

PENINGKATAN BRANDING PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL DAN OPTIMALISASI PENCATATAN TATA KELOLA KEUANGAN MENGGUNAKAN APLIKASI CREDIBOOK PADA UMKM KUE GABIN TIRTA NADI

I Komang Oka Permadi^{1,*}, Ni Komang Urip Krisna Dewi², Ni Putu Audi Orlanda³

^{1,3}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

²Politeknik Negeri Bali, Bali, 80364, Indonesia

*Email: okapermadi@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Desa Adat Sading, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung, dengan mitra UMKM Kue Gabin Tirta Nadi yang bergerak di bidang makanan. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra ini dalam menghadapi pesaing era globalisasi adalah penurunan omset penjualan yang disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran dan kurangnya pengetahuan tentang pembukuan. Untuk menangani masalah tersebut, dilakukan kegiatan penyuluhan dan pelatihan tentang penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran, serta pelatihan dan pendampingan tentang pembukuan digital. Hasil dari pengabdian masyarakat ini adalah mitra dapat mempromosikan usahanya di media sosial seperti Instagram dan WhatsApp, serta mitra dapat melakukan pencatatan pembukuan secara rutin menggunakan aplikasi Credibook untuk kegiatan usahanya. Dengan demikian, melalui upaya ini, diharapkan mitra dapat meningkatkan daya saingnya dalam pasar global dan mencapai keberlanjutan usaha yang lebih baik.

Kata Kunci: *Branding* pemasaran, Pencatatan keuangan, Media sosial, Credibook.

ANALISIS SITUASI

Desa Sading terletak di wilayah Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung, dengan luas wilayah yang masih banyak didominasi oleh persawahan dan sejumlah UMKM yang berkembang di kawasan tersebut. Di era globalisasi, banyak masyarakat di sekitar mulai membuka usaha di rumah menggunakan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan, karena selain mudah dijalankan, juga memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan bagi rumah tangga. Promosi melalui media sosial telah menjadi metode paling efektif untuk memperluas pasar dan menjangkau lebih banyak pelanggan (Kurniaty, dkk, 2023). Platform seperti Instagram dan WhatsApp memungkinkan UMKM untuk meningkatkan visibilitas produk mereka, menjalin komunikasi langsung dengan konsumen, dan membangun komunitas yang loyal.

Perkembangan pesat UMKM tidak terlepas dari persaingan yang semakin sengit di pasar. Persaingan yang ketat ini mendorong pelaku UMKM untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk serta layanan mereka. Timbulnya persaingan UMKM tersebut jika tidak diimbangi dengan promosi yang memadai maka akan sulit untuk

berkembang dan akan semakin terpuruk dikalahkan oleh pesaingnya (Amiroh, dkk, 2022). Salah satu UMKM yang terdampak oleh penurunan penjualan adalah UMKM Kue Gabin Tirta Nadi yang dikelola oleh Ibu Nyoman Sriayuni di Br. Pekandelan, Desa Sading, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung. Usaha beliau berfokus pada pembuatan makanan. Melalui observasi dan wawancara yang dilakukan, teridentifikasi bahwa permasalahan yang dihadapi oleh beliau akibat menurunnya penjualan adalah kurangnya pemahaman dalam mempromosikan produknya, sehingga menjadi pesaing bagi UMKM sejenis. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan masyarakat Bali yang cukup mudah untuk menjalankan usaha makanan sebagai cemilan untuk tamu undangan dalam upacara pernikahan atau tamu wisatawan yang berkunjung ke Bali. Penurunan penjualan juga dipengaruhi oleh minimnya pemahaman dalam memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp untuk memperluas jangkauan pembeli.

Selain itu, ketiadaan catatan keuangan yang jelas juga menjadi kendala, karena kurangnya pemahaman tentang pembukuan. Laporan keuangan adalah alat penting untuk mengkomunikasikan kondisi keuangan suatu perusahaan kepada pemilik dan para *stakeholders* (Permadi, dkk, 2023). Pengelolaan keuangan menjadi suatu masalah UMKM karena pemilik usaha mengabaikan pentingnya pengelolaan laporan keuangan (Asyik, dkk, 2022). Pelaporan yang baik dan sesuai dengan ketentuan akan memberikan berbagai manfaat bagi UMKM, seperti memudahkan dalam memonitor perkembangan usaha dan meningkatkan peluang untuk mengakses permodalan dari bank (Natsir & Waani, 2023). Oleh karena itu, kesadaran akan pentingnya memanfaatkan media sosial untuk promosi dan penjualan, serta pemahaman yang lebih baik tentang pembukuan, menjadi fokus utama dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, dengan harapan dapat memberikan solusi yang konkrit bagi kelangsungan usaha UMKM di Desa Sading.

