

PENDAMPINGAN MANAJEMEN KEUANGAN DIGITAL DAN PEMASARAN BERBASIS MEDIA SOSIAL BAGI PELAKU UMKM DI WILAYAH PURWOKERTO

Siti Ratna Sari Dewi¹, Prasetyo Kurniawan², Gunartin³

¹Universitas Pamulang, ² Universitas Pamulang, ³Universitas Pamulang

Email: dosen01077@unpam.ac.id

**Article History: Received on 24 Juni 2026, Revised on 10 Juli 2026,
Published on 20 Juli 2026**

ABSTRACT

This community service activity addresses the challenges faced by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the Purwokerto village area regarding financial management and product marketing. Many MSMEs lack proper financial recording and digital literacy, hindering their ability to use technology for market expansion. The method used is participatory training and mentoring with a learning-by-doing approach, focusing on digital financial management applications like BukuKas and social media marketing strategies. The results show increased MSME capabilities in digital financial recording and online marketing skills, fostering economic independence and competitiveness.

Keywords: Accounting Knowledge, Digital Marketing, MSMEs.

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berangkat dari permasalahan yang dihadapi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah desa sekitar Purwokerto yang masih menghadapi kendala dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran produk. Sebagian besar pelaku usaha belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang tertib dan rendahnya literasi digital menjadi penghambat utama dalam memanfaatkan teknologi sebagai sarana pemasaran. Metode yang digunakan adalah pelatihan dan pendampingan berbasis partisipatif dengan pendekatan *learning by doing* yang difokuskan pada manajemen keuangan digital (BukuKas) dan strategi pemasaran media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam mencatat keuangan secara digital serta keterampilan memasarkan produk secara daring guna memperkuat daya saing di era transformasi digital.

Kata kunci :Pengetahuan Akuntansi, Pemasaran Digital, UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional karena mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM mendominasi lebih dari 99% unit usaha di Indonesia sehingga menjadi tulang punggung perekonomian nasional.

Meskipun memiliki peranan yang strategis, sebagian besar UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaan usaha. Permasalahan yang paling umum adalah belum diterapkannya sistem pencatatan keuangan yang baik. Banyak pelaku usaha masih mencampurkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha sehingga sulit mengetahui kondisi keuangan secara akurat dan menyusun laporan keuangan yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM).

Selain itu, perkembangan teknologi digital belum dimanfaatkan secara optimal oleh sebagian pelaku UMKM. Rendahnya literasi digital menyebabkan pemasaran masih

dilakukan secara konvensional sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas. Padahal, media sosial dan berbagai platform digital memiliki potensi besar untuk meningkatkan promosi produk serta memperluas pangsa pasar.

Berdasarkan hasil observasi awal terhadap pelaku UMKM di wilayah Purwokerto, ditemukan bahwa sebagian besar peserta belum memiliki pencatatan keuangan yang sistematis dan belum memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai media promosi. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pendampingan yang mampu meningkatkan kompetensi pelaku UMKM dalam bidang manajemen keuangan digital sekaligus pemasaran berbasis media sosial.

LANDASAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN PKM

Konsep Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan memiliki karakteristik tertentu berdasarkan jumlah aset dan omzet usaha. Pemerintah terus mendorong pengembangan UMKM melalui berbagai kebijakan pemberdayaan yang bertujuan meningkatkan daya saing, produktivitas, serta kemandirian pelaku usaha.

Manajemen Keuangan UMKM

Manajemen keuangan merupakan proses perencanaan, pencatatan, pengendalian, dan evaluasi terhadap seluruh aktivitas keuangan organisasi. Pada UMKM, pencatatan keuangan memiliki fungsi penting sebagai dasar dalam mengetahui kondisi usaha, menghitung laba, mengendalikan biaya operasional, serta menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bisnis. Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) memberikan pedoman bagi pelaku UMKM dalam menyusun laporan keuangan yang sederhana, mudah dipahami, dan sesuai dengan kebutuhan usaha.

