

PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH MELALUI DIGITAL MARKETING DAN FINANCIAL REPORTING

Ahmad Habibi¹, Rosydalina Putri^{2*}, Citra Etika³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia
rosydalina.putri@radenintan.ac.id²

ABSTRAK

Abstrak: Minimnya SDM yang memiliki pengetahuan yang luas di bidang usaha, permodalan, marketing dan pengelolaan keuangan menyebabkan UMKM di Provinsi Lampung tidak mampu bertahan dan bersaing di era global. Mitra pada kegiatan pengabdian ini adalah 150 pelaku UMKM yang terdapat di 3 wilayah Provinsi Lampung yaitu: 50 orang pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung, 50 orang pelaku UMKM di Kabupaten Lampung Timur dan 50 orang pelaku UMKM di Kabupaten Lampung Tengah. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk meningkatkan skill dalam melakukan proses pemasaran secara digital dan kemampuan membuat pencatatan laporan keuangan UMKM di Provinsi Lampung. Berdasarkan hasil evaluasi melalui kuesioner, kegiatan ini memberikan hasil peningkatan kemampuan peserta sebesar 87,5% dalam penggunaan digital marketing dan digital financial reporting.

Kata Kunci: UMKM; Digital Marketing; Laporan Keuangan.

Abstract: The limitations of human resources who have good knowledge in the fields of business, capital, marketing and financial management causes MSMEs in Lampung Province become difficult to survive and compete in the global era. Partners in this service activity are 150 MSME owner in 3 regions of Lampung Province, namely: 50 MSME owners in Bandar Lampung City, 50 MSME owners in East Lampung Regency and 50 MSME owners in Central Lampung Regency. The purpose of this community service activity is to improve skills partner's in carrying out digital marketing processes and the ability to record MSME financial statements in Lampung Province. Based on the results of the evaluation through questionnaires, this activity resulted in an increase in participants' abilities by 87.5% in the use of digital marketing and digital financial reporting.

Keywords: MSMEs; Digital Marketing; Financial Reporting.



Article History:

Received: 22-02-2024

Revised : 22-05-2024

Accepted: 27-05-2024

Online : 18-06-2024



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Pemerintah Indonesia menghimbau masyarakat untuk mampu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dalam menunjang perekonomian keluarganya dengan memberikan berbagai dukungan dan mulai menggalakkan untuk menghidupkan UMKM di Indonesia. Dwiputra & Barus (2022) mengungkapkan bahwa UMKM justru dapat dijadikan kunci dalam membangkitkan perekonomian di masyarakat dalam rangka pemulihan pasca pandemi. Lembaga-lembaga keuangan baik negeri dan swasta juga mulai diarahkan untuk mendukung pelaku UMKM dengan memberi pinjaman modal dan menyalurkannya hingga ke daerah-daerah. Saat ini kebijakan pemerintah saja tidak cukup untuk mempertahankan eksistensi UMKM dalam beroperasi untuk menjalankan usahanya, peran aktif seluruh komponen pelaku UMKM juga dibutuhkan (Tarigan et al., 2022).

