tidak memiliki pencatatan yang teratur, dan tidak mampu menganalisis kondisi keuangan usaha secara tepat. Padahal, laporan keuangan yang baik sangat diperlukan untuk pengambilan keputusan bisnis yang tepat, mempermudah akses pembiayaan, serta memenuhi persyaratan administrasi dalam berbagai program pemerintah.

Selain itu, di era digital ini, pemasaran produk melalui media digital menjadi sangat penting. Penggunaan media sosial, marketplace, dan platform digital lainnya dapat memperluas jangkauan pasar UMKM secara signifikan. Sayangnya, banyak pelaku UMKM di Desa Argomulyo yang belum optimal dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam membuat konten yang menarik, mengelola akun media sosial, serta menerapkan strategi digital marketing menjadi tantangan tersendiri.

Berdasarkan kondisi tersebut, program pengabdian kepada masyarakat ini diinisiasi dengan tujuan memberikan pendampingan kepada UMKM di Desa Argomulyo dalam penyusunan laporan keuangan sederhana serta penerapan strategi digital marketing yang efektif. Melalui kegiatan ini, diharapkan para pelaku UMKM mampu meningkatkan keterampilan manajerial dan pemasaran sehingga dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usahanya.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan judul Pendampingan UMKM di Desa Argomulyo dalam Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana dan Strategi Digital *Marketing* dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan edukatif. Metode pelaksanaan yang digunakan meliputi:

1. Sosialisasi dan Identifikasi Kebutuhan
Kegiatan dimulai dengan sosialisasi program kepada masyarakat dan pelaku UMKM di Desa Argomulyo. Dilanjutkan dengan identifikasi kebutuhan spesifik UMKM terkait penyusunan laporan keuangan dan strategi digital *marketing* melalui wawancara dan observasi.
2. Pelatihan dan *Workshop*
 - a. Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana: Materi meliputi pencatatan transaksi harian, penyusunan laporan laba rugi, laporan posisi keuangan, dan catatan atas laporan keuangan sesuai SAK EMKM.
 - b. *Workshop* Strategi Digital *Marketing*: Fokus pada pembuatan konten digital, pemanfaatan media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp Business), dan penggunaan *marketplace* (Shopee, Tokopedia).
3. Pendampingan dan Monitoring
Setelah pelatihan, tim pelaksana melakukan pendampingan intensif kepada peserta dalam penerapan pengetahuan dan keterampilan yang telah diberikan. Monitoring dilakukan untuk menilai perkembangan kemampuan peserta dalam menyusun

laporan keuangan dan menjalankan strategi digital *marketing*.

4. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Evaluasi dilakukan melalui pengukuran perubahan kemampuan peserta sebelum dan sesudah kegiatan (*pre-test* dan *post-test*). Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk memberikan rekomendasi tindak lanjut yang diperlukan, termasuk rencana keberlanjutan program melalui pembentukan komunitas UMKM digital di Desa Argomulyo.

Jadwal Pelatihan

Dalam rangka memastikan keberhasilan program Pendampingan UMKM di Desa Argomulyo dalam Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana dan Strategi Digital *Marketing*, kegiatan ini dirancang dalam beberapa tahapan yang sistematis dan terukur. Setiap tahapan memiliki tujuan spesifik yang saling berkaitan, dimulai dari sosialisasi dan identifikasi kebutuhan, pelatihan, pendampingan, hingga evaluasi dan tindak lanjut. Pendekatan berbasis *participatory learning* digunakan agar para pelaku UMKM tidak hanya menerima materi secara teori, tetapi juga dapat langsung mempraktikkan keterampilan yang diperoleh dalam menjalankan usahanya. Selain itu, dilakukan *monitoring* dan evaluasi untuk menilai efektivitas program serta menentukan langkah keberlanjutan. Adapun tahapan pelaksanaan program ini dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Keterangan
1	Sosialisasi Program PkM	1-7 Mei 2024	Koordinasi dengan pihak desa dan UMKM
2	Identifikasi Kebutuhan UMKM	8-14 Mei 2024	Wawancara dan observasi
3	Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana	15-31 Mei 2024	Materi akuntansi dasar dan SAK EMKM
4	<i>Workshop</i> Strategi Digital <i>Marketing</i>	1-15 Juni 2024	Pembuatan konten dan pemanfaatan media sosial
5	Pendampingan Implementasi	16 Juni - 31 Juli 2024	Bimbingan intensif ke UMKM
6	Monitoring dan evaluasi	1-15 Agustus 2024	Pre-test, post-test, dan analisis hasil
7	Penyusunan Laporan Akhir	16-30 Agustus 2024	Dokumentasi dan pelaporan kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan Program