Pemasaran Digital

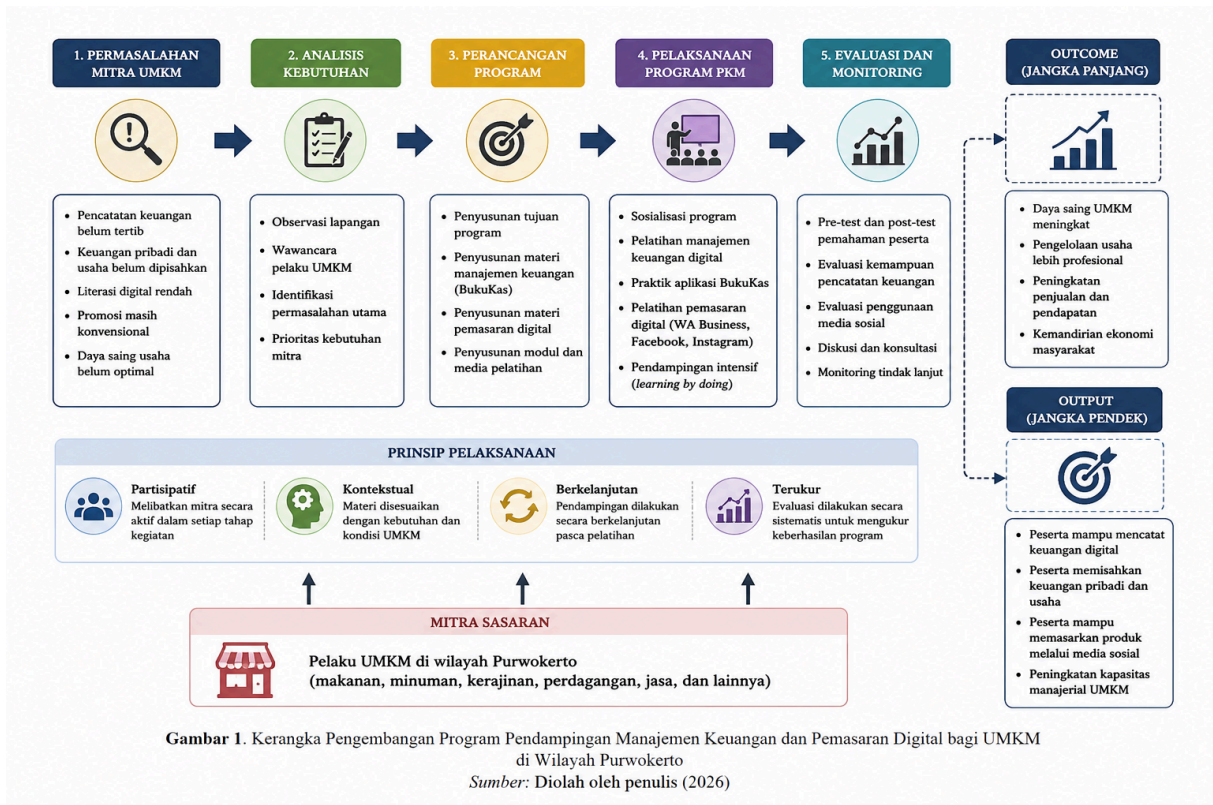
Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi internet untuk memperkenalkan produk kepada konsumen secara lebih luas. Penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business memberikan peluang bagi UMKM untuk menjangkau pasar tanpa dibatasi oleh wilayah geografis. Selain meningkatkan efektivitas promosi, pemasaran digital juga mampu memperkuat komunikasi antara pelaku usaha dengan pelanggan.

Pengembangan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM)

Program pendampingan ini dikembangkan berdasarkan kebutuhan nyata pelaku UMKM di wilayah Purwokerto. Pendekatan yang digunakan mengintegrasikan peningkatan kompetensi manajemen keuangan dan pemasaran digital dalam satu rangkaian kegiatan. Model pendampingan menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory learning*) dengan metode *learning by doing*, sehingga peserta tidak hanya memperoleh teori tetapi juga langsung mempraktikkan pencatatan keuangan menggunakan aplikasi BukuKas serta menyusun strategi pemasaran digital melalui media sosial.

Pengembangan kegiatan ini diharapkan mampu membentuk kebiasaan baru bagi pelaku UMKM dalam mengelola keuangan secara tertib, meningkatkan literasi digital, serta memperkuat daya saing usaha melalui pemanfaatan teknologi informasi. Pendekatan yang bersifat aplikatif dan berkelanjutan menjadi nilai tambah kegiatan ini dibandingkan pelatihan konvensional yang hanya berfokus pada penyampaian materi.

Kerangka Pengembangan PKM



Gambar 1 Kerangka Pengembangan PKM

Gambar 1 menunjukkan kerangka pengembangan program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang diawali dengan identifikasi permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM, yaitu belum optimalnya pengelolaan keuangan dan rendahnya pemanfaatan media digital dalam pemasaran produk. Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, tim PKM menyusun program pendampingan yang meliputi pelatihan manajemen keuangan berbasis aplikasi digital, pelatihan pemasaran digital, serta pendampingan intensif menggunakan pendekatan *learning by doing*. Tahap akhir dilakukan melalui evaluasi dan monitoring untuk mengukur peningkatan kompetensi peserta. Luaran kegiatan berupa meningkatnya kemampuan peserta dalam melakukan pencatatan keuangan digital dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, sedangkan dampak jangka panjang yang diharapkan adalah meningkatnya daya saing dan kemandirian UMKM di era digital.

