

OPTIMALISASI PENCATATAN KEUANGAN SEDERHANA DAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM RUMAH LAUNDRY

Vindi Ika Indriyani¹, Tutut Dewi Astuti²

Universitas Mercu Buana Yogyakarta^{1,2}

Email Korespondensi: vindiindriyani08@gmail.com 

Info Artikel	ABSTRAK
Histori Artikel: Masuk: 28 November 2024 Diterima: 16 Desember 2024 Diterbitkan: 18 Desember 2024 Kata Kunci: Optimalisasi; Pencatatan Keuangan; Pemasaran Digital; Daya Saing; UMKM.	Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan yang komprehensif mengenai pembukuan sederhana dan pemasaran digital kepada pelaku UMKM Rumah <i>Laundry</i> . Melalui observasi tempat dan wawancara yang dilakukan, pengabdian menemukan bahwa masalah utama yang dihadapi oleh UMKM Rumah <i>Laundry</i> adalah kurangnya pengetahuan dalam pembuatan laporan keuangan serta strategi pemasaran digital yang efektif. Oleh karena itu, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman pelaku UMKM, sehingga mereka dapat memanfaatkan potensi yang ada dengan lebih optimal sesuai dengan perkembangan zaman yang semakin pesat. Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode pelatihan yang berfokus pada dua aspek utama yaitu pembuatan pembukuan sederhana dan pemasaran <i>online</i> . Hasil dari pengabdian ini menunjukkan bahwa: (1) Pelaku UMKM berhasil membuat pembukuan sederhana dan dapat mengidentifikasi situasi keuangan aktual usaha mereka, (2) Pemilik mampu memahami pentingnya pencatatan dan pembuatan laporan keuangan yang sistematis, (3) Setelah mengikuti pelatihan, pemilik dapat menerapkan pembukuan untuk mengetahui laba rugi bulanan serta merencanakan strategi keuangan untuk periode berikutnya dengan lebih baik, (4) Terdapat peningkatan pemahaman tentang konsep pemasaran <i>online</i> yang dapat membantu mereka menjangkau lebih banyak pelanggan, (5) Pelatihan ini juga membekali pemilik UMKM dengan keterampilan menggunakan platform digital untuk meningkatkan promosi usaha mereka secara lebih efektif.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



PENDAHULUAN

Perekonomian menjadi salah satu aspek pengabdian mahasiswa di mana aspek ekonomi berkaitan erat dengan kegiatan wirausaha dan pengembangan ekonomi kreatif. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau disingkat UMKM merupakan salah satu bentuk usaha yang dimiliki dan/atau dilakukan oleh badan usaha maupun perorangan yang memenuhi kriteria UMKM (Tiara Febry Adviola et al., 2023). Menurut (Al Farisi et al., 2022), UMKM mampu menyumbang 99 persen dari total unit usaha, 96,9 persen tenaga kerja nasional, dan 60,5 persen dari Produk Domestik Bruto (PDB). UMKM merupakan pilar penting dalam menciptakan lapangan kerja dan mendukung pertumbuhan ekonomi. Namun, tantangan utama yang dihadapi oleh banyak pelaku UMKM adalah kurangnya pemahaman dalam pembukuan yang benar dan pemanfaatan digital marketing.

Menurut (Sulaymah & Astuti, 2023) meskipun UMKM tumbuh dengan cepat, individu-individu yang bertanggung jawab atas bisnis ini masih kurang memiliki keahlian dalam memelihara catatan keuangan dan catatan akuntansi yang benar. Dalam konteks ini, usaha Rumah *Laundry* di desa Argomulyo, Yogyakarta, menjadi contoh nyata dari potensi UMKM yang belum sepenuhnya dimanfaatkan. Meskipun layanan *Laundry* sangat dibutuhkan, usaha ini belum menerapkan sistem

