

PENGUATAN KAPASITAS MANAJERIAL UNTUK PENGEMBANGAN UMKM J'GER

Tiva Widuri Anggraini^{1*}, Lu'lu' Nafiati²

^{1,2}Akuntansi, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia

tiva2100012082@webmail.uad.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: UMKM J'ger, yang berlokasi di Kelurahan Rejowinangun, Yogyakarta, merupakan usaha mikro yang berfokus pada produksi jamu sejak Mei 2002. Meskipun memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal, UMKM ini menghadapi kendala manajerial, khususnya dalam pencatatan keuangan dan pemasaran digital. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas manajerial pemilik UMKM J'ger, Bu Marni, melalui pelatihan dan pendampingan. Fokus program adalah pengembangan *hardskill*, seperti pencatatan keuangan dan pemasaran digital, serta *softskill*, seperti kemampuan pengambilan keputusan. Metode partisipatif digunakan dalam pelaksanaan kegiatan, yang melibatkan evaluasi melalui *pre-test* dan *post-test* dengan 10 pertanyaan terkait aspek keuangan dan pemasaran. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan, di mana keterampilan pencatatan keuangan meningkat dari 0% menjadi 50%, sementara keterampilan pemasaran digital meningkat dari 0% menjadi 45%. Berdasarkan survei kepuasan, pelatihan ini dinilai relevan dan aplikatif oleh mitra. Program ini efektif dalam meningkatkan kapasitas manajerial UMKM J'ger, membantu mengatasi kendala bisnis, memperluas jangkauan pasar, serta mendukung pertumbuhan usaha yang lebih berkelanjutan.

Kata Kunci: UMKM; Kapasitas Manajerial; Pencatatan Keuangan; Pemasaran Digital.

Abstract: *UMKM J'ger, located in Rejowinangun, Yogyakarta, is a microenterprise focusing on herbal drink production since May 2002. Despite its significant contribution to the local economy, this business faces managerial challenges, particularly in financial record-keeping and digital marketing. This community engagement program aims to enhance the managerial capacity of UMKM J'ger's owner, Ms. Marni, through training and mentoring. The program focuses on developing hardskills, such as financial record-keeping and digital marketing, as well as softskills, including decision-making abilities. A participatory approach was employed during the program, accompanied by evaluations through pre-test and post-test assessments consisting of 10 questions covering financial and marketing aspects. The results showed significant improvement, with financial record-keeping skills increasing from 0% to 50% and digital marketing skills from 0% to 45%. Based on a satisfaction survey, the training was deemed relevant and applicable by the partner. This program effectively enhanced the managerial capacity of UMKM J'ger, helping to address business challenges, expand market reach, and support more sustainable business growth.*

Keywords: *MSMEs; Managerial Capacity; Financial Reporting; Digital Marketing.*



Article History:

Received: 18-11-2024

Revised : 27-12-2024

Accepted: 02-01-2025

Online : 01-02-2025



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

A. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia (Fitriana et al., 2023). Berdasarkan data Keuangan (2022) pada bulan Maret 2021, UMKM menyumbang 61,07% terhadap pendapatan Produk Domestik Bruto (PDB). Meskipun UMKM telah memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal, khususnya dalam sektor jamu, namun masih banyak pelakunya yang belum memiliki keterampilan manajerial yang memadai, terutama dalam hal pencatatan keuangan dan pemasaran yang baik (Resmi et al., 2021). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abbas et al (2023) bahwa masih banyak UMKM yang menghadapi tantangan besar dalam pencatatan keuangan, terutama dalam pembukuan sederhana.

UMKM J'ger merupakan salah satu UMKM di Kelurahan Rejowinangun, yang telah berdiri sejak bulan Mei 2002 dengan fokus pada produksi dan penjualan jamu. Selama lebih dari dua dekade, UMKM J'ger ini tidak hanya berperan dalam melestarikan warisan budaya tetapi juga menjadi salah satu penggerak ekonomi lokal. Meskipun UMKM ini telah memberikan kontribusi besar bagi perekonomian setempat, perjalanan usahanya tidak lepas dari berbagai tantangan signifikan. Salah satu tantangan UMKM J'ger adalah di bidang pemasaran. Di era digital saat ini, pemasaran digital dapat membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas serta dapat meningkatkan daya saing (Dolorosa et al., 2024). Pemasaran UMKM J'ger hingga saat ini masih bergantung pada metode konvensional, sehingga produk mereka kurang dikenal di luar komunitas lokal. Pemasaran digital dapat membantu mengatasi tantangan ini dengan memperkenalkan produk jamu kepada konsumen yang lebih luas, termasuk konsumen di luar klaster herbal (Amegia & Hidayatulloh, 2024).

