

## Program pengabdian kepada masyarakat nasional: pelatihan *digital marketing* dan digitalisasi akuntansi bagi UMKM di pulau Madura

Raya Sulistyowati<sup>1</sup>, Dian Anita Nuswantara<sup>2</sup>, Apriana H.J. Fanggal<sup>3</sup>, Paulina Yuritha Amtiran<sup>3</sup>, Ronald P.C. Fanggal<sup>1</sup>, Aprilina Susandini<sup>4</sup>, Miftahul Jannah<sup>4</sup>, Ruben M. Nayve Jr<sup>5</sup>, Marisa Intan Prawesti<sup>1</sup>, Danis Maulia<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

<sup>2</sup>Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

<sup>3</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana, Indonesia

<sup>4</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

<sup>5</sup>Business Administration, Adamson University, Filipina

penulis : Raya Sulistyowati

Email: rayasulistyowati@unesa.ac.id

Diterima: 04 Agustus 2024 | Revisi: 16 September 2024 | Disetujui: 16 September 2024 | © Penulis 2024

### Abstrak

Dalam era digital, banyak UMKM yang kesulitan beradaptasi dengan teknologi digital, terutama dalam hal pemasaran dan pengelolaan keuangan. Penelitian ini membahas tentang upaya peningkatan keterampilan UMKM di Madura melalui Program Pengabdian Masyarakat Nasional yang fokus pada pelatihan *digital marketing* dan digitalisasi akuntansi. Pelatihan ini bertujuan untuk membekali UMKM dengan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk bersaing di era digital, termasuk strategi pemasaran digital dan penggunaan *software* akuntansi untuk meningkatkan efisiensi operasional. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah identifikasi masalah, persiapan dan koordinasi, serta pelaksanaan kegiatan. Program ini dilaksanakan melalui kolaborasi antara Universitas Nusa Cendana, Universitas Negeri Surabaya, dan Universitas Trunojoyo Madura. Hasilnya menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan digital para pelaku UMKM yang signifikan, sehingga diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing UMKM di Pulau Madura. Penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam implementasi program, memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan dampaknya, dan berpotensi menjadi model bagi program serupa di daerah lain.

**Kata kunci :** pemasaran digital; digitalisasi akuntansi; pengabdian kepada masyarakat; UMKM

### Abstract

This research discusses efforts to improve the skills of MSMEs in Madura through the National Community Service Program which focuses on digital marketing training and accounting digitalization. This training aims to equip MSMEs with the skills and knowledge needed to compete in the digital era, including digital marketing strategies and the use of accounting software to improve operational efficiency. This program is carried out through a collaboration between Universitas Nusa Cendana, Universitas Negeri Surabaya, and Universitas Trunojoyo Madura. The results show a significant increase in the understanding and digital skills of MSME actors, so it is expected to expand market reach and increase the competitiveness of MSMEs on Madura Island. The study also identifies challenges and opportunities in program implementation, provides strategic recommendations to increase their impact, and has the potential to serve as a model for similar programs in other regions.

**Keywords:** community service; digital marketing; digitalization of accounting; MSMEs

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berkontribusi yang penting pada tingkat perekonomian negara Indonesia. Selain berkontribusi dalam penciptaan lapangan kerja, UMKM juga berperan besar dalam meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Berdasarkan ulasan data-data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap PDB dan menyediakan hampir 97% dari total angkatan kerja di Indonesia (Kemenkop UKM, 2023). Di Pulau Madura, UMKM merupakan tulang punggung perekonomian daerah yang mencerminkan potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut. Namun, meski memiliki potensi besar, UMKM di Madura menghadapi sejumlah tantangan yang cukup besar. Salah satu tantangan utamanya adalah kurangnya akses terhadap teknologi digital yang menghambat daya saing mereka di pasar yang semakin global. Berdasarkan survei yang dilakukan Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022, baru sekitar 30% UMKM di Madura yang sudah memanfaatkan teknologi digital dalam operasionalnya. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih beroperasi dengan cara konvensional yang tidak efisien dan kurang efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas (Undari & Lubis, 2021).

