PENINGKATAN DAYA SAING UMKM ARTHA DEWATA MELALUI STRATEGI PROMOSI DIGITAL DAN PEMBUKUAN KEUANGAN BERBASIS *ONLINE*

Daniel Manek[1,*], Ida I Dewa Agung Adi Sastrawan[2]
[1,2]Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia
*Email: manekdaniel@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan daya saing UMKM Artha Dewata melalui pemanfaatan teknologi digital pada aspek promosi dan pengelolaan keuangan. Mitra merupakan usaha yang bergerak dalam penjualan alat tulis kantor (ATK) dan perlengkapan sekolah di Jl. Dharmawangsa, Cempaga, Kecamatan Bangli, Kabupaten Bangli, Bali. Berdasarkan observasi awal, mitra belum memiliki akun Instagram khusus usaha dan pencatatan pemasukan serta pengeluaran masih perlu ditingkatkan agar lebih teratur. Solusi yang diberikan meliputi pembuatan dan pendampingan akun Instagram, penyusunan konten promosi, pembuatan banner, serta penerapan pembukuan kas berbasis online. Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan observasi, koordinasi, pembuatan media dan sistem, pelatihan, pendampingan, penerapan, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan tersedianya akun Instagram sebagai sarana promosi digital, media banner sebagai pendukung promosi langsung, serta format pembukuan kas online yang dapat digunakan untuk mencatat transaksi pemasukan dan pengeluaran. Pendampingan juga memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis kepada mitra dalam mengelola media promosi dan pencatatan keuangan. Program belum dapat menunjukkan peningkatan penjualan secara langsung karena keberhasilan promosi digital membutuhkan konsistensi dan waktu, sedangkan manfaat pembukuan sangat bergantung pada kedisiplinan pencatatan. Secara keseluruhan, kegiatan memberikan media, pengetahuan, dan keterampilan yang dapat mendukung pengembangan UMKM secara berkelanjutan.

Kata Kunci: UMKM, promosi digital, instagram, pembukuan online, daya saing

ANALISIS SITUASI

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian penting dalam kegiatan perekonomian masyarakat karena berperan dalam penyediaan barang dan jasa, sumber pendapatan, serta penggerak aktivitas ekonomi. Perkembangan teknologi dan digitalisasi menyebabkan lingkungan bisnis berubah sehingga UMKM perlu menyesuaikan cara pemasaran dan pengelolaan usahanya (Parwita & Widiari, 2023). Pemanfaatan media sosial memberikan peluang bagi UMKM untuk memperkenalkan produk dan meningkatkan jangkauan informasi kepada calon konsumen. Aktivitas pemasaran melalui media sosial juga dapat mendukung kesadaran konsumen terhadap

suatu usaha dan menjadi salah satu upaya meningkatkan daya saing (Maharani & Hendradewi, 2026).

Artha Dewata merupakan UMKM yang bergerak dalam penjualan alat tulis kantor (ATK) dan perlengkapan sekolah dan berlokasi di Jl. Dharmawangsa, Cempaga, Kecamatan Bangli, Kabupaten Bangli, Bali. Berdasarkan hasil observasi awal, Artha Dewata belum memiliki akun Instagram yang secara khusus digunakan untuk promosi. Kondisi tersebut menyebabkan informasi mengenai keberadaan usaha, produk, dan layanan belum menjangkau masyarakat secara luas melalui media digital. Di sisi lain, pencatatan keuangan masih perlu ditingkatkan agar pemasukan dan pengeluaran dapat terdokumentasi dengan lebih teratur. Pencatatan keuangan yang teratur penting untuk membantu pelaku usaha memantau arus kas dan melakukan evaluasi usaha (Morisson & Fikri, 2025).