Hendrawan et al. (2024) menyatakan bahwa masih banyak pemilik UMKM yang kurang memahami pentingnya pemasaran digital. Apabila UMKM memahami akan pentingnya pemasaran digital dalam menjalankan usahanya, maka mereka akan termotivasi untuk menggunakan pemasaran digital sebagai bentuk usaha dalam mempromosikan produknya. Selain itu pemilik UMKM akan dapat mempraktikkan bentuk pemasaran ini secara langsung tanpa adanya unsur paksaan (Syifa et al., 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Widiawati (2019) menunjukkan bahwa dalam meningkatkan jumlah pembeli, penjualan serta menambahkan citra UMKM dapat memanfaatkan *digital marketing* seperti *whatsapp*, *instagram*, dan juga *facebook*. Selain itu, dengan biaya yang murah, pemasaran digital dianggap mampu secara langsung untuk meraih konsumen dibandingkan metode konvensional (Syifa et al., 2021).

Tantangan lain yang dihadapi UMKM J'ger adalah tidak adanya pencatatan keuangan yang jelas. Hingga saat ini, UMKM J'ger belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang memadai dan hanya mengandalkan pada pengembalian modal sebagai tanda keuntungan.

Metode seperti ini sangat berisiko karena tidak memungkinkan pemantauan yang jelas atas arus kas, biaya operasional dan profitabilitas. Pencatatan keuangan yang akurat sebenarnya merupakan elemen kunci dalam mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha (Julito et al., 2022).

Menurut Widjanarko et al. (2023), laporan keuangan memainkan peran penting dalam memberikan gambaran jelas tentang kondisi keuangan suatu usaha, yang pada gilirannya membantu pemilik usaha dalam pengambilan keputusan yang lebih tepat. Tanpa adanya pencatatan yang sistematis, sulit bagi UMKM seperti J'ger untuk memantau biaya produksi, menentukan harga jual yang tepat atau bahkan menilai apakah usahanya benar-benar menguntungkan atau tidak (Kareja et al., 2022). Hal serupa yang dikatakan oleh Reni (2018) bahwa pengelolaan keuangan sangat berkaitan dengan akuntansi karena ada banyak keuntungan yang akan diperoleh dari pencatatan keuangan yang baik. Selain itu, pencatatan yang baik juga diperlukan untuk mengakses sumber pendanaan eksternal, seperti investor atau pinjaman dari bank (kreditur) (Widyastuti, 2017). Tidak adanya laporan keuangan yang jelas, maka UMKM J'ger akan kehilangan peluang besar untuk mendapatkan modal tambahan yang bisa digunakan untuk mengembangkan usahanya (Hastiwi et al., 2022).

Penguatan kapasitas manajerial, terutama dalam pencatatan laporan keuangan menjadi solusi yang sangat penting bagi UMKM J'ger. Dengan adanya pendampingan tentang pengelolaan keuangan, UMKM ini akan mampu memantau arus kas, dan dapat mengambil keputusan bisnis yang berbasis data (Yuniarti et al., 2022). Selain itu, keuntungan yang akan diperoleh oleh UMKM dari adanya pencatatan keuangan adalah kemampuan untuk mengidentifikasi tingkat keuangan usahanya (Purnamasari et al., 2023).