Beberapa kendala yang dihadapi UMKM saat ini antara lain kurangnya wawasan dan pemahaman penuh terkait akuntansi khususnya dalam hal pencatatan, pembukuan, dan sistem pencatatan keuangan. Persepsi mereka sebelumnya bahwa pencatatan dan pembukuan itu sulit, merepotkan dan menyita banyak waktu membuat mereka enggan belajar akuntansi. Selain itu, strategi pemasaran melalui *digital marketing* belum dioptimalkan dengan baik. Permasalahan tersebut memerlukan bantuan pendidikan dan pelatihan untuk membantu mengembangkan UMKM. Kurangnya pemahaman dan pengetahuan mengenai pencatatan keuangan dapat menghambat perkembangan UMKM. Pencatatan seluruh aktivitas transaksi, dalam konteks proses akuntansi, merupakan salah satu faktor penting dalam bisnis. Laporan keuangan terperinci memberikan informasi tentang aktivitas dan jumlah keuangan selama tahun berjalan. Oleh karena itu, perlu adanya bantuan dalam penyusunan laporan keuangan usaha. Selain itu, dengan semakin pesatnya perkembangan era digital, UMKM perlu melakukan penyesuaian. Apabila para UMKM tidak segera mengoptimalkan dan beradaptasi dengan teknologi, kelangsungan usahanya bisa terancam sehingga menghambat proses transaksi jual beli. Strategi untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah melalui sosialisasi dan pelatihan *digital marketing* serta pendampingan pembuatan akun di platform sosial media seperti Shopee, Facebook, TikTok dan Instagram. Platform ini dapat meningkatkan permintaan penjualan, branding produk, dan membantu periklanan untuk mencari konsumen bagi UMKM.

Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia antara lain mampu menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja atau 97% dari total angkatan kerja. Oleh karena itu, dukungan dan penguatan UMKM sebagai penggerak pemulihan ekonomi nasional harus dilakukan dengan tepat dan cepat, mengingat potensi besar UMKM dalam menggerakkan perekonomian, baik dalam membantu penyerapan tenaga kerja maupun sebagai motor pertumbuhan ekonomi nasional. Untuk itu, diperlukan program yang dapat meningkatkan kemampuan dan keterampilan pemilik, manajer dan karyawan dalam mengelola keuangan UMKM secara mandiri dan memulai sistem pemasaran global melalui pendampingan dan pelatihan pemasaran digital. UMKM diharapkan untuk mampu mengadopsi model wirausaha yang bisa beradaptasi dengan kemajuan teknologi, sehingga dapat menghasilkan sebuah model kewirausahaan digital. Model bisnis ini berasal dari kombinasi antara teknologi digital dan kewirausahaan, yang menghadirkan karakteristik baru dalam dunia bisnis (Giones & Brem, 2017). Terdapat 4 dimensi utama yang berhubungan dengan kewirausahaan digital, yaitu pelaku digital (siapa), aktivitas digital (apa), motivasi digital (mengapa), dan organisasi digital (bagaimana) (Elia et al., 2020). Dalam hal ini, teknologi digital memberikan pengaruh besar terhadap pembentukan unit-unit bisnis baru. Teknologi yang berkembang memanfaatkan potensi kolaborasi dan kecerdasan kolektif untuk merancang serta meluncurkan inisiatif kewirausahaan yang lebih kuat dan berkelanjutan.

