

## **STRATEGI PENGUATAN TATA KELOLA KEUANGAN DAN PENINGKATAN PENDAPATAN MELALUI DIGITAL MARKETING PADA USAHA MIKRO ROTI LAPIS BUAH BU ARIANI DI DESA PETAK**

**I Putu Wahyu Dwinata JS<sup>1,\*</sup>, Dewa Ngakan Gde Paramarta<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

\*Email: [dwinatajs@gmail.com](mailto:dwinatajs@gmail.com)

### **ABSTRAK**

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Ini merujuk pada sektor usaha dengan skala kecil hingga menengah yang berperan penting dalam perekonomian sebuah negara. Usaha mikro biasanya memiliki jumlah karyawan yang sangat sedikit, sementara usaha kecil dan menengah mungkin memiliki karyawan lebih banyak tetapi masih dalam skala yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan besar. Pada kegiatan observasi, pemilik usaha mengatakan bahwa omzet yang didapat tergantung dari pangsa pasar dan minim mengalami kenaikan bahkan dikatakan segitu-segitu saja. Adapun permasalahan yang dihadapi pemilik usaha UMKM yaitu: Pelaku UMKM masih belum menyadari pentingnya tata kelola keuangan dan pembukuan yang rapi. Selain pembukuan, UMKM khususnya perdagangan makanan atau minuman saat ini kurang dengan adanya promosi dalam hal ini di media sosial. Serta kurang perhatiannya pada desain logo sebagai tanda pengenal dari usaha tersebut. Dari permasalahan tersebut kami berinisiatif untuk memberikan beberapa solusi yaitu: 1) Melakukan bimbingan kepada mitra tentang pembukuan keuangan yang sederhana. 2) Melakukan pemasaran melalui akun media sosial instagram. 3) Membuat desain logo dan spanduk usaha. Diharapkan dengan dilakukan program pengabdian masyarakat ini dapat membantu UMKM khususnya UMKM Roti Lapis Buah Bu Ariani mendapatkan omzet lebih dari sebelumnya dan mengembangkan pangsa pasarnya.

**Kata Kunci:** UMKM, Pembukuan, Media Sosial, Desain Logo.

### **ANALISIS SITUASI**

Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor industri yang dapat diandalkan sebagai indikator dalam stabilitas perekonomian baik di tingkat lokal maupun daerah. Saat ini, masih banyak pelaku UMKM yang belum menyadari betapa pentingnya tata kelola keuangan dan pembukuan yang rapi. Menurut Fitri Santi (2023) pembuatan pembukuan keuangan memiliki tujuan untuk memahami jumlah kerugian atau keuntungan yang terjadi pada perusahaan dalam jangka waktu tersebut. Segala transaksi yang terjadi dapat dilihat secara rinci termasuk keseluruhan jalur pembagian barang dan uang di perusahaan, sehingga pengusaha bisa mengetahui estimasi keuntungan dan kerugian yang harus ditanggung oleh pelaku UMKM. Dengan adanya pembukuan pelaku usaha bisa mengetahui sehat atau tidaknya usaha mereka. Bahkan, di era digital saat ini sebagian besar pelaku UMKM masih "buta" akuntansi. Akibatnya, wajar jika banyak di antara mereka tidak memiliki pembukuan pada bisnisnya yang berpotensi makin

membesar. Sering juga pelaku UMKM menggabungkan modal usahanya dengan uang pribadi. Jadi kebanyakan usaha mereka tak diketahui pasti berapa laba atau rugi yang mereka peroleh.

