



PENINGKATAN EKONOMI PEMILIK UMKM MELALUI PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DAN PEMBUKUAN DIGITAL DI DESA BELEGA, KECAMATAN BLAHBATUH, GIANYAR

Ni Komang Sri Widyastuti¹⁾ Ni Made Wersi Murtini²⁾

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: srii.widyastuti@gmail.com ⁽¹⁾, wersimurtini@unmas.ac.id ⁽²⁾

ABSTRAK

Sejak merebaknya Virus Corona atau yang sering disebut dengan Covid-19, pelaku UMKM merasakan penurunan omset penjualan yang sangat drastis. Seperti pelaku UMKM di Desa Belega, Kecamatan Blahbatuh, Gianyar yaitu Ibu Susanti. Dari observasi yang telah dilaksanakan oleh pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat, Ibu Susanti menjual jajan tradisional yaitu jajan matahari yang biasa digunakan oleh umat Hindu untuk membuat sesajen. Namun sejak pandemi, omset penjualannya menurun drastis. Disamping itu, Ibu Susanti hanya memasarkan dagangannya secara konvensional dengan menitipkannya di beberapa pedagang di pasar. Selain itu, pengelolaan keuangan hasil jualan tidak tercatat dengan baik. Sehingga solusi yang diberikan yaitu pembuatan market digital seperti *Facebook* dan *Instagram* untuk memasarkan produk guna menjangkau konsumen yang lebih luas sehingga mampu meningkatkan jumlah penjualan. Solusi berikutnya yaitu pembuatan sebuah program pembukuan secara digital untuk mencatat segala pemasukan serta pengeluaran dari usaha yang dijalankan, sehingga laporan keuangan usaha akan menjadi lebih tertata atau terstruktur. Setelah solusi tersebut dilaksanakan, permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM diatas dapat diatasi yaitu paham dalam penggunaan media sosial untuk mempromosikan hasil usaha dan penggunaan pembukuan digital guna menata pemasukan dan pengeluaran. Oleh sebab itu, pemilik UMKM tidak lagi mengalami kesulitan dalam mempromosikan hasil usahanya sehingga dapat meningkatkan omset penjualan dan pemilik UMKM dapat dengan mudah mencatat segala keuangan dalam pembukuan digital yang dimiliki.

Kata kunci: Covid-19, *Digital Marketing*, Pembukuan

PENDAHULUAN

Desa Pakraman Belega merupakan salah satu Desa yang berada di Kecamatan Blahbatuh, Gianyar. Desa ini memiliki luas 2,50 km². Desa Pakraman Belega memiliki 6 Banjar diantaranya Banjar Jasri, Banjar Kanginan, Banjar Kebon Kaja, Banjar Kebon Kelod, Banjar Selat, dan Banjar Pasdalem. Sebagian besar masyarakat di desa Belega bekerja sebagai buruh bangunan, bertani, pelaku pariwisata, serta pemilik UMKM. Sejak merebaknya Covid-19 di Indonesia khususnya Bali pada awal tahun 2020. Masyarakat di Desa Pakraman Belega merasa kesulitan dalam memperoleh penghasilan, khususnya pelaku UMKM.

Dikutip dari Halodoc (2020), Coronavirus, yang lebih dikenal dengan virus corona, adalah keluarga besar virus yang menyebabkan terjadinya infeksi pada saluran pernafasan

seperti menyebabkan flu pada orang. Beberapa jenis virus corona dapat menyebabkan penyakit yang lebih berat seperti MERS-CoV, dan SARS-CoV. Sampai saat ini, terdapat tujuh jenis coronavirus (HCoV) yang telah teridentifikasi yaitu HCoV-229E, HCoV-OC43, HCoV-NL63, HCoV-HKU1, SARS-COV (yang menyebabkan sindrom pernapasan akut), MERS-COV (sindrom pernapasan Timur Tengah) dan COVID-19 atau dikenal juga dengan Novel Coronavirus yang menjadi penyebab wabah pneumonia di kota Wuhan, Tiongkok pada bulan Desember 2019 dan menyebar ke berbagai negara lainnya mulai bulan Januari 2020

Pandemi ini mengharuskan masyarakat untuk tetap di rumah untuk menghindari menyebarnya virus ataupun terinfeksi oleh virus Covid-19 tersebut. Berdasarkan data statistik dari Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2020), terdapat tiga lapangan usaha yang pekerjaannya mengalami penurunan pendapatan paling banyak, yaitu perhotelan, perdagangan besar dan eceran dimana reparasi mobil dan motor termasuk didalamnya, dan industri pengolahan makanan dan minuman. Disebutkan juga bahwa selama pandemi, terjadi peningkatan pengeluaran dari biasanya. Sehingga terjadi permasalahan ekonomi di masyarakat dimana terjadinya penurunan pendapatan namun peningkatan pengeluaran.

