

**MEINGKATKAN DIGITAL MARKETING SERTA PENDAMPINGAN  
PEMBUATAN PEMBUKUAN SEDERHANA BAGI PELAKU UMKM  
BARU DI WILAYAH SLEMAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
(DIY)**

**Antonyo Almase Gasi Hali<sup>1</sup>, Endang Sri Utami<sup>2</sup>**

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

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

**Abstrak** – Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran krusial dalam ekonomi Indonesia, baik sebagai pilar utama ekonomi nasional maupun sebagai fondasi ekonomi lokal di berbagai daerah termasuk Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta. UMKM tidak hanya menciptakan lapangan kerja dan menambah penghasilan masyarakat, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Manajemen keuangan yang efektif sangat penting bagi UMKM untuk mengevaluasi kinerja usaha mereka dan merencanakan pengembangan yang optimal. Di samping itu, digital marketing menjadi strategi krusial bagi UMKM dalam memperluas pasar dan meningkatkan penjualan, meskipun masih banyak yang belum memanfaatkannya secara maksimal. Pemerintah Indonesia aktif dalam mendukung UMKM melalui berbagai program bimbingan, pelatihan, dan fasilitasi lainnya, termasuk pelatihan digital marketing, untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam menghadapi persaingan global. Dengan demikian, pelatihan digital marketing menjadi langkah strategis dalam memperkuat peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Ekonomi Indonesia, Manajemen Keuangan.

## PENDAHULUAN

Di zaman globalisasi dan pesatnya kemajuan teknologi, UMKM memegang peranan yang amat signifikan dalam ekonomi suatu negara. Di Indonesia, UMKM bukan hanya menjadi pilar utama ekonomi nasional tetapi juga merupakan fondasi ekonomi lokal di berbagai wilayah, termasuk di Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebagai kontributor utama terhadap pertumbuhan ekonomi setempat, UMKM menyediakan peluang kerja, Menambah penghasilan masyarakat serta mendukung pembangunan berkelanjutan. (Yudiana Sari et al., 2023). Usaha kecil dan menengah (UKM) di berbagai negara termasuk di Indonesia menjadi salah satu pendorong utama ekonomi rakyat yang kuat. Ini karena sebagian besar dari para pelaku UKM bermula dari industri rumahan atau keluarga. Akibatnya, pasar untuk produk mereka biasanya terdiri dari kalangan menengah ke bawah. Selain itu, peran UKM, terutama setelah krisis moneter tahun 1998, dapat dianggap sebagai penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi nasional, baik dalam memacu pertumbuhan ekonomi maupun menciptakan lapangan kerja (Abriandi & Suryono, 2023). Manajemen keuangan adalah bidang yang mempelajari cara efektif mengelola keuangan, baik dalam hal pengadaan dana, penggunaan atau alokasi dana, dan pembagian keuntungan dari kegiatan usaha. Secara umum, manajemen keuangan mencakup semua aktivitas atau proses bisnis yang terkait dengan pengadaan modal dengan biaya minimal, penggunaan dana secara efisien, alokasi investasi yang menguntungkan, sehingga mencapai tujuan perusahaan (Nurfauziah et al., 2023).

Pengelolaan keuangan sangat penting bagi semua pelaku usaha UMKM, karena dengan mengelola finansial secara efektif, pelaku usaha dapat menilai kinerja usahanya dengan lebih baik. Manajemen finansial merupakan inti dari setiap bisnis, karena aspek finansial selalu menjadi pertimbangan utama dalam setiap keputusan bisnis. Sistem manajemen finansial memberikan informasi yang diperlukan kepada pelaku UMKM untuk merencanakan strategi pengembangan usaha mereka. Untuk menjaga kelangsungan usaha, manajemen finansial menjadi hal yang tak boleh diabaikan. Dengan menyusun rencana keuangan, pelaku UMKM dapat meramalkan arus kas mereka selama beberapa periode ke depan, sehingga dapat menghindari pemborosan. Manajemen finansial juga membantu dalam pengambilan keputusan bisnis dan merancang strategi yang tepat. Sistem manajemen finansial berfungsi untuk mengendalikan dan memantau arus kas bisnis. Dalam menghadapi perkembangan usaha dan persaingan yang terus berkembang dengan adanya inovasi, pelaku UMKM dihadapkan pada tantangan untuk mengembangkan usaha mereka dengan mempertimbangkan manajemen finansial yang efisien (Nurfauziah et al., 2023). Karena kontribusi besar UMKM terhadap Indonesia, pemerintah aktif untuk melakukan bimbingan dan penyuluhan kepada mitra UMKM agar mereka dapat terus mengembangkan dan bertahan dalam persaingan dengan sektor industri, baik dalam skala nasional maupun multinasional. Pemerintah menyadari bahwa UMKM menghadapi banyak keterbatasan yang tidak boleh menghambat pertumbuhannya. Oleh karena itu, pemerintah menyediakan berbagai kemudahan bagi pelaku UMKM, seperti pendanaan, pelatihan teknis untuk branding, pemasaran, serta strategi lainnya, pelatihan manajemen sumber daya manusia, pelatihan pencatatan keuangan, dan berbagai langkah lainnya untuk meningkatkan kualitas UMKM (Savita & Subandoro, 2022).