Berdasarkan analisis permasalahan pada mitra diatas, melalui program kerja dengan topik “Peningkatan Branding Pemasaran Melalui Media Sosial dan Optimalisasi Pencatatan Tata Kelola Keuangan Menggunakan Aplikasi Credibook Pada UMKM Kue Gabin Tirta Nadi Sading” diharapkan dapat membantu meningkatkan pengetahuan UMKM cara membuat dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi serta mengoptimalkan pencatatan keuangan usahanya.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta uraian analisis situasi yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah yaitu:

- 1) Turunnya omset penjualan akibat kurangnya pemahaman tentang pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran.
- 2) Kurangnya pemahaman tentang pentingnya tata kelola pembukuan untuk mengoptimalkan pencatatan keuangan usaha.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dalam rangka upaya meningkatkan omset penjualan dan mengoptimalkan tata kelola pencatatan keuangan UMKM Kue Gabin Tirta Nandi, beberapa solusi yang dapat dilakukan berdasarkan data yang diberikan antara lain:

- 1) Penyuluhan dan pelatihan penggunaan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp sebagai sarana pemasaran bertujuan meningkatkan penjualan dengan lebih efektif dan efisien. Pelatihan ini mengajarkan strategi pemasaran digital, pembuatan konten menarik, pemahaman algoritma media sosial, dan pengelolaan interaksi pelanggan. Selain itu, pelaku usaha diajarkan memanfaatkan fitur khusus seperti Instagram Stories, Instagram Shopping, dan WhatsApp Business untuk komunikasi dan transaksi. Dengan pemahaman yang lebih baik, mereka dapat menjangkau audiens lebih luas, meningkatkan kesadaran merek, dan mendorong pertumbuhan penjualan.
- 2) Pelatihan dan pendampingan pembukuan sederhana menggunakan Credibook bagi pelaku UMKM bertujuan memudahkan pengelolaan keuangan bisnis. Pelatihan ini memperkenalkan fitur-fitur Credibook untuk mencatat transaksi harian, mengelola inventaris, dan memonitor arus kas dengan efisien. Pendampingan memberikan panduan praktis penggunaan aplikasi agar pelaku UMKM dapat mencatat pemasukan dan pengeluaran secara terstruktur. Dengan pemahaman yang lebih baik, mereka mampu membuat laporan keuangan akurat, memantau kinerja bisnis secara *real-time*, dan membuat keputusan finansial yang tepat, sehingga mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha.

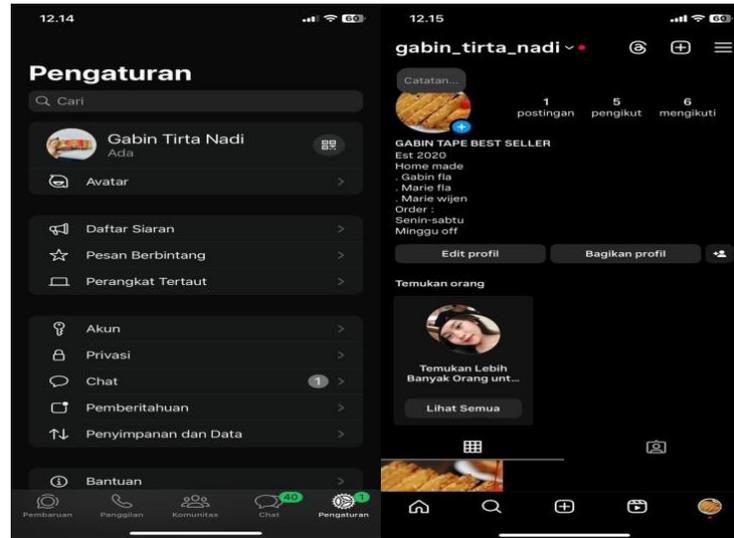
METODE PELAKSANAAN

Metode pendekatan yang digunakan dalam menyelesaikan persoalan masyarakat sasaran dilakukan secara luring, yaitu dengan terjun langsung melakukan observasi dan wawancara kepada masyarakat sasaran untuk mencari informasi mengenai permasalahan yang terjadi, serta dengan melakukan edukasi, pelatihan, dan memberikan informasi agar dapat mengembangkan atau meningkatkan penjualan UMKM.