Kondisi tersebut menunjukkan kebutuhan pendampingan pada dua aspek utama, yaitu pemasaran digital dan pengelolaan keuangan. Pembuatan Instagram dipandang sebagai langkah awal untuk membangun keberadaan usaha di media digital, sedangkan pembukuan kas berbasis online digunakan sebagai sarana pencatatan transaksi yang lebih terstruktur. Permasalahan tersebut memiliki keterkaitan dengan pengelolaan pemasaran dan usaha UMKM (Rahayu & Veri, 2025).

PERUMUSAN MASALAH

Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah belum tersedianya media sosial Instagram yang digunakan secara khusus untuk promosi usaha. Akibatnya, produk ATK dan perlengkapan sekolah serta informasi usaha belum dapat dipromosikan secara optimal melalui media digital. Permasalahan berikutnya adalah pencatatan pemasukan dan pengeluaran usaha yang masih perlu ditingkatkan agar lebih teratur. Mitra memerlukan format pembukuan sederhana dan mudah digunakan sehingga pencatatan transaksi dapat dilakukan secara rutin tanpa mengganggu kegiatan operasional. Mitra juga memerlukan pendampingan praktis agar media promosi dan pembukuan yang dibuat tidak hanya tersedia, tetapi dapat digunakan dan dikelola secara mandiri setelah kegiatan pengabdian berakhir.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Solusi yang diberikan diarahkan pada penguatan promosi dan pengelolaan keuangan. Pada aspek promosi digital, kegiatan meliputi pembuatan akun Instagram resmi Artha Dewata, penyusunan identitas akun, pengumpulan foto serta informasi produk, pembuatan dan pengunggahan konten awal, serta pendampingan pengelolaan akun. Instagram

digunakan untuk memperkenalkan identitas usaha, menampilkan produk, dan menyampaikan informasi kepada masyarakat dan calon konsumen

Sebagai media promosi tambahan, dibuat banner yang memuat identitas usaha dan informasi produk atau layanan. Banner dirancang sederhana dan informatif agar dapat ditempatkan di lokasi usaha serta mendukung promosi langsung. Desain juga dapat digunakan kembali sebagai bahan pendukung konten digital. Pada aspek keuangan, diterapkan pembukuan kas berbasis online dengan format sederhana yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra. Pembukuan difokuskan pada pencatatan pemasukan dan pengeluaran sehingga mitra dapat memantau transaksi secara lebih terstruktur. Program disertai pelatihan dan pendampingan agar mitra memahami cara menggunakan hasil kegiatan dan dapat melanjutkannya secara mandiri.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan observasi, koordinasi, pembuatan media dan sistem, pelatihan, pendampingan, penerapan, serta evaluasi. Tahapan tersebut disusun agar program sesuai dengan kondisi dan kebutuhan mitra serta dapat diterapkan secara mandiri.

1. **Observasi**
   Observasi dilakukan untuk mengetahui kondisi awal usaha, kegiatan pemasaran, serta sistem pencatatan keuangan yang digunakan oleh Artha Dewata.
2. **Koordinasi**
   Koordinasi dilakukan dengan pemilik usaha untuk membahas permasalahan, kebutuhan, rencana kegiatan, bentuk media promosi, dan sistem pembukuan yang sesuai.
3. **Pembuatan Media dan Sistem**
   Tahap ini meliputi pembuatan akun Instagram, penyusunan identitas akun, pembuatan konten awal, pembuatan banner, dan penyusunan format pembukuan kas berbasis online.
4. **Pelatihan**
   Pelatihan dilakukan melalui penjelasan dan praktik langsung mengenai penggunaan Instagram, pengunggahan konten, serta pencatatan pemasukan dan pengeluaran.
5. **Pendampingan**
   Mahasiswa mendampingi mitra ketika mulai menggunakan media dan sistem yang telah dibuat, termasuk membantu ketika mitra mengalami kesulitan.
6. **Penerapan**
   Mitra mulai menggunakan Instagram sebagai media promosi dan pembukuan kas online untuk mencatat transaksi pemasukan dan pengeluaran.

7. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui ketercapaian program, kemampuan mitra dalam menggunakan hasil kegiatan, serta kendala yang masih dihadapi sebelum kegiatan berakhir

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pembuatan dan Pendampingan Instagram. Kegiatan menghasilkan akun Instagram resmi Artha Dewata sebagai media promosi digital. Sebelumnya mitra belum memiliki akun Instagram khusus usaha. Setelah akun dibuat, disusun identitas akun yang meliputi nama usaha, foto profil, deskripsi usaha, dan informasi kontak. Konten awal disiapkan menggunakan foto serta informasi produk ATK dan perlengkapan sekolah yang tersedia. Mitra juga memperoleh pendampingan mengenai cara mengunggah foto atau video, memberikan informasi produk, dan mengelola akun secara sederhana. Hasil ini menjadi langkah awal untuk membangun keberadaan Artha Dewata di media digital. Peningkatan penjualan belum dapat dinilai secara langsung karena promosi digital memerlukan waktu dan konsistensi pengelolaan.



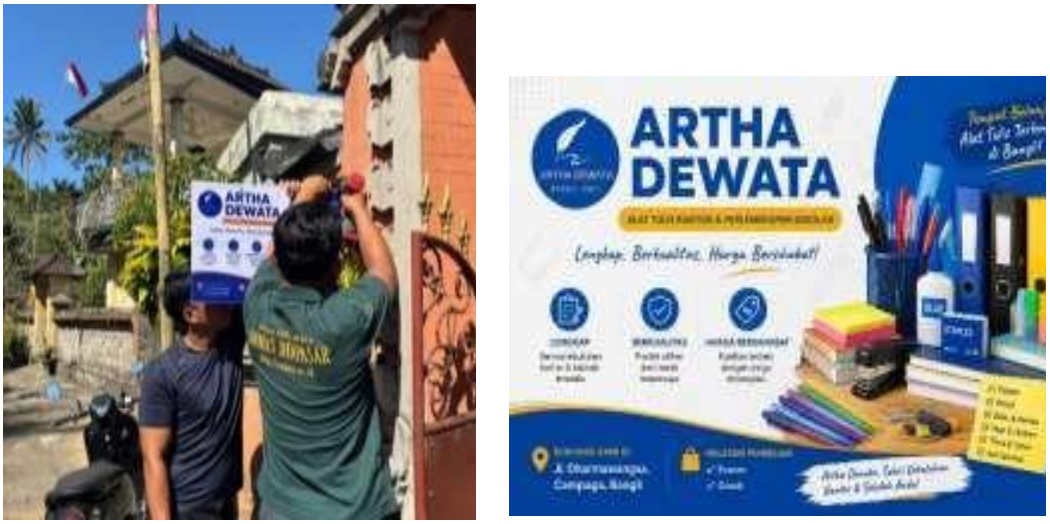
Gambar 1. Pembuatan dan Pendampingan Instagram

Penerapan Pembukuan Kas Berbasis Online. Program pembukuan kas menghasilkan format pencatatan sederhana yang disesuaikan dengan kebutuhan usaha. Mitra diperkenalkan pada cara mencatat transaksi pemasukan dan pengeluaran, kemudian melakukan praktik dengan pendampingan mahasiswa. Sistem tersebut memberikan sarana pencatatan yang lebih terstruktur dan dapat membantu mitra memantau transaksi serta memperoleh informasi yang dapat digunakan untuk evaluasi kondisi keuangan usaha. Manfaat pembukuan akan optimal apabila pencatatan dilakukan secara rutin dan konsisten.



Gambar 2. Penerapan Pembukuan Kas Berbasis *Online*

Pembuatan Banner sebagai Media Promosi. Banner dibuat sebagai program kerja tambahan untuk mendukung promosi secara langsung di lokasi usaha. Banner menampilkan identitas usaha dan informasi terkait produk atau layanan. Media ini membantu meningkatkan pengenalan Artha Dewata kepada masyarakat di sekitar lokasi usaha. Penggunaan banner melengkapi Instagram sehingga promosi dapat dilakukan melalui media digital sekaligus media langsung.