Akibat dampak dari pandemi Covid-19 tak sedikit masyarakat yang terkena dampak dari pandemi tersebut baik dampak berupa PHK atau dirumahkan dari tempat bekerja ataupun menurunnya omset penjualan karena konsumen yang semakin sedikit. Dapat dilihat bahwa kelompok masyarakat yang perekonomiannya paling terdampak karena terjadinya pandemi ini yaitu masyarakat dengan pendapatan yang dihasilkan dari pendapatan harian (Iskandar et al, 2020) pada (Yamali & Putri, 2020).

Bali merupakan daerah pariwisata yang mengandalkan kedatangan tamu domestik dan mancanegara. Namun sejak pandemic Covid 19 terjadi, sektor pariwisata tidak dapat beroperasi. Hal ini menyebabkan banyak pekerja di sektor pariwisata harus di PHK dari tempat mereka bekerja. Banyaknya jumlah karyawan yang di PHK di sektor pariwisata membuat mereka harus mencari pekerjaan lain atau menciptakan pekerjaan bagi diri mereka sendiri. Seperti halnya beralih profesi menjadi pedagang sehingga pedagang-pedagang yang sudah melakoni bisnisnya sejak lama, harus menghadapi persaingan-persaingan pedagang baru yang menjual barang yang sama dengan barang jualan mereka. Hal ini menimbulkan penurunan omset penjualan yang sangat drastis.

Dikutip dari CNN Indonesia (2020), Dinas Pariwisata Bali mengumumkan bahwa Pemutusan Hubungan Kerja yang dikarenakan oleh pandemic Covid-19 mencapai 3.000 pekerja. Hal ini dikarenakan krisis ekonomi yang terjadi di Bali yang menyebabkan banyak perusahaan tidak mampu membayar para karyawan mereka.

Dampak ekonomi sangat terlihat jelas di masyarakat yang mempersulit keadaan untuk bertahan hidup Dapat dilihat dari kehidupan sehari-hari yang tidak lepas dari kebutuhan ekonomi. Ekonomi sangat berperan penting bagi manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya seperti sandang, pangan, dan papan (Astutiningsih & Sari, 2017) dalam (Sarip, dkk., 2020).

Keberadaan UMKM di Bali sangat membantu perputaran dan kemajuan perekonomian Bali. UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam menyediakan lapangan pekerjaan sehingga mengurangi jumlah pengangguran yang merupakan masalah yang sangat sulit diatasi selama ini. Tumbuh dan berkembangnya usaha kecil dan menengah menjadikannya sebagai pertumbuhan kesempatan kerja dan kesejahteraan masyarakat. Menyadari pentingnya peran

UMKM, maka upaya pemberdayaan UMKM dalam rangka percepatan pembangunan ekonomi daerah dan pusat serta peningkatan daya saing produk UMKM (Sunariani, 2017)

Namun, para pelaku UMKM sangat kesulitan sejak munculnya Covid 19 yang membuat usaha mereka sangat sulit untuk dijalankan seperti halnya sebelum pandemi terjadi. Beberapa hal yang telah mereka lakukan dalam proses penjualan sudah tidak bisa dilakukan lagi pada saat pandemi karena beberapa hal.

Panji Anoraga (2010) memaparkan tentang karakteristik UMKM secara umum yaitu: sistem pembukuan yang sederhana, margin usaha yang cenderung tipis dengan modal terbatas, minimnya pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan dengan skala ekonomi yang terlalu kecil, keterbatasan kemampuan pemasaran dan negosiasi.

Pemerintah telah menerapkan berbagai peraturan untuk menanggapi kasus ini guna memulihkan perekonomian negara dan menjaga Kesehatan serta keselamatan masyarakat. Peraturan-peraturan tersebut dibuat sebagai alternatif dalam memecahkan permasalahan yang terjadi pada sisi Kesehatan, birokrasi, politik, serta keuangan negara yang disebabkan oleh Pandemi Covid-19 (Widianingrum & Mas'uid, 2020) dalam (Yamali & Putri, 2020).