Tahap observasi merupakan awal dari kegiatan pengabdian masyarakat ini, di mana penulis langsung terjun ke Desa Sading untuk melakukan wawancara kepada pelaku UMKM guna mendapatkan informasi mengenai permasalahan yang dihadapi oleh mereka. Informasi ini sangat penting untuk merancang solusi yang tepat sasaran dan efektif. Sebelum melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat, dilakukan persiapan terlebih dahulu, yang melibatkan diskusi dengan pemilik UMKM untuk merencanakan jadwal kegiatan, mempersiapkan bahan edukasi, serta menyiapkan alat-alat yang akan digunakan untuk membantu UMKM. Tahap ini memastikan semua aspek teknis dan logistik siap untuk mendukung kelancaran pelaksanaan program.

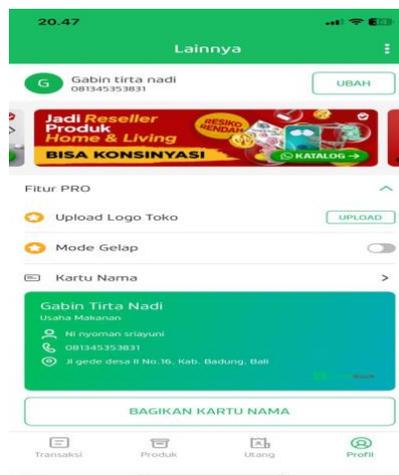
Setelah melakukan persiapan, dilanjutkan dengan tahap pelaksanaan kegiatan program kerja yang telah direncanakan. Pelaksanaan ini mencakup beberapa kegiatan

utama: mendedukasi pelaku UMKM dalam pembuatan akun media sosial seperti Instagram dan WhatsApp, sehingga mereka dapat memanfaatkan platform ini untuk pemasaran; memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM tentang cara mempromosikan usaha mereka di media sosial agar dapat meningkatkan jangkauan dan penjualan.



Gambar 1. Pembuatan akun Instagram dan WhatsApp

Mendedukasi pelaku UMKM tentang pentingnya pencatatan keuangan yang baik, yang merupakan dasar untuk pengelolaan keuangan yang sehat dan transparan; dan memberikan pelatihan tentang pencatatan keuangan dan pembukuan menggunakan aplikasi Credibook kepada pelaku UMKM sehingga mereka dapat mencatat transaksi keuangan dengan lebih terstruktur dan efisien.



Gambar 2. Pembuatan akun Credibook untuk pencatatan keuangan

Melalui metode ini, program pengabdian masyarakat tidak hanya mengidentifikasi dan memahami permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, tetapi juga memberikan solusi konkret yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha mereka.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran dan Pelatihan Pembukuan Sederhana menggunakan Credibook pada UMKM Kue Gabin di Desa Sading telah berhasil dilaksanakan dan ditingkatkan melalui pembuatan serta pelatihan penggunaan media sosial dan pembukuan sederhana menggunakan Credibook. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh UMKM tersebut.

Pertama, melalui kegiatan mengedukasi dan memberi pelatihan tentang cara pembuatan dan penggunaan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp sebagai sarana pemasaran. Akun Instagram dan WhatsApp merupakan platform promosi digital yang akan dikelola oleh mitra sendiri. Pelatihan ini bertujuan agar mitra dapat mengelola akun tersebut secara pribadi, memperbarui produk, dan berkomunikasi dengan pelanggan atau calon konsumen untuk memperlancar pemberian informasi kepada masyarakat.

Kedua, dilakukan pelatihan dan pendampingan pembuatan pembukuan keuangan lewat Credibook guna memahami seberapa besar pengeluaran dan pemasukan dalam usaha. Pencatatan dalam pembukuan sangat penting dilakukan oleh para pengusaha, baik kecil maupun besar. Meskipun sebagian masih mengabaikan pencatatan tersebut, hal ini sangat penting untuk menentukan strategi bisnis ke depannya.



