

PENDAMPINGAN DIGITALISASI KEUANGAN DAN PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN KAPASITAS USAHA PADA UMKM RUANG AUDIO

Insyirohul Qulub Al Afthoni^{1*}, Muhammad Nabil Al Abrori², Bagus Hari Prasetya³,
Muhammad Fais⁴, Muhammad Syaifur Rohman⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Lamongan, Indonesia
afthon980@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: UMKM Ruang Audio merupakan usaha pembuatan miniatur *sound system* yang memiliki potensi pengembangan usaha, namun masih menghadapi permasalahan pencatatan keuangan manual dan pemasaran digital yang belum optimal. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha melalui digitalisasi keuangan dan pemasaran. Metode pelaksanaan mencakup observasi awal dan wawancara untuk mengidentifikasi permasalahan mitra, perancangan sistem pencatatan keuangan digital, pembuatan akun pemasaran digital, serta pelatihan teknis berbasis praktik langsung yang dilanjutkan dengan monitoring dan evaluasi. Pendampingan melibatkan 1 pemilik usaha dan 10 karyawan sebagai peserta. Implementasi kegiatan meliputi penerapan sistem pencatatan keuangan berbasis Google Sheets, pembuatan akun Facebook *Marketplace* “Ruangau Dio”, serta pendaftaran lokasi produksi Ruang Audio pada Google Maps. Evaluasi dilakukan melalui observasi selama kegiatan dan evaluasi lanjutan satu minggu pascapendampingan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan *hardskill* mitra sebesar 90%, peningkatan *soft skill* pemasaran digital sebesar 80%, serta peningkatan aksesibilitas lokasi usaha sebesar 100% melalui Google Maps.

Kata Kunci: Pendampingan UMKM; Digitalisasi Keuangan; Pemasaran Digital.

Abstract: *Ruang Audio, a small and medium-sized enterprise (SME), manufactures miniature sound systems and has the potential for business development, but still faces challenges with manual financial recording and suboptimal digital marketing. This community service activity aims to improve business management capacity through financial and marketing digitalization. The implementation method includes initial observation and interviews to identify partner issues, design a digital financial recording system, create a digital marketing account, and provide hands-on technical training followed by monitoring and evaluation. The mentoring program involved one business owner and 10 employees. Implementation included the implementation of a Google Sheets-based financial recording system, the creation of a "Ruangau Dio" Facebook Marketplace account, and the registration of Ruang Audio's production location on Google Maps. Evaluation was conducted through observations during the activity and a follow-up evaluation one week after the mentoring. The results of the activity showed a 90% increase in partners' hard skills, an 80% increase in digital marketing soft skills, and a 100% increase in business location accessibility via Google Maps.*

Keywords: MSME Mentoring; Financial Digitalization; Digital Marketing.



Article History:

Received: 19-12-2025
Revised : 12-01-2026
Accepted: 14-01-2026
Online : 04-02-2026



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

A. LATAR BELAKANG

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia terus mengalami peningkatan dan memegang peran strategis dalam menopang perekonomian nasional. UMKM tidak hanya berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga menjadi sektor dengan daya serap tenaga kerja tertinggi, sehingga keberadaannya berpengaruh langsung terhadap stabilitas ekonomi dan kesejahteraan masyarakat (Janah & Tampubolon, 2024). Pemerintah menempatkan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional, khususnya dalam menghadapi dinamika ekonomi global dan tantangan pascapandemi. Namun, keberlanjutan UMKM tidak hanya ditentukan oleh jumlah pelaku usaha, melainkan juga oleh kemampuan manajerial serta tingkat adaptasi teknologi yang dimiliki oleh setiap unit usaha dalam menjalankan aktivitas operasionalnya (Muli et al., 2023).

Salah satu permasalahan utama yang masih dihadapi oleh sebagian besar UMKM adalah lemahnya pengelolaan manajemen keuangan. Banyak pelaku UMKM masih melakukan pencatatan keuangan secara manual tanpa pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha, sehingga menyulitkan pemilik dalam memantau arus kas, menghitung laba bersih, serta mengevaluasi kinerja usaha secara objektif (Mayasari & Fauzi, 2025). Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya kualitas pengambilan keputusan usaha karena tidak didukung oleh data keuangan yang akurat dan terdokumentasi dengan baik. Di tengah perkembangan teknologi digital, sistem pencatatan keuangan berbasis aplikasi menjadi kebutuhan mendasar agar UMKM mampu meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas pengelolaan usaha secara berkelanjutan (Angraini et al., 2024).

