

PENDAMPINGAN PENINGKATAN PENCATATAN KEUANGAN DAN PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM MUGORAME PURWAKARTA

Tananta Revaldi Isnawan¹, Arif Khidayatullah², Bayu Fadilah Sugiharto³, Wahyu Yulianto⁴

¹Program Studi Manajemen, Universitas Islam Dr. Khez Muttaqien, Purwakarta, Indonesia ²Program Studi Manajemen, Universitas Islam Dr. Khez Muttaqien, Purwakarta, Indonesia ³Program Studi Akuntansi, Universitas Islam Dr. Khez Muttaqien, Purwakarta, Indonesia ⁴Program Studi Manajemen, Universitas Islam Dr. Khez Muttaqien, Purwakarta, Indonesia

Abstrak

Program Kuliah Praktek Bermasyarakat (KPB/PKL) merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan mengimplementasikan pengetahuan akademik mahasiswa di dunia nyata. Kegiatan ini dilakukan di UMKM Mugorame Purwakarta, sebuah usaha kuliner yang berlokasi di Kecamatan Bungursari. Fokus utama kegiatan adalah pendampingan dalam pencatatan keuangan sederhana dan pengelolaan pemasaran digital. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif, melibatkan pemilik usaha dalam tahap observasi, pelatihan, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemilik UMKM berhasil memahami konsep dasar pencatatan keuangan dengan menerapkan format jurnal umum harian dan laporan kas sederhana berbasis spreadsheet. Selain itu, pemilik juga mampu mengelola promosi melalui media sosial dan platform digital seperti GoFood dan GrabFood. Dampak kegiatan ini mencakup peningkatan literasi keuangan, efisiensi pencatatan transaksi, serta perluasan jangkauan pemasaran. Kegiatan ini diharapkan menjadi model pengabdian berkelanjutan untuk meningkatkan profesionalitas dan daya saing UMKM di daerah.

Kata kunci: UMKM; pemasaran digital; pengabdian masyarakat.

Abstract

The Community Practice Lecture Program (KPB/PKL) is a community service activity aimed at implementing students' academic knowledge in the real world. This activity was carried out at the Mugorame Purwakarta MSME, a culinary business located in Bungursari District. The main focus of the activity was mentoring simple financial record keeping and digital marketing management. The implementation method used a participatory approach, involving business actors in the observation, training, and evaluation stages. The results of the activity showed that MSME actors successfully understood the basic concepts of financial record keeping by implementing a daily general journal format and simple spreadsheet-based cash reports. In addition, MSME actors were also able to manage promotions through social media and digital platforms such as GoFood and GrabFood. The resulting impacts included increased financial literacy, transaction reporting efficiency, and expanded marketing reach. This activity is expected to become a model of sustainable service to improve the professionalism and competitiveness of MSMEs in the region.

Keywords: MSME; digital marketing; community service.

Submit: November 2025

Diterima: November 2025

Publish: November 2025



Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY-NC-ND 4.0)

4. PENDAHULUAN

Perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam mengembangkan masyarakat melalui pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yang salah satunya adalah kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Melalui kegiatan ini, mahasiswa diharapkan mampu menerapkan ilmu dan keterampilan yang diperoleh selama perkuliahan dalam situasi nyata. Salah satu bentuk implementasinya adalah Kuliah Praktek Bermasyarakat (KPB/PKL) yang dilaksanakan di berbagai sektor usaha, termasuk UMKM.

UMKM memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023, jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 65 juta unit usaha, yang menyumbang 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja (Suci Ramadani et al., 2025).

Meski demikian, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi kendala dalam aspek manajerial dan keuangan.

Menurut (Munthe et al., 2023), sebagian besar UMKM belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang teratur dan profesional, sehingga menyulitkan mereka dalam mengevaluasi kinerja dan merencanakan pengembangan usaha.

Permasalahan pencatatan keuangan menjadi salah satu hambatan utama UMKM dalam mengelola bisnis secara efektif. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM sering kali belum menerapkan pencatatan keuangan secara sistematis dan sesuai standar akuntansi dasar (Maulidah & Bersama, 2023). Selain itu, rendahnya pemahaman akuntansi menyebabkan banyak UMKM kesulitan dalam menyusun laporan keuangan sederhana, menilai laba rugi usaha, hingga memastikan pemisahan antara keuangan pribadi dan bisnis (Silitonga et al., 2025).

Di sisi lain, perkembangan teknologi menuntut UMKM untuk mampu memanfaatkan pemasaran digital sebagai sarana memperluas jangkauan pasar. Media

sosial, platform pesan- antar makanan, dan marketplace menjadi sarana penting yang dapat meningkatkan visibilitas usaha. Penerapan strategi digital marketing mampu meningkatkan penjualan UMKM secara signifikan, terutama UMKM di sektor kuliner. Namun, banyak UMKM yang belum memiliki keterampilan memadai dalam mengelola media sosial, membuat konten, ataupun memahami fitur-fitur digital yang dapat meningkatkan efektivitas promosi (Sindi1, Luklul Mukarromah2, M. Arif Musthofa3, 2024).