Kesimpulannya, pencatatan keuangan yang baik dan penerapan pemasaran digital adalah elemen yang sangat penting dalam pengembangan UMKM J'ger dan UMKM lain yang berada di Klaster Herbal RW 08 ini. Dengan pengelolaan keuangan yang baik dan pemasaran digital yang efektif, UMKM J'ger tidak hanya dapat bertahan di tengah tantangan yang ada, tetapi juga berkembang lebih pesat di masa depan. Dengan demikian, penulis tertarik untuk melakukan pendampingan dalam pencatatan laporan keuangan dan pemasaran digital melalui pelatihan yang difokuskan pada pengelolaan keuangan yang lebih sistematis dan pemasaran digital yang strategis. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam menyusun laporan keuangan yang akurat dan mengelola arus kas secara efektif. Selain itu, pelatihan dan pendampingan ini dirancang untuk mengembangkan *hardskill* mitra dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai alat pemasaran strategis, sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing produk UMKM J'ger di tingkat lokal maupun regional. Di samping itu, pelatihan ini juga berfokus pada pengembangan *softskill*, seperti kemampuan

pengambilan keputusan dan pemecahan masalah, guna mendukung pengelolaan bisnis yang lebih baik dan berkelanjutan.

B. METODE PELAKSANAAN

Mitra pengabdian dalam kegiatan ini adalah UMKM J'ger yang berada di kelurahan Rejowinangun. Peserta kegiatan ini berjumlah satu orang yaitu pengelola UMKM J'ger yang berperan aktif dalam proses pengelolaan usaha. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan secara tatap muka (luring) di lokasi usaha UMKM J'ger. Adapun metode yang diterapkan adalah metode partisipatif, dimana pengelola UMKM terlibat langsung dan aktif dalam setiap sesi sosialisasi dan pendampingan yang diberikan. Tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dapat di lihat pada Gambar 1. terbagi menjadi 3 tahap utama, yaitu tahap pra kegiatan, tahap pelaksanaan kegiatan, dan tahap evaluasi kegiatan.



Gambar 1. Tahap Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

1. Tahap Pra Kegiatan

Pada tahap awal, penulis melakukan penilaian menyeluruh terhadap kondisi UMKM, mulai dari sejarah usaha hingga pencatatan laporan keuangan terkini. Penilaian ini bertujuan memahami latar belakang usaha secara mendalam agar pelatihan yang diberikan lebih tepat sasaran. Penulis menggunakan metode wawancara semi-terstruktur dengan pemilik UMKM untuk menggali berbagai tantangan dalam pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran. Teknik ini memberikan fleksibilitas dalam mengeksplorasi isu-isu utama sambil tetap fokus pada topik yang relevan. Selain wawancara, penulis melakukan observasi langsung terhadap praktik pencatatan keuangan UMKM untuk mendapatkan gambaran konkret tentang sistem yang digunakan sehari-hari. Observasi ini membantu mengidentifikasi kelemahan atau aspek yang perlu diperbaiki dalam sistem tersebut. Sebagai bagian dari penilaian awal, dilakukan *pre-test* untuk mengukur pemahaman pemilik UMKM mengenai prinsip pencatatan keuangan yang baik. Hasil *pre-test* ini menjadi dasar untuk menyusun materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan spesifik UMKM. Informasi dari wawancara, observasi, dan *pre-test* digunakan sebagai landasan dalam merancang pelatihan yang berfokus pada peningkatan keterampilan pencatatan keuangan dan strategi pemasaran digital. Dengan pendekatan ini, pelatihan diharapkan dapat

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pelaksanaan kegiatan pendampingan ini dilakukan dalam dua sesi yang bertujuan membekali pemilik UMKM dengan keterampilan manajemen keuangan dasar dan pemasaran digital. Sesi pertama berfokus pada pencatatan keuangan, dengan materi mencakup laporan laba rugi, perubahan ekuitas, dan neraca saldo. Pendekatan praktis ini digunakan agar materi lebih mudah dipahami oleh pemilik UMKM yang belum terbiasa dengan akuntansi. Pemahaman tentang pencatatan keuangan yang baik diharapkan dapat membantu mereka menjaga stabilitas finansial usaha. Sesi kedua membahas pemasaran digital, khususnya optimalisasi media sosial, seperti Instagram. Pemilik UMKM diajarkan cara mengelola akun secara profesional, mulai dari membuat konten menarik hingga menerapkan strategis branding yang sesuai dengan produk. UMKM J'ger juga diperkenalkan dengan *platform* seperti *linktree* untuk mengorganisir tautan penting, serta didampingi dalam pembuatan video profil UMKM yang menarik dan informatif sebagai strategi pemasaran visual. Setelah kedua sesi selesai, dilakukan *post-test* untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan dan mengukur peningkatan pemahaman peserta. Sebagai penutup, diadakan diskusi dan tanya jawab untuk mengatasi kendala yang mungkin masih dihadapi pemilik UMKM. Diskusi ini memberikan kesempatan bagi peserta untuk berbagi pengalaman, mengajukan pertanyaan, dan mendapatkan penjelasan lebih lanjut. Dengan pendekatan ini, diharapkan pemilik UMKM merasa lebih percaya diri dalam menerapkan keterampilan baru yang telah mereka pelajari untuk mengembangkan usaha secara efektif di era digital.

