

## PELATIHAN PENINGKATAN DAYA JUAL MELALUI DIGITAL MARKETING DAN PENCATATAN KEUANGAN PADA UMKM

Anni Safitri<sup>1</sup>, Fangela Myas Sari<sup>2</sup>, Mar'atus Sholikhah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Prodi Akuntansi dan Keuangan Publik, Politeknik Balekambang Jepara

<sup>2</sup>Prodi Akuntansi, Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pekalongan

<sup>3</sup>Prodi Administrasi Bisnis Internasional, Politeknik Balekambang Jepara

[annishafitri96@gmail.com](mailto:annishafitri96@gmail.com) ; [fangelamyassari@gmail.com](mailto:fangelamyassari@gmail.com)

[maratussholikhah.polibang@gmail.com](mailto:maratussholikhah.polibang@gmail.com)

**ABSTRAK:** Pengabdian ini bertujuan pelatihan tentang peningkatan daya jual melalui digital marketing dan pencatatan keuangan pada UMKM (Esha Scarf Kudus) yang ada di RT.04/RW.02, Madu, Cendono, Dawe, Kudus Regency, Central Java 59353. Keterbatasan dalam pemasaran secara digital dan pencatatan keuangan mendorong tim pengabdian untuk ambil bagian dalam upaya menunjang tumbuh dan berkembangnya UMKM. Hasil dari kegiatan pengabdian Masyarakat ini yaitu pihak Owner dan karyawan Esha Scarf yang awal mulanya pencatatan keuangan UMKM dan pemasarannya masih belum terstruktur dan masih menggunakan manual dan dengan adanya kegiatan pengabdian ini dapat memberi dampak terhadap berkembangnya ilmu dan implementasi yang ada dengan menggunakan pemasaran online menggunakan *e-commerce* yang ada di internet dan saat ini lebih focus pemasarannya menggunakan Tiktokshop dan Shopee serta untuk pencatatannya sudah terstruktur dengan menggunakan Excel dalam pelaporan keuangannya.

**Kata kunci:** Daya Jual, Digital Marketing, Pencatatan Keuangan UMKM

**ABSTRACT:** *This service aims at training on increasing sales power through digital marketing and financial recording for MSMEs (Esha Scarf Kudus) in RT.04/RW.02, Madu, Cendono, Dawe, Kudus Regency, Central Java 59353. Limitations in digital marketing and financial recording encourages service teams to take part in efforts to support the growth and development of MSMEs. The results of this community service activity are the owner and employees of Esha Scarf, whose initial recording of MSME finances and marketing was still not structured and still used manuals and this service activity can have an impact on the development of existing knowledge and implementation using online marketing using e-commerce. -commerce that is on the internet and currently focuses more on marketing using Tiktokshop and Shopee and for recording it is structured using Excel in financial reporting.*

**Keywords :** *Selling Power, Digital Marketing, MSME Financial Recording*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi sekarang ini telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Banyak hal dari sektor kehidupan yang telah menggunakan keberadaan dari teknologi itu sendiri. Kehadirannya telah memberikan dampak yang cukup besar terhadap kehidupan umat manusia dalam berbagai aspek dan dimensi. Demikian halnya dengan teknologi komunikasi yang merupakan peralatan perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai sosial yang memungkinkan individu untuk mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah lingkup dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital (Ascharisa, 2018). Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen (Purwana et al, 2017). Di era sekarang ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan ecommercenya, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut. (Wardhana, 2018).

Media yang dapat dimanfaatkan dalam digital marketing di era modern ini diantaranya website, social media, e-commerce, dan sebagainya. Berdasarkan hasil survey ditemukan bahwa dari total 277,7 juta jiwa di Indonesia tahun 2022, sebanyak 204,7 juta jiwa yang menggunakan Internet, dan 191,4 juta jiwa diantaranya sebagai pengguna media social aktif (GrahaNurdian.com, 2022).

