

PENDAMPINGAN PEMBUKUAN SEDERHANA DAN PEMASARAN BERBASIS DIGITAL PADA UMKM DI KABUPATEN MAGELANG

Prima Adi Wicaksono, Diana Airawaty

Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia

E-mail: primadiw30@gmail.com, diana@mercubuana-yogya.ac.id

Abstrak

Pelaksanaan program pengabdian ini diarahkan untuk memperkuat keterampilan para pemilik UMKM dalam pengelolaan keuangan serta menerapkan konssp pemasaran digital di Kabupaten Magelang. Temuan penting menunjukkan bahwa pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual sehingga formatnya belum terkelola secara optimal, serta promosi produk yang terbatas pada metode tradisional. Proses pendampingan melibatkan empat tahap: identifikasi kebutuhan lapangan, penyusunan rancangan pelatihan, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi berkelanjutan. Dalam sesi pelatihan, peserta dikenalkan dengan aplikasi MyBisnis sebagai alat pencatatan keuangan yang lebih terstruktur, serta dibekali pemahaman mengenai teknik pemasaran digital melalui Instagram. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kompetensi pelaku usaha dalam mencatat transaksi harian, menyusun laporan keuangan, serta mengelola media sosial sebagai sarana promosi. Evaluasi akhir mengindikasikan adanya peningkatan keterlibatan konsumen dan kenaikan penjualan sekitar 20% setelah program dilaksanakan. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan pengaruh positif terhadap pemahaman tentang keuangan, pemanfaatan teknologi digital, serta penguatan daya saing UMKM dalam perkembangan ekonomi masa kini.

Abstract

The implementation of this community service program is aimed at strengthening the skills of MSME owners in financial management and applying digital marketing concepts in Magelang Regency. Key findings reveal that financial records are still maintained manually, resulting in suboptimal bookkeeping practices, and that product promotion remains limited to traditional methods. The mentoring process consisted of four stages: needs assessment, training design, program execution, and continuous evaluation. During the training sessions, participants were introduced to the MyBisnis application as a more structured tool for financial recording and were equipped with knowledge on digital marketing techniques using Instagram. The results showed an improvement in the participants' competencies in recording daily transactions, preparing financial reports, and managing social media as a promotional medium. The final evaluation indicated an increase in consumer engagement and approximately a 20% rise in sales after the program was carried out. Overall, this activity had a positive impact on financial literacy, the utilization of digital technology, and the strengthening of MSME competitiveness in today's economic environment.

Kata kunci: pembukuan sederhana, pemasaran digital, UMKM, literasi keuangan, MyBisnis

1. PENDAHULUAN

Unit UMKM menjadi motor penting dalam memacu aktivitas ekonomi di Indonesia, terutama dalam membuka kesempatan kerja serta mendorong dinamika perekonomian daerah. Meski demikian, UMKM masih menghadapi banyak tantangan dalam pengelolaan usaha mereka, khususnya dalam hal pembukuan dan pemasaran yang efisien. Pembukuan yang sistematis menjadi fondasi utama agar UMKM mampu mengelola keuangan usaha secara transparan dan melakukan evaluasi bisnis dengan tepat (Firdaus & Airawaty, 2024). Namun, banyak pelaku

UMKM yang belum memiliki kemampuan memadai dalam menjalankan pembukuan, sehingga berpotensi menghambat pengembangan usaha.

Dalam era digital, kemajuan teknologi dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kendala tersebut. Aplikasi pembukuan digital seperti MyBisnis memberikan solusi praktis bagi UMKM dalam mencatat transaksi keuangan secara sederhana dan akurat tanpa harus memiliki latar belakang akuntansi yang kuat (Maulidin et al., 2025). Pendampingan berbasis teknologi ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital pelaku UMKM serta memberikan kemudahan dalam memonitor keuangan usaha secara real-time, sehingga pengambilan keputusan bisnis menjadi lebih tepat sasaran dan berbasis data.