Teknologi memiliki peran yang besar dalam dunia pemasaran pada suatu usaha, dimana transaksi tidak lagi hanya mengandalkan secara tatap muka untuk bisa mendapatkan penjualan yang tinggi. Pemerintah Indonesia terus berupaya meningkatkan UMKM di Indonesia dengan adanya *e-commers* (Febriantoro, 2016). Penelitian yang dilakukan Ramida et al. (2022) dan Putri et al. (2023) disimpulkan bahwa pemasaran digital berpengaruh positif & signifikan terhadap pendapatan UMKM. Aprilia et al. (2021) menyatakan perkembangan ekonomi secara digital cukup berkontribusi terhadap PDB di Indonesia. Nuhriawangsa et al. (2020) dalam pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukannya menemukan bahwa Faktor promosi pada pemasaran era digital, harga, pemasaran berbasis teknologi, branding, inovasi dan kreativitas serta daya saing produk. Capaian program sudah cukup memuaskan Persaingan yang tinggi membuat para pelaku UMKM harus memiliki inovasi dan kecapakan dalam mengaplikasikan kegiatan usahanya berbasis teknologi. Kesulitan dalam memasarkan produk dan jasa bagi UMKM menyebabkan sempitnya ruang lingkup perdagangan di UMKM. UMKM perlu dilakukan pendampingan dalam strategi pemasaran on line agar dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas (Arifin et al., 2024). Pemasaran digital dalam UMKM bisa dilakukan dengan cara yang sederhana, mudah dan relative murah. Dengan melakukan promosi dan penjualan produk dengan internet setiap orang dapat melihat produk yang dimiliki sehingga mempermudah pengenalan produk kepada calon konsumen. Tidak menutup kemungkinan jika UMKM dapat menjual produknya sampai ke pasar global (Rianty & Rahayu, 2021). Pelaku UMKM dapat memanfaatkan media sosial untuk memasarkan penjualannya. Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran bisa mengenalkan produk lebih luas dan lebih cepat. Dengan penjualan yang meningkat maka pendapatan dan omset UMKM tersebut juga otomatis akan ikut meningkat (R. Putri et al., 2021).

Dengan berkembangnya pemasaran yang dilakukan UMKM maka diharapkan juga dapat meningkatkan pendapatan dan omset usaha

tersebut. Semakin besarnya omset usaha, pelaku UMKM juga dituntut untuk dapat mengelola keuangannya dengan baik. UMKM harus memenuhi kewajibannya sebagai pelaku usaha dengan membayar pajak penghasilan. Kegiatan pendanaan yang dilakukan oleh Bank dan Lembaga Keuangan juga menuntut adanya pengelolaan keuangan yang baik. Pelaku UMKM harus memiliki kecakapan dalam hal pengelolaan keuangan dan pembuatan laporan keuangan sebagai bentuk pertanggung jawaban. Keterbatasan pengetahuan dari para pelaku UMKM menjadi akar permasalahan buruknya penerapan tatakelola keuangan UMKM (Rinaldo & Puspita, 2023). Dalam *Enterprise theory* dijelaskan beberapa konsep terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial sebuah perusahaan. Dalam kegiatan pengabdian ini teori Sharia Enterprise digunakan untuk menjadi dasar bagi para pelaku UMKM menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan tanggung jawabnya termasuk kewajibannya mematuhi aturan pemerintah dalam membayar pajak.

Penelitian Wahid (2017) dan Pakpahan (2020) menemukan bahwa laporan keuangan memiliki pengaruh dalam peningkatan kinerja UMKM. Hidayat et al. (2022) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa memperoleh pemahaman dan pengetahuan tentang penyusunan Laporan Keuangan Sederhana dan Pemasaran Digital Kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola dan melakukan penyusunan laporan keuangan dapat mengevaluasi pendapatan dan pengeluaran pada UMKM tersebut. Muheramtohad (2017) dalam penelitiannya menyatakan hubungan antara Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dan UMKM sangat penting untuk diperhatikan. Hal ini karena UMKM merupakan usaha yang dikelola oleh pengusaha kecil, dan dengan modal kecil, tetapi mempunyai kontribusi besar sebagai salah satu tiang penyangga perekonomian Indonesia. Nihayah & Rifqi (2022) dalam hasil risetnya menunjukkan bahwa peran bank syariah selama pandemi covid-19 diwujudkan dalam tiga hal yaitu sebagai penyalur bantuan dari pemerintah, pemberian restrukturisasi pembiayaan, serta mendorong peningkatan pembiayaan bagi UMKM. Octrina et al. (2023) dalam penelitiannya menemukan belum banyak pelaku usaha yang melakukan pencatatan laporan keuangan secara konsisten baik secara manual maupun dengan penggunaan aplikasi laporan keuangan, sehingga diperlukannya sebuah kesadaran bersama dari pelaku usaha untuk dapat semakin menyadari pentingnya pembuatan laporan keuangan.