Selain pembukuan, UMKM khususnya perdagangan makanan atau minuman saat ini kurang dengan adanya promosi media sosial. Menurut Sidik, M Ramdan(2024) Dengan menggunakan media sosial sebagai alat promosi dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, antara lain meningkatkan visibilitas merek, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan mempengaruhi keputusan pembelian Setelah memasuki era digital, banyak pengusaha dalam berbagai skala yang merambah ke bisnis digital. Hal ini tidak lepas dari fakta banyaknya pengguna internet, termasuk di Indonesia. Menurut Andrika dan Adi Suroso (2024) Dengan adanya platform digital, UMKM tidak lagi ada masalah dengan kendala geografis atau waktu dalam menjalankan aktivitas bisnis mereka, sehingga memungkinkan mereka untuk menjangkau konsumen yang potensial secara langsung di berbagai wilayah. Kehadiran teknologi digital ini memainkan peran penting dalam memperkuat daya saing UMKM, dengan memberikan akses yang lebih mudah ke pasar yang lebih luas dan memungkinkan interaksi yang lebih langsung dengan konsumen. Selain itu, platform digital juga memfasilitasi proses pemasaran dan promosi yang lebih efisien dan terukur, sehingga membantu UMKM untuk meningkatkan visibilitas mereka di pasar. Agar bisa menjangkau target pasar yang diinginkan dan dapat melakukan promosi secara efektif, digital marketing merupakan solusi yang tepat khususnya bagi pengusaha kecil dengan biaya promosi yang masih terbatas.

Salah satunya terjadi di Banjar Benawah Kangin, Desa Petak, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar. UMKM Roti Lapis Buah Bu Ariani yang dimiliki oleh Ibu Ni Putu Ariani, yang telah berdiri dari tahun 2018 yang bergerak dalam bidang dagang makanan dan minuman yang belum mempunyai pembukuan serta kurangnya promosi media sosial dari usahanya yang berdampak pada pendapatan yang terbatas.

#### **PERUMUSAN MASALAH**

1. Rendahnya pemahaman tentang pembuatan pembukuan secara sederhana.
2. Kurang perhatiannya pada pemasaran usaha melalui media sosial, dikarenakan pelaku UMKM tidak begitu paham menggunakan media sosial.
3. Pelaku UMKM belum memiliki logo serta plang/spanduk usaha sebagai tanda pengenal untuk usaha yang dijalankan.

#### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Dari permasalahan yang dialami oleh Usaha Roti Lapis Buah Bu Ariani saat ini sesuai dengan prioritas permasalahannya, berikut beberapa solusi yang dapat saya berikan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi yaitu:

1. Memberikan pelatihan dan bimbingan kepada mitra tentang pembukuan keuangan yang sederhana.

2. Memberikan pelatihan kepada mitra dalam pembuatan akun media sosial sebagai media promosi.
3. Pendampingan kepada mitra dalam mendesain logo dan spanduk usaha.

#### **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan dalam Strategi Penguatan Tata Kelola Keuangan Dan Peningkatan Pendapatan Melalui Digital Marketing Pada Usaha Mikro Roti Lapis Buah Bu Ariani Di Desa Petak adalah sebagai berikut :

1. Tahapan persiapan dan observasi dimana kami melakukan observasi selama 2 hari pada minggu pertama Program Kerja yang sesuai dengan keadaan pada Usaha Mikro Roti Lapis Buah Bu Ariani Di Desa Petak.
2. Tahapan Pelaksanaan dimana dilaksanakan pelatihan dan bimbingan terhadap program kerja yang telah disusun dan dilaksanakan secara bertahap dengan uraian sebagai berikut:
  - a. Pelatihan dan bimbingan kepada mitra dalam pentingnya pembuatan pembukuan untuk mengetahui kondisi keuangan.
  - b. Pelatihan kepada mitra dalam pentingnya pembuatan akun media social sebagai media promosi, yaitu Instagram.
  - c. Pendampingan kepada mitra dalam mendesain logo dan spanduk usaha, agar usaha dapat dengan mudah dikenali oleh masyarakat.
3. Tahapan Evaluasi dimana dilakukan evaluasi untuk melihat apakah kegiatan yang dilakukan sudah sesuai harapan atau belum, sehingga apabila belum sesuai harapan dapat disempurnakan lagi.