Selain pembukuan, tantangan lain yang dihadapi UMKM adalah optimalisasi pemasaran produk agar mampu menjangkau lebih banyak konsumen. Media sosial, khususnya Instagram, telah terbukti sebagai platform efektif untuk pemasaran digital UMKM. Studi kasus di berbagai daerah menunjukkan bahwa Instagram mampu meningkatkan keterlibatan konsumen dengan memanfaatkan konten bergambar yang engaging, fitur story dan reels, serta membangun hubungan interaktif dengan pasar yang dituju (NAIMAH et al., 2020; Nainggolan & Airawaty, 2024). Keberhasilan strategi pemasaran digital ini membantu UMKM meningkatkan omzet dan memperluas pasar, bahkan sampai ke tingkat nasional.

Pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada UMKM Photil Rizqy yang terletak di Kabupaten Magelang bertujuan mendampingi pelaku usaha dalam menggunakan aplikasi MyBisnis untuk pembukuan sederhana serta memanfaatkan Instagram sebagai media promosi. Pendekatan terpadu ini diharapkan dapat mendorong efektivitas pengelolaan usaha mulai dari administrasi keuangan hingga pemasaran produk. Dengan demikian, UMKM dapat beroperasi secara lebih profesional, efisien, dan kompetitif di pasar modern (Firdaus & Airawaty, 2024; Nainggolan & Airawaty, 2024).

Dengan terus berkembangnya ekosistem digital, UMKM di Kabupaten Magelang yang bergerak di produksi makanan ringan berbasis ketela pohon memiliki peluang besar untuk meningkatkan penetrasi pasar dan loyalitas pelanggan melalui digitalisasi pembukuan dan pemasaran. Pendekatan ini menjadi strategi efektif dalam mendorong pertumbuhan usaha UMKM yang adaptif dan berdaya saing tinggi di masa depan (Deri et al., 2025).

2. METODE PELAKSANAAN

Sebelum pelaksanaan pendampingan, dilakukan observasi awal untuk mengetahui kondisi bisnis UMKM secara menyeluruh. Observasi bertujuan memperoleh gambaran lengkap tentang proses produksi, pengelolaan keuangan, dan pola pemasaran yang selama ini berjalan. Kegiatan ini penting sebagai dasar untuk mengidentifikasi kendala utama yang dihadapi pelaku usaha serta potensi pengembangan yang dapat dimanfaatkan (Ningtyas & Kusuma, 2024). Observasi juga mendukung pengumpulan data primer sebagai dasar perencanaan intervensi yang tepat dan berbasis kebutuhan nyata UMKM.

Kunjungan kedua difokuskan pada pengenalan dan pelatihan terkait operasional aplikasi pembukuan digital MyBisnis. Pada tahap ini Pendampingan langsung diberikan kepada pemilik UMKM dalam kegiatan mencatat transaksi keuangan, pengelolaan stok, serta Menyusun laporan keuangan dasar secara digital. melalui aplikasi ini diharapkan UMKM dapat meningkatkan kapasitas manajemen keuangan secara mandiri, efisien, serta mendukung transparansi usaha (Larasati et al., 2023).

Pada kunjungan ketiga, diarahkan pada pengenalan media sosial Instagram sebagai media promosi efektif untuk memperluas pasar. Pelatihan mencakup teknik pengelolaan akun, pembuatan konten visual menarik, penggunaan fitur engagement seperti story dan reels, serta strategi membangun interaksi dengan pelanggan. Pendekatan ini bertujuan memaksimalkan potensi pemasaran digital yang sangat relevan untuk UMKM di era teknologi saat ini (Nurhaliza et al., 2024).

Sebagai kelanjutan dari rangkaian tersebut, dilakukan pula proses penajaman materi melalui sesi tanya jawab terstruktur yang dirancang untuk menggali persoalan laten yang sebelumnya tidak teridentifikasi secara eksplisit. Pada tahap ini, pelaku UMKM diberikan ruang untuk menguraikan hambatan teknis maupun nonteknis yang mereka alami dalam aktivitas operasional sehari-hari, sehingga pendamping memperoleh perspektif yang lebih komprehensif mengenai dinamika bisnis yang berlangsung. Pendekatan ini bertujuan menciptakan pola interaksi partisipatif yang tidak hanya bersifat instruksional, tetapi juga dialogis, sehingga materi pendampingan dapat disesuaikan secara lebih presisi dengan kebutuhan aktual pelaku usaha.