Selain permasalahan keuangan, keterbatasan pemanfaatan pemasaran digital juga menjadi kendala signifikan yang menghambat pertumbuhan UMKM. Sebagian pelaku usaha masih mengandalkan pemasaran konvensional atau hanya memanfaatkan sebagian kecil platform digital, sehingga jangkauan pasar yang lebih luas belum dapat dioptimalkan (Nusi et al., 2025). Padahal, perkembangan teknologi informasi membuka peluang besar bagi UMKM untuk menjangkau konsumen lokal maupun nasional melalui media sosial, *marketplace*, serta layanan pemetaan lokasi usaha berbasis digital (Kasnelly et al., 2025). Tanpa strategi pemasaran digital yang terencana dan berkelanjutan, UMKM akan kesulitan bersaing dengan usaha lain yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan perilaku konsumen (Rachmat et al., 2023).

Permasalahan tersebut juga dialami oleh UMKM Ruang Audio, sebuah usaha yang bergerak di bidang industri kreatif dengan memproduksi miniatur *sound system* secara *custom*. Meskipun mengalami peningkatan permintaan dan memiliki potensi pasar yang cukup baik, Ruang Audio masih menghadapi kendala dalam pengelolaan manajemen usaha. Pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual menggunakan buku tulis tanpa

pemisahan keuangan pribadi dan usaha, sehingga menyulitkan pemilik dalam memantau arus kas dan menentukan laba bersih. Selain itu, pemasaran produk masih terbatas pada platform Shopee dan TikTok, sehingga belum menjangkau konsumen lokal secara optimal dan belum memiliki identitas lokasi usaha yang mudah ditemukan secara digital.

Berbagai penelitian dan kegiatan pengabdian terdahulu menunjukkan bahwa digitalisasi pencatatan keuangan memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM. Penerapan sistem pencatatan keuangan digital terbukti mampu meningkatkan akurasi laporan keuangan, memudahkan pemantauan arus kas, serta membantu pemilik usaha dalam mengambil keputusan berbasis data secara lebih cepat dan tepat (Krismajayanti et al., 2024). Sejalan dengan hal tersebut, penguatan aspek pemasaran digital melalui pemanfaatan platform seperti Facebook *Marketplace* dan Google Maps juga terbukti mampu memperluas jangkauan promosi serta meningkatkan visibilitas UMKM secara signifikan, khususnya dalam menjangkau konsumen lokal. Temuan-temuan ini mempertegas bahwa digitalisasi keuangan dan pemasaran merupakan dua aspek yang saling melengkapi dalam meningkatkan daya saing UMKM (Ayem et al., 2024). Pemerintah juga menekankan pentingnya transformasi digital UMKM sebagai bagian dari strategi penguatan daya saing nasional melalui program percepatan digitalisasi UMKM (Hapiz et al., 2025).

Selain faktor teknologi, keberhasilan penerapan digitalisasi pada UMKM sangat dipengaruhi oleh pendekatan pendampingan yang digunakan. Kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa metode pendampingan berbasis praktik langsung (*hands-on training*) lebih efektif dalam meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM dibandingkan metode ceramah semata, karena memberikan kesempatan kepada mitra untuk terlibat aktif dalam penggunaan aplikasi digital (Shobari et al., 2025). Pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan juga terbukti mampu meningkatkan konsistensi penerapan teknologi dalam operasional usaha sehari-hari serta mendorong perubahan perilaku manajerial yang lebih adaptif (Hidayat, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha UMKM Ruang Audio melalui penerapan digitalisasi pencatatan keuangan dan optimalisasi pemasaran digital. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan solusi konkret yang sesuai dengan kebutuhan mitra melalui penerapan sistem pencatatan keuangan berbasis Google Sheets, pembuatan akun bisnis Facebook *Marketplace*, serta pendaftaran lokasi produksi Ruang Audio pada Google Maps sebagai identitas digital usaha. Seluruh rangkaian pendampingan dilaksanakan melalui pelatihan berbasis praktik agar mitra tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu menerapkan teknologi secara mandiri dalam operasional usaha guna meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat daya saing usaha secara berkelanjutan.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan berbasis praktik langsung (Samaluddin et al., 2025). Kegiatan pengabdian dilaksanakan oleh tim pendamping yang berperan dalam penyampaian materi, pemberian arahan teknis, serta pendampingan intensif kepada mitra dalam penerapan digitalisasi keuangan dan pemasaran, khususnya pada penggunaan sistem pencatatan keuangan digital dan platform pemasaran berbasis teknologi (Andika et al., 2025). Pendekatan pendampingan berbasis praktik langsung dinilai efektif karena memungkinkan mitra terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran, meningkatkan pemahaman aplikatif, serta mempercepat adaptasi penggunaan teknologi dalam operasional usaha sehari-hari (Arifatin et al., 2022).