Terkait dengan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, tim pelaksana melakukan observasi terlebih dahulu kepada masyarakat sasaran. Dari hasil observasi awal yang dilakukan oleh tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu dengan datang langsung ke rumah masyarakat sasaran dan tentunya dengan mentaati protokol kesehatan diperoleh fakta bahwa pemilik UMKM (Ibu Ketut Susanti) mengalami penurunan omset penjualan akibat pandemi Covid-19. Ibu Ketut Susanti selaku pedagang jajan matahari serta jajan bungkus untuk banten yang biasa digunakan oleh umat Hindu, mengatakan bahwa semenjak awal pandemi ini muncul, omset penjualannya menjadi menurun karena banyak masyarakat yang diberhentikan dari pekerjaannya memilih untuk membuat jajan banten sendiri atau membuat usaha yang sama dengan Ibu Ketut Susanti sehingga beberapa langganan berpindah ke pedagang lain.

Pandemi ini membuat Ibu Ketut Susanti yang merupakan masyarakat sasaran pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini harus bersaing dengan banyak pedagang baru yang menjual produk yang sama dengan harga yang sangat bersaing namun dengan permintaan pasar yang menurun. Tentunya membuat beliau kebingungan untuk mencari jalan keluar agar bisa tetap berjualan. Namun, sistem penjualan yang konvensional yang masih diterapkan tidak terlalu membantu dalam meningkatkan omset penjualan ataupun memperkenalkan produk kepada masyarakat.

Sebelum pandemi muncul, masyarakat sasaran ini mempekerjakan beberapa karyawan pada UMKM yang dijalaninya. Tingginya permintaan pasar membuat beliau kewalahan untuk mengerjakan pekerjaannya sendiri yaitu membuat jajan matahari dan jajan bungkus lainnya. Sehingga, beliau mempekerjakan beberapa kerabatnya sebagai karyawan untuk membantu proses produksi.

Namun, sejak pandemi muncul, Ibu Ketut Susanti harus memberhentikan beberapa karyawannya karena sedikitnya pesanan terhadap produk yang dijual. Dikarenakan selama ini Ibu Ketut Susanti juga masih menjual produknya secara konvensional dengan menawarkan ke pedagang-pedagang di pasar atau di titipkan di warung-warung, hal ini tidak memungkinkan untuk dilakukan pada saat pandemi dimana masyarakat dihimbau untuk tidak keluar rumah. Banyak masyarakat yang tidak berani untuk berbelanja ke pasar sehingga barang dagangan Ibu Ketut Susanti tidak terlalu laku.



Himbauan dari pemerintah yang mengharapkan masyarakat tidak keluar rumah jika tidak terlalu penting, membuat banyak orang yang ingin berbelanja beralih ke belanja *online*. Seperti halnya anak-anak muda yang ingin berbelanja akan menggunakan ponsel dan aplikasi belanja yang memudahkan mereka untuk berbelanja tanpa harus keluar rumah. Hal ini pula menjadi tantangan bagi pedagang konvensional yang belum menerapkan sistem belanja online pada penjualan yang mereka lakukan. Pemilik UMKM harus belajar untuk memasarkan produk mereka secara online agar tidak kalah saing di pasaran.

Cara mempromosikan dan menjual barang dagangan dari pelaku UMKM ini harus segera ditingkatkan agar menjadi lebih modern dan mudah untuk dikenal oleh banyak orang dan dapat diperoleh dengan cara yang mudah. Sehingga, banyak yang ingin membeli terlebih lagi dalam situasi pandemi yang tidak mengizinkan warga untuk pergi ke tempat ramai seperti halnya pasar.

Dikutip dari Kontan.co.id (2021), data yang merujuk pada Badan Pusat Statistik (BPS) (2020) menyatakan bahwa penjualan online pada masa pandemi meningkat tajam dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan karena himbuan agar tetap tinggal di rumah. Sehingga banyak masyarakat yang berbelanja secara online.

BPS (2020) menyatakan bahwa Pada bulan Maret 2020, penjualan online melonjak 320% dari total penjualan online awal tahun. Lonjakan semakin tajam terjadi, penjualan online April 2020 tercatat meningkat 480% dari Januari 2020. Pada bulan Maret 2020 penjualan tertinggi ada pada Makanan dan Minuman, yaitu meningkat 570% dari penjualan di Januari 2020. Penjualan terendah adalah produk olahraga yang hanya meningkat 170% dari penjualan Januari.