Gambar 3. Pelatihan dan pendampingan mengenai tata cara penggunaan instagram dan whatsapp serta mencatat keuangan pada credibook

Dengan demikian, melalui program kerja kombinasi penggunaan media sosial dan pembukuan sederhana menggunakan Credibook, diharapkan UMKM Kue Gabin dapat

meningkatkan keterlibatan dengan pelanggan, mengoptimalkan pemasaran produk, serta meningkatkan pengelolaan keuangan secara lebih terstruktur dan efisien.

Keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Kue Gabin Tirta Nadi di Desa Sading didukung oleh beberapa faktor penting. Pertama, pemilik UMKM yang sangat mendukung inisiatif ini, memberikan dukungan penuh untuk setiap langkah dan tahapan kegiatan. Kedua, antusiasme tinggi dari karyawan yang ikut serta dalam kegiatan ini. Partisipasi mereka sangat mencolok, terutama dalam upaya peningkatan penjualan melalui media sosial dan pencatatan keuangan menggunakan Credibook. Hal ini dibuktikan dengan tingginya kehadiran karyawan selama pelatihan, menunjukkan komitmen mereka terhadap program ini. Ketiga, tersedianya fasilitas pendukung yang memadai untuk melaksanakan kegiatan, memastikan bahwa semua kebutuhan teknis dan logistik dapat terpenuhi dengan baik.

Selama pelatihan, antusiasme karyawan sangat terlihat, mereka aktif bertanya dan tidak ragu untuk mencari klarifikasi, sehingga kegiatan berlangsung dengan lancar dan tanpa kendala yang berarti. Kombinasi dari dukungan pemilik, semangat karyawan, dan fasilitas yang memadai menjadi kunci sukses dari pelaksanaan program ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada UMKM Kue Gabin Tirta Nadi di Desa Sading, dengan mengadakan pelatihan pembuatan akun media sosial dan pelatihan pembukuan Credibook, telah membawa dampak positif yang signifikan. Kegiatan ini tidak hanya membantu dalam memperkuat proses pemasaran UMKM, meningkatkan pendapatan yang diperoleh oleh Ibu Nyoman Sriayuni, tetapi juga meningkatkan kesadaran akan pentingnya pembukuan untuk menjaga keberlanjutan usaha. Keberhasilan program ini menegaskan bahwa upaya pengabdian masyarakat telah terlaksana dengan baik dan efektif.

Untuk menjaga dan ketercapaian positif yang telah dicapai, perlu dipertimbangkan untuk melanjutkan program ini secara berkelanjutan guna terus meningkatkan pendapatan UMKM secara keseluruhan. Sebagai pelengkap, diharapkan pelaku UMKM juga dapat terus mengembangkan ide-ide inovatif guna memperkuat dan memperluas bisnis mereka di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiroh, I., Rahayu, D. R., Winarno, A., & Hermawan, A. (2022). Digitalisasi Pemasaran Serta Pendampingan Manajemen Usaha pada UMKM Angkringan KMS di Tumpang Kabupaten Malang. *Jurnal Pemantik*, 1(2), 154–168. <https://doi.org/10.56587/pemantik.v1i2.50>.
- Asyik, N. F., Patuh, M., Triyonowati, T., Respatia, W., & Laily, N. L. N. (2022). Aplikasi Digital Pengelolaan Keuangan, Sarana Meningkatkan Penjualan UMKM

- Makanan Minuman di Kabupaten Gresik. *Jurnal Kreativitas Dan Inovasi (Jurnal Kreanova)*, 2(3), 102–106. <https://doi.org/10.24034/kreanova.v2i3.5265>
- Kurniaty, H., Lisawanto, L., & Nugraha, M. E. S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Aneka Produk yang Dihasilkan UMKM di Desa Muara Talang: Utilization of Social Media as a Means of Promotion of Various Products Produced by MSMEs in Muara Talang Village. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(3), 462–468. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i3.4691>
- Natsir, K., & Waani, A. M. (2023). Pelatihan Pencatatan Keuangan UMKM Berbasis Digital. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, (6)1, 55-64.
- Permadi, I. K. O., Putra, I. G. C., Usadi, M. P. P., & Saptani, N. K. A. (2023). Peningkatan Pemasaran dan Penggunaan Aplikasi Excel Dalam Pelaporan Keuangan di BUM Desa Cani Sejahtera Bersama. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENEMA)*, 2(1), 544–550.