Transformasi digital perpajakan telah berlangsung sejak beberapa tahun belakangan. Salah satu perkembangan utama ialah digitalisasi (Wijaya et al., 2023)

Sebanyak 67,5% dari total pengguna internet memanfaatkan system digital dalam mencari brand yang diinginkan, bahkan 47,1% diantaranya menyempatkan untuk mengunjungi website dari brand yang diminati (GlobalWebIndex, 2022).

Semakin tinggi nilai pemanfaatan sistem informasi keuangan, maka semakin tinggi pula kualitas laporan keuangan yang disajikan. (Priatiningsih dan Sari, 2022)

Hasil ini menunjukkan bahwa akktivitas digital marketing di era sekarang ini sangat berperan sangat besar dalam closing sebuah brand. Keberadaan UMKM diharapkan mampu memacu perekonomian di tengah perlambatan ekonomi yang terjadi saat ini. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital (digital marketing) memberikan harapan bagi UMKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi (Purwana et al., 2018).

(Siska Dewi, 2023) mengungkapkan dalam pengabdianya tentang digital marketing menunjukkan bahwa dengan pengabdianya dapat membuka wawasan pelaku UMKM desa Wonokerto kecamatan Bandar agar bisa mengembangkan diri melalui pelatihan digital marketing yang

nantinya dapat meningkatkan kesejahteraan perekonomian di masa mendatang.

Menurut Sari, (2022) yang mengungkapkan bahwa pengelolaan keuangan yang dilakukan secara transparan dan akuntabel dan Hal terakhir yang dapat menghasilkan laporan yang berkualitas diperlukannya pemanfaatan teknologi informasi yang dimanfaatkan secara maksimal agar proses pembuatan laporan keuangan bisa lebih cepat dan andal.

Usaha mikro, kecil dan menengah telah diakui sangat strategis dan penting, tidak hanya bagi pertumbuhan ekonomi tetapi juga untuk pembagian pendapatan yang merata. Pada saat ekonomi dunia dan perekonomian Indonesia mengalami resesi, justru pelaku UMKM tidak sedikitpun tidak terkena dampak negatif resesi ekonomi tersebut, bahkan sebagian besar pelaku UMKM tetap dapat mengembangkan usahanya dalam menunjang perekonomian negara. Pengembangan UMKM sangat strategis sebagai penggerak perekonomian nasional (Rohmayanti et al., 2023).

Dengan adanya digital marketing saat ini maka pelaku UMKM juga dapat meningkatkan pendapatan usaha. Diharapkan pelaku UMKM dapat mengelola keuangan dengan baik, misalnya mengenai pencatatan keuangan adalah satu bagian penting dari usaha baik skala kecil maupun besar. Purnomo & Adyaksana (2021) mengungkapkan bahwa UMKM juga merupakan salah satu pihak yang membutuhkan keberadaan laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan sarana dan media komunikasi untuk kegiatan usaha yang dapat memberikan informasi untuk semua pihak baik internal maupun pihak eksternal. Ada sejumlah manfaat yang dapat diperoleh dengan adanya

pengelolaan keuangan dan tersedianya informasi serta laporan keuangan seperti yang dikemukakan oleh (Fatwitawati, 2018). Pencatatan yang teratur dan sesuai kondisi usaha serta dilakukan dengan kaidah pencatatan yang tepat akan berperan besar dalam perkembangan usaha. Hal ini akan memberikan dorongan kepada pelaku usaha untuk senantiasa mengevaluasi perkembangan usahanya, penjualan yang telah terealisasi dan strategi yang perlu dilakukan untuk pengembangan usaha terutama kaitannya dengan keuangan. Berdasarkan permasalahan yang diuraikan di atas, program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memberikan pelatihan tentang peningkatan daya jual melalui digital marketing dan pencatatan keuangan pada UMKM (Esha Scarf Kudus).