Hal ini sangat kurang menguntungkan bagi para pelaku UMKM yang masih menjual barang dagangan mereka hanya melalui cara konvensional yaitu menjualnya ke pasar-pasar atau menitipkannya di beberapa warung sekitar tempat tinggalnya seperti yang dilakukan oleh Ibu Ketut Susanti.

Selain itu, dari hasil observasi juga dapat diketahui mengenai pengelolaan keuangan. Pemilik UMKM tidak mencatat pengeluaran serta pemasukan yang didapatkan dengan benar sehingga tidak tahu pasti berapa jumlah uang yang habis untuk pembelian bahan produksi dan berapa jumlah keuntungan yang didapatkan. Hal tersebut didukung dengan fakta bahwa penghasilan dari penjualan masih dicampur adukkan dengan keuangan rumah tangganya sehari – hari.

Kemampuan dalam pengelolaan keuangan dalam bisnis sangatlah penting. Dikutip dari Kompasiana.com, Pentingnya pengelolaan keuangan dalam menjalani bisnis wajib diperhatikan. Sebuah usaha bisa dikatakan berkembang dengan baik jika usaha tersebut sudah memiliki manajemen keuangan yang baik serta dapat mengatur semua hal yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan dalam usaha tersebut. Pengelolaan keuangan yang bagus dapat membuat pemilik usaha tahu mengenai efektifitas keuangan usaha yang dijalankan dan mengetahui kondisi keuangan usaha tersebut kedepannya.

Terlebih pada era industry 4.0 seperti sekarang ini, setiap pelaku usaha dituntut untuk memiliki dan mampu melaksanakan manajemen keuangan dengan baik agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lain yang lambat laun akan menerapkan pengelolaan keuangan yang modern agar bisa tetap bertahan dan menjadikan usaha mereka semakin maju.

Pedagang yang laris, mampu menjual banyak barang dagangan dalam waktu yang relative singkat, namun jika tidak mempunyai kemampuan untuk mengelola keuangan, maka

sangat rentan terjadi kerugian yang banyak membuat pelaku usaha gulung tikar. Bercermin dari hal tersebut, maka setiap pelaku usaha harus memiliki kemampuan dalam mengelola keuangan. Karena kestabilan keuangan dalam menjalani sebuah usaha merupakan kunci kesuksesan dari usaha tersebut.



Gambar 1: Pelaksanaan observasi di tempat usaha masyarakat sasaran

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan observasi yang dilakukan pada masyarakat sasaran selaku pemilik UMKM, ditemukan bahwa terdapat dua masalah yang dihadapi oleh pemilik UMKM yang kemudian dapat diangkat menjadi program kerja diantaranya:

- a. Menurunnya omset penjualan dikarenakan sistem penjualan yang masih konvensional (*face to face*)
- b. Kurangnya pemahaman dalam membuat pembukuan sehingga anggaran rumah tangga dan anggaran usaha masih tercampur.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

- a. Pembuatan market digital seperti *Facebook* dan *Instagram* untuk memasarkan produk. Berdasarkan Stelzner (2012) dalam Sulaksono & Zakaria (2020), media sosial berpotensi untuk membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produknya guna menjangkau konsumen yang lebih luas sehingga mampu meningkatkan jumlah penjualan.
- b. Pembuatan sebuah program pembukuan secara digital untuk mempermudah mitra untuk mencatat segala pemasukan serta pengeluaran dari usaha yang dijalankan, dan selain itu laporan keuangan usaha akan menjadi lebih tertata atau terstruktur dengan menggunakan aplikasi Buku Kas. Dikutip dari laman Bisnis.com, sampai saat ini, aplikasi Buku Kas telah membantu lebih dari 250, 000 UMKM dalam melakukan pengelolaan keuangan dengan mudah dan praktis melalui *smartphone* serta bisa di akses dimana dan kapan saja.