pembukuan yang sesuai dengan standar akuntansi. Pengabdian ini bertujuan untuk membantu Rumah *Laundry* dalam merancang sistem pencatatan akuntansi yang sederhana dan menerapkan strategi pemasaran digital. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pemilik usaha mengenai pentingnya laporan keuangan dan cara memanfaatkan media digital untuk menarik lebih banyak pelanggan. Kurangnya laporan keuangan yang akurat mengakibatkan kesulitan dalam mengukur kinerja usaha dan mengetahui posisi keuangan secara jelas (Kassa et al., 2022). Selain laporan keuangan, masih banyak faktor yang berkontribusi terhadap rendahnya pemahaman UMKM ini, mulai dari tingkat pendidikan yang kurang memahami akuntansi dan pembukuan.

UMKM memiliki keterbatasan uang untuk menggunakan tenaga kerja akuntansi maupun membeli perangkat lunak akuntansi yang dapat memudahkan pembukuan. Dan juga kurang mampu dalam mengoperasikan teknologi guna mempromosikan kegiatan usaha yang dilakukan. Dengan pembukuan yang sederhana, pelaku usaha dapat memantau perkembangan usahanya, mengetahui laba atau rugi, serta mengelola hutang piutang dengan lebih efektif. Adapun dukungan pemerintah dan program yang diberikan untuk kegiatan UMKM, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), Pembiayaan Ultra Mikro (UMi), dan KUR Super Mikro, sangat penting untuk membantu UMKM terus berkembang dan mempertahankan kontribusi mereka terhadap perekonomian (Bakrie et al., 2024). 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. Selain itu, pemanfaatan media sosial dan *platform e-commerce* sangat penting untuk meningkatkan visibilitas produk UMKM. Pelaku UMKM yang aktif dalam pemasaran digital dapat meningkatkan pendapatan dan daya saing mereka. Namun, masih banyak yang belum memahami cara mengoptimalkan teknologi ini, sehingga potensi pasar mereka tidak maksimal (Katili & Gintulangi, 2022).

Untuk itu, pelaku UMKM agar tidak kehilangan pangsa pasar dan justru memperluas cakupan pemasaran produknya, haruslah memanfaatkan digital marketing berupa *e-commerce*, facebook, twitter, Instagram maupun sosial media lainnya. Karena dengan pemanfaatan media tersebut akan mampu memberikan keuntungan yang semakin besar sebagai dampak permintaan produk yang terus mengalir sehingga kinerja UMKM yang dilihat dari segi finansial secara langsung akan mengalami peningkatan maupun dari segi non finansial secara tidak langsung juga mengalami peningkatan (Rohmayanti et al., 2023). Pentingnya pemanfaatan digital marketing dalam pemasaran *online* bagi UMKM pernah disosialisasikan dan dilakukan pelatihan oleh (Arisetyawan et al., 2023) bahwasanya UMKM diedukasi dan diberikan pencerahan dalam pemanfaatan digital marketing dikarenakan penerapan digital marketing akan memudahkan pelaku UMKM dalam memasarkan produknya untuk mudah dikenali dan dibeli oleh konsumen tanpa datang langsung ke lokasi penjualan sehingga hal ini akan menjadi lebih efisien dan efektif dalam menarik minat pembeli yang tentunya berdampak dalam peningkatan kinerja UMKM karena omset penjualan mengalami peningkatan. Dan juga dapat memberikan manfaat yaitu dapat membuat konten maupun promosi *online* dengan media sosial, *marketplace* dan juga mendampingi pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan keuangan.(Fauzi et al., 2023).

