



Optimalisasi Digital Marketing Dan Manajemen Keuangan Untuk Meningkatkan Profitabilitas Irt Riza Jaya

Optimizing Digital Marketing And Financial Management To Improve Profitability Irt Riza Jaya

Fadjar Kurnia Hartati¹ Fediانتي Augustinah² Annisa Dwi Puspitarini³

¹Fakultas Pertanian Universitas Dr. Soetomo Surabaya

²Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Dr. Soetomo Surabaya

³Fakultas Teknologi Elektro dan Informatika Cerdas Institut Teknologi Sepuluh Nopember

*Email: fadjar.kurnia@unitomo.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Kalnganyar dengan mitra IRT Riza Jaya yang bergerak dalam bidang olahan ikan bandeng. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah kurang optimalnya pemanfaatan digital marketing dan lemahnya manajemen keuangan, yang berdampak pada rendahnya profitabilitas usaha. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas mitra dalam memanfaatkan teknologi digital dan mengelola keuangan secara efektif guna meningkatkan omzet dan keuntungan usaha. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, pelatihan, pendampingan intensif, evaluasi dan monitoring serta keberlanjutan program. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan yang signifikan: target awal peningkatan keuntungan sebesar 20% tercapai melebihi ekspektasi, yaitu sebesar 38,4%, sedangkan target peningkatan omzet sebesar 20% berhasil melampaui hingga 35%. Kegiatan ini membuktikan bahwa integrasi strategi digital marketing dan manajemen keuangan yang baik dapat secara nyata meningkatkan profitabilitas usaha skala rumah tangga.

Kata Kunci: Digital; Keuangan; Marketing; Manajemen; Riza_Jaya.

Abstract

This community service activity was conducted in Kalnganyar Village with Riza Jaya, a housewife partner engaged in milkfish processing. The main challenges faced by the partner were the suboptimal use of digital marketing and weak financial management, which resulted in low business profitability. This activity aimed to increase the partner's capacity to utilize digital technology and manage finances effectively to increase business turnover and profits. The methods used included outreach, training, intensive mentoring, evaluation and monitoring, and program sustainability. The results showed significant improvement: the initial target of a 20% profit increase was achieved, exceeding expectations by 38.4%, while the target of a 20% increase in turnover was achieved by 35%. This activity demonstrated that integrating digital marketing strategies and sound financial management can significantly increase the profitability of home-based businesses.

Keywords: Digital; Finance; Marketing; Management; Riza_Jaya.

Submitted: 03-10-2025, Revision: 15-12-2025, Accepted: 18-12-2025

PENDAHULUAN

Desa Kalanganyar Kecamatan Sedati, terletak di ujung timur Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, Dimana dua pertiga wilayahnya merupakan daerah budaya perikanan dan merupakan penghasil bandeng terbesar di Kabupaten Sidoarjo, juga paling banyak menyumbangkan hasil perikanan unggulan seperti udang windu, terasi, kerupuk dan olahan bandeng (Yuniantoro dan Astawinetu, 2023), sehingga disebut dengan Kampung Iwak. Bandeng, yang dikenal dengan dagingnya yang lezat dan kandungan gizinya yang tinggi (Prayitno dan Hartati, 2020), menjadi bahan baku utama dalam berbagai produk olahan yang diminati oleh pasar domestik maupun internasional. Industri rumah tangga olahan bandeng, seperti Riza Jaya, memainkan peran penting dalam perekonomian lokal Indonesia, khususnya dalam sektor perikanan dan pengolahan makanan. Namun, untuk bertahan dan berkembang dalam pasar yang semakin kompetitif, penerapan strategi digital marketing dan manajemen keuangan yang efektif menjadi krusial.

Digital marketing telah terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing produk olahan ikan bandeng, setelah menjamin produknya berkualitas (Hartati dkk, 2024). Penelitian oleh Augustinah dkk (2023) menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital seperti media sosial, marketplace, dan website dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Strategi konten yang menarik, seperti penggunaan video dan visual produk, dapat meningkatkan brand awareness dan minat beli konsumen. Selain itu, digital marketing memungkinkan pengukuran efektivitas kampanye pemasaran secara real-time, sehingga pelaku usaha dapat melakukan penyesuaian strategi secara cepat dan tepat.

Manajemen keuangan yang baik, juga merupakan fondasi untuk keberlanjutan dan pertumbuhan usaha. Penelitian oleh Setiadi, Ramadhan, dan Rahayu (2025) mengungkapkan bahwa banyak pelaku UMKM, termasuk pengusaha olahan bandeng, masih menggabungkan keuangan pribadi dan usaha, serta kurang disiplin dalam pencatatan transaksi. Hal ini dapat menyebabkan kesulitan dalam pengambilan keputusan dan meningkatkan risiko kerugian. Implementasi sistem pembukuan yang sederhana berbasis akutansi dalam manajemen keuangan dapat meningkatkan efisiensi dan akurasi laporan keuangan, serta mendukung perencanaan keuangan yang lebih baik.