Gambar 3. Pembuatan Banner sebagai Media Promosi

Peningkatan Kemampuan Mitra. Kegiatan tidak hanya menghasilkan media dan sistem, tetapi juga memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis. Mitra memperoleh kesempatan mencoba penggunaan Instagram dan pembukuan kas secara langsung. Pendekatan praktik dan pendampingan penting untuk meningkatkan kemungkinan mitra melanjutkan program secara mandiri setelah kegiatan pengabdian selesai. Hal ini sejalan dengan kebutuhan penguatan tata kelola keuangan dan pemasaran digital pada UMKM (Murni *et al*., 2026).

Tantangan, Solusi, dan Keberlanjutan. Tantangan utama berupa kebiasaan mitra yang belum terbentuk dalam menggunakan Instagram sebagai media promosi dan melakukan pencatatan keuangan secara rutin. Untuk mengatasinya, mahasiswa memberikan contoh, praktik langsung, serta format pembukuan yang sederhana. Keberlanjutan program bergantung pada konsistensi mitra dalam mengunggah konten, memperbarui informasi produk, dan mencatat setiap transaksi. Produk baru maupun kegiatan usaha dapat digunakan sebagai bahan konten, sedangkan pencatatan rutin dapat menjadi dasar evaluasi kondisi keuangan usaha.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Artha Dewata telah dilaksanakan sesuai dengan permasalahan dan kebutuhan mitra pada aspek pemasaran digital dan pengelolaan keuangan. Kegiatan menghasilkan akun Instagram sebagai sarana promosi, banner sebagai media promosi langsung, serta pembukuan kas berbasis online untuk membantu pencatatan pemasukan dan pengeluaran. Pendampingan juga memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis kepada mitra dalam menggunakan media promosi dan pencatatan keuangan. Meskipun kegiatan belum dapat menunjukkan peningkatan penjualan secara langsung, hasil program dapat menjadi dasar bagi mitra untuk mengembangkan promosi digital dan pengelolaan keuangan secara bertahap.

Mitra disarankan menggunakan akun Instagram secara rutin dengan mengunggah informasi dan produk agar media promosi tetap aktif. Pembukuan kas online perlu digunakan secara konsisten untuk mencatat seluruh pemasukan dan pengeluaran. Pendampingan pada kegiatan berikutnya dapat dikembangkan pada strategi promosi digital, pembuatan konten, serta pengelolaan keuangan sesuai kebutuhan dan perkembangan UMKM Artha Dewata.

DAFTAR PUSTAKA

Maharani, M., & Hendradewi, S. (2026). Pelatihan meningkatkan daya saing UMKM melalui inovasi produk & pengelolaan keuangan yang baik. BINA CIPTA, 5(1), 38–48.

Morisson, B., & Fikri, A. A. H. S. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai strategi meningkatkan daya saing di era ekonomi digital. E-BISNIS: *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 18(1), 289–299.

Murni, Y., Herawati, A., & Wulandjani, H. (2026). Penguatan daya saing UMKM melalui tata kelola keuangan dan pemasaran digital: UMKM binaan BUMDes. Diseminasi: *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(1), 55–64.

Parwita, G. B. S., & Widiari, G. A. (2023, November). Strategi pemasaran produk melalui digitalisasi sosial media dan optimalisasi pencatatan pembukuan dengan sistem akuntansi pada PT Dewata Putra Bali Tour. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENEMA)* (Vol. 2, No. 2, pp. 1100–1106).

Rahayu, W., & Veri, J. (2025). Penerapan sistem informasi manajemen berbasis digital dalam UMKM: Sebuah kajian literatur. *Journal of Human and Education (JAHE)*, 5(2), 267–272.