Untuk dapat meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM tentang dunia digital dan teknologi yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan mengembangkan permodalan melalui Bank dan LKS, serta di tunaikannya kewajiban terhadap negara dengan membayar pajak penghasilan, maka dibutuhkan pelatihan, sosialisasi dan pendampingan. Pelatihan yang akan dilakukan meliputi 2 hal yaitu strategi pemasaran digital dan pencatatan laporan keuangan digital. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan penjualannya dan mendapat kepercayaan para

investor dan Bank maupun LKS dalam pengembangan usahanya.

Provinsi Lampung merupakan wilayah yang luas terdiri dari 15 Kabupaten dan Kota dengan jumlah penduduk mencapai 9.176.546 jiwa yang terdaftar pada website BPS. Provinsi Lampung memiliki kekayaan alam yang melimpah dan adat serta budaya yang perlu dilestarikan. UMKM di Provinsi Lampung memiliki peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM di Provinsi Lampung beragam mulai dari kuliner baik dari hasil bumi maupun kreatifitas masyarakat Lampung, kerajinan tangan yang bersumber dari kebudayaan seperti tapis, sulam dan kerajinan tangan lainnya, serta usaha-usaha lain di bidang jasa. Pelaku UMKM di Provinsi Lampung masih kurang dalam hal informasi seputar permodalan, pemasaran serta pengelolaan keuangan. Berdasarkan uraian diatas maka tim pengabdian ini ingin mengdongkrak pemahaman pelaku UMKM di Provinsi Lampung untuk dapat memaksimalkan sumber daya dalam meningkatkan modal, memasarkan produk dan mengelola laporan keuangan di dalam menjalankan usahanya.

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk menganalisis proses pemasaran dan pencatatan laporan keuangan yang dilakukan di UMKM di Provinsi Lampung dan mengukur minat peserta pelatihan menggunakan *digital marketing* dan membuat laporan keuangan digital dalam meningkatkan pendapatan pada UMKM di Provinsi Lampung. Adapun kontribusi yang dilakukan untuk mencapai tujuan pengabdian ini adalah dengan memberikan pelatihan dalam menggunakan *digital marketing* dan memberikan pelatihan pembuatan laporan keuangan untuk UMKM dengan aplikasi digital.

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 19 Agustus 2023 di Kecamatan Bandar Jaya Lampung Tengah yang diikuti oleh 50 pelaku UMKM, tanggal 20 Agustus di Kecamatan Sidodadi Lampung Timur dengan jumlah peserta sebanyak 50 pelaku UMKM, dan tanggal 26 Agustus 2023 di Kota Bandar Lampung diikuti dengan 50 peserta pelaku UMKM. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) merupakan pendekatan yang prosesnya bertujuan untuk pembelajaran dalam mengatasi masalah dan pemenuhan kebutuhan praktis masyarakat, serta produksi ilmu pengetahuan dan proses perubahan sosial. PAR menempatkan masyarakat beserta institusi-institusinya sebagai kekuatan dasar bagi peningkatan ekonomi, politik, sosial, budaya dan agama. Pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dilakukan dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) dilakukan melalui pelatihan yang difasilitasi tim pengusul kepada pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung, Kabupaten Lampung Tengah, Kabupaten Lampung Timur mengenai *Digital Marketing* dan *Digital Financial Reporting*. Adapun rundown kegiatan

pengabdian ini terbagi menjadi tiga tahapan yaitu persiapan, pelaksanaan dan evaluasi.