Semakin maraknya platform digital seperti e-commerce, ride-hailing, dan pembayaran digital telah menjadikan Indonesia sebagai negara dengan ekonomi digital terbesar dan tercepat di ASEAN. Hal ini mencerminkan betapa pesatnya adopsi teknologi digital di kalangan masyarakat dan dunia

Program pengabdian kepada masyarakat nasional: pelatihan digital marketing dan digitalisasi akuntansi bagi UMKM di pulau Madura

usaha. Dalam beberapa tahun terakhir, kita telah menyaksikan berbagai inovasi dan layanan digital yang berhasil mengubah cara orang berbelanja, bepergian, dan melakukan transaksi keuangan. Sebagai salah satu ekonomi dengan pertumbuhan tercepat di kawasan, Indonesia memiliki potensi besar untuk memimpin transformasi digital di Asia Tenggara. Untuk mencapai hal ini, penting bagi para pelaku UMKM di Indonesia untuk dapat memanfaatkan peluang ini agar bisnis mereka bisa berkembang dan bersaing di pasar internasional.

Potensi ekonomi digital Indonesia tidak hanya penting bagi pertumbuhan bisnis lokal tetapi juga bagi perekonomian nasional secara keseluruhan. Pada tahun 2025, nilai ekonomi digital Indonesia diproyeksikan akan mencapai lebih dari US\$130 miliar. Angka ini menggambarkan peluang yang luar biasa bagi peningkatan daya saing dan ekspansi bisnis digital di berbagai sektor. Namun, agar potensi tersebut bisa dimanfaatkan secara optimal, perlu adanya upaya serius dari pemerintah untuk memperluas akses pasar digital. Ini termasuk mengatasi kesenjangan digital yang masih ada antara daerah perkotaan dan pedesaan, sehingga pelaku usaha mikro di berbagai wilayah dapat merasakan manfaat dari perkembangan ini. Pemerintah perlu merancang strategi yang komprehensif dan inklusif untuk memastikan bahwa semua lapisan masyarakat dapat terlibat dalam ekonomi digital.

Dalam riset ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas program pelatihan digital marketing dan digitalisasi akuntansi dalam meningkatkan keterampilan UMKM di Pulau Madura. Dalam penelitian ini, kami akan mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi selama pelaksanaan program, serta memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan dampaknya. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan UMKM di Pulau Madura, sekaligus menjadi percontohan bagi program serupa di daerah lain. Kami percaya bahwa peningkatan keterampilan digital UMKM tidak hanya akan memperkuat posisi mereka di pasar domestik tetapi juga membuka peluang untuk memasuki pasar internasional yang lebih luas.

## **METODE**

### **Identifikasi masalah**

Dinamika pasar yang berubah dengan cepat akibat perkembangan teknologi memerlukan penyesuaian strategi bisnis yang cepat oleh UMKM. Tanpa adopsi teknologi yang tepat dan penyesuaian strategi, UMKM berisiko kehilangan pangsa pasar dan relevansinya dalam industri. Banyak UMKM di Pulau Madura yang belum sepenuhnya memahami potensi teknologi digital dalam mengembangkan usahanya. Kurangnya pemahaman tersebut berdampak pada rendahnya pemanfaatan pemasaran digital dan digitalisasi akuntansi sehingga berdampak pada terbatasnya daya saing dan akses pasar bagi UMKM di era globalisasi. Program Pengabdian Masyarakat Nasional berupa pelatihan digitalisasi pemasaran dan digitalisasi akuntansi bagi UMKM di Pulau Madura merupakan langkah strategis untuk meningkatkan keterampilan dan kapasitas UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Program ini bertujuan sebagai bekal bagi para UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan praktis yang diperlukan untuk bersaing di era digital. Pelatihan ini tidak hanya mengedepankan aspek teknis, namun juga memberikan wawasan mendalam mengenai strategi bisnis yang efektif dalam konteks digital .

### **Persiapan dan Koordinasi**

Setelah mengidentifikasi permasalahan, lokasi pelatihan pemasaran digital dan digitalisasi akuntansi UMKM melalui program pengabdian masyarakat nasional berada di Pulau Madura. Dengan begitu, hasil program pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan UMKM di Pulau Madura dan menjadi percontohan bagi program serupa di daerah lain.