Selain itu, dilakukan pula evaluasi formatif pada setiap akhir sesi untuk memastikan efektivitas transfer pengetahuan serta tingkat ketercerapan materi. Evaluasi ini dilaksanakan menggunakan instrumen sederhana yang meliputi pengamatan langsung, pengajuan pertanyaan reflektif, serta penilaian atas kemampuan praktik pemilik UMKM dalam mengoperasikan aplikasi maupun menyusun konten pemasaran digital. Dengan demikian, setiap kekurangan dalam pemahaman dapat segera diperbaiki pada sesi berikutnya sehingga proses pendampingan tidak bersifat linear, melainkan adaptif dan responsif terhadap kemajuan peserta.

Untuk memperkuat keberlanjutan program, pendamping juga menyusun modul ringkas yang berfungsi sebagai panduan rujukan mandiri bagi pemilik UMKM setelah program berakhir. Modul ini berisi langkah-langkah operasional inti, contoh format pembukuan digital, serta prinsip dasar dalam pengelolaan media sosial bisnis. Penyediaan modul bertujuan mengurangi ketergantungan pelaku usaha terhadap pendamping dan sekaligus mendorong terbentuknya kemandirian dalam mengimplementasikan praktik manajemen modern secara konsisten.

Tahapan berikutnya mencakup monitoring informal pascapelatihan yang dilakukan melalui komunikasi daring untuk memastikan pelaku UMKM tetap menjalankan praktik yang telah diajarkan. Monitoring ini tidak bersifat mengikat, namun berfungsi sebagai mekanisme penguatan agar transformasi digital yang telah dimulai tidak berhenti sebagai aktivitas sesaat. Dengan adanya umpan balik berkala dari pelaku usaha, pendamping memperoleh indikasi mengenai efektivitas jangka pendek program sekaligus mengetahui area yang masih memerlukan intervensi tambahan di masa mendatang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan terkait pembukuan sederhana dan pemasaran digital untuk UMKM di Kabupaten Magelang berhasil direalisasikan secara efektif sesuai dengan rencana program yang ditetapkan. Pelatihan ini memberikan dampak nyata berupa meningkatnya keterampilan pelaku usaha dalam melakukan pencatatan keuangan serta kemampuan menerapkan strategi pemasaran berbasis teknologi. Secara keseluruhan, pelaku UMKM menunjukkan perkembangan signifikan dari sisi manajerial, teknis, dan pemahaman mengenai urgensi transformasi digital dalam pengelolaan usaha kecil (Rizki Nur Khasanah & Diana Airawaty, 2023).

Pada tahap observasi awal teridentifikasi bahwa sistem pembukuan UMKM Photil Rizqy masih sangat sederhana, dilakukan secara manual dengan memanfaatkan buku tulis. Pencatatan belum dilakukan secara terstruktur dan belum terdapat pemisahan yang jelas antara keperluan pribadi dan keperluan bisnis. Kondisi ini menyulitkan pemilik usaha dalam menghitung laba bersih dan memantau arus kas dengan akurat. Dari sisi pemasaran, kegiatan promosi masih dilakukan secara tradisional, seperti penjualan langsung atau dari mulut ke mulut, tanpa memanfaatkan platform media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Temuan ini kemudian menjadi dasar dirancangnya pendampingan yang berfokus pada pembukuan digital dan strategi pemasaran berbasis media sosial.