METODE

1. Penyuluhan (Edukasi)

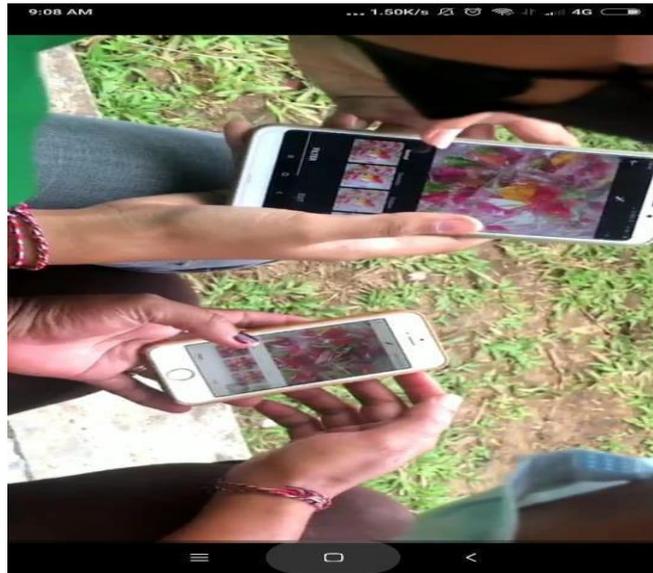
Penyuluhan (edukasi) ini diberikan kepada masyarakat sasaran (Ibu Ketut Susanti) dengan materi yaitu pentingnya penggunaan media sosial (*Instagram* dan *Facebook*) untuk promosi jasa serta pentingnya penggunaan sistem pembukuan untuk mencatat segala pengeluaran dan pemasukan dari usaha yang dijalankan. Masyarakat sasaran mengetahui pentingnya penggunaan media sosial dalam pemasaran dan promosi produk karena banyak sekali pelaku UMKM yang memperoleh banyak pembeli dari media sosial. Agar tidak kalah saing dari penjual lainnya, maka penggunaan media sosial harus dilakukan untuk memasarkan produk.



Gambar 2: Kegiatan penyuluhan/edukasi penggunaan media sosial (*Instagram* dan *Facebook*) dan pembukuan digital (Buku Kas)

2. Pelatihan

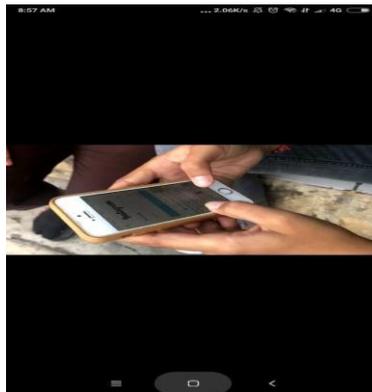
Pelatihan ini diberikan kepada masyarakat sasaran (Ibu Ketut Susanti) yaitu dengan diberikan pelatihan menggunakan media sosial (*Instagram* dan *Facebook*) seperti mengirim foto dan membuat cerita (*story*) serta pelatihan penggunaan Buku Kas sebagai sistem pembukuan. Pelaksana pengabdian kepada masyarakat mengajarkan masyarakat sasaran untuk menggunakan media sosial dalam mempromosikan produknya sehingga meskipun dalam situasi pandemi masih bisa tetap berjualan. Sebelumnya masyarakat sasaran belum pernah menggunakan Facebook dan Instagram untuk menjual produknya. Sehingga hal baru ini dapat menjadi cara baru yang lebih praktis dan modern bagi masyarakat sasaran dan bagi konsumen yang sudah menjadi langganan ataupun konsumen baru yang ingin mencoba produk jajan tersebut. Masyarakat sasaran juga belajar cara penggunaan Buku Kas yang dapat digunakan melalui ponsel. Sangat praktis dan mudah untuk dilakukan. Selama latihan penggunaan Buku Kas, banyak hal-hal baru yang dipelajari oleh masyarakat sasaran yang belum pernah diketahui sebelumnya. Tentunya sangat membantu dalam mengelola keuangan usaha agar terpisah dengan keuangan rumah tangga.



Gambar 3: Kegiatan pelatihan penggunaan media sosial (*Instagram* dan *Facebook*) dan pembukuan digital (Buku Kas) didampingi oleh pelaksana pengabdian kepada masyarakat

3. Simulasi

Setelah pelatihan, pada metode simulasi, masyarakat sasaran (Ibu Ketut Susanti) mempraktikkan sendiri cara penggunaan media sosial (*Instagram* dan *Facebook*) untuk memasarkan produk. Tanpa bantuan dari pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat, Ibu Ketut Susanti mampu mempraktekkan kemampuannya dalam menggunakan *Instagram* dan *Facebook*, serta menggunakan Buku Kas. Pada simulasi ini, Ibu Ketut Susanti memposting beberapa foto barang dagangannya ke *Facebook* dan *Instagram* serta membuat cerita/*story* pada kedua sosial media tersebut. Pada penggunaan Buku Kas, beliau mulai memasukkan beberapa nominal yang digunakan dalam membeli bahan baku dan juga yang telah diperoleh dari hasil penjualan.