METODE PELAKSANAAN PKM

Kegiatan ini dilaksanakan pada 06 hingga 09 April 2026 di SDN 5 Kedungwringin, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah, dengan sasaran utama para pelaku UMKM di wilayah Purwokerto. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan secara komprehensif yang mencakup ceramah, sosialisasi, diskusi, pelatihan, dan simulasi. Untuk memastikan materi dapat diserap dan diterapkan secara maksimal oleh mitra, pendampingan dirancang secara sistematis melalui lima tahapan terukur.

Metode pelaksanaan kegiatan terdiri atas beberapa tahapan yang saling berkesinambungan, yaitu observasi awal, penyampaian materi, pelatihan praktik, pendampingan, serta evaluasi. Seluruh rangkaian kegiatan dirancang untuk meningkatkan kompetensi peserta dalam pengelolaan keuangan berbasis digital dan pemasaran digital.

Selama pelaksanaan PKM digunakan beberapa metode pembelajaran yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta, yaitu:

1. **Ceramah**, digunakan untuk menyampaikan konsep dasar mengenai manajemen keuangan UMKM dan pemasaran digital.
2. **Diskusi interaktif**, bertujuan menggali permasalahan nyata yang dihadapi peserta sehingga solusi yang diberikan sesuai dengan kondisi usaha masing-masing.
3. **Demonstrasi**, berupa praktik penggunaan aplikasi BukuKas dan media sosial sebagai

sarana pemasaran digital.

4. **Simulasi**, peserta melakukan latihan pencatatan transaksi keuangan dan pembuatan konten promosi secara langsung.
5. **Pendampingan intensif**, dilakukan secara individual maupun kelompok guna memastikan peserta mampu menerapkan materi yang telah diperoleh.

Pelaksanaan kegiatan didukung oleh beberapa instrumen dan media pembelajaran sebagai berikut:

Tabel 2. Instrumen dan Media Pelaksanaan PKM

No	Instrumen	Fungsi
1	Modul Pelatihan	Sebagai bahan pembelajaran peserta.
2	Laptop dan LCD Proyektor	Menampilkan materi presentasi.
3	Smartphone	Praktik penggunaan aplikasi BukuKas dan media sosial.
4	Aplikasi BukuKas	Media pencatatan keuangan digital UMKM.
5	WhatsApp Business	Media komunikasi dan pemasaran digital.
6	Facebook dan Instagram	Media promosi produk UMKM.
7	Lembar Evaluasi	Mengukur pemahaman dan tanggapan peserta terhadap kegiatan.

Evaluasi kegiatan dilakukan secara formatif dan sumatif. Evaluasi formatif dilaksanakan selama proses pelatihan melalui observasi terhadap keterlibatan peserta dalam diskusi dan praktik. Sementara itu, evaluasi sumatif dilakukan pada akhir kegiatan melalui penilaian terhadap kemampuan peserta dalam melakukan pencatatan transaksi menggunakan aplikasi BukuKas serta memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk.

Kegiatan PKM dikembangkan melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*) yang menempatkan pelaku UMKM sebagai subjek utama dalam proses pembelajaran. Tim pelaksana berperan sebagai fasilitator yang mendampingi peserta mulai dari tahap identifikasi masalah hingga implementasi solusi. Pendekatan ini diharapkan mampu membangun kemandirian peserta dalam mengelola keuangan usaha dan mengembangkan strategi pemasaran digital secara berkelanjutan.

HASIL PELAKSANAAN PKM DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan pada tanggal 06 hingga 09 April 2026 di SDN 5 Kedungwringin, Kabupaten Banyumas, telah berjalan dengan lancar dan mendapat antusiasme yang tinggi dari para pelaku UMKM wilayah Purwokerto. Pelaksanaan pendampingan ini terbagi menjadi lima tahapan utama yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman serta keterampilan praktis mitra dalam bidang akuntansi dasar dan pemasaran digital.



Gambar 2 Pelaksanaan penyuluhan

Hasil Pendampingan

1. Tahap I: Penyampaian Materi Siklus Akuntansi Dasar

Pada tahap awal, tim pengabdian memaparkan konsep dasar pencatatan keuangan dan siklus akuntansi yang sederhana namun efektif bagi bisnis UMKM. Para peserta diperkenalkan pada pentingnya pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha serta cara pembuatan laporan keuangan sederhana (pemasukan, pengeluaran, dan laba/rugi).