Dari masalah yang terjadi, maka tujuan pengabdian ini untuk membantu bisnis Rumah *Laundry* dalam perancangan sistem pencatatan akuntansi sehingga mengurangi masalah yang terjadi dan penerapan *digital marketing*.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Rumah *Laundry* yang berlokasi di Jl. Pedes-Godean Km. 1 Panggang RT. 06 Argomulyo. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini terdiri dari beberapa tahap yaitu mulai dari observasi tempat hingga evaluasi, yang berfokus pada peningkatan pemahaman UMKM mengenai pembukuan sederhana dan pemasaran digital yaitu antara lain sebagai berikut :

1. Tahap Observasi Tempat dan Wawancara

Pada tahap ini, pengabdian melakukan observasi langsung terhadap operasional Rumah *Laundry* dan wawancara dengan pemilik usaha. Tujuan dari observasi ini adalah untuk mengidentifikasi isu-isu yang relevan dengan kompetensi yang diperlukan, seperti keterbatasan pemahaman dalam pencatatan akuntansi dan pemasaran digital. Hasil observasi menunjukkan bahwa pemilik usaha kesulitan dalam membuat laporan keuangan yang sesuai standar.

2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam empat pertemuan yaitu :

- a) Pertemuan Pertama tanggal 1 Agustus 2024, membahas materi tentang pentingnya pemasaran digital dan pembukuan sederhana sesuai dengan standar akuntansi. Pada pertemuan ini dilakukan pendekatan partisipasi untuk melibatkan pemilik usaha dalam berdiskusi.
- b) Pertemuan kedua tanggal 5 Agustus 2024 dengan memberikan pelatihan kepada pemilik usaha untuk mencatat pendapatan dan pengeluaran harian serta pembuatan laporan laba. Selain itu, pemilik usaha diajarkan cara membuat video untuk kegiatan pemasaran menggunakan pendekatan langsung agar dapat mempraktikkan materi secara *real time*.
- c) Pertemuan ketiga tanggal 12 Agustus 2024 dilakukan pengawasan saat pemilik usaha melakukan pencatatan akuntansi dan pembuatan laporan keuangan tanpa arahan langsung. Ini bertujuan untuk menilai pemahaman mereka terhadap materi yang telah diajarkan.
- d) Pertemuan keempat tanggal 19 Agustus 2024 melakukan evaluasi hasil pembukuan dan laporan keuangan yang dibuat oleh pemilik usaha. Diskusi dilakukan untuk mengevaluasi manfaat dan hambatan yang dirasakan selama pelatihan.

3. Tahap Evaluasi

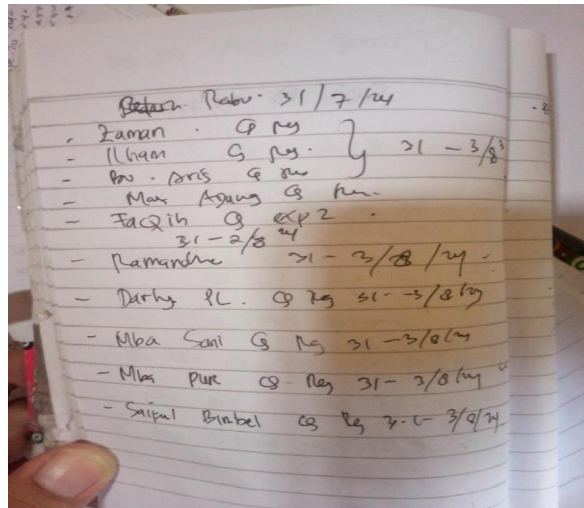
Tahap ini dilakukan dengan mengamati secara langsung pemahaman peserta mengenai laporan keuangan dan pemasaran digital setelah pelatihan. Dalam tahap ini, pengabdian melakukan observasi selama diskusi dan penerapan praktis, mencatat interaksi peserta, pertanyaan yang diajukan, serta kemampuan mereka dalam menjelaskan dan menerapkan konsep yang telah diajarkan. Selanjutnya, dilakukan sesi umpan balik untuk memberikan masukan kepada pemilik usaha dan mendiskusikan manfaat serta tantangan yang dialami. Tindak lanjut berdasarkan hasil evaluasi ini untuk meningkatkan program pelatihan ke depan, memastikan bahwa ilmu yang diperoleh dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam usaha mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pembukuan