### **Pelaksanaan Kegiatan**

Program pengabdian masyarakat nasional kerjasama antara Universitas Nusa Cendana, Universitas Trunojoyo Madura, dan Universitas Negeri Surabaya melalui pelatihan digital marketing dan digitalisasi akuntansi dilaksanakan secara luring di Pulau Madura tepatnya di Kabupaten

Program pengabdian kepada masyarakat nasional: pelatihan digital marketing dan digitalisasi akuntansi bagi UMKM di pulau Madura

Bangkalan pada tanggal 17 Juli 2024. Kegiatan ini diawali dengan pengenalan, maksud dan tujuan kegiatan, luaran kegiatan. Selain itu, pada program pelatihan ini peserta pelatihan dibekali 4 materi mengenai digital marketing dan digitalisasi akuntansi. Para pendamping atau narasumber memberikan pemahaman mendalam kepada peserta pelatihan yaitu UMKM di Kabupaten Bangkalan Pulau Madura. Program ini diharapkan tidak hanya sekedar memberikan pelatihan, namun juga menjadi salah satu upaya pemberdayaan UMKM di Pulau Madura agar dapat tumbuh dan bersaing dalam ekonomi digital yang terus berkembang saat ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian Masyarakat Nasional (PKM) yang terselenggara atas kerjasama Universitas Nusa Cendana (UNDANA), Universitas Trunojoyo Madura (UTM), dan Universitas Negeri Surabaya (UNESA) dengan judul “Pelatihan Pemasaran Digital dan Digitalisasi Akuntansi UMKM di Pulau Madura merupakan inisiatif yang dirancang untuk meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Pulau Madura melalui pemanfaatan teknologi digital. Melalui pelatihan ini diharapkan UMKM di Pulau Madura dapat semakin maju dan berdaya saing tinggi sehingga berkontribusi terhadap perekonomian lokal dan nasional. Program ini juga diharapkan dapat menjadi contoh kerjasama yang baik antar perguruan tinggi dalam memajukan sektor UMKM.

Program ini bertujuan untuk membekali pelaku UMKM dengan keterampilan pemasaran digital sehingga dapat memanfaatkan platform online untuk memasarkan produknya lebih luas. Selain itu, pelatihan ini juga mengajarkan penggunaan *software* akuntansi digital kepada para pelaku UMKM agar dapat mencatat, mengelola, dan melaporkan keuangan dengan lebih efektif dan efisien. Dengan menerapkan strategi digital, diharapkan UMKM di Pulau Madura bisa lebih kompetitif di pasar lokal dan nasional.

Program ini akan dilaksanakan pada tanggal 17 Juli 2024 di Universitas Trunojoyo Madura. Pada program pelatihan ini, peserta dibekali 4 materi mengenai *digital marketing* dan digitalisasi akuntansi. Rincian materi kegiatan pada program PKM ini adalah sebagai berikut:

### Materi 1: Pemasaran Digital



Gambar 1 . Pemaparan Materi Pemasaran Digital

Materi pertama disampaikan oleh Dr. Raya Sulistyowati selaku dosen Universitas Negeri Surabaya. Materi Pemasaran Digital bertujuan untuk memberikan panduan menyeluruh bagi UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional. Pemaparan materi ini meliputi pemasaran sebagai konsep bisnis strategis dengan fokus positioning dan diferensiasi, segmentasi pasar agar pemasaran lebih tepat sasaran, perbedaan pemasaran offline dan online, langkah-langkah digitalisasi produk mulai dari riset produksi hingga pemasaran online dan *copywriting*, serta alur transaksi penjualan secara digital yang meliputi persiapan produk hingga pengiriman. Pentingnya perluasan jangkauan pasar dibahas melalui strategi promosi gratis dan berbayar, dilanjutkan dengan alur transaksi dropship tanpa modal awal. Selain itu, tips membuat akun

Program pengabdian kepada masyarakat nasional: pelatihan digital marketing dan digitalisasi akuntansi bagi UMKM di pulau Madura

penjualan online yang menarik dan kredibel serta promosi produk di platform seperti Shopee, TikTok Shop, dan Tokopedia juga diberikan untuk membantu UMKM tetap relevan dan kompetitif.