Gambar 4: Simulasi penggunaan sosial media dan pembukuan digital yang dilakukan sendiri oleh masyarakat sasaran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini telah berjalan dengan baik dan lancar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Dengan diberikannya edukasi serta



pelatihan penggunaan media sosial (*Instagram* dan *Facebook*) kepada masyarakat sasaran (Ibu Ketut Susanti), diharapkan dapat membantu masyarakat sasaran untuk mempromosikan hasil usaha yang dibuat secara lebih luas dengan jangkauan konsumen yang lebih banyak sehingga dapat meningkatkan omset penjualan karena berdasarkan Febriantoro & Arisandi (2018), digital marketing dapat membuat penjualan meningkat mulai dari 30% sampai 100% karena digital marketing memperluas jangkauan konsumen untuk mengakses informasi yang telah tersedia di media sosial. Selain itu, penyuluhan dan pelatihan penggunaan pembukuan digital (Buku Kas), diharapkan dapat membantu masyarakat sasaran (Ibu Ketut Susanti) untuk mempermudah dalam mencatat segala pengeluaran dan pemasukan yang didapat dari usaha yang dijalankan karena melalui pembukuan, pemilik UMKM dapat melihat kondisi dan perkembangan usahanya termasuk keuntungan dan kerugiannya. (Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah, 2021).

Dengan adanya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini sangat membantu masyarakat sasaran. Dimana sebelumnya masyarakat sasaran tidak mengetahui cara penggunaan media promosi digital merasa sangat terbantu karena sekarang masyarakat sasaran (Ibu Ketut Susanti) tidak hanya bergantung pada sistem pemasaran konvensional (*face to face*) atau dititipkan ke warung-warung hasil usahanya tetapi juga dapat mempromosikan melalui media sosial yang jangkauannya lebih luas dan pelatihan pembukuan digital membuat masyarakat sasaran merasa sangat terbantu karena dapat mengatur keuangan dari usaha yang dimiliki serta menurut Azizah, Indahyanti, Latifah, dan Sumadyo (2021), dalam suatu usaha diperlukan suatu konsep tata kelola dan manajemen keuangan yang baik agar usahanya berjalan sesuai dengan target keuangan yang ingin dicapai.

Partisipasi dari masyarakat merupakan salah satu faktor penting dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Dalam kegiatan ini, baik masyarakat maupun tim pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini mampu bersama-sama mendiskusikan masalah, mencapai solusi mengenai masalah yang dihadapi dan membuat keputusan untuk dilaksanakan. Respon dari masyarakat sasaran juga sangat membantu dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat terkait permasalahan yang dihadapi selama pandemi Covid-19. Partisipasi yang tinggi dari masyarakat sasaran merupakan yang paling penting dari pelaksanaan PKM ini, partisipasi tersebut ditunjukkan dengan ketersediaan masyarakat sasaran untuk memberikan informasi terkait usaha yang dijalani serta antusias masyarakat sasaran dalam mengikuti penyuluhan serta pelatihan dalam penggunaan media sosial serta pembukuan digital guna mendukung usaha yang dijalankan.

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di banjar Kebon Kelod, Desa Belega, Blahbatuh, Gianyar yang melibatkan masyarakat sasaran, Ibu Ketut Susanti, telah berjalan dengan sangat baik dan lancar penuh dengan rasa keingintahuan dan semangat dari masyarakat sasaran. Kegiatan yang telah dilakukan yaitu dengan memberikan penyuluhan dan pelatihan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi digital serta penggunaan buku digital kepada pemilik UMKM sebagai masyarakat sasaran. Adapun kesimpulan yang dapat diperoleh dari pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini antara lain:



1. Meningkatnya pemahaman dan keterampilan dalam penggunaan media sosial (*Facebook* dan *Instagram*) untuk mempromosikan hasil usaha dan penggunaan pembukuan digital (Buku Kas) guna menata pemasukan dan pengeluaran.
2. Pemilik UMKM tidak lagi mengalami kesulitan dalam mempromosikan produk sehingga dapat meningkatkan omset penjualan dan pemilik UMKM dapat dengan mudah mencatat segala keuangan dalam pembukuan digital yang dimiliki.
3. Pemilik UMKM sudah memasarkan hasil usahanya melalui media sosial dan berhasil meningkatkan omset penjualannya dan pemilik UMKM juga sudah menggunakan pembukuan digital dengan baik.