Integrasi antara digital marketing dan manajemen keuangan yang efektif dapat menciptakan sinergi yang meningkatkan profitabilitas usaha (Askhar dkk, 2024). Dengan pemasaran digital yang tepat sasaran, produk olahan bandeng dapat

menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan (Akmir, dkk, 2024). Sementara itu, manajemen keuangan yang baik memastikan bahwa pendapatan yang diperoleh dikelola dengan efisien, biaya operasional dikendalikan, dan laba usaha dapat dimaksimalkan. Kombinasi keduanya memungkinkan pelaku usaha untuk membuat keputusan strategis yang lebih informasional dan adaptif terhadap perubahan pasar (Dicky dan Nina, 2023).

Meskipun terdapat potensi besar, implementasi digital marketing dan manajemen keuangan menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya pengetahuan teknis, dan resistensi terhadap perubahan. Namun, dengan adanya pelatihan dan pendampingan, seperti yang dilakukan oleh Hannan dkk., (2025), pelaku usaha dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam kedua aspek tersebut. Tujuan khusus kegiatan pengabdian ini adalah memberikan manfaat yang nyata bagi Riza Jaya, masyarakat setempat dan memperkuat hubungan antara Perguruan Tinggi, Masyarakat dan industri setempat, yaitu dengan 1). meningkatkan kapasitas dan ketampilan Riza Jaya dalam mengelola usahanya, dengan memberi pelatihan tentang penggunaan teknologi (Hartati, dkk, 2024), manajemen usaha, pemasaran dan administrasi, 2). Memberdayakan ekonomi local dan meningkatkan kesejahteraan Masyarakat sekitar karena dapat menciptakan lapangan kerja, mengurangi pengangguran dan meningkatkan pendapatan.

Kondisi eksisteing volume penjualan IRT Riza Jaya tersaji pada tabel 1 dan omzet per hari tersaji pada table 2 di bawah ini.

Tabel 1. Volume penjualan IRT Riza Jaya

No.	Nama Produk Olahan Bandeng	Volume Penjualan /Hari (gram bandeng segar)		
		2022	2023	2024
1.	Bandeng Presto	450	750	1.200
2.	Otak-otak Bandeng	500	1.000	1.500
3.	Bandeng Bakar Tandur Bumbu Kecap)	500	1.500	2.000
4.	Sapit (Bandeng Bakar Tandur Bumbu Rujak)	500	1.500	2.000

Tabel 2. Omzet per Hari IRT Riza Jaya

No.	Nama Produk Olahan Bandeng	Pendapatan Penjualan (Omzet)/Hari (Rp)		
		2022	2023	2024
1.	Bandeng Presto	60.000	100.000	160.000
2.	Otak-otak Bandeng	54.000	108.000	216.000
3.	Bandeng Bakar Tandur Bumbu Kecap)	70.000	210.000	350.000
4.	Sapit (Bandeng Bakar Tandur Bumbu Rujak)	84.000	252.000	420.000
TOTAL		295.000	670.000	1.146.000

Tabel 3. Permasalahan Prioritas Mitra, Solusi Yang Ditawarkan, Target Luaran Dan Indikator Capaian

Permasalahan	Solusi yang Ditawarkan	Target Luaran	Indikator Capaian
Bidang Pemasaran			
1. Belum menggunakan Teknik promosi yang tepat sehingga jangkauan pemasaran masih terbatas/terlokal isir (0%)	1. Pelatihan dan pendampingan penggunaan e-commerce/media social seperti Instagram, Facebook, tiktok shop, youtube dll 2. Pendampingan digital marketing mampu meningkatkan keuntungan dan omzet	1. Mitra mempunyai e-commerce/media social untuk media pemasaran agar jangkauan yang lebih luas 2. Mitra mampu meningkatkan keuntungan dan omzet	1. Tersedia e-commerce/media social untuk media pemasaran agar jangkauan yang lebih luas 2. Keuntungan dan omzet meningkat 20%
2. Keuntungan dan omzet relative rendah			
Bidang Manajemen			
1. Tidak ada Manajemen kontrol bahan-bahan hingga produk jadi (0%)	1. Sosialisasi, pelatihan dan praktek membuat sistem manajemen sederhana untuk kontrol bahan-bahan hingga produk jadi	1. Mitra mampu membuat dan menerapkan sistem manajemen sederhana untuk kontrol bahan-bahan hingga produk jadi sehingga dapat digunakan untuk evaluasi dan pengembangan produk.	1. Mitra mampu melakukan manajemen control produksi (50%)
2. Tidak ada Sistem Pembukuan (0%)	2. Sosialisasi dan Pelatihan tentang pentingnya pembuatan system accounting, tertib accounting dan manfaatnya.	2. Mitra mampu membuat dan menerapkan sistem accounting sehingga pendapatan & pengeluaran Riza Jaya dibukukan dengan tertib dan sesuai prinsip-prinsip accounting, mengontrol pendapatan & pengeluaran kas setiap hari, menekan kecurangan serta dapat mengevaluasi terhadap kinerja modal kerja.	2. Tersedia system accounting (70%) dan Mitra mampu menggunakan system accounting sederhana (50%).