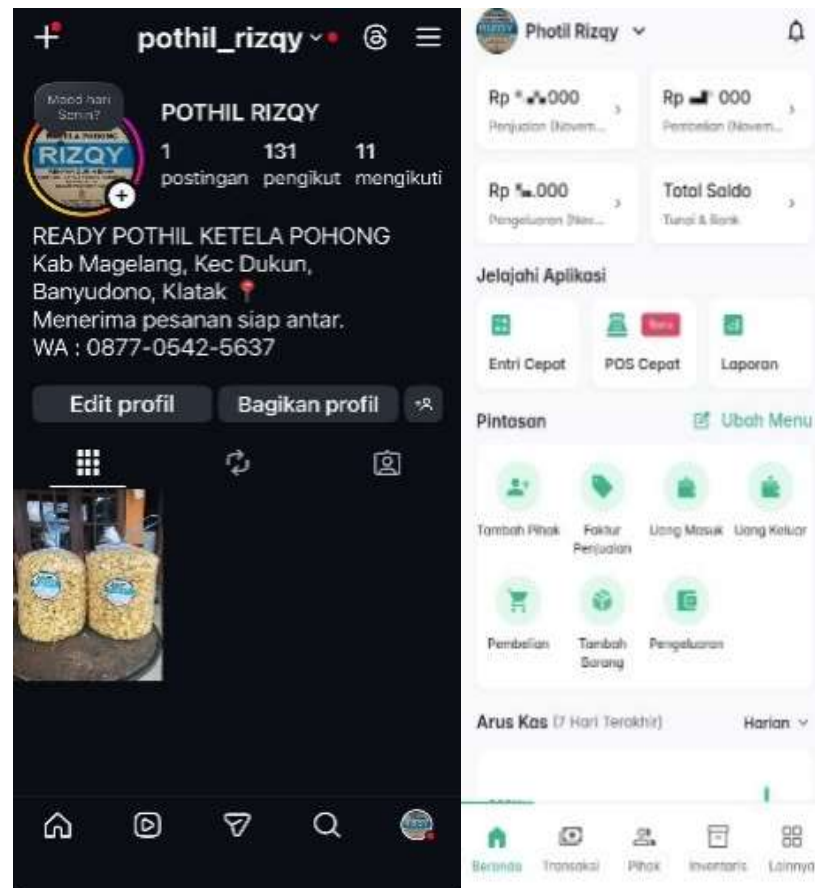
Pada sesi pelatihan pembukuan, pelaku usaha diperkenalkan pada konsep dasar keuangan seperti pendapatan, biaya, laba, dan arus kas. Selanjutnya, mereka diberikan bimbingan langsung untuk mengoperasikan aplikasi MyBisnis sebagai alat pencatatan transaksi harian. Melalui latihan

berulang dan pendampingan intensif, pelaku UMKM mulai memahami proses input data secara digital hingga menghasilkan laporan keuangan sederhana secara otomatis. Setelah beberapa kali sesi, pelaku usaha telah mampu menggunakan aplikasi secara mandiri dan mulai konsisten melakukan pencatatan secara rutin. Peningkatan kemampuan ini menunjukkan bahwa literasi keuangan mereka berkembang dengan baik.

Selain pelatihan pembukuan, pendampingan juga diarahkan pada praktik pemasaran digital menggunakan Instagram. Peserta diberikan penjelasan mengenai konsep dasar pemasaran online, teknik pembuatan konten kreatif, serta pemanfaatan fitur interaktif untuk meningkatkan keterlibatan audiens. UMKM berhasil membuat akun bisnis Instagram yang lebih profesional dan secara rutin mempublikasikan konten promosi. Dalam beberapa minggu setelah pendampingan, terlihat peningkatan jumlah pengikut, tingginya interaksi pengguna, serta munculnya pertanyaan dari calon pelanggan baru. Fenomena ini menunjukkan bahwa pemasaran digital berperan penting dalam memperluas pangsa pasar dan meningkatkan visibilitas produk.



Gambar 1. Pendampingan pelaku UMKM Photil Rizqy



Gambar 2. Akun Instagram & Akun MyBisnis Photil Rizqy

4. KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan yang dilaksanakan pada UMKM di Kabupaten Magelang menunjukkan bahwa integrasi antara pembukuan sederhana berbasis digital dan strategi pemasaran digital mampu memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kualitas pengelolaan usaha. Implementasi aplikasi MyBisnis terbukti membantu pemilik usaha melakukan pencatatan keuangan secara lebih sistematis, akurat, dan berkelanjutan. Sebelum program dilaksanakan, proses pembukuan masih dilakukan secara manual dan tidak terdokumentasi dengan baik, sehingga menyulitkan pelaku usaha dalam memantau kondisi keuangan secara menyeluruh. Melalui pendampingan yang diberikan, pelaku UMKM tidak hanya memahami konsep dasar pembukuan, tetapi juga mampu menerapkan pencatatan digital secara mandiri untuk mendukung proses analisis usaha seperti perhitungan laba rugi, pemantauan arus kas, dan identifikasi biaya operasional.