## Materi 2: Pemasaran melalui Marketplace



Gambar 2 . Pemaparan Materi Pemasaran melalui Marketplace

Materi kedua disampaikan oleh Dr. Paulina Y. Amtiran, SE., MM selaku dosen Universitas Nusa Cendana (UNDANA). Pada materi ini pemateri memberikan panduan praktis bagi UMKM dalam memanfaatkan platform marketplace. Menyoroti popularitas Tokopedia di Indonesia, pemaparan ini menguraikan keunggulan pasar seperti kemudahan pengoperasian, modal minimal, pasar mapan, dan jangkauan luas. Selain itu juga diberikan tips berjualan di *marketplace* antara lain memilih platform yang tepat, memanfaatkan database pelanggan, fokus pada kategori produk, dan memberikan respon yang cepat. Penjelasan mengenai cara mengelola konten antara lain menggunakan judul yang mengandung kata kunci, gambar menarik, deskripsi produk yang lengkap, serta menjaga rating dan status toko. Pemaparan ini juga memberikan detail langkah-langkah pembuatan akun dan pembukaan toko di Tokopedia, antara lain instalasi aplikasi, verifikasi data, dan aktivasi fitur *Power Merchant* untuk meningkatkan kepercayaan penjualan dan pembeli.

## Materi 3: Branding di Media Sosial



Gambar 3 . Paparan Materi Branding di Media Sosial

Materi ketiga disampaikan oleh Miftahul Jannah, SE, M.Si. selaku dosen Universitas Trunojoyo Madura (UTM). Pembicara menjelaskan pentingnya *branding* di era digital khususnya melalui media sosial, dan bagaimana foto produk yang menarik dapat meningkatkan nilai penjualan dan *engagement* konsumen. *Branding* bukan sekedar logo atau nama saja, namun juga persepsi konsumen yang terbentuk melalui interaksi dan komunikasi yang konsisten di berbagai platform sosial. Merek harus memiliki identitas yang kuat dan mudah dikenali, serta mampu berinteraksi secara efektif dengan target pasar. Foto produk yang berkualitas tinggi dan menarik merupakan elemen penting dalam strategi *branding*, karena membantu menciptakan citra positif dan memberikan informasi yang lebih

Program pengabdian kepada masyarakat nasional: pelatihan digital marketing dan digitalisasi akuntansi bagi UMKM di pulau Madura

baik kepada konsumen tentang produk. Dengan kombinasi branding dan penggunaan foto produk yang strategis, pelaku bisnis dapat membangun brand awareness, menarik perhatian, dan membangun loyalitas konsumen.

#### Materi 4: Digitalisasi Akuntansi



**Gambar 4 .** Pemaparan Materi Digitalisasi Akuntansi

Materi keempat disampaikan oleh Prof. Dian Anita Nuswantara, SE, M.Si., Ak. Sebagai dosen Universitas Negeri Surabaya (UNESA). Materi ini membahas tentang Digitalisasi Akuntansi, yaitu proses pengintegrasian teknologi digital ke dalam sistem akuntansi untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi pengelolaan keuangan UMKM. Keuntungan digitalisasi akuntansi adalah efisiensi waktu dan biaya, keakuratan dan keandalan data, kemudahan akses, dan pengelolaan keuangan yang lebih baik. Presentasi ini memperkenalkan perangkat lunak dan menjelaskan fitur-fitur utama dalam pembuatan laporan keuangan otomatis, pelacakan inventaris, manajemen faktur, dan rekonsiliasi bank. Materi ini juga menekankan pentingnya keamanan data dengan fitur-fitur seperti enkripsi dan backup data.