Digital marketing semakin populer sebagai sarana pemasaran di kalangan masyarakat yang mendukung berbagai aktivitas. Ada pergeseran bertahap dari model pemasaran tradisional menuju pemasaran modern, yang dikenal sebagai digital marketing. Ini adalah strategi pemasaran yang memanfaatkan internet dan teknologi informasi untuk mencapai konsumen secara lebih luas dan meningkatkan penjualan (Daheri et al., 2020). Penggunaan digital marketing adalah salah satu langkah untuk meningkatkan citra merek dan penjualan produk bagi pelaku UMKM. Banyak dari mereka yang memulai usaha dengan produk baru

yang belum dikenal atau diminati oleh masyarakat atau calon konsumen. Untuk meningkatkan nilai usaha mereka, diperlukan perluasan pasar agar volume penjualan produk meningkat. Perluasan pasar ini membutuhkan strategi promosi yang efektif dan hemat biaya. Digital marketing adalah metode promosi yang menggunakan media digital, yang memudahkan dan lebih ekonomis. Namun, banyak pelaku UMKM yang belum memahami penggunaan digital marketing dan belum sepenuhnya memanfaatkannya dengan optimal (Kurniawan & Rusfa, 2023).

Secara keseluruhan, pelatihan digital marketing bagi UMKM sangat penting dan sesuai untuk mengatasi tantangan yang dihadapi UMKM dalam pemasaran produk atau layanan di zaman digital. Pelatihan pelaporan keuangan juga memberikan dampak positif bagi penyusunan laporan keuangan. Dengan meningkatkan pemahaman dan keahlian dalam pemasaran digital, UMKM dapat meluaskan pasar mereka, meningkatkan daya saing, dan turut serta dalam pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

## **METODE PENELITIAN**

Setelah mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra, maka selanjutnya dilaksanakan diskusi untuk menentukan metode pemecahan masalah yang akan diterapkan. Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat terutama pada UMKM ini, metode yang digunakan adalah penyebaran informasi, pemberian pelatihan pelaporan keuangan sederhana, serta pelaksanaan pendampingan pada UMKM. Kegiatan didalamnya meliputi penyebaran informasi melalui digital marketing, pelatihan pelaporan keuangan sederhana, serta pendampingan dalam proses penerapannya.

Pengabdian di Desa Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dilakukan selama satu bulan efektif ( April-Mei 2024). Serangkaian kegiatan dalam pengabdian masyarakat ini dilakukan secara bertahap dan berurutan sebagai bagian dari penerapan metode yang telah disepakati, dimulai dari penyebaran informasi melalui digital marketing, dan dilanjutkan dengan pelatihan pelaporan keuangan sederhana serta pendampingan dalam penerapan proses tersebut. Setelah seluruh tahap pelaksanaan kegiatan telah terlaksana, selanjutnya akan dilakukan evaluasi. Sasaran dalam kegiatan yang dilaksanakan yaitu membuat mitra memahami konsep digital marketing, serta penggunaan laporan keuangan sederhana sehingga mampu diterapkan dengan baik oleh mitra. Mitra diharapkan mampu dalam memanfaatkan digital marketing sebagai media pemasaran yang baru untuk menjangkau lebih banyak pelanggan serta meningkatkan daya saingnya. Mitra juga diharapkan untuk mampu menerapkan pelaporan keuangan sederhana agar dapat mengetahui informasi yang valid pada pelaporan keuangan yang tertata dengan baik.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Tahap Persiapan**