Berdasarkan kondisi eksisting tersebut, penting untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan, pendampingan dan praktek untuk meningkatkan kapasitas pengelolaan IRT Riza Jaya dalam dua aspek penting, yaitu digital marketing dan manajemen keuangan berbasis akuntansi dalam rangka untuk meningkatkan profitabilitas. Penelitian yang dilakukan oleh Sugiyanti dkk., (2022) menunjukkan bahwa UMKM yang mengimplementasikan strategi pemasaran digital cenderung

memiliki pertumbuhan yang lebih cepat dan lebih mampu bertahan di pasar yang kompetitif. Selain itu, kajian oleh Wibowo (2019) menemukan bahwa banyak UMKM mengalami kesulitan dalam pengelolaan keuangan yang berdampak pada ketidakstabilan operasional. Oleh karena itu, pelatihan tentang penggunaan teknologi digital marketing untuk pemasaran dan pengelolaan keuangan yang baik sangat penting bagi kelangsungan usaha kecil dan menengah.

METODE

Kegiatan PKM ini dilaksanakan dengan menerapkan metode action based untuk memberikan solusi terhadap permasalahan prioritas yang dialami Riza Jaya. Adapun tahapan pelaksanaannya adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi:

Tujuan tahapan ini adalah untuk penyamaan persepsi terkait program-program kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yang meliputi pelatihan dan pendampingan digital marketing/ pemasaran *e-commerce* dan manajemen keuangan berbasis akutansi.

2. Pelatihan:

Tahap selanjutnya pelatihan digital marketing/ *e-commerce*, manajemen accounting dan manajemen control.

3. Penerapan Teknologi:

Tahapan ini dilakukan dengan cara melibatkan Mitra secara langsung dalam menerapkan digital marketing/ *e-commerce* (cara membuat konten-konten kreatif yang selalu update), Teknik manajemen keuangan berbasis akutansi dan manajemen control.

4. Pendampingan dan Evaluasi:

Pendampingan dilakukan pada pelaksanaan digital marketing/*e-commerce* , manajemen keuangan berbasis akutansi dan manajemen control.

5. Evaluasi dan Monitoring:

Evaluasi dilakukan untuk mengukur kinerja PKM yang sudah dilaksanakan dan luaran yang dihasilkan.

6. Keberlanjutan Program:

Indikator keberhasilan diukur melalui adanya peningkatan pengetahuan, keterampilan dan pendapatan yaitu :

- a. Ada peningkatan ketrampilan penggunaan media social sebagai sarana promosi.
- b. Ada peningkatan penjualan dengan penerapan *e-commerce*.

- c. Ada peningkatan ketrampilan pembukuan accounting.
- d. Ada peningkatan ketrampilan manajemen stok.
- e. Ada peningkatan keuntungan dan omzet sebesar 20%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan mengacu pada solusi dan metode pelaksanaan yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan prioritas mitra, yaitu:

1. Sosialisasi, Penyamaan Persepsi dan Persiapan Pelaksanaan Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM)

Pada tahap sosialisasi dan penyamaan persepsi ini, Mitra dalam hal ini pemilik IRT Riza Jaya Hj. Siti Halimah beserta karyawannya telah sepakat bahwa metode yang digunakan oleh Tim pelaksana PKM untuk menyelesaikan permasalahan yaitu dengan kegiatan pelatihan dan pendampingan, yang meliputi pelatihan dan pendampingan digital marketing (e-commerce) dan Manajemen Keuangan.



Gambar 1. Sosialisasi, penyamaan persepsi dan persiapan Program PKM

Program-program yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan ini mengacu pada UU nomor 20 tahun 2008 tentang pentingnya UMKM menggunakan teknologi informasi untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing, Peraturan Pemerintah nomor 7 tahun 2021 yang mengatur kemudahan, perlindungan dan pemberdayaan UMKM termasuk dalam hal digitalisasi dan pemasaran melalui sistem elektronik, Peraturan Menteri Perdagangan nomor 31 tahun 2023 yang mengatur perijinan dalam perdagangan melalui sistem elektronik termasuk platform e-commerce dan media social, UU Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang memberikan landasan hukum dan sanksi dalam transaksi elektronik dan UU nomor 4 tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan P2SK) yang mendorong

inovasi pembiayaan berbasis digital dan memastikan tata Kelola yang sehat termasuk melalui platform digital.

2. Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing (*e-commerce*)

Langkah-langkah dalam pelatihan dan pendampingan pemasaran yang saat ini sangat banyak memberikan kontribusi pada pemasaran sebuah produk yaitu menggunakan teknologi digital marketing, yang dapat bervariasi tergantung pada tujuan dan target audiensnya. Adapun tahapan yang biasanya diterapkan dalam pemasaran bandeng di IRT Riza Jaya yaitu :

a. Analisis Kebutuhan dan Perencanaan

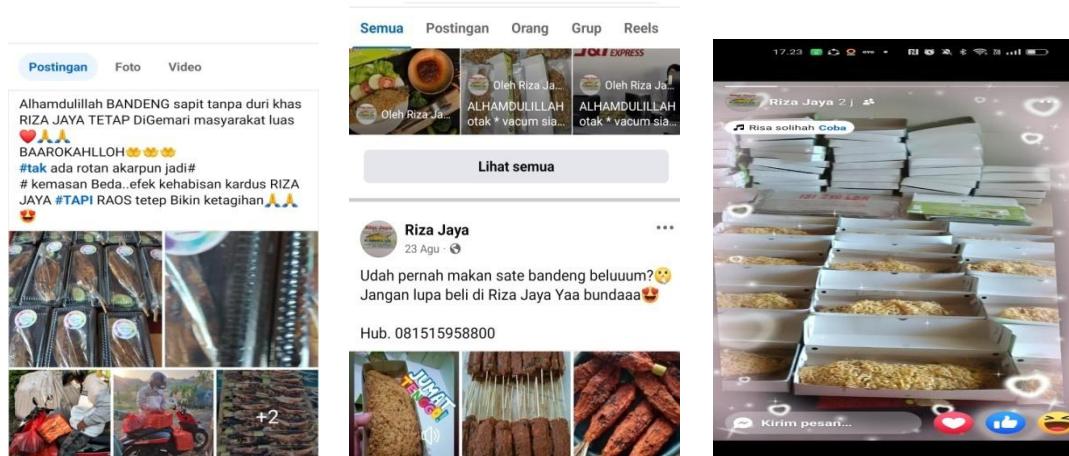
Identifikasi kebutuhan pelatihan pembuatan media pemasaran: kebutuhan spesifik peserta terkait pemasaran digital, termasuk pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan. Penentuan tujuan, untuk meningkatkan keterampilan mitra/peserta dalam mengelola kampanye pemasaran digital, dengan bagaimana cara membuat akun di media sosial yang dipilih oleh mitra IRT Riza Jaya yaitu Facebook dan TikTok.



Gambar 3. Pelaksanaan Pelatihan, Pendampingan Dan Praktek Digital Marketing (*E-Commerce*)

b. Pengembangan Konten Digital :

Memberikan cara-cara membuat materi konten-konten menarik dalam bentuk video-video, foto-foto produk bandeng dan copy writing (kalimat-kalimat promosi) untuk menunjang pemasaran produk bandeng mitra IRT Riza Jaya



Gambar 4. Konten IRT Riza Jaya Di Medsos

c. Pelaksanaan Pelatihan

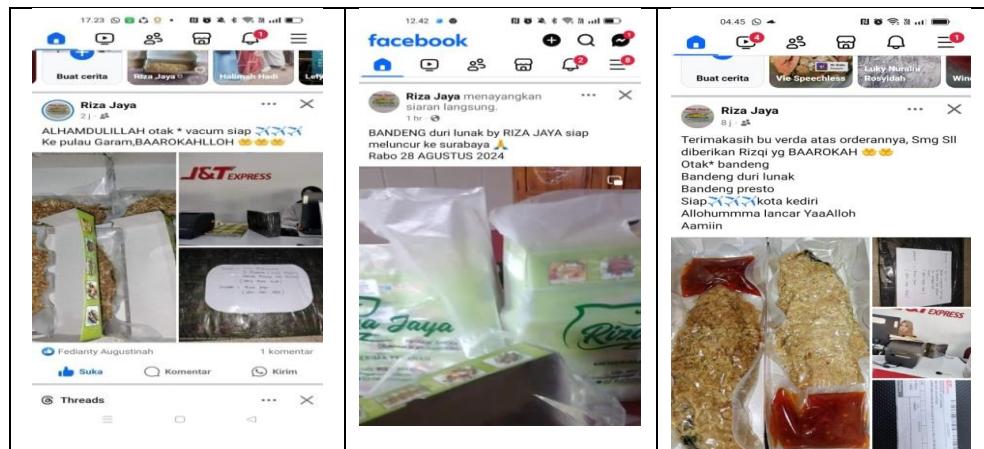
Praktek Langsung : Peserta melakukan praktik langsung seperti membuat akun di platform digital untuk menjalankan kampanye iklan