Dari aspek pemasaran, pemanfaatan Instagram sebagai media promosi berhasil meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam membangun citra merek dan menjangkau pasar yang lebih luas. Pelatihan mengenai pembuatan konten, strategi unggah, serta pemanfaatan fitur interaktif mampu mendorong peningkatan engagement dan visibilitas produk. Aktivitas promosi yang sebelumnya hanya mengandalkan metode tradisional kini berkembang menjadi strategi pemasaran digital yang lebih terstruktur, kreatif, dan relevan dengan perilaku konsumen modern. Dalam periode pendampingan, terlihat peningkatan interaksi konsumen, pertanyaan baru dari calon pembeli, serta tumbuhnya minat masyarakat terhadap produk UMKM.

Secara umum, pelaksanaan program ini memberikan bukti bahwa literasi digital, baik dalam aspek keuangan maupun pemasaran, merupakan elemen penting dalam memperkuat fondasi usaha kecil. Pelaku UMKM menunjukkan perkembangan positif dalam hal kemampuan teknis, pemahaman konsep, serta kesiapan dalam menghadapi tuntutan digitalisasi. Lebih dari itu,

pendampingan ini juga mendorong terbentuknya pola pikir usaha yang lebih adaptif, inovatif, dan berorientasi pada pengembangan jangka panjang. Kemampuan untuk mengelola data keuangan secara terukur dan memanfaatkan teknologi pemasaran secara tepat menjadi modal penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing di tengah kompetisi yang semakin dinamis.

Dengan demikian, kegiatan ini dapat disimpulkan berhasil mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam pembukuan dan pemasaran digital, memperkuat kapasitas manajerial, serta menciptakan pondasi usaha yang lebih profesional. Program ini diharapkan dapat menjadi model pendampingan berkelanjutan yang dapat diterapkan di wilayah lain, sehingga kontribusinya terhadap penguatan ekonomi lokal dapat semakin luas dan memberikan manfaat jangka panjang bagi perkembangan UMKM di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Deri, Moch Dida Dejah Golfantara, Syifa Azzahra, Muhammad Hafidz Al-Azka, & Khairil Anam. (2025). Peran digital marketing dalam pengembangan usaha berbasis teknologi untuk optimalisasi strategi pemasaran UMKM. *JENIUS: Jurnal Terapan Teknik Industri*, 6(1), 9–18. <https://doi.org/10.37373/jenius.v6i1.1371>
- Firdaus, & Airawaty. (2024). Pendampingan Pembuatan NIB dan Pembukuan Sederhana Berbasis Digital pada UMKM Es Buah RL. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(4), 56–61. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v3i4.1579>
- Larasati, Rohmana, Mutiara, & Pandin. (2023). Penerapan Digital Accounting pada Era Digitalisasi untuk Meningkatkan Performa UMKM di Kelurahan Nginden Jangkungan Surabaya. *Journal of Management and Social Sciences*, 2(3), 01–16. <https://doi.org/10.55606/jimas.v2i3.373>
- Maulidin, W. F., Nugraha, A. E., Rahma, R. A., Sutrisno, S., Alimar, M. M., Yudhiawan, R., & Kusuma, S. A. (2025). Pembukuan Digital yang Efisien untuk UMKM (Pendekatan Pengembangan Prototipe Excel VBA). *Infomatek*, 27(1), 9–18. <https://doi.org/10.23969/infomatek.v27i1.22552>
- NAIMAH, R. J., WARDHANA, M. W., HARYANTO, R., & PEBRIANTO, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Nainggolan, A., & Airawaty, D. (2024). PENERAPAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PEMASARAN UMKM RUMAH JAMU ARGOMULYO. *Jurnal BUDIMAS*, 06(UMKM, Digital Marketing, Media Sosial), 1–8.
- Ningtyas, & Kusuma. (2024). Peranan Pendampingan UMKM Untuk Meningkatkan Usaha Dan Akses Pasar Pedagang SWK Urip Sumoharjo. *Journal of Creative Student Research*, 2(4), 103–116. <https://doi.org/10.55606/jcsr-politama.v2i4.4006>
- Nurhaliza, Zawawi, Z., & Warmana, G. O. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Pemasaran Digital Guna Mengembangkan Branding UMKM Rusunawa Penjaringan Sari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 892–898. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2417>

Rizki Nur Khasanah, & Diana Airawaty. (2023). Sosialisasi Dan Pelatihan Penyusunan Pembukuan Sederhana Menggunakan Aplikasi Bukuwarung Pada UMKM Menengah. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdikan Untuk Negeri*, 3(1), 110–118. <https://doi.org/10.58192/sejahtera.v3i1.1669>