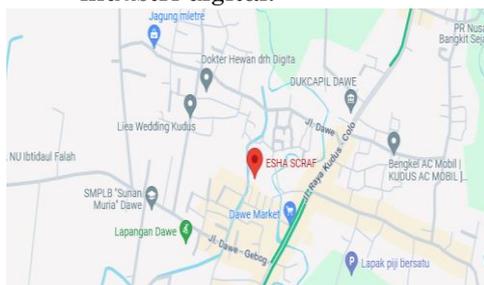
## **METODE**

Pengabdian ini bertujuan pelatihan tentang peningkatan daya jual melalui digital marketing dan pencatatan keuangan pada UMKM (Esha Scarf Kudus) yang ada di RT.04/RW.02, Madu, Cendono, Dawe, Kudus Regency, Central Java 59353. Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada Hari Kamis, Tanggal 25 April 2024 yang dimulai pukul 09.00 sd 16.00 WIB. Jumlah peserta kegiatan ini adalah 25 orang diantaranya yaitu Owner Esha Scraf dan para karyawan, Kegiatan PKM memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM khususnya Esha Scraf dengan beberapa aktivitas, meliputi:

1. Survei kondisi dan kebutuhan UMKM. Dalam metode ini, tim pengusul melakukan pengamatan bagaimana perkembangan dari UMKM melalui studi literatur dan juga diskusi

dengan pemilik UMKM. Hal ini bertujuan untuk mengetahui kebutuhan UMKM terkait dengan *digital marketing* guna peningkatan efisiensi penjualannya.

2. Ceramah/Diskusi  
Mengenai pemahaman Owner Esha Scraf dan para karyawan terhadap penggunaan aplikasi akuntansi dan sejauh mana mereka bisa mengakses layanan digital keuangan dari aplikasi tersebut.
3. Pembinaan dan pendampingan terhadap Owner dan karyawan Esha Scarf untuk mengakses situs jual-beli secara *online*, edukasi memasarkan produk di dunia maya.
4. Pengembangan dan pelatihan SDM secara langsung untuk menambah wawasan mereka dalam berwirausaha di era industri digital.



Gambar 1.1 Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat

## PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini memberikan pemahaman dan implementasi pada elsha scraft dengan :

1. Materi yang pertama Mengenai pemahaman Owner Esha Scraf dan para karyawan terhadap

penggunaan aplikasi akuntansi dan sejauh mana mereka bisa mengakses layanan digital keuangan dari aplikasi tersebut.

2. Materi yang kedua tentang bagaimana cara pembinaan dan pendampingan terhadap Owner dan karyawan Esha Scarf untuk mengakses situs jual-beli secara *online*, edukasi memasarkan produk di dunia maya.
3. Materi yang ketiga tentang bagaimana cara untuk mengembangkan dan pelatihan SDM secara langsung untuk menambah wawasan mereka dalam berwirausaha di era industri digital.

Berikut Gambar Kegiatan Pengabdian Masyarakat :



Gambar 1.2. Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Berdasarkan indikator penilaian pengabdian kepada masyarakat yang telah dibuat sebelumnya untuk menilai keberhasilan maka dilakukan evaluasi kegiatan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui penilaian pengguna mengenai pelaksanaan kegiatan dan kemanfaatan aplikasi. Penilaian ini dilakukan dengan menyebarkan angket kepada seluruh peserta pelatihan. Dengan adanya penyebaran angket di peroleh lah hasil bahwa untuk kegiatan pengabdian yang telah dilakukan di Esha Scarf bahwa kegiatan pengabdian ini memiliki manfaat yang sangat besar bagi pihak Owner dan karyawan Esha Scarf yang awal mulanya pencatatan keuangan UMKM dan pemasarannya masih belum terstruktur dan masih menggunakan manual semua kini dengan adanya kegiatan pengabdian

semakin berkembangnya ilmu dan implementasi yang ada dengan menggunakan pemasaran online menggunakan E – Commerce yang ada di internet serta untuk pencatatannya sudah terstruktur dan sudah lebih baik dari pencatatan harian maupun bulanan dan laporan keuangannya sudah lebih lengkap yang berguna untuk meningkatkan daya jual produk.