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan setelah seluruh rangkaian pendampingan selesai untuk menilai efektivitas pelatihan dan dampaknya terhadap pemilik UMKM. Penilaian mencakup wawancara langsung dan tinjauan terhadap laporan keuangan serta aktivitas pemasaran digital. Evaluasi ini dirancang untuk mengukur pemahaman dan kemampuan pemilik UMKM dalam mengimplementasikan materi yang telah disampaikan. Aspek pertama adalah wawancara langsung dengan pemilik UMKM. Wawancara ini bertujuan untuk memahami tingkat pemahaman mereka tentang pencatatan keuangan dan strategi digital marketing, serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi selama penerapan sistem baru. Informasi yang diperoleh membantu penulis memahami tantangan nyata yang dihadapi oleh UMKM dan memberikan solusi yang sesuai. Aspek kedua adalah tinjauan laporan keuangan dan aktivitas pemasaran digital. Penulis menilai apakah metode pencatatan yang telah diterapkan dengan baik dan mengevaluasi sejauh mana strategi pemasaran digital, seperti penggunaan Instagram yang telah diimplementasikan. Selain itu, hasil *pre-test* dan *post-test* dibandingkan untuk mengukur peningkatan pemahaman dari UMKM J'ger Bu Marni. Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk memberikan rekomendasi

lanjutan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan pengabdian, guna meningkatkan kapasitas manajerial pemilik UMKM J'ger Bu Marni.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dibagi menjadi 3 bagian, dimana setiap bagiannya memiliki proses yang berbeda.

1. Tahap Pra Kegiatan

Tahap pendampingan UMKM J'ger Bu Marni dimulai pada hari Selasa, 08 Oktober 2024 dengan survei untuk memahami latar belakang dan kondisi operasional usaha. UMKM ini di dirikan oleh Bu Marni pada Mei 2002 dan dikelola secara mandiri tanpa bantuan tenaga kerja lain. Seluruh proses produksi hingga pemasaran dilakukan sendiri oleh Bu Marni, dengan jadwal kerja dimulai dari malam hingga subuh. Penjualan jamu dilakukan melalui sistem *pre-order* (PO), dimana pembeli akan mengambil produk langsung atau diantar ke lokasi pembeli. Survei ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM J'ger.

Dalam survei, penulis menggunakan metode wawancara dan observasi langsung untuk mendapatkan gambaran menyeluruh tentang operasional usaha. Wawancara memberikan pemahaman tentang tantangan yang dihadapi Bu Marni dalam mengelola produksi, pencatatan keuangan, dan pemasaran tanpa bantuan tim. Sementara itu, observasi dilakukan untuk melihat lingkungan dan cara kerja usaha ini. Pendekatan ini membantu mengidentifikasi beban kerja tinggi yang dihadapi oleh Bu Marni dan menjadi dasar dalam merancang pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM J'ger, seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pelaksanaan Survei UMKM J'ger

Hasil survei ini menunjukkan bahwa salah satu permasalahan utama UMKM J'ger adalah kurangnya pencatatan keuangan yang sistematis. Selama ini, Bu Marni hanya menggunakan metode sederhana, yaitu menghitung pengembalian modal sebagai bentuk keuntungan tanpa adanya pencatatan terperinci. Pendekatan ini menyulitkan Bu Marni dalam memantau keuntungan bersih yang diperoleh setiap bulannya. Sehingga

keberlanjutan dan perencanaan bisnis menjadi kurang optimal. Dengan pencatatan yang tidak memadai, sulit bagi Bu Marni untuk menilai kinerja keuangan usahanya, apalagi dalam menghadapi tantangan-tantangan yang kerap muncul di lapangan.