2. Tahap II: Pemberian Motivasi Pengembangan Usaha

Sesi ini difokuskan untuk membangun pola pikir (*mindset*) wirausaha yang adaptif dan tangguh. Materi motivasi bertujuan untuk mendorong semangat para pelaku UMKM agar lebih percaya diri dalam membesarkan skala usahanya dan memanfaatkan peluang pasar yang ada.

3. Tahap III: Diskusi Permasalahan (Identifikasi Kendala Mitra)

Melalui sesi interaktif tanya jawab, teridentifikasi beberapa kendala utama yang kerap dihadapi oleh pelaku UMKM di Purwokerto, antara lain:

- Belum konsistennya pencatatan transaksi harian akibat keterbatasan waktu dan pengetahuan akuntansi.
- Kurangnya pemanfaatan media digital/sosial media untuk memperluas jangkauan pemasaran produk.

4. Tahap IV: Pemberian Solusi Teknis

Sebagai respons atas permasalahan yang ditemukan, tim PKM memberikan solusi terapan berupa:

- Penggunaan format pembukuan praktis (baik berbasis buku kas sederhana maupun aplikasi pencatatan berbasis *smartphone*).
- Strategi pembuatan konten pemasaran digital yang simpel namun menarik untuk menarik pelanggan di wilayah Purwokerto dan sekitarnya.

5. Tahap V: Pendampingan Intensif dan Simulasi

Pada tahap akhir, dilakukan praktek dan bimbingan langsung (*one-on-one*). Peserta diajak melakukan simulasi mencatat transaksi keuangan usaha mereka sendiri serta mencoba membuat akun dan konten promosi digital secara mandiri dengan asistensi tim pengabdian.

Penerapan kombinasi metode ceramah, sosialisasi, diskusi, pelatihan, dan simulasi terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM.

Dampak Kegiatan:

Pendampingan secara intensif dan sistematis terbukti mampu menjembatani kendala teknis yang dialami mitra. Setelah mengikuti rangkaian kegiatan ini, terjadi peningkatan kapabilitas peserta dalam dua aspek utama:

- Manajemen Keuangan: Mitra mulai terbiasa mencatat arus kas usaha secara rapi dan terpisah dari keuangan rumah tangga.
- Pemasaran Digital: Mitra memiliki keberanian dan kemampuan dasar untuk mempromosikan produknya secara *online* guna memperluas jangkauan pasar.

Keberhasilan kegiatan ini tidak lepas dari pemilihan lokasi yang strategis di SDN 5 Kedungwringin serta tingginya partisipasi aktif dari para pelaku UMKM Purwokerto selama empat hari pelaksanaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan pada 06 hingga 09 April 2026 di SDN 5 Kedungwringin berjalan dengan sukses dan memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM di Purwokerto. Melalui pendekatan sistematis lima tahapan yang mencakup ceramah, diskusi, hingga pendampingan intensif, kegiatan ini berhasil meningkatkan kesadaran dan keterampilan praktis mitra dalam mengelola pembukuan akuntansi dasar secara mandiri serta memisahkan keuangan pribadi dari keuangan usaha. Selain itu, peserta juga dibekali kemampuan dasar pemasaran digital dan pembuatan konten

promosi guna memperluas jangkauan pasar, sehingga mendorong terciptanya pola pikir wirausaha yang lebih adaptif dan berdaya saing.

Untuk menjaga keberlanjutan dampak positif kegiatan ini, disarankan agar para pelaku UMKM secara konsisten menerapkan pencatatan transaksi harian dan terus mengeksplorasi media digital sebagai sarana pemasaran produk mereka. Sementara itu, bagi tim pengabdian dan instansi terkait, perlu dilakukan evaluasi berkala secara periodik pasca-kegiatan untuk memantau perkembangan mitra, memberikan pendampingan lanjutan terkait kendala teknis yang muncul di lapangan, serta memfasilitasi integrasi pelatihan mengenai legalitas usaha maupun pemanfaatan teknologi finansial yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Mardiasmo. (2016). *Perpajakan*. Edisi Terbaru 2016. Yogyakarta: Andi.

Pemerintah Indonesia. (2007). *Undang-Undang No. 28 tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan*. Jakarta: Sekretaris Negara.

Pemerintah Indonesia. (2008). *Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta.

Rahmawati, T., Linawati, L., & Putra, R. E. (2023). Pendampingan Perhitungan Pajak UMKM. *Community Development Journal*, 4(6), 13089-13094.

Republik Indonesia. (2018). *Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan UMKM*. Jakarta.

Waluyo. (2016). *Akuntansi Pajak*. Edisi 6. Jakarta: Salemba Empat