Tahap akhir dalam kegiatan PkM ini adalah evaluasi dan monitoring terhadap pelaksanaan. Tim PkM menyebarluaskan angket untuk mendapatkan feedback dari Tahap akhir dalam kegiatan PkM ini adalah evaluasi dan monitoring terhadap pelaksanaan. Tim PkM menyebarluaskan angket untuk mendapatkan feedback dari pihak Owner dan karyawan Esha Scarf yang di dapatkan dengan angket tersebut telah mendapatkan hasil yaitu para peserta dari kegiatan PkM ini sangat setuju dan bermanfaat dalam peningkatan daya jual melalui digital marketing serta penggunaan digital akuntansi dalam pencatatan laporan keuangan.

## SIMPULAN

Kesimpulan untuk kegiatan pengabdian ini yaitu sudah di lakukan implementasi dari kegiatan pengabdian Masyarakat ini yaitu pihak Owner dan karyawan Esha Scarf yang awal mulanya pencatatan keuangan UMKM dan pemasarannya masih belum terstruktur dan masih menggunakan manual dan dengan adanya kegiatan pengabdian ini dapat memberi dampak terhadap berkembangnya ilmu dan implementasi yang ada dengan menggunakan pemasaran online menggunakan *ecommerce* yang ada di internet dan saat ini lebih focus pemasarannya menggunakan Tiktokshop dan Shopee serta untuk pencatatannya sudah terstruktur dengan menggunakan Excel dalam pelaporan keuangannya.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian Masyarakat mengucapkan terima kasih banyak Ibu Dosen dan Owner serta Karyawan Esha Scarf Kudus yang telah membantu dalam menyukseskan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan

baik dan lancar. Tim pengabdian kepada masyarakat juga menyampaikan terima kasih kepada instansi Politeknik Balekambang Jepara yang telah memberikan kesempatan untuk menyelenggarakan kegiatan pengabdian ini.

## REFERENSI

- Ascharisa Mettasatya Afrilia. 2018. *Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi*. Jurkom, Riset Komunikasi 1 (1). Hal 147–157
- Priatiningsih dan Sari. (2022). Pengaruh Pengendalian Intern Dan Pemanfaatan Sistem Informasi Keuangan Daerah Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi Kasus Pada Organisasi Perangkat Daerah di Kabupaten Batang). *Ekombis: Jurnal Fakultas Ekonomi*, 8(2), 101. <https://doi.org/10.35308/ekombis.v8i2.6248>
- Rohmayanti, R., Rahmatian, B. Y., Syahrian, R. A., Pitaloka, D. A., Yasmin, S., & Febriyani, P. (2023). Pengembangan Digital Marketing dan Manajemen Keuangan bagi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(2), 432–439. <https://doi.org/10.30653/jppm.v8i2.393>
- Sari, fangela myas. (2022). *Pengaruh Penerapan Standar Akuntansi Pemerintah, Kualitas Aparatur Pemerintah Daerah, Good Governance Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Daerah (Studi Empiris Pada Kabupaten Batang)*. 3(1), 27–42.
- Siska Dewi, dkk. (2023). Workshop Pemberdayaan UMKM Di Desa Wonokerto Di Era 5.0 Menggunakan Strategi Digital Marketing
- Wardhana, A. 2015. Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM

di Indonesia.

Wijaya, K., Dewi, S., Sari, F. M., & Hadi, M. (2023). *Workshop Pembuatan NPWP , Efin Dan Pelaporan SPT Tahunan Pph Badan Di Unit Koperasi Lintang Songo SMK Ma ' arif NU Doro.* 3(3).