Pelaksanaan program Pendampingan UMKM di Desa Argomulyo dalam Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana dan Strategi Digital *Marketing* telah dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang dirancang. Hasil kegiatan ini dapat dikategorikan ke dalam beberapa aspek utama, yaitu:

1. Sosialisasi dan Identifikasi Kebutuhan UMKM
Sosialisasi program PkM dilakukan dengan melibatkan perangkat desa dan para pelaku UMKM. Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan, ditemukan beberapa permasalahan utama yang dihadapi UMKM di Desa Argomulyo, yaitu:
 - a. Minimnya pemahaman tentang pencatatan keuangan usaha, yang menyebabkan kesulitan dalam mengelola arus kas dan menentukan keuntungan bisnis.
 - b. Kurangnya pemanfaatan media digital untuk pemasaran, sehingga jangkauan pasar masih terbatas pada pelanggan lokal.
 - c. Keterbatasan akses terhadap modal usaha, akibat tidak adanya laporan keuangan yang memadai untuk memenuhi persyaratan pengajuan pinjaman ke lembaga keuangan.
2. Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana
Pelatihan ini diikuti oleh sejumlah pelaku UMKM yang berasal dari berbagai sektor usaha, seperti industri makanan dan minuman, kerajinan tangan, serta jasa perdagangan. Materi yang diberikan meliputi:
 - a. Pengenalan dasar akuntansi untuk UMKM, termasuk pentingnya pencatatan keuangan dalam bisnis.
 - b. Penyusunan laporan keuangan sederhana, yang mencakup laporan laba rugi, laporan posisi keuangan, dan arus kas berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM).
 - c. Simulasi pencatatan transaksi harian, dengan menggunakan metode manual dan aplikasi sederhana seperti Microsoft Excel dan aplikasi keuangan berbasis digital. Dari hasil *pre-test* dan *post-test* yang dilakukan terhadap peserta, terjadi peningkatan pemahaman sebesar 70% dalam penyusunan laporan keuangan sederhana dibandingkan dengan sebelum pelatihan.
3. *Workshop* Strategi Digital Marketing
Workshop ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan peserta dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran produk pelaku UMKM. Beberapa aspek yang diberikan dalam pelatihan ini meliputi:
 - a. Pembuatan akun bisnis di media sosial (*Instagram, Facebook, WhatsApp Business*).
 - b. Strategi pemasaran digital, seperti pemanfaatan konten visual, *copywriting*, dan *engagement* dengan pelanggan.
 - c. Penggunaan *marketplace* (Shopee, Tokopedia, Bukalapak) untuk memperluas jangkauan pasar.
 - d. Simulasi pembuatan konten promosi, seperti desain gambar dan video menggunakan aplikasi gratis (Canva, CapCut).

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 60% peserta mulai menggunakan media sosial untuk promosi, sementara 40% lainnya sudah mengunggah produknya ke *marketplace* setelah mengikuti pelatihan.
4. Pendampingan dan Monitoring Implementasi
Pendampingan dilakukan untuk memastikan peserta dapat menerapkan materi yang telah diberikan dalam kegiatan pelatihan dan *workshop*. Beberapa hasil yang dicapai dalam tahap ini antara lain:
 - a. Sebanyak 75% peserta mulai menerapkan pencatatan transaksi harian, yang sebelumnya tidak pernah dilakukan secara sistematis.
 - b. Sekitar 50% peserta aktif memasarkan produk pelaku UMKM secara digital, dengan peningkatan interaksi pelanggan di media sosial.

- c. Beberapa UMKM mulai mendapatkan pelanggan baru dari luar wilayah, terutama melalui pemasaran *online*.

Pendampingan juga dilakukan secara individu untuk membantu peserta yang masih mengalami kendala teknis dalam pencatatan keuangan dan pemasaran digital.

5. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi awal sebelum program dilaksanakan dengan hasil setelah pelatihan dan pendampingan. Indikator keberhasilan yang digunakan adalah:

Tabel 2. Indikator Keberhasilan

No.	Indikator	Sebelum Program	Setelah Program	Perubahan
1	Pemahaman tentang laporan keuangan	30%	80%	+50%
2	UMKM yang mencatat transaksi harian	25%	75%	+50%
3	Penggunaan media sosial untuk pemasaran	40%	80%	+40%
4	Penggunaan <i>marketplace</i> untuk jual beli	10%	50%	+40%

Dari hasil evaluasi, dapat disimpulkan bahwa program ini memberikan dampak positif yang cukup signifikan terhadap pengelolaan keuangan dan pemasaran UMKM di Desa Argomulyo. Sebagai tindak lanjut, direncanakan pembentukan komunitas UMKM digital yang difasilitasi oleh perangkat desa dan didukung oleh akademisi untuk memberikan pendampingan lanjutan serta berbagi pengalaman antar-pelaku usaha.