Dengan terlaksananya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, disarankan agar semua pemilik UMKM mendapatkan penyuluhan dan pelatihan terkait cara menggunakan media sosial dengan baik sebagai sarana promosi untuk memperluas jangkauan konsumen sehingga dapat meningkatkan omset penjualan agar para pemilik UMKM yang masih menggunakan cara konvensional tidak tertinggal oleh perkembangan jaman. Selain itu, penggunaan sistem pembukuan juga penting untuk mencatat segala penghasilan serta pengeluaran dari usaha yang dijalankan dapat dicatat dengan lebih tertata.

DAFTAR RUJUKAN

- Anoraga, P. (2010). *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*. Dwi Chandra Wacana, Yogyakarta.
- Azizah, N. L., Indahyanti, U., Latifah, F. N., & Sumadyo, S. B. (2021). Pemanfaatan Pembukuan Digital pada Kelompok UMKM di Sidoarjo Sebagai Media Perencanaan Keuangan. *Community Empowerment*, 6(1), 64–70.
- CNNIndonesia.com. (2020). 3000 Pekerja Bali Jadi Korban PHK Gara-gara Pandemi Covid-19. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210408155943-92-627554/3000-pekerja-bali-jadi-korban-phk-gara-gara-pandemi-covid-19> diakses pada 15 Mei 2021
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Keci dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2). Retrieved from <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/32>
- Halodoc.com. (2020). Pengertian Corona Virus. Retrieved from <https://www.halodoc.com/kesehatan/coronavirus> diakses pada 15 Mei 2021
- Iim Fathimah Timorria. (2020). Survei BPS : Covid-19 Tekan Semua Sektor Usaha. Retrieved from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200915/12/1291857/survei-bps-covid-19-tekan-semua-sektor-usaha> diakses pada 20 Desember 2021
- Kompasiana. (2020). *Pentingnya Manajemen Keuangan di Sebuahh Bisnis Perusahaan*. Q Retrieved from



<https://www.kompasiana.com/abdul85289/60095d2bd541df4f433f2074/pentingnya-manajemen-keuangan-di-sebuah-bisnis-perusahaan> diakses pada 15 Mei 2021

Kontan.co.id. (2020). BPS Catat Penjualan Online Melonjak Tajam Selama Pandemi Corona. Retrieved from <https://nasional.kontan.co.id/news/bps-catat-penjualan-online-melonjak-tajam-selama-pandemi-corona> diakses pada 10 Oktober 2021

Layann Masyarakat. (2021). Pentingnya Pembukuan bagi UMKM. Retrieved from Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah website: <https://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/category/2#> diakses pada 20 Desember 2021

Lembaga Penelitian dan Pemberdayaan Masyarakat UNMAS Denpasar. (2021). *Buku Pedoman Pengabdian Kepada Masyarakat 2021 Universitas Mahasaraswati Denpasar*.

Media Digital. (2020). BukuKas, Solusi Pembukuan Keuangan Digital UMKM. Retrieved from Bisnis.com website: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200511/9/1238739/bukukas-solusi-pembukuan-keuangan-digital-umkm> diakses pada 20 Desember 2021

Sarip, A.S. & Muaz, A. (2010). Dampak covid-19 terhadap perekonomian masyarakat dan pembangunan desa. Al-Mustashfa. *Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, 5(1).

Sulaksono, J., & Zakaria, N. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906> diakses pada 15 Mei 2021

Sunariani, N.N. & Suryadinatha, A.A.N.O. & Mahaputra, I. I. R. (2017). Pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) melalui program binaan di provinsi bali. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Volume 2(No 1 Tahun 2017). [https://doi.org/ISSN : 2528- 1208](https://doi.org/ISSN:2528-1208)

Yamali, F. & Putri, R. N. (2020). Dampak Covid-19 terhadap ekonomi Indonesia. *Journal of Economics and Business*, 4(2), 384–388. Retrieved from Ekonomis