1. Tahap Observasi Tempat dan Wawancara

Kegiatan ini dimulai dengan meninjau pembukuan yang telah dilakukan pada tempat penelitian sebelumnya dan wawancara dengan pemilik usaha. Berdasarkan keterangan dari pemilik, awal mula usaha berdiri adalah saat pemilik keluar dari pekerjaan sebelumnya sebagai karyawan perusahaan di Kota Batam dan dengan memberanikan diri akhirnya memutuskan untuk membuka bisnis *Laundry*. Semakin lama usaha Rumah *Laundry* berkembang cukup pesat sehingga sering kesulitan dalam melakukan pembukuan. Sebelum pelaksanaan kegiatan, pengabdian membuat materi untuk disosialisasikan secara lisan dan tertulis serta kertas kerja dibagikan dalam bentuk *hardfile* buku. Adapun pembukuan yang dilakukan pemilik usaha sebelum diadakan pelatihan adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Pembukuan Rumah Laundry sebelum pelatihan

Observasi awal menunjukkan bahwa Rumah Laundry tidak memiliki sistem pembukuan yang terstruktur. Sebelum pelatihan, pemilik usaha hanya mencatat penerimaan jasa, yang menyebabkan kesulitan dalam mendeteksi laba bersih. Rata-rata laba kotor bulanan tercatat sebesar Rp 3.000.000, tetapi laba bersih yang sebenarnya hanya mencapai Rp 2.000.000 setelah memperhitungkan biaya operasional. Oleh karena itu, kegiatan ini bertujuan untuk membantu pemilik Rumah Laundry mengimplementasikan sistem pembukuan yang lebih baik.

2. Tahap Pelaksanaan

Setelah semua materi dan media disiapkan, pelatihan dimulai pada 1 Agustus 2024 di Rumah Laundry. Fokus utama pengabdian ini adalah pembukuan sesuai standar akuntansi dan pencatatan biaya. Pemilik usaha mempelajari materi selama satu minggu untuk memahami laporan keuangan secara sederhana, dengan penekanan pada penggunaan bahasa yang mudah dipahami mengingat pemilik belum familiar dengan istilah-istilah akuntansi. Selama pelatihan, pengabdian memberikan contoh laporan keuangan yang baik untuk membantu pemilik memahami bentuk dan fungsi laporan tersebut. Sebelumnya, pemilik hanya mampu mencatat 20 persen transaksi. Setelah pelatihan, kemampuan pencatatan meningkat menjadi 80 persen, dan pemilik kini dapat menyusun laporan keuangan sederhana secara mandiri, yang mencakup semua biaya dan pendapatan.

Pemilik menyadari bahwa pembukuan sebelumnya hanya mencatat laba rugi kotor tanpa memperhitungkan biaya lainnya. Pada minggu kedua dan ketiga, yaitu pada 5 dan 12 Agustus 2024, pelatihan berlanjut dengan pembuatan laporan keuangan. Pemilik aktif mengajukan pertanyaan terkait mekanisme pembuatan laporan keuangan. Untuk memperkuat pemahaman, pemilik diminta untuk membuat laporan keuangan secara mandiri di bawah pengawasan pengabdian. Kegiatan diakhiri pada 19 Agustus 2024 dengan evaluasi hasil jurnal dan laporan keuangan yang telah disusun oleh pemilik. Melalui pelatihan ini, pemilik mampu menyusun laporan keuangan sederhana sesuai dengan materi yang telah diajarkan.

3. Tahap Evaluasi

Keberhasilan tahap evaluasi ini dilihat dari pemantauan secara berkelanjutan yang dilakukan terhadap transisi dari sistem pencatatan sebelumnya ke sistem pencatatan yang baru sesuai standar akuntansi. Sebelum penerapan sistem pencatatan baru, pemilik usaha menggunakan metode pencatatan tradisional yang sering kali tidak teratur dan sulit dipahami. Setelah penerapan sistem baru, pemilik usaha mulai menerapkan sistem pencatatan yang lebih terstruktur dengan rata-rata transaksi harian meningkat dari 15 transaksi menjadi 30 transaksi. Pemilik kini lebih terampil dalam analisis keuangan,

yang memperkuat posisinya dalam pengambilan keputusan bisnis. Keberhasilan ini tercermin dalam peningkatan laba bersih menjadi Rp 3.000.000.