Selain kendala dalam pencatatan keuangan, Bu Marni juga mengalami kesulitan dalam aspek pemasaran yang dimana pasaran dari produk UMKM J'ger ini hanyalah warga sekitar. Minimnya strategi promosi mneyebabkan produk-produk UMKM J'ger sulit menjangkau target pasar yang lebih luas. Tantangan pemasaran ini menunjukkan bahwa usaha tersebut memerlukan strategi promosi yang lebih modern dan efisien untuk menarik lebih banyak pelanggan serta memperluas jangkauan produk di pasar. Menanggapi berbagai permasalahan ini, penulis merancang pelatihan yang mencakup dua bidang utama, yaitu pencatatan keuangan dan pemasaran digital. Sebelum memulai pelatihan, penulis melakukan *pre-test* untuk mengukur pemahaman Bu Marni terkait manajemen keuangan dan pemasaran digital. *Pre-test* ini berguna sebagai tolak ukur sehingga hasil penelitian dapat dievaluasi dengan lebih baik di akhir program.

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pelaksanaan kegiatan pendampingan UMKM J'ger Bu Marni dilaksanakan pada hari Selasa, 16 Oktober 2024, dengan agenda utama dua sesi pelathan yang bertujuan untuk memperkuat kemampuan pemilik UMKM dalam manajemen keuangan serta strategi pemasaran digital. Program ini disusun untuk membantu pemilik UMKM mengelola usahanya dengan lebih profesional dan memanfaatkan pemasaran digital secara optimal, yang diharapkan dapat mendorong peningkatan pendapatan serta memperluas jangkauan pasar. Dengan pembagian sesi yang terstruktur pada setiap materi disampaikan secara mendalam dan aplikatif sehingga dapat diterapkan langsung dalam kegiatan sehari-hari. Seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Penyampaian Materi Laporan Keuangan

Sesi pertama berfokus pada pelatihan dasar pengelolaan laporan keuangan yang disusun untuk pemilik UMKM. Di awal sesi, penulis memulai dengan pengenalan materi mengenai 3 jenis utama laporan keuangan, yaitu laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, dan neraca saldo. Setiap jenis laporan ini memiliki fungsi penting dalam memberikan gambaran yang jelas tentang kondisi finansial usaha. Penjelasan dilakukan secara praktis dan sederhana agar pemilik UMKM tanpa latar belakang akuntansi tetap mudah memahaminya dan siap menerapkannya. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang fungsi masing-masing laporan, pemilik UMKM diharapkan dapat mengetahui cara-cara dasar untuk mencatat dan memonitor keuangan usahanya. Sehingga mampu melihat peluang perbaikan dan meningkatkan akurasi dalam pelaporan finansial.

Setelah penyampaian materi teori, sesi pertama ini dilanjutkan dengan pendampingan langsung dalam pencatatan keuangan. Pada tahap ini, penulis membantu pemilik UMKM untuk merekap pemasukan dan pengeluaran selama satu bulan terakhir sebagai contoh praktik nyata. pencatatan ini dimaksudkan untuk menunjukkan kepada pemilik usaha cara mencatat transaksi harian secara terstruktur. sehingga pada akhir periode dapat dihitung dengan mudah. Pendampingan dalam pencatatan keuangan ini tidak hanya memberikan pemahaman konsep, tetapi juga membantu pemilik UMKM melihat langsung manfaat dari pencatatan yang terstruktur. Dengan memiliki catatan yang lengkap dan akurat, pemilik UMKM dapat membuat keputusan finansial dengan lebih baik serta memiliki landasan yang kuat dalam perencanaan bisnis jangka panjang. Sesi pertama ini diakhiri dengan diskusi untuk memastikan bahwa pemilik UMKM memahami setiap langkah yang telah dipelajari dan mampu menerapkannya dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Sesi kedua dilanjutkan dengan pelatihan pemasaran digital untuk membantu UMKM J'ger Bu Marni memanfaatkan peluang pasar yang lebih luas melalui *platform* digital. Sesi ini difokuskan pada pemanfaatan media sosial, khususnya instagram, yang saat ini merupakan *platform* yang efektif untuk promosi produk. Penulis mengajarkan teknik-teknik dasar dalam mengelola akun instagram, mulai dari pembuatan konten yang menarik hingga ke strategi interaksi dengan pelanggan.