**Gambar 5. A). Mitra Praktek Membuat Akun Fb Dan Tiktok
B). Akun Facebook Dan C).Akun Tiktok**

d. Pendampingan dan Monitoring Setelah Pemasaran Menggunakan Facebook dan TikTok

Pendampingan personal (mitra) : Peserta mendapatkan pendampingan satu per satu untuk membantu mitra menerapkan konsep yang dipelajari dalam proyek nyata (melalui pemantauan penjualan) setelah membuat pemasaran digital, untuk mengetahui seberapa efektif penjualan bandeng dapat meningkat, setelah melakukan pemasaran secara digital melalui Facebook dan TikTok



Gambar 6. Bukti Pembelian Melalui Fb Setelah Pembuatan Akn, Penjualan Mengalami Peningkatan Karena Penerapan Digital Marketing

Feedback dan Evaluasi : Evaluasi berkala dilakukan untuk menilai kemajuan Feedback dan Evaluasi : Evaluasi berkala dilakukan untuk menilai kemajuan peserta dan memberikan feedback untuk perbaikan. Dengan langkah-langkah ini, pelatihan,

pendampingan, dan praktik pemasaran digital dapat berjalan efektif dan memberikan dampak positif (kenaikan penjualan) bagi mitra IRT Riza Jaya.

3. Pelatihan, Pendampingan dan Praktek Manajemen

Kegiatan PKM bidang manajemen terdiri dari 2 kegiatan yaitu manajemen kontrol bahan dan manajemen keuangan.

3.1. Manajemen kontrol bahan (*material control management*)

Manajemen ini sangat dibutuhkan dalam suatu sistem yang digunakan dalam manajemen operasi sebuah usaha untuk mengawasi dan mengendalikan aliran bahan baku dan komponen yang diperlukan dalam proses produksi, seperti halnya IRT Riza jaya ini. Tujuan utama dari manajemen kontrol bahan adalah memastikan bahwa bahan yang tepat tersedia dalam jumlah yang tepat, pada waktu yang tepat, dengan biaya yang efisien, untuk mendukung kelancaran operasi produksi pada produk bandeng olahan mitra. Pada kegiatan ini, Mitra didampingi untuk melaksanakan manajemen kontrol bahan yang meliputi:

1. Perencanaan Bahan, yaitu:

- Estimasi Kebutuhan: Menghitung kebutuhan bahan baku bandeng berdasarkan rencana produksi, memastikan bahwa jumlah bahan yang diperlukan tersedia untuk memenuhi jadwal produksi/pesanan bandeng.
- Jadwal Pengadaan: Menentukan kapan dan berapa banyak bahan bandeng yang harus dipesan untuk memenuhi kebutuhan produksi tanpa menyebabkan kelebihan persediaan.

2. Pengadaan dan Pembelian, yaitu:

- Pemilihan Pemasok : Memilih pemasok / supplier bandeng sebagai bahan pembatas produk olahan yang dapat menyediakan bahan berkualitas dengan harga yang kompetitif dan waktu pengiriman yang dapat diandalkan.
- Pengendalian Pembelian: Mengelola proses pemesanan bahan baku bandeng, mulai dari pemilihan pemasok, negosiasi kontrak, hingga pemesanan dan penerimaan bahan.

3. Penerimaan dan Pemeriksaan Bahan:

- Pemeriksaan Kualitas: Memastikan bahwa bahan baku bandeng yang diterima sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan, baik dalam hal kualitas maupun kuantitas.
- Pengolahan Bahan: Setelah bahan diterima dan diperiksa, bahan tersebut harus disimpan dalam frezer atau didistribusikan ke bagian produksi sesuai

kebutuhan./pemesanan bandeng olahan dari berbagai macam / jenis olahan bandeng yang diproduksi oleh IRT Riza Jaya

4. Pengelolaan Persediaan:

- Pengendalian Persediaan: Memantau dan mengendalikan jumlah bahan yang disimpan di freser, dengan tujuan mengurangi biaya penyimpanan, menghindari penumpukan stok, dan meminimalkan risiko kekurangan bahan.
- Sistem Inventaris: Menggunakan sistem manajemen inventaris, seperti FIFO (*First-In, First-Out*) atau LIFO (*Last-In, First-Out*), untuk mengelola aliran bahan dan memantau tingkat persediaan. Dimana yang paling tepat untuk bahan baku bandeng mentah adalah bahan yang mudah rusak maka yang paling tepat menggunakan sistem masuk pertama keluar pertama (FIFO).