Pembahasan

Hasil dari program Pendampingan UMKM di Desa Argomulyo dalam Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana dan Strategi Digital *Marketing* menunjukkan bahwa pelaku UMKM di desa ini mengalami peningkatan dalam pemahaman dan keterampilan terkait pengelolaan keuangan serta pemasaran digital. Pembahasan dalam bagian ini akan menguraikan secara lebih terperinci dampak program, tantangan yang dihadapi, serta pemanfaatan anggaran dalam pelaksanaan kegiatan. Beberapa poin penting yang menjadi pembahasan dalam program ini meliputi:

1. Dampak Program terhadap UMKM

Program ini memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas UMKM, yang dapat dikategorikan dalam beberapa aspek berikut:

- a. Peningkatan Pemahaman dan Penerapan Laporan Keuangan

Sebelum program dilaksanakan, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Argomulyo tidak memiliki pemahaman yang baik mengenai pencatatan keuangan. Banyak di antara pelaku UMKM masih mencampuradukkan keuangan pribadi dengan usaha, sehingga sulit menentukan laba bersih yang diperoleh. Setelah mengikuti pelatihan, terjadi peningkatan yang cukup signifikan:

- 1) 75% peserta mulai menerapkan pencatatan transaksi harian menggunakan format sederhana.

- 2) 60% peserta memahami cara menyusun laporan laba rugi dan arus kas untuk mengetahui kondisi keuangan usaha pelaku UMKM.
- 3) 30% peserta mulai menggunakan aplikasi pencatatan keuangan digital, seperti BukuKas dan Akuntansi Keuangan UMKM.

Hasil ini sesuai dengan penelitian oleh Setiawan & Raharjo (2022), yang menyatakan bahwa literasi keuangan yang baik dapat membantu UMKM dalam mengelola usaha secara lebih profesional dan meningkatkan peluang mendapatkan akses pembiayaan.

b. Peningkatan Pemasaran Digital

Sebelum program ini, sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung dan pemasaran dari mulut ke mulut. Namun, setelah diberikan pelatihan strategi digital *marketing*, terjadi perubahan sebagai berikut:

- 1) 0% peserta mulai memanfaatkan media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp Business) untuk promosi.
- 2) 40% peserta berhasil menjual produk pelaku UMKM melalui *marketplace* (Shopee, Tokopedia, Bukalapak).
- 3) 50% peserta mengalami peningkatan jumlah pelanggan setelah menerapkan strategi pemasaran digital.

Penelitian oleh Prasetyo et al. (2023) mendukung temuan ini, dengan menyebutkan bahwa UMKM yang aktif menggunakan media sosial dan *marketplace* mengalami peningkatan omzet hingga 30% dalam enam bulan pertama setelah menerapkan strategi pemasaran digital.

2. Tantangan dalam Implementasi Program

Meskipun program ini berjalan dengan baik, terdapat beberapa kendala yang dihadapi selama pelaksanaan, di antaranya:

a. Keterbatasan Akses Teknologi dan Internet

Tidak semua peserta memiliki perangkat digital yang memadai, seperti *smartphone* atau laptop, untuk menerapkan strategi digital *marketing*. Selain itu, sinyal internet di beberapa area di Desa Argomulyo masih kurang stabil, sehingga menyulitkan peserta dalam mengakses *marketplace* dan media sosial.

b. Tingkat Pemahaman yang Beragam

Pelaku UMKM yang sudah berusia lanjut mengalami kesulitan dalam memahami konsep digital *marketing* dan pencatatan keuangan berbasis aplikasi. Beberapa peserta membutuhkan pendampingan lebih intensif agar dapat menguasai materi yang diberikan.

c. Konsistensi dalam Penerapan Laporan Keuangan

Meskipun pemahaman peserta terhadap pencatatan keuangan meningkat, sebagian masih belum menerapkannya secara konsisten dalam kegiatan usahanya. Beberapa peserta kembali ke pola lama setelah program selesai karena merasa belum terbiasa dengan pencatatan transaksi harian.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan program Pendampingan UMKM di Desa Argomulyo dalam Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana dan Strategi Digital *Marketing*, dapat disimpulkan bahwa program ini telah berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam dua aspek utama, yaitu pencatatan

keuangan sederhana dan pemasaran digital.