Mitra kegiatan adalah UMKM Ruang Audio, sebuah usaha pembuatan miniatur *sound system* yang berlokasi di Desa Brengkok, Kecamatan Brondong, Kabupaten Lamongan. Pelaksanaan kegiatan diikuti oleh 1 pemilik usaha sebagai peserta utama yang mengoperasikan sistem digital, serta berdampak pada 10 karyawan yang terlibat dalam proses produksi. Seluruh pelaksanaan program dilakukan di lokasi produksi Ruang Audio untuk memudahkan penyesuaian strategi pendampingan sesuai kebutuhan nyata di lapangan.

Pelaksanaan kegiatan pendampingan disusun secara sistematis melalui tiga tahapan utama, yaitu pra-kegiatan, pelaksanaan kegiatan, serta monitoring dan evaluasi, sebagaimana disarankan oleh Suyitno et al. (2025) bahwa perencanaan pendampingan yang dilakukan secara sistematis melalui tahapan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi berkelanjutan sangat diperlukan agar intervensi yang diberikan kepada UMKM dapat tepat sasaran dan memberikan dampak yang nyata. Tahap (1) Persiapan, dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara, dan identifikasi permasalahan untuk menentukan kebutuhan prioritas pendampingan (Feby et al., 2025). Selanjutnya, tahap (2) Kegiatan inti, meliputi pelatihan penggunaan sistem pencatatan keuangan digital berbasis Google Sheets, pembuatan akun Facebook *Marketplace* “Ruangau Dio” sebagai media pemasaran, serta pendampingan pendaftaran lokasi produksi Ruang Audio pada Google Maps. Seluruh kegiatan inti tersebut dilaksanakan secara praktik langsung agar mitra mampu mengoperasikan aplikasi digital secara mandiri (Maulana et al., 2024).

Tahap terakhir yaitu (3) Monitoring dan evaluasi. Tahap ini dirancang sebagai satu kesatuan sistem penilaian terintegrasi untuk mengukur efektivitas dan dampak kegiatan pendampingan secara objektif. Sistem evaluasi dilaksanakan melalui dua tahapan, yaitu evaluasi selama kegiatan berlangsung (*on-going evaluation*) dan evaluasi pasca kegiatan. Monitoring selama kegiatan dilakukan melalui observasi langsung untuk menilai tingkat keterlibatan mitra, ketepatan penggunaan aplikasi digital, serta

pemahaman terhadap setiap tahapan pendampingan. Evaluasi pasca kegiatan dilakukan melalui observasi dan wawancara lanjutan untuk menilai keberlanjutan penerapan sistem digital tanpa pendampingan. Indikator evaluasi yang digunakan meliputi: (1) kemampuan mitra dalam melakukan pencatatan keuangan digital secara mandiri dan rutin, (2) pemanfaatan platform pemasaran digital dalam mengunggah dan mengelola produk, serta (3) tingkat pemahaman mitra terhadap pengelolaan usaha berbasis teknologi digital. Pendekatan evaluasi berbasis observasi dan wawancara dinilai efektif dalam mengukur perubahan keterampilan dan keberlanjutan penerapan sistem digital pada UMKM (Dharta et al., 2025). sedangkan penggunaan indikator kinerja operasional memungkinkan dampak kegiatan pendampingan terukur secara lebih sistematis dan mudah dipahami (Masrukin et al., 2024).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan observasi lapangan dan wawancara mendalam bersama pemilik UMKM Ruang Audio untuk memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi operasional usaha serta kendala utama yang dihadapi. Teknik observasi dan wawancara digunakan untuk menganalisis kebutuhan secara langsung sehingga perumusan solusi pendampingan dapat sesuai dengan kebutuhan mitra (Eppang et al., 2024). Berdasarkan hasil identifikasi, terdapat dua kebutuhan prioritas yang harus segera ditangani, yaitu digitalisasi pencatatan keuangan dan optimalisasi pemasaran digital. Pada tahap ini dilakukan pula pemetaan aset, kapasitas, serta kesiapan teknologi yang dimiliki mitra, termasuk ketersediaan perangkat pendukung (smartphone dan laptop), stabilitas koneksi internet, serta alokasi waktu pelatihan yang memungkinkan pendampingan berjalan efektif. Sebagai langkah akhir tahap persiapan, tim pendamping menyusun modul pelatihan dan merancang sistem digital agar proses pendampingan dapat berlangsung secara terarah, sistematis, dan sesuai kebutuhan operasional usaha.