Selain Instagram, penulis juga memperkenalkan pengelolaan *linktree* untuk mengoptimalkan akses informasi melalui satu tautan di profil Instagram. *Linktree* memungkinkan pemilik UMKM menyusun tautan ke berbagai informasi penting, seperti alamat produksi, daftar produk, harga produk dan juga kontak pemilik. Dengan fitur ini, pelanggan yang mengunjungi Instagram UMKM dapat langsung mengakses berbagai informasi yang dibutuhkan dengan mudah. *Linktree* membantu meningkatkan efisiensi pemasaran digital dan memudahkan pelanggan dalam mendapatkan informasi.

Sesi kedua ini juga mencakup pembuatan video profil UMKM sebagai alat promosi yang menarik dan informatif. Dalam video profil ini, penulis menyarankan agar ditampilkan berbagai aspek usaha, seperti contoh produk, proses produksi, dan pemilik UMKM. Sehingga pelanggan bisa mendapatkan gambaran yang lebih menyeluruh tentang bisnis tersebut. Video profil ini diharapkan dapat membangun citra positif UMKM J'ger Bu Marni dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas produk yang ditawarkan. Dengan promosi yang lebih visual, produk UMKM diharapkan dapat menarik minat pasar yang lebih luas.

Setelah sesi pertama dan kedua selesai, penulis mengadakan *post-test* untuk mengevaluasi tingkat pemahaman pemilik UMKM terhadap materi yang telah disampaikan. Hasil *post-test* ini dibandingkan dengan *pre-test* yang dilakukan sebelumnya untuk menilai perkembangan pemahaman pemilik dalam pencatatan keuangan dan pemasaran digital. Jika terjadi peningkatan hasil pada *post-test*, maka dapat disimpulkan bahwa pelatihan ini berhasil meningkatkan keterampilan pemilik UMKM J'ger Bu Marni. Evaluasi ini juga digunakan sebagai bahan dasar dalam memberikan rekomendasi lanjutan yang dapat membantu pemilik usaha mengoptimalkan pengelolaan bisnisnya secara lebih profesional dan terstruktur.

3. Tahap Evaluasi

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa program pendampingan intensif yang diberikan kepada UMKM J'ger Bu Marni membawa dampak positif pada peningkatan pemahaman dan keterampilan pemilik, terutama dalam pencatatan keuangan dan pemasaran digital. Meski demikian, pemilik UMKM masih menghadapi beberapa kendala. Khususnya dalam menerapkan sistem pencatatan keuangan yang terstruktur. Berdasarkan wawancara, kesulitan ini timbul karena pemilik UMKM belum terbiasa dengan metode pencatatan yang baru. Namun, pemahaman konsep pencatatan dan pentingnya pengelolaan keuangan mulai tertanam. Dalam hal pemasaran digital, evaluasi menunjukkan bahwa pemilik UMKM sudah mulai memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Tinjauan terhadap akun Instagram UMKM J'ger menunjukkan bahwa teknik pemasaran, seperti penggunaan *Linktree* dan konten yang lebih menarik telah diterapkan. Walaupun masih perlu peningkatan dalam konten dan frekuensi unggahan, ada peningkatan dalam pemahaman dan keterampilan pemasaran digital setelah pelatihan yang memungkinkan pemilik UMKM mulai memperluas jangkauan pemasaran produknya, seperti terlihat pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Evaluasi Manajemen Keuangan

Indikator Capaian	Presentase Capaian	
	Sebelum	Setelah
Kemampuan dalam membuat laporan laba rugi	0%	25%
Kemampuan dalam membuat laporan Perubahan ekuitas	0%	15%
Kemampuan dalam membuat neraca saldo	0%	10%
Jumlah Skor	0%	50%