UMKM Mugorame Purwakarta merupakan salah satu usaha kuliner lokal yang berdiri sejak tahun 2018 dan berlokasi di Kecamatan Bungursari. Usaha ini menawarkan konsep kedai kopi dan makanan ringan. Namun, berdasarkan hasil wawancara dan observasi awal, ditemukan beberapa permasalahan yaitu:

1. Pencatatan transaksi keuangan masih dilakukan secara manual dan tidak sistematis.
2. Pemilik usaha belum memahami penyusunan laporan keuangan sederhana.
3. Promosi usaha belum memanfaatkan media digital secara optimal.

Kondisi tersebut mendorong mahasiswa KPB/PKL untuk melakukan pendampingan yang berfokus pada dua aspek utama, yakni pencatatan keuangan dan pemasaran digital. Melalui kegiatan ini diharapkan Mugorame dapat meningkatkan efektivitas operasional serta memperluas jangkauan pasarnya.

5. METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pendampingan UMKM Mugorame Purwakarta adalah metode partisipatif (participatory approach) yang dikembangkan dari pendekatan pengabdian masyarakat yang melibatkan pelaku usaha secara aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Pendekatan ini mengacu pada pemikiran yang menekankan bahwa metode partisipatif efektif digunakan dalam penelitian terapan dan program pemberdayaan masyarakat karena

menempatkan subjek kegiatan sebagai mitra, bukan objek (Prof. Dr. Sugiyono, 2013). Lokasi kegiatan berada di Mugorame Purwakarta, Kecamatan Bungursari, Kabupaten Purwakarta. Kegiatan berlangsung pada **30 Agustus** hingga **20 September 2025**, dengan beberapa tahapan berikut:

Persiapan: Kegiatan diawali dengan koordinasi dengan pihak universitas dan pemilik usaha untuk menentukan jadwal, kebutuhan, serta tujuan pendampingan. Selain itu, dilakukan pengumpulan data awal melalui wawancara informal untuk memahami kondisi keuangan dan strategi pemasaran yang sedang berjalan.

Observasi: Mengamati aktivitas operasional harian, sistem pencatatan transaksi, dan aktivitas promosi.

Wawancara dan Diskusi: Mencari kendala dan kebutuhan pemilik usaha agar solusi yang diberikan tepat sasaran.

Pelatihan: Mahasiswa melakukan pelatihan dan pendampingan akuntansi dengan cara memberikan contoh template pencatatan transaksi harian berbasis *spreadsheet* (Excel atau Google Sheets) meliputi kolom tanggal, deskripsi, akun, debit, kredit, serta saldo.

Peningkatan Promosi Digital: Memberikan pelatihan penggunaan media sosial (Instagram dan TikTok) sebagai sarana promosi, serta pendaftaran usaha ke platform GoFood dan GrabFood untuk memperluas pasar.

Evaluasi dan Monitoring: Melakukan evaluasi hasil pendampingan melalui wawancara akhir dan pengecekan pemakaian template pencatatan keuangan. Evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan kegiatan dan sejauh mana perubahan terjadi setelah pendampingan. Evaluasi difokuskan pada kemampuan pemilik usaha dalam menggunakan sistem pencatatan dan implementasi promosi digital.

6. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kesadaran pemilik UMKM Mugorame terhadap

pentingnya pencatatan keuangan. Sebelum pendampingan, transaksi usaha dicatat tidak teratur dan sering tercampur dengan keuangan pribadi. Setelah pelatihan, pemilik usaha mulai menggunakan format *spreadsheet* untuk mencatat setiap transaksi, baik pemasukan maupun pengeluaran, secara harian.

Sistem pencatatan ini memuat kolom tanggal, deskripsi transaksi, nama akun, nilai debit, dan kredit. Dengan sistem ini, pelaku usaha dapat mengetahui posisi keuangan secara cepat dan mudah. Berikut contoh jurnal umum transaksi harian yang disusun berdasarkan hasil pendampingan mahasiswa kepada UMKM Mugorame:

Tanggal	Keterangan	Nama Akun	Debit	Kredit
01 September 2025	Setoran modal	Kas	Rp615.000	
		Modal		Rp615.000
	Penjualan	Kas	Rp274.000	
		Kas di bank	Rp146.000	
		Penjualan		Rp420.000
	Pengeluaran	Beban Lain lain	Rp15.000	
		Beban Gaji dan Upah	Rp65.000	
		Pembelian	Rp447.000	
		Kas		Rp527.000

Tabel 1. Contoh Jurnal Umum Mugorame

Dari tabel di atas terlihat bahwa setiap transaksi kini sudah dicatat secara sistematis berdasarkan prinsip debit dan kredit. Transaksi yang sebelumnya dicatat secara acak kini terklasifikasi dengan baik dalam akun-akun seperti Kas, Modal, Penjualan, Pembelian, dan Beban Gaji dan Upah. Dengan penerapan jurnal umum ini, pelaku usaha dapat dengan mudah mengetahui aliran kas dan posisi keuangan setiap hari maupun setiap akhir bulan.