Kemudian evaluasi yang dilakukan setelah pelatihan, para peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan penerapan materi yang disampaikan. Sebelum pelatihan, beberapa peserta yang belum familiar dengan konsep pemasaran digital dan digitalisasi akuntansi. Namun, setelah mengikuti rangkaian materi, mereka mulai memahami pentingnya strategi digital dalam pengelolaan usaha mereka. Selain itu, beberapa peserta juga memberikan masukan positif tentang bagaimana pelatihan ini memberikan wawasan baru terkait branding produk di media sosial serta cara memanfaatkan marketplace untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas. Evaluasi ini menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing dan digitalisasi akuntansi memiliki dampak langsung terhadap peningkatan kompetensi digital UMKM di Madura.

Hasil dari program PKM "Pelatihan *Digital Marketing* dan Digitalisasi Akuntansi Bagi UMKM di Pulau Madura" adalah sebagai berikut.

##### 1. Peningkatan Pemahaman Peserta

Pelatihan ini berhasil meningkatkan pengetahuan peserta tentang pemasaran digital, terutama dalam hal strategi memanfaatkan media sosial dan marketplace seperti Shopee dan Tokopedia untuk memasarkan produk. Selain itu, peserta juga belajar mengenai cara membranding produk melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, yang berpotensi meningkatkan penjualan dan kesadaran merek. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan setelah pelatihan, para peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan mereka. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum terbiasa dengan platform digital untuk pemasaran maupun pengelolaan keuangan. Namun, setelah pelatihan, mereka mampu membuat akun *marketplace*, mengelola penjualan online, serta menggunakan *software* akuntansi untuk membuat laporan keuangan yang lebih akurat.

##### 2. Meningkatkan Daya Saing Pasar

Pelatihan ini mengajarkan UMKM tentang penggunaan strategi pemasaran digital yang efektif. Hal ini mencakup teknik memanfaatkan platform online dan media sosial untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas. Dengan strategi ini, UMKM dapat menembus batas geografis dan

Program pengabdian kepada masyarakat nasional: pelatihan digital marketing dan digitalisasi akuntansi bagi UMKM di pulau Madura

menjangkau pasar yang lebih besar baik di tingkat lokal maupun nasional. Hal ini akan meningkatkan visibilitas produk dan layanan mereka, serta potensi penjualan yang lebih tinggi.

### 3. Pemanfaatan Platform Online dan Media Sosial

UMKM dapat memanfaatkan berbagai platform online, seperti website, *e-commerce*, dan media sosial untuk memasarkan produknya. Platform ini memungkinkan mereka berinteraksi langsung dengan pelanggan, melakukan promosi lebih tepat sasaran, dan meningkatkan *brand awareness*. Dengan akses pasar digital, UMKM dapat menjangkau berbagai kelompok konsumen yang sebelumnya mungkin tidak dapat dijangkau melalui metode pemasaran tradisional.

### 4. Digitalisasi Akuntansi

Pelatihan ini juga mencakup digitalisasi akuntansi yang membantu UMKM dalam pencatatan dan pengelolaan keuangan. Dengan menggunakan *software* akuntansi digital, UMKM dapat mengelola data keuangan dengan lebih akurat dan efisien. Ini termasuk mencatat transaksi, membuat laporan keuangan, dan menganalisis data keuangan. Digitalisasi mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan manual dalam pencatatan dan perhitungan keuangan. Hal ini penting untuk memastikan bahwa laporan keuangan yang dihasilkan akurat dan dapat dipercaya.

### 5. Pengembangan Keterampilan dan Inovasi

Dengan keterampilan pemasaran dan akuntansi digital baru, UMKM di Pulau Madura dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar digital. Mereka akan lebih siap menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang baru. Kemampuan memanfaatkan alat digital akan meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Hal ini memungkinkan mereka untuk fokus pada inovasi produk dan layanan serta strategi bisnis yang lebih efektif.