2. Tahap Pelaksanaan Pendampingan

Tahap pelaksanaan pendampingan dilakukan melalui pendekatan pelatihan praktik langsung (*hands-on training*), sehingga mitra tidak hanya menerima penjelasan secara teori tetapi juga langsung mempraktikkan penggunaan aplikasi digital dalam operasional usaha sehari-hari. Pendekatan praktik dianggap lebih efektif dalam meningkatkan kompetensi pelaku UMKM karena mendorong pembelajaran berbasis pengalaman dan keterlibatan aktif selama proses pelatihan (Rahmawan & Nurhayati, 2025). Kegiatan pendampingan pada tahap ini diterapkan dalam dua fokus utama, yaitu digitalisasi pencatatan keuangan dan optimalisasi pemasaran digital. Pada aspek keuangan, pelatihan dilakukan menggunakan sistem Google

Sheets untuk mencatat pemasukan, pengeluaran, dan saldo akhir secara otomatis. Sementara pada aspek pemasaran, kegiatan dilakukan melalui pembuatan akun bisnis Facebook *Marketplace* “Ruangau Dio” serta pendaftaran lokasi produksi Ruang Audio pada Google Maps agar calon pelanggan dapat menemukan dan mengunjungi usaha dengan lebih mudah. Keseluruhan kegiatan pelatihan dilakukan secara bertahap hingga mitra mampu mengoperasikan sistem digital secara mandiri. Adapun dokumentasi suasana kegiatan selama pendampingan yang dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Suasana kegiatan pendampingan penggunaan sistem pencatatan keuangan digital dan pemasaran digital pada UMKM Ruang Audio

Melalui pendampingan yang dilakukan secara langsung dan bertahap tersebut, mitra memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung pengelolaan usaha. Seluruh kegiatan pelatihan diarahkan agar mitra tidak hanya mampu menggunakan aplikasi secara teknis, tetapi juga memahami fungsi dan manfaatnya dalam meningkatkan efisiensi operasional serta pengembangan usaha secara berkelanjutan. Adapun bentuk pendampingan yang dilakukan secara spesifik mencakup tiga fokus utama:

a. Penerapan Sistem Pencatatan Keuangan Berbasis Google Sheets

Pelatihan dan pendampingan ini diberikan sebagai solusi atas permasalahan pencatatan keuangan yang sebelumnya masih dilakukan secara manual menggunakan buku tulis tanpa pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha. Untuk menjawab kebutuhan tersebut, tim pendamping merancang template Google Sheets dengan fitur otomatis yang mencakup pencatatan pemasukan, pengeluaran, saldo akhir, dan rekap laporan arus kas harian. Pemilik usaha kemudian dilatih untuk menginput seluruh transaksi melalui formulir digital agar setiap data langsung tersimpan dan terhitung secara sistematis dalam laporan keuangan. Pendampingan dilakukan dengan metode praktik langsung sehingga pemilik usaha dapat mengoperasikan sistem secara mandiri. Karena Google Sheets dapat diakses melalui ponsel, pencatatan keuangan kini dapat dilakukan secara *real time* tanpa perlu menunda transaksi dan tanpa perhitungan manual. Berdasarkan hasil observasi, terlihat adanya

perubahan positif pada perilaku manajerial mitra, dari sebelumnya sering menunda pencatatan kini menjadi konsisten melakukan pencatatan harian.