5. Distribusi dan Pengeluaran Bahan:

- Alokasi Bahan: Mengelola distribusi bahan bandeng yang sudah tersimpan di frezer, ke bagian produksi atau unit lain yang memerlukannya berdasarkan rencana produksi.
- Pengendalian Penggunaan: Memantau penggunaan bahan dalam produksi untuk memastikan efisiensi dan meminimalkan pemborosan bahan baku bandeng. (membuat kartu persediaan yang berisi tanggal persediaan bandeng masuk dan harga pembelian bandeng)

6. Pelaporan dan Analisis:

- Pelaporan Persediaan: Menyediakan laporan rutin mengenai status persediaan, penggunaan bahan, dan pengeluaran biaya (membuat kartu persediaan yang berisi : tanggal masuk bandeng dalam frezer, biaya pembelian bandeng, tanggal pengambilan/pengeluaran bandeng dari frezer bandeng)
- Analisis Kinerja: Melakukan analisis terhadap data penggunaan bandeng mentah (sesuai dengan kartu yang dibuat pada persediaan yang ditempel pada frezer) untuk mengidentifikasi peluang peningkatan efisiensi dan pengurangan biaya.

3.2. Manajemen Keuangan

Pendampingan manajemen keuangan di IRT Riza Jaya harus dilakukan agar proses pengelolaan arus kas, pendapatan, dan pengeluaran untuk memastikan bahwa usaha tetap beroperasi dengan sehat dan berkelanjutan. Meskipun usaha rumahan yang biasanya berskala kecil, manajemen keuangan yang baik sangat penting untuk mencapai keuntungan, meminimalkan risiko keuangan, dan mendukung pertumbuhan bisnis mitra IRT Riza Jaya.

Penerapan manajemen akuntansi sederhana untuk industri rumahan adalah langkah awal yang penting untuk menjaga keuangan usaha tetap teratur. Langkah-langkah pendampingan manajemen keuangan dan akuntansi sederhana untuk mitra, meliputi:

1. Pemisahan Keuangan Pribadi dan Usaha:

- Rekening Bank Terpisah: Buka rekening bank khusus untuk usaha bandeng yang dilakukan oleh mitra IRT Riza Jaya. Membantu memisahkan antara uang pribadi dan uang usaha, sehingga lebih mudah untuk melacak arus kas usaha.
- Catatan Terpisah: Simpan catatan keuangan pribadi dan bisnis secara terpisah untuk memudahkan pelacakan dan pengelolaan.

2. Pencatatan Pendapatan dan Pengeluaran:

- Pendapatan: Catat setiap sumber pendapatan yang diperoleh dari usaha, seperti penjualan produk olahan bandeng dari IRT Riza Jaya.
- Pengeluaran: Catat semua pengeluaran yang berkaitan dengan operasional usaha, termasuk biaya bahan baku, upah tenaga kerja, sewa, dan lain-lain.
- Buku Kas: Mitra wajib menggunakan buku kas sederhana (buku besar) untuk mencatat semua transaksi keuangan secara kronologis. Bisa menggunakan format manual dengan menggunakan buku kas untuk pencatatan keuangan mitra IRT Riza Jaya.

3 Pengelompokan Akun:

- Akun Pendapatan: Buat kategori untuk pendapatan, seperti "Penjualan Produk Bandeng Otak Otak", "Penjualan Produk Bandeng Sapit", dll.
- Akun Pengeluaran: Buat kategori untuk pengeluaran, seperti "Bahan Baku", "Biaya Tenaga Kerja", "Biaya Pemasaran", dan lain-lain.
- Akun Laba Rugi: Secara berkala, hitung laba atau rugi usaha dengan mengurangi total pengeluaran dari total pendapatan.

4. Laporan Keuangan Sederhana

- Laporan Laba Rugi: menunjukkan pendapatan dan pengeluaran selama periode tertentu, sehingga mitra/pengelola IRT Riza Jaya bisa melihat apakah usaha telah menghasilkan laba atau mengalami kerugian.
- Neraca Sederhana: Meskipun sederhana, membuat neraca yang menunjukkan aset (misalnya, uang tunai, persediaan), kewajiban (misalnya, hutang usaha), dan ekuitas (modal pemilik) dapat membantu memahami posisi keuangan usaha secara keseluruhan.



Gambar 7. Mitra IRT Riza Jaya Membuat Pencatatan Keuangan

5. Pengelolaan Arus Kas

- Pelacakan Arus Kas: Buat daftar semua pemasukan dan pengeluaran dalam periode tertentu (misalnya, bulanan) untuk memastikan bahwa usaha memiliki likuiditas yang cukup untuk memenuhi kewajiban.
- Cadangan Kas: Sisihkan sebagian dari pendapatan untuk dijadikan cadangan kas yang dapat digunakan untuk keperluan darurat atau investasi dalam pengembangan usaha.

6. Perencanaan dan Anggaran

- Perencanaan Keuangan: Buat anggaran bulanan atau tahunan untuk memperkirakan pendapatan dan pengeluaran yang akan datang. Ini membantu mengatur pengeluaran dan merencanakan investasi yang diperlukan.
- Analisis Varian: Secara berkala, bandingkan antara anggaran dengan realisasi untuk memahami perbedaan dan membuat penyesuaian yang diperlukan.