Selama persiapan, dengan melakukan survei lokasi pelaksanaan pengabdian dan melakukan berdiskusi dengan owner UMKM, berhasil diidentifikasi masalah yang mereka hadapi. Hasil temuan ini memungkinkan perancangan program pelatihan yang dapat beradaptasi sesuai dengan kebutuhan serta untuk merancang strategi untuk menghadapi tantangan yang mungkin akan dihadapi oleh UMKM. Selama proses ini, diketahui bahwa masih banyak UMKM yang kurang memahami cara efektif mempromosikan produk mereka melalui media sosial dan kurangnya pemahaman pada pelaporan keuangan yang baik. Sebagian dari mereka hanya memperkenalkan usaha mereka melalui WhatsApp Story dan hanya melakukan penulisan pada sistem keuangannya tanpa menghitung biaya lain-lain yang telah terpakai, sehingga sistem pelaporan keuangannya tidak maksimal. Pada tahap ini ditemukan bahwa pemahaman UMKM tentang digital marketing dan pelaporan keuangan

sederhana masih sangat terbatas. Setelah melakukan survei dan wawancara, dipahami bahwa para pelaku UMKM perlu mendapatkan pemahaman yang lebih mengenai digital marketing dan pelaporan keuangan sederhana yang efektif sebagai sarana bagi mereka untuk melanjutkan usaha mereka kedepannya.

### **Tahap Pelaksanaan**

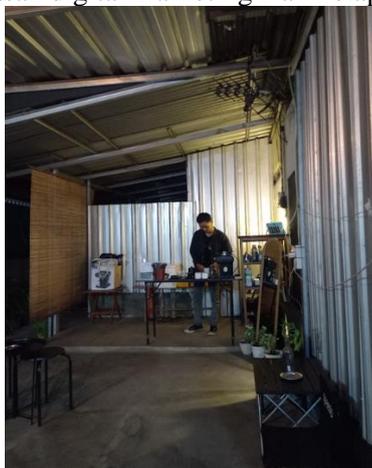
Selama tahap pelaksanaan, pelatihan digital marketing dan pelaporan keuangan sederhana disampaikan dengan cara yang teratur dan berjenjang, sehingga memungkinkan pemilik UMKM untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang setiap aspek materi, agar pelaku UMKM mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai aspek tersebut. Pelaku UMKM mempelajari bagaimana memanfaatkan fitur-fitur platform tersebut secara maksimal, seperti menciptakan posting menarik di Instagram dan menghasilkan konten promosi yang inovatif di TikTok. Selain itu Pelaku UMKM juga mempelajari bagaimana cara dan tahap-tahap pembuatan laporan keuangan sederhana yang baik, agar dapat mengetahui profit dalam usaha tersebut.

#### **a. Sosialisasi pembahasan digital marketing dan pelaporan keuangan sederhana**

Pada pertengahan bulan April 2024, kegiatan pengabdian dimulai. Setelah berdiskusi dengan mitra, dilakukan berbagai kegiatan termasuk sosialisas mengenai digital marketing dan pelaporan keuangan sederhana kepada mitra sebagai salah satu langkah awal yang dilakukan. Pada tahap ini, dijelaskan tentang definisi, tujuan, dan contoh penerapan strategi digital marketing dan pelaporan keuangan sederhana beserta manfaatnya. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang konsep pemasaran digital sebagai salah satu media pemasaran modern, dan pelaporan keuangan sederhana sebagai sarana informasi keuangan seperti yang ditunjukkan pada ilustrasi berikut ini.



Gambar 1. Tahap penjelasan digital marketing Dan Pelaporan keuangan sederhana



Gambar 2. Kedai mini Kopiracikanku

## b. Pembuatan Banner Kopiracikanku

Setelah memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep digital marketing, langkah berikutnya adalah melaksanakan pelatihan dan memulai proses penerapan pemasaran digital dengan fokus pada mitra-mitra yang terlibat. Model digital marketing yang diterapkan adalah pembuatan banner untuk meningkatkan promosi kopiracikanku agar lebih menarik. Pemilihan model ini meninjau dari segi tipe bisnis, karakteristik produk, serta kesepakatan dari rekan bisnis, sebagaimana diilustrasikan dalam gambar berikut.