B. Pemasaran

1. Tahap Observasi Tempat dan Wawancara

Dalam tahap observasi dan wawancara yang dilakukan, menjelaskan bahwa usaha Rumah Laundry belum memanfaatkan pemasaran digital dan memiliki rata-rata pelanggan hanya 15 orang per bulan. Sebenarnya usaha ini juga memiliki potensi untuk menjangkau lebih banyak pelanggan melalui *platform digital*, seperti media sosial dan situs web, namun pemilik usaha masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, seperti spanduk dan promosi dari mulut ke mulut. Mengingat tren pelanggan saat ini semakin beralih ke pencarian informasi dan layanan melalui internet. Selain itu pemilik juga belum mendaftarkan secara resmi di *platform* peta *digital*, yang dapat memudahkan pelanggan dalam menemukan lokasi usaha. Hal ini mengindikasikan bahwa pemilik usaha belum memahami mengenai pentingnya strategi pemasaran digital. Oleh karena itu, pengabdian membantu pemilik usaha untuk membuat alamat di *platform* peta *digital* dan akun media sosial untuk menjangkau lebih banyak pelanggan secara *online*.



Gambar 2. Pertemuan Pertama bersama Owner Rumah Laundry

2. Tahap Pelaksanaan

Pelatihan pembuatan akun Google Maps dan Instagram dilaksanakan pada tanggal 5 dan 12 Agustus 2024. Pemilik usaha aktif belajar cara membuat konten dan mengelola akun. Sebulan setelah pelatihan, pemilik mampu memposting konten secara mandiri di Instagram dan melakukan pengecekan secara berkala pada alamat yang telah dibuat di Google Maps. Berdasarkan pelatihan, pemilik usaha telah mampu membuat konten secara mandiri pada akun instagram .



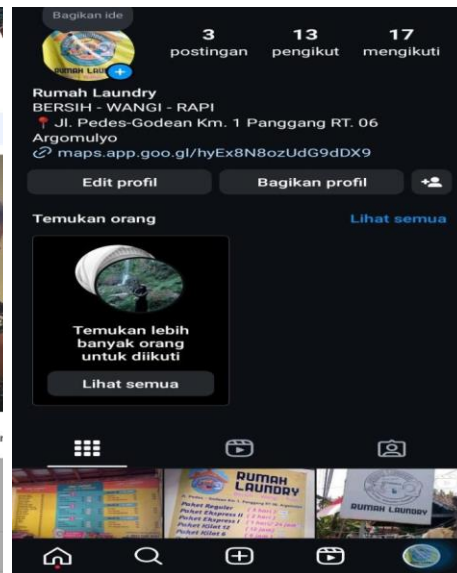
Gambar 3. Aktivitas Pelatihan



Gambar 4. Video Promosi Tempat Usaha



Gambar 6. Pembuatan Google Maps



Gambar 5. Pembuatan akun instagram

3. Tahap Evaluasi

Pada tahap evaluasi ini pengabdian telah membantu pemilik usaha *Rumah Laundry* untuk pembuatan alamat di Google Maps dan akun Instagram beserta postingannya. Setelah alamat usaha didaftarkan di Google Maps, jumlah pelanggan baru meningkat dari 15 orang menjadi 30 orang perbulan. Omzet bulanan juga mengalami peningkatan dari Rp 2.000.000 menjadi Rp 3.000.000. Kehadiran di platform peta digital ini dapat meningkatkan kredibilitas usaha, karena pelanggan merasa lebih percaya untuk menggunakan layanan yang mudah diakses dan terdaftar secara resmi. Di sisi lain, pembuatan akun Instagram memberikan dampak positif dalam hal interaksi dan keterlibatan dengan pelanggan. Sementara konten visual di Instagram menarik perhatian lebih banyak *audiens*, dengan rata-rata 30 *likes* dan 5 komentar per postingan.