1. Tahapan persiapan dilakukan dengan berkoordinasi dengan Dinas Koperasi dan UMKM sasaran untuk meminta data dan izin pelaksanaan kegiatan. Setelah mendapatkan data dan izin, tim kegiatan pengabdian melakukan survey untuk menentukan jumlah peserta yang akan diundang sebagai peserta yang merupakan sasaran kegiatan ini.
2. Tahapan pelaksanaan dilaksanakan selama dua hari di masing-masing wilayah sasaran yaitu Kota Bandar Lampung, Kabupaten Lampung Tengah dan Kabupaten Lampung Timur. Pada tahapan pelaksanaan ini, kegiatan terdiri dari empat bagian yaitu pembukaan di hari pertama, pretes tentang kemampuan sebelum pemberian materi, pemaparan materi di hari pertama dan kedua, dan penutup pada hari kedua. Materi yang disampaikan terdiri dari dua materi utama yaitu materi tentang laporan keuangan yang berisi: penganalan tentang laporan keuangan, komponen laporan keuangan UMKM (Pencatatan pendapatan dan pengeluaran usaha, membuat laporan laba/rugi UMKM, membuat laporan perubahan modal, membuat laporan posisi keuangan atau neraca UMKM), dan membuat laporan keuangan dengan aplikasi pencatatan keuangan UMKM versi android. Materi yang kedua adalah digital marketing yang berisi: pengenalan aplikasi sosial media yang dapat digunakan dalam proses pemasaran seperti tiktokshop, facebook dan Instagram, tutorial dan cara menggunakan media social sebagai sarana pemasaran.
3. Tahapan Evaluasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kegiatan ini terhadap peningkatan minat dan pengetahuan pelaku UMKM tentang laporan keuangan dan digital marketing. Pada tahapan evaluasi ini dilakukan dengan cara pengisian soal oleh peserta tentang tingkat kepuasan peserta terhadap materi pelatihan dan tingkat kemauan peserta mempraktekkan materi pelatihan. Jumlah pertanyaan pada kuesioner evaluasi yang disajikan sebanyak 15 pertanyaan dengan rincian 4 pertanyaan tentang penilaian terhadap kegiatan ini, 6 pertanyaan tentang minat membuat laporan keuangan dan pengetahuan laporan keuangan dan 5 pertanyaan tentang pengetahuan digital marketing serta minat melakukan pemasaran secara digital.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan Digital

Dalam pelatihan ini, tim pengabdian memberikan penjelasan pengantar tentang pengertian laporan keuangan, fungsi dan tujuan membuat laporan keuangan serta komponen-komponen dalam laporan keuangan. Dengan informasi yang mereka dapatkan dari kegiatan ini, maka para pelaku

UMKM dapat dengan mudah membuat laporan keuangan menggunakan aplikasi yang disediakan, serta memahami proses pencatatan transaksi, pengelolaan *cash flow*, dan pembuatan laporan laba rugi, laporan penjualan, dan laporan pengeluaran.



Gambar 1. Aplikasi pencatatan keuangan UMKM

Peningkatan kualitas laporan keuangan juga akan terjadi dengan penggunaan aplikasi yang sesuai. Laporan keuangan yang dihasilkan akan menjadi lebih akurat, terstruktur, dan mudah dibaca. Hal ini akan sangat membantu pemilik usaha dalam memahami kondisi keuangan perusahaan dan membuat keputusan yang tepat. Selain itu, penggunaan aplikasi akan meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan keuangan usaha. Proses pembuatan laporan keuangan akan menjadi lebih cepat dan efisien, menghilangkan kebutuhan untuk mencatat transaksi secara manual. Dengan demikian, pemilik usaha dapat mengalokasikan waktu dan energi mereka untuk kegiatan lain yang lebih penting. Dengan peningkatan keterampilan dan efisiensi dalam mengelola keuangan usaha, pemilik usaha juga akan merasakan peningkatan kepercayaan diri. Mereka akan menjadi lebih percaya diri dalam melakukan pencatatan transaksi, mengelola *cash flow*, dan membuat laporan keuangan yang baik dan akurat. Tidak hanya itu, peningkatan kualitas laporan keuangan juga akan berdampak positif pada layanan kepada pelanggan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang kondisi keuangan perusahaan, pemilik usaha dapat menyediakan produk dan layanan yang lebih baik kepada pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan perusahaan secara keseluruhan.