3.3. Kebermanfaatan dan Profitabilitas

Kegiatan program PKM ini sangat bermanfaat bagi Riza Jaya, karena berdampak pada peningkatan pendapatan Riza Jaya. Adapun proyeksi volume penjualan produk Riza Jaya setelah pelaksanaan program PKM tahun anggaran 2024 tersaji pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Proyeksi Volume Penjualan Produk Riza Jaya Setelah Pelaksanaan Program PKM

No	Nama Produk Olahan Bandeng	Volume Penjualan / hari (gram bandeng segar)					
		Agt	Sept	Okt	Nop	Des	Rata2
1	Bandeng Presto	1.650	1.800	1.800	1.800	2.100	1.860
2	Otak-Otak Bandeng	2.000	2.000	2.250	2.250	2.750	2.250
3	Bandeng Bakar Tandur Bumbu Kecap	2.750	3.000	3.000	3.000	3.250	3.000
4	Sapit (bandeng Bakar Tandur Bumbu Rujak)	2.750	3.000	3.000	3.000	3.250	3.000

Keterangan:

1. Bandeng presto @150gr, setelah kegiatan rata2 penjualannya meningkat 38% - 75%. Sebelum kegiatan, rata2 penjualan 8 ekor/hari, setelah kegiatan menjadi 11 ekor s/d 14 ekor per hari (rata-rata penjualan 12.37 ekor/hari).
2. Otak-otak Bandeng @250gr, rata-rata penjualannya meningkat 34% - 84%. Sebelum kegiatan, rata-rata penjualan 6 ekor/hari, setelah kegiatan menjadi 8 ekor s/d 11 ekor per hari (rata-rata penjualannya 11 ekor/hari).
3. Bandeng Bakar Tandur Bumbu Kecap @250gr, setelah kegiatan rata-rata penjualannya meningkat 38% - 75%. Sebelum kegiatan rata-rata penjualan 8 ekor/hari, setelah kegiatan menjadi 11 ekor s/d 14 per hari (rat-rata penjualan 12 ekor/hari).
4. Sapit (bandeng Bakar Tandur Bumbu Rujak) @250gr, setelah kegiatan rata-rata penjualannya meningkat 38% - 75%. Sebelum kegiatan rata-rata penjualan 8 ekor/hari, setelah kegiatan menjadi 11 ekor s/d 14 per hari (rata-rata penjualan 12 ekor/hari).

Tabel 4. Proyeksi Pendapatan Penjualan (Omzet) Per Hari

No	Nama Produk Olahan Bandeng	Prediksi Rata2 Pendapatan Penjualan (omzet) / hari		
		Kuantitas (gram)	Harga/gram	Jumlah
1	Bandeng Presto	1.860	133,33	248.000
2	Otak-Otak Bandeng	2.250	144	324.000
3	Bandeng Bakar Tandur Bumbu Kecap	3.000	175	525.000
4	Sapit (bandeng Bakar Tandur Bumbu Rujak)	3.000	210	630.000
Total		10.110	-	1.727.000

Keterangan: Jumlah diatas merupakan hasil kuantitas dikali harga/gram.

Rata-rata rugi laba Riza Jaya per hari **sebelum** pelaksanaan program PKM adalah sebagai berikut:

Pendapatan Rp. 1.146.000

Pengeluaran:

- a. Biaya LPG : Rp. 17.500
- b. Biaya bahan-bahan : Rp. 400.000
- c. Biaya gaji pegawai : Rp. 200.000
- d. Biaya penyusutan alat : Rp. 50.000

Total pengeluaran.....Rp. 667.500

Keuntungan/hari.....Rp. 478.500

Proyeksi Rata-rata rugi laba Riza Jaya per hari **setelah** kegiatan program PKM Adalah sebagai berikut:

Pendapatan Rp. 1.727.000,-

Pengeluaran:

- a. Biaya LPG : Rp. 17.500,-
- b. Biaya bahan-bahan : Rp. 400.000,-
- c. Biaya gaji pegawai : Rp. 200.000,-
- d. Biaya penyusutan alat : Rp. 50.000,-

Total pengeluaran..... Rp. 667.500,-

***Peningkatan pengeluaran:**

(Rp. 667.500 x 159.5%).....Rp. 1.064.662,-

***Keuntungan/hari.....Rp. 662.337,-**

**Peningkatan Keuntungan/hari sebelum dan sesudah pelatihan:

$$= ((Rp. 662.337 - Rp. 478.500) : Rp. 478.500,-)$$

$$= Rp. 183.837,- : Rp. 478.500$$

$$= 0.384 \text{ atau } \mathbf{38.4\%}$$

Keterangan:

1. Prosentase kenaikan, dihitung dari rata2 kenaikan omzet semua produk (154,6% + 183% + 150% + 150%) : 4).

Tabel 5. Nilai Return Of Investment (ROI) Riza Jaya

Tahun	Modal	Laba usaha	Internal Rate of Return (IRR) dalam %
2020	1.200.000	150.000	12.500
2021	1.500.000	225.000	15.000
2022	2.000.000	350.000	17.500
2023	2.200.000	475.500	21.614
2024	2.596.500	662.337	25.508

Keterangan:

Modal bertambah Rp. 395.500,- / hari, berasal dari pertambahan biaya produksi dari Rp. 667.500,- menjadi Rp. 1.064.662,-.