b. Optimalisasi Pemasaran Melalui Facebook *Marketplace*

Fokus kedua pendampingan yaitu optimalisasi pemasaran melalui Facebook *Marketplace*. Kegiatan ini diawali dengan pembuatan akun bisnis *Marketplace* bernama “Ruangau Dio”, kemudian dilanjutkan dengan pengunggahan foto produk, deskripsi, keunggulan, dan daftar harga secara terstruktur. Pelatihan difokuskan pada pemahaman fitur unggah produk, pengaturan katalog, serta teknik merespons pesan pelanggan secara cepat. Selain itu, pemilik usaha juga diberikan bimbingan mengenai pembuatan konten visual promosi yang menarik agar strategi pemasaran digital dapat berjalan lebih efektif. Setelah pendampingan diterapkan, pemilik usaha mampu mengunggah katalog produk secara mandiri tanpa bantuan tim. Bahkan pada hari pertama akun *Marketplace* mulai aktif, mitra langsung menerima pesan dari beberapa calon pembeli. Temuan ini menunjukkan bahwa pemasaran melalui Facebook *Marketplace* memiliki jangkauan yang lebih luas terutama untuk konsumen lokal dibandingkan platform yang sebelumnya digunakan seperti Shopee dan TikTok.

c. Pendaftaran Lokasi Workshop Usaha pada Google Maps

Pendaftaran usaha pada Google Maps dilakukan melalui Google Business Profile untuk memaksimalkan visibilitas lokasi produksi Ruang Audio secara digital. Pencantuman kategori usaha, alamat, jam operasional, foto lokasi produksi, dan nomor WhatsApp dilakukan untuk mempermudah pelanggan yang ingin melakukan pembelian secara langsung. Pendampingan ini membuat lokasi produksi Ruang Audio telah tampil pada Google Maps dan dapat ditemukan melalui pencarian nama usaha. Fitur arah lokasi (*navigation*) membantu pelanggan untuk datang langsung ke lokasi produksi Ruang Audio tanpa perlu bertanya lokasi secara manual. Hal ini menjadi nilai tambah karena sebelumnya pelanggan hanya dapat melakukan pembelian melalui *marketplace*.

3. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan selama kegiatan pendampingan berlangsung melalui observasi langsung untuk memastikan bahwa mitra memahami setiap tahapan penggunaan aplikasi digital dan mampu mempraktikkannya dengan benar. Pendamping berada di sisi mitra saat proses pelatihan untuk mengevaluasi tingkat pemahaman, ketepatan penginputan data, serta kemandirian dalam mengoperasikan fitur pada Google Sheets dan Facebook *Marketplace*. Setelah kegiatan selesai, evaluasi lanjutan dilakukan satu minggu kemudian untuk menilai keberlanjutan penerapan sistem tanpa pendampingan. Evaluasi ini bertujuan memastikan bahwa mitra tetap

konsisten melakukan pencatatan keuangan digital dan mengelola pemasaran secara mandiri. Pendekatan monitoring dan evaluasi pascapelatihan terbukti efektif dalam menilai keberlanjutan implementasi teknologi pada UMKM (Sumardani, 2025).

Monitoring selama kegiatan dilakukan melalui observasi langsung pada saat proses pelatihan dan pendampingan berlangsung. Pada tahap ini, tim pendamping mengevaluasi tingkat keterlibatan mitra, ketepatan penggunaan aplikasi digital, serta pemahaman mitra dalam mengoperasikan sistem pencatatan keuangan berbasis Google Sheets dan platform pemasaran digital. Observasi dilakukan dengan mendampingi mitra secara langsung pada saat input transaksi keuangan, pengelolaan katalog produk di Facebook *Marketplace*, serta pengecekan tampilan lokasi usaha pada Google Maps. Monitoring ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap tahapan pendampingan dapat dipahami dan dipraktikkan dengan benar sebelum kegiatan dilanjutkan ke tahap berikutnya.

Evaluasi pascapendampingan dilakukan satu minggu setelah kegiatan selesai melalui observasi lanjutan dan wawancara langsung dengan pemilik usaha. Evaluasi ini difokuskan pada keberlanjutan penerapan sistem digital dan tingkat kemandirian mitra dalam mengelola usaha tanpa pendampingan. Indikator evaluasi yang digunakan meliputi: (1) kemampuan mitra dalam melakukan pencatatan keuangan digital secara mandiri dan rutin, (2) keterampilan mitra dalam mengelola pemasaran digital melalui Facebook *Marketplace*, dan (3) aksesibilitas lokasi usaha melalui Google Maps.