Gambar 2. Pemberian materi tentang Laporan Keuangan UMKM

Pada Gambar 2, tim pengabdian berupaya menjelaskan pentingnya laporan keuangan bagi sebuah usaha. Setelah dilaksanakan kegiatan pelatihan ini maka para peserta kegiatan yang merupakan pelaku usaha memiliki kemampuan dalam mengelola pencatatan keuangan yang bermanfaat baik untuk pengarsipan keuangan bagi pemilik UMKM maupun digunakan untuk pengajuan pinjaman modal di bank. Hasil yang dicapai setelah adanya kegiatan ini diantaranya:

- a. Kemampuan dalam mengelola keuangan dengan lebih baik dan efektif.
- b. Pemahaman yang lebih baik tentang pengelolaan laporan keuangan sederhana dan cara menggunakannya untuk mengevaluasi kondisi keuangan usaha.
- c. Kemampuan untuk Menyusun laporan keuangan yang akurat dan dapat diandalkan.
- d. Peningkatan produktivitas dan efisiensi dalam mengelola keuangan usaharumahan.
- e. Kemampuan untuk membuat keputusan yang tepat dan mengambil tindakanyang sesuai dalam mengelola keuangan usaha.
- f. Peningkatan kompetensi dalam bidang keuangan dan pengelolaan usaha rumahan.

2. Pelatihan *Digital Marketing*

Kegiatan pelatihan ini diikuti oleh beberapa para pelaku UMKM yang berada di Kabupaten Lampung Timur, Kabupaten Lampung Tengah dan Kota Bandar Lampung. Materi yang disampaikan oleh narasumber dalam pelatihan ini antara lain: tentang pentingnya pemasaran digital yang baik untuk memajukan sebuah bisnis atau produk dan bagaimana melakukan pemasaran secara digita. Antusias para peserta terlihat dengan ketertarikan peserta untuk menginstal aplikasi dan mulai mencoba membuat akun dan menambahkan produk pada aplikasi tersebut. Setelah mengikuti pelatihan ini peserta kegiatan pengabdian ini memiliki peningkatan kemampuan dan keahlian dalam memasarkan produk secara digital. Dengan adanya peningkatan keahlian tersebut pelaku UMKM akan dapat memperluas pemasaran produknya bahkan bisa memasarkan secara nasional atau keluar peovinsi Lampung.



Gambar 3. Pengenalan aplikasi digital marketing

Pada Gambar 3, tim pengabdian menjelaskan dan mendemonstrasikan penggunaan sosial media sebagai sarana pemasaran. Dengan bantuan digital marketing pelaku UMKM dapat meraih pasar yang lebih luas. Setelah mengikuti pelatihan ini, peserta akan memiliki kemampuan dan keterampilan dalam membuat laporan keuangan sederhana untuk usahanya. Kegiatan ini memberi informasi dan mengenalkan mereka kepada salah satu aplikasi digital yaitu aplikasi tokoku yang bisa di download menggunakan handphone atau tablet android serta bisa diakses melalui PC atau computer. Aplikasi tokoku merupakan aplikasi yang dirancang khusus untuk UMKM yang digunakan untuk pencatatan setiap transaksi yang terjadi di dalam usahanya. Aplikasi ini bs menyimpan catatan persediaan stok atau barang, pembelian ataupun pengeluaran kas yang digunakan untuk keperluan usaha dan mencatat penerimaan kas yang berasal dari penjualan. Aplikasi tokoku juga bisa menyimpan secara otomatis hutang yang dimiliki pelanggan. Dengan adanya catatan transaksi yang lengkap maka umkm juga bisa membuat laporan keuangan secara otomatis dengan aplikasi tokoku dan bisa dicetak untuk keperluan membayar pajak juga mengajukan pinjaman di bank.

3. Evaluasi

Setelah itu dilakukan pengisian kuesioner oleh peserta tentang tingkat kepuasan peserta terhadap materi pelatihan dan tingkat kemauan peserta mempraktekkan materi pelatihan. Cara perhitungan analisi data mencari besarnya frekuensi relatif persentase, dengan rumus sebagai berikut Anas Sudijono (2018:43).