1. Peningkatan Pemahaman dalam Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana
 - a. Sebelum pendampingan, mayoritas pelaku UMKM di Desa Argomulyo belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang terstruktur.
 - b. Setelah mengikuti pelatihan, 75% peserta mulai menerapkan pencatatan transaksi harian menggunakan format sederhana.
 - c. Sebanyak 60% peserta telah memahami cara menyusun laporan laba rugi dan arus kas, yang dapat membantu pelaku UMKM dalam mengambil keputusan bisnis.
 - d. Beberapa pelaku UMKM mulai menggunakan aplikasi pencatatan keuangan digital, seperti BukuKas dan Akuntansi Keuangan UMKM, untuk mempermudah pencatatan.
2. Peningkatan Kapasitas dalam Strategi Digital *Marketing*
 - a. Sebelum pendampingan, sebagian besar UMKM masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dan belum memahami potensi digital *marketing*.
 - b. Setelah pendampingan, 80% peserta mulai memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business untuk promosi produk pelaku UMKM.
 - c. Sebanyak 40% peserta berhasil memasarkan produk melalui platform *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia, yang meningkatkan jangkauan pasar pelaku UMKM.
 - d. Sekitar 50% peserta mengalami peningkatan jumlah pelanggan setelah menerapkan strategi pemasaran digital yang diajarkan.
3. Tantangan yang Dihadapi
 - a. Kurangnya akses terhadap teknologi dan internet, terutama bagi UMKM yang belum memiliki perangkat digital yang memadai.
 - b. Tingkat pemahaman yang beragam, terutama bagi pelaku UMKM yang berusia lebih tua dan kurang terbiasa dengan teknologi.
 - c. Kendala dalam konsistensi penerapan laporan keuangan, di mana beberapa peserta masih kembali ke pola lama setelah program selesai.
4. Dampak Program terhadap Pemberdayaan UMKM
 - a. Program ini telah membantu UMKM menjadi lebih mandiri dalam mengelola keuangan dan strategi pemasaran pelaku UMKM.
 - b. Dengan pencatatan keuangan yang lebih baik, UMKM memiliki peluang lebih besar untuk mengakses modal dan pembiayaan usaha.
 - c. Pemanfaatan pemasaran digital memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan omzet dan daya saing pelaku UMKM.
 - d. Program ini juga mendorong kolaborasi antar-UMKM untuk berbagi pengalaman dan strategi dalam mengembangkan usaha pelaku UMKM.

Dengan hasil yang dicapai, dapat dikatakan bahwa program ini telah memberikan dampak positif bagi perkembangan UMKM di Desa Argomulyo. Namun, untuk mencapai hasil yang lebih optimal, diperlukan pendampingan lanjutan dan dukungan dari berbagai pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, D., Sari, R. P., & Rahmawati, A. (2021). *Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) untuk Meningkatkan Transparansi dan Akuntabilitas UMKM*. Jurnal Akuntansi dan

- Keuangan, 12(2), 45- 60.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Tahun 2023*. Jakarta: BPS.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2023). *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM)*. Jakarta: IAI.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). *Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management (16th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Ningtyas, R. (2017). *Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 23-34.
- Prasetyo, A., Setiawan, B., & Raharjo, S. (2023). *Dampak Pemasaran Digital terhadap Peningkatan Omzet UMKM*. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen*, 10(3), 112-125.
- Priharsari, N. (2022). "Analisis Implementasi SAK EMKM pada UMKM di Indonesia". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 19(1), 45-60.
- Rahayu, R., & Day, J. (2023). "Determinants of E-commerce Adoption by SMEs in Developing Countries: Evidence from Indonesia". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 30(2), 321-340.
- Rahmawati, A. (2020). *Pentingnya Penyusunan Laporan Keuangan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 8(1), 78-89.
- Setiawan, B., & Raharjo, S. (2022). *Literasi Keuangan dan Pemberdayaan UMKM*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(2), 99-110.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2022). *Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Suryani, D. (2021). *Pendampingan UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing dan Keberlanjutan Usaha*. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1), 15-25.
- Tambunan, T. (2023). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Tantangan, dan Strategi Pemberdayaan*. Jakarta: LP3ES.
- Widodo, T. (2022). "Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Industri 4.0". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 7(1), 78-95.