## SIMPULAN DAN SARAN

Program Pengabdian Masyarakat (PKM) di Pulau Madura yang dilaksanakan oleh Universitas Nusa Cendana (UNDANA), Universitas Trunojoyo Madura (UTM), dan Universitas Negeri Surabaya (UNESA) bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan daya saing UMKM melalui pelatihan pemasaran digital dan digitalisasi akuntansi. Pelatihan ini membekali pelaku UMKM dengan keterampilan memanfaatkan platform online dan media sosial, serta mengelola keuangan menggunakan *software* akuntansi digital. Program ini berhasil meningkatkan visibilitas dan potensi penjualan UMKM dengan memperluas jangkauan pasar dan mengurangi kesalahan manual dalam pencatatan keuangan. UMKM di Madura kini lebih siap beradaptasi dengan perubahan pasar digital serta mampu menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang baru dengan lebih efektif.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adrian, A. (2019). Empowerment Strategies Of Micro, Small, Medium Enterprises (Msmes) To Improve Indonesia Export Performance. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 2(04), 50–60. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v2i04.222>
- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72. <https://doi.org/10.37058/wlfr.v3i1.4719>
- Anjarwati, S., Rosaria Zaena, R., Fitriyaningsih, D., & Sulistiana, I. (2023). Pengaruh Digitalisasi Akuntansi terhadap Efisiensi dan Pengurangan Biaya pada Perusahaan Wirausaha UMKM di Kota Bandung. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 57–72.
- Anugerah, F. N., & Nuraini, I. (2021). Peran Umkm Dalam Menanggulangi Kemiskinan Di Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 5(1), 27–41. <https://doi.org/10.22219/jie.v5i1.13772>
- Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital Technology Entrepreneurship: A Definition and Research Agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7(5), 44–51. <https://doi.org/10.22215/timreview1076>
- Hafsah, M. . J. (2004). Upaya pengembangan usaha, mikro, kecil, dan menengah UMKM. *Jurnal Infoskop*, 1(Upaya pengembangan umkm), 1. <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/12249/6227>

Program pengabdian kepada masyarakat nasional: pelatihan digital marketing dan digitalisasi akuntansi bagi UMKM di pulau Madura

- Kemenkop UKM. (2023). Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasikan. *Www.Ekon.Gp.Id*, 1–5. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi>
- Lubis, Z., Mauladi, K. F., & Irawan, M. R. N. (2020). Penentuan Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Eksistensi Dan Mengadapi Persaingan (Studi Kasus Pada Gemilang Art Glass Di Modo). *Media Mahardhika*, 19(1), 59–70. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v19i1.197>
- Machin, Muhammad Reza Aulia, Joni Hendra, Elvina Safitri, & Bawono, A. (2023). Keberlanjutan UMKM di Jawa Barat di Tinjau Dari New-era Business : Transformasi Digital, Dividen Digital, dan Kewirausahaan. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 01–15. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i1.130>
- Maulidah, F. L., & Oktafia, R. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Mikro Serta Dampaknya Bagi Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Kweden Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo (Menurut Pandangan Maqashid Syariah). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 571. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1211>
- Prijanto, W., & Prasetyanto, P. (2020). Potensi Usaha Kecil Mikro (UKM) Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 5(1), 97–117. <https://doi.org/10.31002/rep.v5i1.3177>
- Rizqi, M. A., & Himawan, F. I. (2022). Transformasi Digital dan Peningkatan Kapasitas UKM di Majelis Ekonomi dan Kewirausahaan Muhammadiyah. *Journal of Community Service*, 4(1), 14–27.
- Sholihin, U. (2024). Meningkatkan Daya Saing Pasar UMKM Melalui Transformasi Digital Ustadus Sholihin Program Doktor Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(2), 100–114. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i2.2512>
- Wika Undari, Anggia Sari Lubis. (2021). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 32–38. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.702>