Berdasarkan perhitungan tersebut di atas maka dapat digambarkan bahwa setelah pelaksanaan semua program PKM, omzet penjualan IRT Riza Jaya meningkat rata-rata sebesar 59,5%. Dampaknya, biaya operasional (pengeluaran) juga ikut meningkat. Meskipun begitu, peningkatan biaya operasional tersebut tertutupi dengan peningkatan pendapatan 50,7% $((1.727.000 - 1.146.000) : 1146.000)$, sehingga keuntungan yang diperoleh IRT Riza Jaya meningkat menjadi Rp. 662.337,- atau 38,4%, dengan Tingkat pengembalian investasi (ROI) sebesar 25,51%.

SIMPULAN

Kegiatan optimalisasi digital marketing dan manajemen keuangan berbasis akutansi yang dilaksanakan oleh Tim PKM dari Unitomo berdampak pada peningkatan omzet lebih dari 35% dan keuntungan IRT Riza Jaya. Hal ini didukung adanya peningkatan jumlah dan jenis peralatan produksi, peningkatan pengetahuan, peningkatan pengelolaan manajemen pemasaran dan manajemen keuangan, serta implementasi teknologi informasi ketika pelatihan, pendampingan dan praktik yang disampaikan oleh TIM PKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang tak terhingga dihaturkan kepada Direktur Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sesuai dengan nomor kontrak No. 005/SP2H/PKM/LL7/2024 tanggal 12 Juni 2024 dan LPM. 112.B/B.1.03/VI/2024 tanggal 19 Juni 2024. Terima kasih juga disampaikan kepada LPM Universitas Dr. Soetomo dan Mitra Riza Jaya yang telah mendukung pelaksanaan program ini berjalan dengan lancar dan sukses.

DAFTAR PUSTAKA

Adi Prayitno, S., & Hartati, F. K. (2020). Ilmu Dan Pengetahuan Bahan Pangan (Bahan Pangan Hewani). UMG Press. Gresik

Askhar, B.M., Winarsih, T. dan Maulidza N.F. (2024). Strategi Manajemen Keuangan dan Digital Marketing Terhadap Peningkatan Omset Penjualan Produk. *Jurnal Usaha*, 5(1): 74-81

Akmir, R.A. Andini, Kum K.K., Syafira A.P., Fitriani K. (2024). Strategi Pemasaran Produk Pengolahan Ikan Bandeng Melalui Penerapan Digital Marketing (Studi Kasus Cv. Ayyash Mandiri Kendari). *Jurnal Intelek Insan Cendekia*, 1 (6): 2275-2281

Augustinah, F., Christina, Y.S., A. Sudirman. (2023). Determinant Factor Affecting Impulsive Buying Behavior of Fashion Products in E-Commerce. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 19(2): 332-344

BPS. (2020). *Statistik Daerah Kabupaten Sidoarjo*. Kabupaten Sidoarjo. Sidoarjo.

Dicky P.O., Nina I. (2023). Pentingnya Manajemen Keuangan Bagi Perusahaan. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 3(2): 140-147

Hartati, F.K., Augustinah F., Buniarto, E.A. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Peningkatan Kualitas Olahan Bandeng di Riza Jaya. *Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen dan Mahasiswa*, 7 (2): 112-125.
<https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/abdi/article/view/11687>

Hannan, F.F., M.S. Muzammil, Sinta B. (2025). Pelatihan Dan Pendampingan Manajemen Pemasaran dan Keuangan Untuk Mendukung Kemandirian Ekonomi Pondok Nurul Furqon Tomia Wakatobi Sulawesi Tenggara. *JPMD: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Desa*, 6(2): 509-524

Nadhira Nuril Maushufi 1 , Acynthia Ayu Wilasittha. (2024). Peran Literasi dan Pengelolaan Keuangan dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(4): 9865-9879.

Setiadi, P. B., Ramadhan, A., & Rahayu, S. (2025). Peran Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Meningkatkan Usaha Bandeng Presto Di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 6(3).

Sugiyanti, L., M.Z. Rabbil, Oktavia, K.C., M. Silvia. (2022). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM. *Masarin. Jurnal Manajemen Pemasaran Internasional*, 1(2): 100-110

Yuniantoro, NA dan Astawinetu, ED. 2023. Analisis kelayakan Usaha Tambak Ikan Bandeng. Studi Kasus di Desa Kalanganyar Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo. Gemah Ripah. *Jurnal Bisnis*, 3 (4): 30-43.
<https://www.aksiologi.org/index.php/gemahripah/article/view/1481>