Selain itu, hasil pendampingan

menunjukkan bahwa pemilik usaha mulai mampu menyusun laporan sederhana seperti laporan laba rugi dan saldo kas akhir setiap minggu. Peningkatan keterampilan pencatatan ini memperkuat ke-mampuan manajemen keuangan UMKM dalam mengatur modal dan menilai keuntungan usaha.



Gambar 1. Pendampingan Mengenai Pencatatan



Gambar 2. Pembuatan Konten di Sosial Media

Pada aspek pemasaran digital, tim KPB/PKL turut berkontribusi dalam proses produksi konten promosi yang diunggah melalui media sosial UMKM Mugorame. Salah satu bentuk dukungan kami adalah pembuatan skrip konten promosi yang digunakan dalam unggahan Instagram dan platform digital lainnya. Meskipun kami tidak tampil

langsung dalam video pemasaran tersebut, tim berperan aktif di balik layar, khususnya dalam proses perekaman, penyusunan naskah promosi, serta pengaturan alur konten agar sesuai dengan karakteristik audiens target. Gambar promosi yang menampilkan diskon hingga 52% melalui platform GoFood dan Shopee Food merupakan hasil kolaborasi antara pemilik usaha dan tim pendamping, yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik konsumen dan memperluas jangkauan pasar secara digital.



Gambar 3. Pembuatan Poster Menu Mugorame

Sebagai bagian dari strategi pemasaran terpadu, tim KPB/PKL juga berperan aktif dalam mendukung promosi offline UMKM Mugorame Purwakarta melalui pembuatan materi visual seperti poster menu dan konten promosi. Gambar yang ditampilkan merupakan hasil dokumentasi kegiatan pendampingan, di mana tim membantu menyusun desain poster yang menampilkan daftar menu favorit lengkap dengan harga dan kategori produk.

Poster ini digunakan sebagai media promosi di lokasi usaha untuk menarik perhatian pelanggan langsung. Selain itu, tim juga terlibat dalam proses kreatif di balik layar, seperti perekaman visual dan penyusunan naskah konten promosi yang nantinya digunakan oleh pemilik usaha dalam unggahan digital maupun cetak. Meskipun tidak tampil langsung dalam video atau konten publik, tim berkontribusi dalam merancang narasi dan visual yang sesuai dengan identitas merek Mugorame, sehingga mendukung konsistensi promosi baik secara online maupun offline.

Secara keseluruhan, pendampingan dalam aspek pemasaran digital dan offline memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan visibilitas dan daya saing UMKM Mugorame Purwakarta. Melalui strategi konten yang dirancang secara kolaboratif, baik dalam bentuk skrip

promosi digital maupun desain poster menu, usaha mampu menjangkau konsumen secara lebih luas dan profesional. Keterlibatan tim KPB/PKL di balik layar dalam proses kreatif ini menunjukkan bahwa dukungan teknis dan naratif memiliki peran penting dalam membangun citra usaha yang konsisten dan menarik. Pendekatan ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan UMKM yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar lokal.



Gambar 4. Pembuatan Poster Menu Mugorame

Dalam rangka mendukung strategi pemasaran terpadu, tim KPB/PKL turut serta secara langsung dalam operasional bisnis harian, khususnya pada aspek penyiapan dan penyajian produk (kopi dan minuman) brand Mugorame. Keterlibatan ini tidak hanya memastikan standar kualitas produk terjaga, tetapi juga memberikan pengalaman praktis bagi anggota tim dalam memahami nilai tambah produk sebelum dipasarkan.

7. KESIMPULAN

Kegiatan KPB/PKL pada UMKM Mugorame Purwakarta berhasil meningkatkan kemampuan pemilik usaha dalam dua aspek utama: pencatatan keuangan dan pemasaran digital. Pemilik UMKM kini mampu membuat jurnal umum dan laporan kas sederhana secara mandiri, serta memahami pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha.

Pada aspek pemasaran, usaha berhasil memperluas jangkauan pelanggan melalui media sosial dan platform daring.

Kegiatan ini menunjukkan bahwa pendampingan berbasis partisipatif mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan literasi keuangan dan kemandirian usaha kecil.

REFERENSI

- Maulidah, H., & Bersama, P. H. (2023). *Analisis Implementasi Akuntansi Digital Guna Pencatatan Keuangan Pada UMKM*. 6(1), 100–106.
- Munthe, A., M. Yarham, & Ridwana Siregar. (2023). Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 593–614. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v2i3.321>
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*.
- Silitonga, J. E., Sihombing, D. O., Nabila, T., Luthfi, M. K., & Franita, R. (2025). *Analisis Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah : (Studi Kasus Siomay Buah Hati)*. 4(2).
- Sindi1, Lukluil Mukarromah2, M. Arif Musthofa3, H. D. (2024). *Penerapan Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Muara Sabak Timur*. 2, 33–42.
- Suci Ramadani, Dilla Amelia Ramadhani, Muhammad Ikrom, & Lokot Muda Harahap. (2025). Peran Strategis UMKM dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 158–166. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i1.3183>