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan: P= Persentase yang dicari (Frekuensi Relatif); F = Frekuensi; dan N= Jumlah Responden. Hasil kuesioner yang dilakukan

menunjukkan bahwa minat peserta Pelatihan *digital marketing* dan laporan keuangan digital sangatlah tinggi yakni berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada peserta, untuk tingkat kepuasan pelatihan sebesar 90% sangat puas sedangkan 10 persennya puas. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya peserta pelatihan yang mengajukan pertanyaan *digital marketing* dan laporan keuangan digital. Sedangkan hasil kuesioner untuk tingkat kemauan peserta mempraktikkan materi pelatihan sangat mau sebesar 87,5% dan yang mau sebesar 12,5%. Hal ini dapat dilihat dari pendaftaran akun baik di tiktok shop, facebook dan instagram akan tetapi untuk keaktifannya masih kurang karena dilihat dari jumlah follower yang dimiliki begitupula dengan kemauan penerapan materi pelatihan pada laporan keuangan digital.

4. Kendala Pelaksanaan Pengabdian

Kendala dalam pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat yang dihadapi antarlain:

- a. Kendala pada saat penginstalan aplikasi yang disebabkan jaringan, perangkat dan kemampuan peserta memahami aplikasi tersebut.
- b. Keterlambatan kehadiran peserta dikarenakan sehingga kegiatan pengabdian berjaan mundur dari jadwal yang ditetapkan.
- c. Kondisi peserta UMKM yang masih ada sebagian peserta yang memilih melakukan pemasaran secara Offline, selanjutnya ada juga yang peserta pelatihan setelah membuat akun tetapi tidak aktif menggunakan media sosialnya sebagai pemasaran digital, sehingga mempengaruhi jumlah follower dan pendapatan UMKM.
- d. Peserta UMKM yang masih ada sebagian peserta yang belum bisa membedakan akun laporan keuangan dan tidak memahami harga pokok dari produk yang dijual yang mempengaruhi pembuatan laporan keuangan digital.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Proses pemasaran dan pelaporan keuangan para Pelaku UMKM di Provinsi Lampung khususnya Kota Bandar Lampung, Kabupaten Lampung Tengah dan Kabupaten Lampung Timur masih banyak yang menggunakan media pemasaran secara offline, selanjutnya ada juga para Pelaku UMKM yang menggunakan pemasaran secara online tetapi masih dengan media sosial pribadi, dimana jangkauan para pelanggannya yang merupakan pertemanan atau group pertemanannya saja. Para Pelaku UMKM sebagian besar belum membuat laporan keuangan yang relevan, para pelaku UMKM masih membuat pembukuan Kas secara manual saja dan masih banyak yang belum memahami perhitungan harga pokok dari produk. Minat peserta Pelatihan *digital marketing* dan laporan keuangan digital sangatlah tinggi yakni berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada peserta, untuk tingkat kepuasan pelatihan sebesar 90% sangat puas sedangkan 10

persennya puas. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya peserta pelatihan yang mengajukan pertanyaan *digital marketing* dan laporan keuangan digital. Sedangkan hasil kuesioner untuk tingkat kemauan peserta mempraktikkan materi pelatihan sangat mau sebesar 87,5% dan yang mau sebesar 12,5%. Hal ini dapat dilihat dari pendaftaran akun baik di tiktok shop, facebook dan instagram akan tetapi untuk keaktifannya masih kurang karena dilihat dari jumlah follower yang dimiliki begitupula dengan kemauan penerapan materi pelatihan pada laporan keuangan digital.

Berdasarkan pengabdian kepada masyarakat mengenai *Digital Marketing* dan laporan keuangan digital Di Provinsi Lampung, untuk itu dapat diberikan rekomendasi sebagai berikut: Pemerintah Daerah, agar dapat memberikan pendampingan kepada para pelaku UMKM khususnya yang ada di Kota Bandar Lampung, Kabupaten Lampung Tengah, Kabupaten Lampung Timur. Pelaku UMKM juga diharapkan agar dapat menerapkan hasil pelatihan secara optimal dengan mengaktifkan kegiatan pemasaran melalui *digital marketing* dan laporan keuangan digital, supaya pendapatan meningkat kan jumlah *follower tiktok shop, facebook* dan *instagram* juga meningkat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada LITAPDIMAS Kementerian Agama Indonesia yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik. Tim penulis mengucapkan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Raden Intan Lampung yang telah memberikan kesempatan, izin dan dukungan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian ini berlangsung.