Tabel 2. Evaluasi Pemasaran Digital

Indikator Capaian	Presentase Capaian	
	Sebelum	Setelah
Keterampilan dalam melakukan promosi melalui IG	0%	35%
Kemampuan dalam mengelola <i>Link Tree</i>	0%	10%
Jumlah Skor	0%	45%

Selain itu, Tabel 1 dan Tabel 2 menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam keterampilan manajemen keuangan dan pemasaran digital. Contohnya pada manajemen keuangan, pemilik UMKM J'ger Bu Marni mengalami peningkatan kemampuan dalam manajemen keuangan dari 0% ke 50%, serta dalam keterampilan pemasaran digital dari 0% menjadi 45%. Hal ini menunjukkan bahwa program pendampingan memberikan dampak positif yang jelas dalam mendukung pengembangan bisnis mitra. Peningkatan ini menjadi indikator keberhasilan yang dapat dilihat oleh pemilik UMKM J'ger Bu Marni atau yang lainnya. Evaluasi juga dilakukan untuk menilai tingkat kepuasan peserta atau mitra terhadap pelaksanaan pelatihan, termasuk kualitas materi dan metode penyampaian materi. Hasil survei menunjukkan bahwa pemilik UMKM merasa puas atas pendampingan dan juga pelatihan ini. Umoan balik ini sangat penting untuk memperbaiki dan mengembangkan program pendampingan sehingga pelatihan mnedatamg dapat lebih disesuaikan dengan kebutuhan mitra UMKM yang sangat beragam.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Program pendampingan yang diterapkan untuk meningkatkan kapasitas manajerial UMKM J'ger Bu Marni di Kelurahan Rejowinangun telah menunjukkan dampak positif yang signifikan terutama dalam aspek manajemen keuangan dan pemasaran digital. Sebelum pendampingan berlangsung, pemilik UMKM mengalami kesulitan dalam pencatatan keuangan yang hanya mengandalkan metode sederhana yang menyulitkan pemantauan keuntungan dan perencanaan bisnis. Namun, pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman pemilik terhadap pentingnya pencatatan keuangan sistematis yang memungkinkan mereka untuk lebih memahami kondisi keuangan dan mengambil langkah strategis. Pelatihan ini mencatat peningkatan keterampilan manajemen keuangan mitra dari 0% menjadi 50%. Selain itu, pelatihan pemasaran digital membuka peluang

UMKM untuk memperluas jangkauan pasar melalui media sosial, dengan tingkat keterampilan pemasaran digital yang meningkat dari 0% menjadi 45%. Evaluasi program ini menunjukkan peningkatan keterampilan yang signifikan dan tingkat kepuasan yang tinggi. Oleh karena itu, disarankan agar UMKM J'ger terus memperkuat praktik pencatatan keuangan dan pengelolaan media sosial. Sehingga dapat memperkuat posisi mereka di pasar dan mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan. Selain itu disarankan agar pendampingan di masa depan lebih berfokus pada peningkatan konsistensi dalam pencatatan laporan keuangan serta penguatan pada strategi pemasaran digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan pengabdian mengucapkan terima kasih kepada UMKM J'ger Bu Marni yang telah memberikan tanggapan baik dan *support* atas kegiatan pengabdian ini. Sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak Universitas Ahmad Dahlan yang telah menyelenggarakan program KKN Tematik.