PENUTUP

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Rumah *Laundry* selama satu bulan menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip akuntansi dalam pembukuan memiliki dampak signifikan bagi pemilik usaha. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang laporan keuangan, pemilik kini dapat mengetahui laba dan rugi setiap bulan, serta merencanakan strategi keuangan yang lebih efektif untuk periode mendatang. Selain itu, pelatihan ini memberikan keterampilan dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran, yang meningkatkan visibilitas usaha di pasar. Dari kegiatan ini, baik pemilik usaha maupun pengabdian merasakan manfaat yang nyata. Oleh karena itu, disarankan agar pemilik terus menerapkan dan mengembangkan keterampilan akuntansi serta pemasaran digital yang telah diperoleh. Pelatihan lanjutan dapat diadakan untuk memperdalam pemahaman dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan tren pasar. Dengan demikian, Rumah *Laundry* dapat terus berkembang dan berkontribusi lebih besar dalam komunitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, Puji syukur atas limpahan rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa sehingga kegiatan ini dapat diselesaikan dengan baik. Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terutama kepada Rumah *Laundry* yang telah memberi kesempatan pengabdian melakukan kegiatan pengabdian ini. Tanpa dukungan dan kerjasama dari semua pihak, kegiatan ini tidak akan terlaksana dengan baik. Harapannya semoga hasil pengabdian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat khususnya pemilik *Laundry*.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Arisetyawan, K., Rachmawati, L., Nur'aini, S., Nur Adha, A. A., Firmansyah, A. H., Ardini, C. A., & Ariyadi, A. A. (2023). Sosialisasi Digital Marketing UMKM dalam Optimalisasi Potensi Ekonomi Desa. *International Journal of Community Service Learning*, 7(2), 239–247. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v7i2.56878>
- Bakrie, R. R., Atikah Suri, S., Nabila, Sahara, A., H Pratama, V., & Firmansyah. (2024). Pengaruh Kreativitas UMKM Serta Kontribusinya Di Era Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 82–88. <https://doi.org/10.55049/jeb.v16i2.308>
- Fauzi, A. K., Wardah, S., Prathama, B. D., Mimbar, L., Hadi, K., Arsana, I. N., Astini, Y., Hidayanti, A., Hadi, M. R., Tinggi, S., Ekonomi, I., Perbankan, K., Ilmu, T., Amm, E., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2023). *Sosialisasi Dan Pendampingan Digital Marketing Dan Pengelolaan Keuangan Dalam Meningkatkan Kinerja Umkm Socialization And Assistance of Digital Marketing And Financial Management In Improving Umkm Performance Abstrak PENDAHULUAN Menjamurnya bisnis usaha r.* 3(3), 199–210.
- Kassa, S., Fitria, D., Damayanty, P., Setiawan, I., Mayasari, M., & Djunaidy, D. (2022). Sosialisasi Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Di Desa Kutasirna Kecamatan Cisaat Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Pengabdian Teratai*, 3(1), 16–29. <https://doi.org/10.55122/teratai.v3i1.346>
- Katili, A. Y., & Gintulangi, S. O. (2022). Sosialisasi Teknik Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Melalui Digital Marketing. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 5(4), 864–869. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v5i4.1491>
- 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>

- Sulaymah, V., & Astuti, T. D. (2023). *Sosialisasi dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Kepada UMKM di Dusun Karang Tengah Kalurahan Nogotirto PENDAHULUAN Usaha Mikro atau kecil , dan menengah (UMKM) adalah kelompok usaha yang memiliki persentase serta kontribusi yang besar. 1*, 185–193.
- Tiara Febry Adviola, Nico Akbar Priyambudi, Annisa Aprilia Husnul Khotimah, Danurwenda Permana Erlushandy, & Gideon Setyo Budiwitjaksono. (2023). Sosialisasi Digital Marketing dan Manajemen Keuangan Pada Pelaku UMKM di Kelurahan Sukorejo Kota Blitar. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 111–120.
<https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.388>