Berdasarkan hasil evaluasi lapangan, diperoleh data peningkatan kapasitas mitra secara kuantitatif. Mitra menunjukkan 90% penguasaan pencatatan keuangan digital, yang ditandai dengan kemampuan mencatat transaksi dan menghasilkan laporan keuangan secara otomatis menggunakan Google Sheets. Pada aspek pemasaran, terdapat 80% peningkatan keterampilan pemasaran digital, yang terlihat dari kemampuan mitra mengelola akun Facebook *Marketplace* secara mandiri, termasuk mengunggah produk dan merespons pesan calon pembeli. Selain itu, terjadi 100% peningkatan aksesibilitas lokasi usaha, karena lokasi produksi Ruang Audio telah terdaftar dan dapat ditemukan secara langsung melalui Google Maps. Ringkasan data hasil evaluasi lapangan tersebut disajikan secara sistematis pada pada Tabel 1.

Tabel 1. Evaluasi Hasil Kegiatan Pendampingan

| No | Hasil Evaluasi Pasca Kegiatan | Keterangan |
|----|-------------------------------|---|
| 1. | Pencatatan transaksi keuangan | Mitra mulai menerapkan pencatatan digital melalui Google Sheets, menunjukkan adanya perubahan perilaku menuju sistem administrasi yang lebih tertib, meskipun penerapannya belum konsisten setiap hari. |

| No | Hasil Evaluasi Pasca Kegiatan | Keterangan |
|----|--|---|
| 2. | Pengelolaan laporan keuangan | Mitra mampu menghasilkan laporan saldo akhir secara otomatis, menandakan peningkatan kemampuan teknis dan efisiensi dalam pengelolaan keuangan tanpa perhitungan manual. |
| 3. | Pemanfaatan platform pemasaran digital | Akun Facebook <i>marketplace</i> telah berhasil dibuat dan aktif menunjukkan peningkatan akses mitra terhadap pemasaran digital. Meskipun belum menerima pesanan, tetapi akun sudah mulai mendapatkan interaksi dari calon pembeli, yang menunjukkan peningkatan visibilitas usaha. |
| 4. | Aksesibilitas Lokasi Usaha | Lokasi produksi Ruang Audio telah terdaftar di Google Maps, sehingga pelanggan lebih mudah menemukan lokasi usaha. Hal ini meningkatkan kredibilitas dan aksesibilitas mitra di ruang digital. |

Hasil evaluasi lapangan tersebut menunjukkan bahwa solusi digital yang diberikan tidak hanya diterapkan pada saat kegiatan pendampingan berlangsung, tetapi juga berlanjut dan digunakan secara mandiri oleh mitra setelah pendampingan selesai. Hal ini menegaskan bahwa sistem evaluasi yang diterapkan mampu menggambarkan dampak nyata pendampingan terhadap peningkatan kapasitas pengelolaan usaha UMKM secara berkelanjutan.

4. Kendala yang Dihadapi

Beberapa kendala ditemui selama pelaksanaan pendampingan. Pada awal kegiatan, mitra mengalami kesulitan memahami tampilan dan alur kerja Google Sheets karena belum terbiasa menggunakan sistem digital, sehingga proses input data berjalan lambat, serta mitra masih kurang percaya diri dalam menyusun deskripsi promosi produk yang menarik. Untuk mengatasi hal tersebut, tim memberikan pendampingan bertahap dengan latihan berulang hingga mitra memahami pengoperasian Google Sheets, menyediakan video tutorial sebagai bahan belajar mandiri, serta memberikan template deskripsi promosi untuk mempermudah pembuatan konten produk di *Marketplace*. Melalui penyelesaian kendala tersebut, kemampuan mitra dalam mengoperasikan sistem digital meningkat, proses input data menjadi lebih efisien, dan kualitas konten promosi produk semakin baik, sehingga pendampingan yang diberikan terbukti efektif dan memberikan dampak positif terhadap kemandirian mitra.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pendampingan digitalisasi keuangan dan pemasaran pada UMKM Ruang Audio secara umum mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha melalui pemanfaatan teknologi digital yang aplikatif dan mudah diterapkan. Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan mitra dalam mengelola pencatatan keuangan dan pemasaran digital secara mandiri. Penerapan sistem pencatatan keuangan berbasis Google Sheets memungkinkan mitra melakukan pencatatan transaksi dan menghasilkan laporan keuangan secara otomatis, sedangkan pemanfaatan Facebook *Marketplace* dan Google Maps meningkatkan visibilitas serta aksesibilitas usaha di ruang digital.

Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi lapangan, peningkatan kapasitas mitra diukur melalui indikator keterampilan operasional dan tingkat kemandirian penggunaan sistem digital. Peningkatan *hardskill* pengelolaan keuangan digital sebesar 90% merepresentasikan kemampuan mitra dalam mengoperasikan sistem pencatatan keuangan secara mandiri dan berkelanjutan setelah pendampingan. Sementara itu, peningkatan *soft skill* pemasaran digital sebesar 80% menggambarkan peningkatan kepercayaan diri, kemampuan komunikasi dengan calon pembeli, serta kemandirian mitra dalam mengelola akun pemasaran digital. Selain itu, pendaftaran lokasi produksi Ruang Audio pada Google Maps memberikan dampak langsung terhadap peningkatan aksesibilitas usaha, yang ditunjukkan dengan kemudahan pelanggan dalam menemukan lokasi produksi secara daring.

Meskipun demikian, hasil evaluasi juga menunjukkan beberapa keterbatasan, terutama pada konsistensi pencatatan keuangan harian yang belum sepenuhnya stabil serta optimalisasi pemasaran digital yang masih berada pada tahap awal interaksi dan belum menghasilkan transaksi secara signifikan. Oleh karena itu, tindak lanjut kegiatan pendampingan disarankan difokuskan secara strategis pada penguatan konsistensi penerapan sistem digital, pelatihan lanjutan pembuatan konten visual promosi yang lebih profesional, serta penyusunan *Standar Operasional Prosedur* (SOP) sederhana untuk mendukung efisiensi kerja dan produktivitas karyawan. Pendampingan lanjutan tersebut diharapkan mampu memperkuat keberlanjutan penerapan teknologi digital dan meningkatkan daya saing UMKM Ruang Audio secara lebih optimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada UMKM Ruang Audio yang telah berpartisipasi secara aktif, terbuka, dan kooperatif selama proses pendampingan berlangsung. Dukungan dan keterlibatan mitra dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari pengumpulan data hingga penerapan sistem digital, sangat membantu kelancaran pelaksanaan program. Penulis

berharap kegiatan pendampingan ini dapat memberikan manfaat nyata bagi pengembangan usaha mitra, khususnya dalam peningkatan pengelolaan keuangan dan pemasaran berbasis teknologi digital secara berkelanjutan.

DAFTAR RUJUKAN

- Andika, A., Dwiwinarno, T., Nurwiyanta, N., & Anisah, T. N. (2025). Digital Marketing Outreach for Strengthening Student Entrepreneurship at Pondok Nahrul Hayah, Yogyakarta. *Asian Journal of Community Services*, 4(5), 367–376.
- Angraini, D., Riady, Y., Putimasurai, P., Pratama, A., Sadria, A., & Rosmiati, R. (2024). Transformasi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis. *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 7(2), 132–142.
- Arifatin, F. W., Auliyah, I., Rhomadlonia, D. A., & Sulthoni, M. A. (2022). Pelatihan pembuatan minuman modern dari bunga telang untuk ibu PKK desa Solokuro. *ABDI MASSA: Jurnal Pengabdian Nasional (e-ISSN: 2797-0493)*, 2(01), 47–55.
- Ayem, S., Chaerunisak, U. H., Prasetyaningtyas, S. W., Afrianingrum, R. W., & Hanun, N. (2024). Digitalisasi Bisnis Dan Inklusi Keuangan Sebagai Upaya Mendorong Kinerja Umkm Melalui E-Commerce Di Era Digital. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(2), 1–11.
- Dharta, F. Y., Ilham, E., Budiarto, B. W., Erasma, E., & Utiahman, N. (2025). Transformasi Digital UMKM: Pelatihan Manajemen Bisnis Berbasis Teknologi untuk Meningkatkan Daya Saing Pasar Digital. *JIPITI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 182–188.
- Eppang, B. M., Rahayu, M., & Renold, R. (2024). Analisis Kebutuhan Program Pengabdian kepada Masyarakat Desa Nepo sebagai Desa Wisata. *Panrannuangku Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 267–276.
- Feby, F., Africano, F., & others. (2025). Pendampingan Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM Desa Sako. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 9–16.
- Hapiz, M., Septia, L. P., Aprilianti, D., Aprilianto, D., Maulida, I., Muhammad, F., Shaafia, A., Maulana, M. H., & Herdiana, D. (2025). Analisis Kebijakan Pengembangan UMKM Digital di Indonesia: Tantangan dan Peluang. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(5), 36–44.
- Hidayat, M. (2025). Peran Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Teknologi Dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Melalui Adaptasi Teknologi: Studi Pada Perusahaan Auto Mobile Service di Kota Makassar. *Economics and Digital Business Review*, 6(1), 769–786.
- Janah, U. R. N., & Tampubolon, F. R. S. (2024). Peran usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pertumbuhan ekonomi: Analisis kontribusi sektor umkm terhadap pendapatan nasional di indonesia. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 739–746.
- Kasnelly, S., Afkari, S. U., Musdalifah, D., Marwiyah, M., Ehwan, M., & Agustia, U. (2025). Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui Optimalisasi Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar. *Al-Amal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 5(1), 72–84.
- Krismajayanti, N. P. A., Darma, G. S., Mahyuni, L. P., & Martini, I. A. O. (2024). Drivers, Barriers and Key Success of Digital Transformation on SMEs: A Systematic Literature Review. *JASF: Journal of Accounting and Strategic Finance*, 7(1), 158–180.
- Masrukin, A. R., Khotami, A. L., Asna, A., & Hakim, F. (2024). Evaluasi Dampak