DAFTAR RUJUKAN

- Aprilia, N. D., Waluyo, S. D., Saragih, H. J. R., Pertahanan, E., & Pertahanan, F. M. (2021). Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia. *Ekonomi Pertahanan*, 7(2), 245–259.
- Arifin, H. R., Marta, H., & Yuliana, T. (2024). Mocaf Di Unit Usaha Brownies Singkong Katinenung Unit Usaha Brownies Singkong Katineung ikut berupaya mengatasi kondisi diatas dengan mengembangkan kue brownies dari singkong . masyarakat Indonesia . Brownies memiliki rasa manis , warna coklat Unit usaha. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(1), 6–12.
- Dwiputra, R., & Barus, L. S. (2022). Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Pemulihan Ekonomis Masyarakat Pasca Pandemi Covid-19 di Kawasan Kampung Tangguh Pluit-Penjarangan. *Pembangunan Wilayah Dan Kota*, 18(1), 26–34. <https://doi.org/10.14710/pwk.v18i1.35033>
- Febriantoro, W. (2016). Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan E-. *Manajerial*, 3(5), 184–207.
- Hidayat, M. S., Dwihandoko, T. H., & Setyariningsih, E. (2022). Pembinaan Administrasi Keuangan Dan Pemasaran Digital Pada UMKM Karunia Desa Sawahan Mojokerto. *ABDIMAS NUSANTARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2010, 58–64.
- Muheramtohad, S. (2017). Peran Lembaga Keuangan Syariah dalam

- Pemberdayaan UMKM di Indonesia. *Muqtasid*, 8(1), 65–77.
- Nihayah, A. Z., & Rifqi, L. H. (2022). Kontribusi Perbankan Syariah terhadap Permodalan UMKM Selama Pandemi Covid-19. *Ecodemika*, 6(2), 1–9.
- Nuhriawangsa, A. M. P., Kartikasari, L. R., Budiharjo, A., Swastike, W., & Hertanto, B. S. (2020). Pengembangan Potensi Usaha Abon untuk Meningkatkan Daya Saing Produk di UMKM Ksatria Kelurahan Jagalan, Kecamatan Jebres, Surakarta. *AgriHealth: Journal of Agri-Food, Nutrition and Public Health*, 1(2), 103. <https://doi.org/10.20961/agrihealth.v1i2.43949>
- Octrina, F., Rahmawati, D., Priharti, W., Rizal, A., & Dinata, R. O. (2023). Sosialisasi Standar Akuntansi Keuangan Bagi Entitas Mikro, Kecil, Dan Menengah. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(3), 2908. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i3.15096>
- Pakpahan, Y. E. (2020). Pengaruh kualitas laporan keuangan terhadap kinerja usaha umkm The influence of the quality of financial reports on the performance of SMEs businesses. *Akuntabel*, 17(2), 261–269.
- Putri, A., Arif, M., & Kunci, K. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. *Jesya*, 6(1), 194–208.
- Putri, R., Wiratama, P., Martika Sari, Y., Kurniawan, A., & Sholihah, A. (2021). Sosialisasi Sistem Pembayaran Elektronik (Qris) Sebagai Upaya Meminimalisir Penyebaran Covid-19. *Al-Mu'awanah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 102–108.
- Ramida, Dinar, M., Supatminingsih, T., & Nurdiana. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar. *JEES*, 3(1).
- Rianty, M., & Rahayu, P. F. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM Yang Bermitra Gojek Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2).
- Rinaldo, D., & Puspita, V. A. (2023). Pendampingan Perencanaan Keuangan Dan Investasi Saham Syariah Sebagai Upaya Memperbaiki Cashflow Umkm. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(1), 156. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i1.11900>
- Tarigan, Z. N. A. B., Dewi, F. N., & Pribadi, Y. (2022). Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Masa Pandemi: Dukungan Kebijakan Pemerintah. *BPPK*, 15, 12–23.
- Wahid, N. N. (2017). Pengaruh kemampuan menyusun laporan keuangan dan motivasi terhadap kinerja ukm di kota tasikmalaya. *Akuntansi*, 12(1).