Gambar 3. Banner kopiracikanku

## c. Evaluasi

Berdasarkan hasil evaluasi, terlihat bahwa pihak UMKM sudah berhasil menerapkan ide-ide digital marketing dan pelaporan keuangan sederhana yang mereka pelajari selama pelatihan. Mereka berhasil meningkatkan kehadiran bisnis mereka melalui platform online, menjangkau pelanggan dengan lebih luas, dan menaikkan penjualan produk mereka, mereka juga berhasil mengetahui dengan mudah mengenai jumlah pemasukan dan pengeluaran mereka melalui laporan keuangan yang ada. Dengan menggunakan marketplace dan media sosial secara optimal, mereka juga berhasil memperbaiki citra bisnis di mata pelanggan. Penerapan strategi pemasaran digital yang tepat sasaran ini memberikan dampak positif bagi pertumbuhan usaha mereka. Selain meningkatkan cakupan pemasaran, UMKM juga berhasil menarik minat dari calon konsumen baru serta meningkatkan hubungan baik dengan lama melalui interaksi dan promosi yang konsisten di platform digital.

## KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat di Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta berhasil memberikan bantuan dalam menangani kesulitan yang sering menjadi keresahan oleh para pelaku bisnis Usaha. Kegiatan ini telah membawa perbaikan yang signifikan, meningkatkan kemampuan mitra dalam memasarkan produk mereka, dan meningkatkan mutu pada pelaporan keuangan yang teratur sehingga memperoleh informasi yang valid pada bagian keuangan UMKM. Dengan memanfaatkan pemasaran digital sebagai alat promosi, produk-produk yang dihasilkan mendapat pengenalan

yang lebih luas, sehingga peluang untuk memperluas ketertarikan terhadap pelanggan yang sudah ada menjadi lebih besar.

Meskipun begitu, kegiatan yang sudah dilaksanakan perlu diikuti dengan monitoring secara berkala untuk mengevaluasi dampak dari penggunaan pemasaran digital terhadap usaha mitra. Monitoring ini sangat penting guna memastikan bahwa strategi pemasaran melalui multimedia dapat memberikan dukungan terkait dengan perkembangan bisnis serta menaikkan penjualan produk secara signifikan. Selain untuk dasar untuk melihat efektivitas dari implementasi pemasaran melalui media digital terhadap mitra bisnis, kegiatan untuk memonitoring juga bermanfaat guna untuk mengidentifikasi kemungkinan hambatan yang dihadapi mitra dalam menggunakan media digital sebagai sarana promosi. Dengan melakukan monitoring secara rutin, dapat dilakukan evaluasi dan penyesuaian strategi pemasaran digital untuk mencapai hasil yang optimal dalam pengembangan usaha mitra.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abriandi, A., & Suryono, I. (2023). Pembukuan dan pelaporan keuangan sederhana untuk umkm pada komunitas umkm depok. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 133–142. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v5i2.1035>
- Daheri, M., Juliana, J., Deriwanto, D., & Amda, A. D. (2020). Efektifitas whatsapp sebagai media belajar daring. *Jurnal Basicedu*, 4(4), 775–783.
- Kurniawan, S., & Rusfa, D. D. R. (2023). Program Pembinaan UMKM melalui Magang Mahasiswa di UMKM. *SINAR SANG SURYA: Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7 (1), 125.
- Nurfauziah, N., Mulyati, S., Suhartini, S., Anindya, K. N., & Utami, T. L. W. (2023). Pendampingan Pengelolaan Keuangan UMKM dalam Rangka Meningkatkan Peran UMKM sebagai Penopang Pariwisata di Desa Jeblog. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(4), 587–596.
- Savita, S., & Subandoro, A. (2022). PENERAPAN PENCATATAN LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA TERHADAP UMKM SURABAYA. *TRANSEKONOMIKA: AKUNTANSI, BISNIS DAN KEUANGAN*, 2(4), 39–54.
- Yudiana Sari, Sulastri, & Homsatun Nafiah. (2023). Analisis Inovasi Produk Terhadap Nilai Guna Tapis Di Desa Kalirejo Kecamatan Negeri Katon Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. *Jurnal Suara Pengabdian* 45, 2(3), 6–13. <https://doi.org/10.56444/pengabdian45.v2i3.1056>