DAFTAR RUJUKAN

- Abbas, D. S., Santoso, S. B., Rahandri, D., & Hidayat, I. (2023). Sosialisasi Standar Akuntansi Keuangan Tanpa Entitas Publik Guna Peningkatan Kualitas Pelaporan Keuangan Pada Umkm. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(6), 5813. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i6.19191>
- Amegia, M. W., & Hidayatulloh, A. (2024). Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Dengan Menggunakan Software Canva Guna Pengembangan Bisnis. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(2), 1820. <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i2.21509>
- Dolorosa, E., Hidayat, R., & Sawerah, S. (2024). *Peningkatan Literasi Digital Marketing Melalui Sosial*. 8(5), 4656–4664.
- Fitriana, A., Tyas, K. Z., Arofah, A. A., & Wirawan, N. B. (2023). Sosialisasi Buku Kas Sebagai Solusi Pembukuan Keuangan Digital UMKM Desa Banjaran Kab. Purbalingga. *Jurnal Pengabdian*, 6(2), 79. <https://doi.org/10.26418/jplp2km.v6i2.68706>
- Hastiwi, M., Novilasari, E. D., & Nugroho, N. T. (2022). Pentingnya Laporan Keuangan Dalam Menilai Kinerja Keuangan Pada Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi*, 3(1), 16–24. <https://ojs.udb.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/2630>
- Hendrawan, S. A., Afdhal Chatra, Nurul Iman, Soemarno Hidayatullah, & Degdo Suprayitno. (2024). Digital Transformation in MSMEs: Challenges and Opportunities in Technology Management. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 6, 141–149. <https://doi.org/10.60083/jidt.v6i2.551>
- Julito, K. A., Rahmadan, Y., Pravitasari, E., & Permatasari, S. S. (2022). Pentingnya Literasi Pencatatan Keuangan Berbasis Digital pada UMKM Kabupaten Garut. *Jurnal Pemberdayaan Nusantara*, 2(2), 18–27. <https://doi.org/10.52447/jpn.v2i2.6572>
- Kareja, N., Setiadevi, S., Alfiah, N., & Triyaningsih, L. (2022). Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Pelatihan Pemasaran Digital pada Kedai Kopi Garasi. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(2), 448–459. <https://doi.org/10.29407/ja.v6i2.16868>
- Keuangan, K. (2022). *Optimalkan Potensi UMKM terhadap PDB Indonesia melalui*

- Lelang UMKM*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/Kpknl-Semarang/Baca-Artikel/15395/Optimalkan-Potensi-UMKM-Terhadap-PDB-Indonesia-Melalui-Lelang-UMKM.Html>. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/15395/Optimalkan-Potensi-UMKM-terhadap-PDB-Indonesia-melalui-Lelang-UMKM.html>
- Purnamasari, R., Ikbal, M., & Ramli, S. (2023). *Pelatihan dan Pendampingan Pencatatan Keuangan Sederhana Bagi Pelaku UMKM di Desa Samaturue Kecamatan Tellulimpoe*. 2(2), 109.
- Reni, F. (2018). Pengelolaan Keuangan Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Sembadha: Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 01(01), 225–229. <https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/sembadha/article/view/376>
- Resmi, S., Pahlevi, R. W., & Sayekti, F. (2021). Implementation of financial report and taxation training: performance of MSMEs in Special Regions Yogyakarta. *Jurnal Siasat Bisnis*, 25(1), 57–68. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol25.iss1.art5>
- Syifa, I. Y., Kurnia Wardani, M., Dewi Rakhmawati, S., & Evi Dianastiti, F. (2021). Pelatihan Umkm Melalui Digital Marketing Untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 6–13. <https://doi.org/10.31002/abdipraja.v2i1.3602>
- Widiawati, K. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Pendukung Sociopreneur Teh Bunga Telang (Butterfly Pea Tea). *Jurnal Administrasi Kantor*, 7(2), 215–224. <http://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/1247%0Ahttp://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/download/1247/1083>
- Widjanarko, B., Panjinata, A., Sukoco, A., & Suyono, J. (2023). Analyzing the Financial Performance of PT. Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk. *International Journal of Industrial Engineering, Technology & Operations Management*, 1(2), 86–92. <https://doi.org/10.62157/ijietom.v1i2.32>
- Widyastuti, P. (2017). Pencatatan Laporan Keuangan Berbasis Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Bidang Jasa. *Jurnal Online Nasional Dan Internasional*, 1(1), 50–63. www.temppo.co.id
- Yuniarti, A., Jamaluddin, A., -, F., & Nurwana, A. (2022). Pelatihan Manajemen Keuangan Untuk Meningkatkan Kapasitas Pelaku Umkm Di Kelurahan Padduppa Kecamatan Tempe Kabupaten Wajo. *Arunika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 36–41. <https://doi.org/10.53654/ar.v1i1.274>