- Pelatihan Pemasaran Digital Bagi Umkm Di Desa Sidomulyo: Peningkatan Pengetahuan, Keterampilan, Dan Penjualan. *Pandalungan: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 110–117.
- Maulana, P. F., Faradilla, N. D., Risandi, M. D., Sari, D., Laili, M. N., & Nafi'ah, B. A. (2024). Sosialisasi dan Pelatihan Digitalisasi Pemasaran Produk UMKM Blurukidul Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(6), 2252–2259.
- Mayasari, I., & Fauzi, M. R. (2025). Pelatihan dan Implementasi Pencatatan Laporan Keuangan UMKM Berbasis Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah. *Journal of Innovation and Sustainable Empowerment*, 4(3).
- Muli, T. F. F. M. F., Amri, A., & Jalaluddin, J. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kontribusi UMKM Dalam Pdb Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Pembangunan*, 8(3), 147–157.
- Nusi, C., Van Gobel, L., & Hasan, K. K. (2025). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Limaya Di Kelurahan Molosipat Kabupaten Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 611–622.
- Rachmat, Z., Pandowo, A., Rukmana, A. Y., Haryanti, I., Sasongko, D. B., Nugraha, J. P., & Salam, R. (2023). *Digital marketing dan E-commerce*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Rahmawan, A., & Nurhayati, S. (2025). Improving Micro, Small, And Medium Enterprise Owners' marketing Skill Through Active Learning Based Digital Marketing Training. *Empowerment: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Luar Sekolah*, 14(1), 223–230.
- Samaluddin, S., Djunuda, R., Mubarak, A. A., Damayanti, R., Alif, A., Purnama, H., & Poalahi, S. (2025). Pelatihan Pembuatan Cetakan Kapal Fiberglass untuk Kemandirian Kelompok Nelayan Konawe Kepulauan: Training on Fiberglass Boat Mold Making for the Self-Sufficiency of the Konawe Islands Fishermen Group. *Jurnal Pengabdian Dan Pengembangan Masyarakat Indonesia*, 4(2), 363–374.
- Shobari, M. N., Junaid, M. T., SE, M. A., Malik, A. D., SE, M. A., Ahmatang, S. E., Dodi Apriadi, S. E., & others. (2025). *Manajemen Keuangan UMKM: Meningkatkan Efisiensi \& Transparansi*. Takaza Innovatix Labs.
- Sumardani, R. (2025). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Berbasis Digital Bagi Umkm Di Desa Wisata: Pelatihan Branding Dan Pemasaran Online. *JUPEMASAL: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 1(1), 24–27.
- Suyitno, S., Wahyuningsih, Y., Elsanía, A. D., & Putri, S. A. (2025). Pelatihan Interaktif Untuk Meningkatkan Literasi Digital Dan Penguatan Ekonomi Keluarga Bagi Anggota Pimpinan Ranting 'Aisyiyah Sedayulawas, Jawa Timur. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 9(3), 2429–2442.