#### **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Strategi Penguatan Tata Kelola Keuangan Dan Peningkatan Pendapatan Melalui Digital Marketing Pada Usaha Mikro Roti Lapis Buah Bu Ariani Di Desa Petak telah berhasil dilakukan dengan program kerja pengabdian masyarakat yaitu pembuatan pembukuan sederhana untuk mengetahui tingkat laba yang diperoleh, mampu mempromosikan usaha pada media sosial instagram dan mitra mempunyai logo dan spanduk sebagai tanda pengenal usahanya. Berikut adalah uraian hasil pengabdian dan pembahasan kegiatan program pada Usaha Mikro Roti Lapis Buah Bu Ariani:

Pada permasalahan yang pertama pelaku UMKM belum memahami tentang bagaimana cara pembuatan pembukuan keuangan yang sederhana solusi yang diberikan yaitu: memberikan pelatihan dan bimbingan kepada mitra tentang bagaimana cara pembuatan pembukuan keuangan yang sederhana agar pengelolaan keuangannya lebih baik dan terarah kedepannya.



**Gambar 1.** Memberikan pelatihan dan bimbingan kepada mitra tentang pembukuan keuangan yang sederhana.

Pada permasalahan yang pertama pelaku UMKM kesulitan dalam memasarkan produknya dan menjual produknya di sosial media dikarenakan pelaku UMKM tidak mengerti cara penggunaannya, solusi yang diberikan yaitu memberikan pelatihan kepada mitra dalam pembuatan akun media sosial seperti instagram, serta membantu mitra dalam mempromosikan produk yang dipunya di sosial media.



**Gambar 2.** Memberikan pelatihan kepada mitra dalam pembuatan akun media sosial sebagai media promosi.

Pada permasalahan yang ke tiga pelaku UMKM tidak memiliki logo pada usaha yang mereka miliki solusi yang diberikan yaitu pendampingan kepada mitra dalam mendesain logo usaha.



**Gambar 3.** Pendampingan kepada mitra dalam mendesain logo usaha.

---

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Dengan terlaksananya program kerja tersebut yang mencapai bobot 100% maka diharapkan kepada pemilik usaha untuk tetap melanjutkan program kerja yang telah dibuat oleh mahasiswa secara konsisten. Semoga penerapan pembukuan sederhana di Usaha Mikro Roti Lapis Buah Bu Ariani tetap dilanjutkan guna untuk mengatur keuangan yang masuk dan keluar serta mengetahui laba yang diperoleh, dan adanya sosial media diharapkan agar usaha mitra bisa melebar dan diketahui masyarakat luas melalui media sosial. Serta dengan menggunakan design logo dan spanduk yang baru, usaha mikro Roti Lapis Buah bu Ariani bisa lebih dikenal dan lebih berkembang lagi.

Diharapkan kepada mitra tetap melakukan kegiatan-kegiatan yang sudah kita sepakati secara mandiri di rumah dengan panduan materi yang telah diberikan di waktu luang mereka. Untuk selanjutnya, diharapkan mitra rajin mencatat pemasukan sebagai modal dan pengeluaran usaha agar mengetahui keuntungan yang diperoleh setiap penjualannya, serta mitra diharapkan terus melakukan promosi di media sosial agar produk mereka lebih dikenal masyarakat luas untuk memperoleh pemasukan lebih daripada sebelum melakukan promosi pada media sosial.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Prabowo, W. A. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening pada Industri Hotel Bintang Tiga di Jawa Timur. *Journal of Marketing Management*, 12 (2), 101–112. Diakses pada 25 Maret 2022
- Subur, R.S., & Hasyim, M. (2014). Pelatihan Manajemen Keuangan pada pelaku Usaha Toko Kelontongan Dusun Puluhan Desa Banyusidi Pakis Magelang Jawa Tengah. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 134-140. Diakses pada 25 Maret 2022
- Sidik, M. R., & Kanda, A. S. (2024). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Terhadap Tingkat Penjualan: Penelitian di wilayah Kecamatan Cicalengka. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(1), 328-342.
- Andrika, A., & Suroso, A. (2024). Pemberdayaan UMKM Melalui Pemasaran Digital: Pendekatan Praktis dan Strategis di Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 68-80.
- Santi, F., & Sari, J. R. (2024). PENGENALAN PEMBUKUAN SEDERHANA PADA PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI KELURAHAN TALANG ULU. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(1), 14-22.