

**OPTIMALISASI PADA PROMOSI DIGITAL DAN PELATIHAN PENYUSUNAN
LAPORAN KEUANGAN MENGGUNAKAN APLIKASI DIGITAL BUKU
WARUNG PADA UMKM BISNIS BY MAMANAT**

Cindy Silviana¹, Dian Kusumawati², Titis Diah Pitaloka³, May Lutfi Dwi Cahyani⁴,
Fina Muhibanah⁵, Subhan Andzim Suharno⁶, Vicky Subekti⁷,
Rizky Wahyudha Rosiawan⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Universitas Muhammadiyah Lamongan.

¹cnd.slv03@gmail.com

ABSTRACT

This community service aims to optimize digital promotion and financial report preparation for MSMEs through the utilization of the Buku Warung application in the By Mamanat business. Many MSMEs face challenges in adopting technology to enhance visibility and operational efficiency in the digital era. This program provides training to partners on utilizing social media as a promotional tool and using the Buku Warung application for more accurate financial record-keeping. The method used in this program begins with identifying the problems faced by the partners, followed by assistance in using financial applications and digital marketing strategies. The training results indicate an improvement in partners' managerial capabilities, as reflected in more organized financial reports and more effective business promotion. Thus, this community service is expected to contribute positively to the sustainability of MSMEs and serve as a reference for similar programs in the future.

Keywords: MSMEs, digital promotion, financial reports, buku warung.

ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan untuk mengoptimalkan promosi digital dan penyusunan laporan keuangan bagi UMKM melalui pemanfaatan aplikasi Buku Warung dalam bisnis By Mamanat. Banyak UMKM menghadapi kendala dalam mengadopsi teknologi guna meningkatkan visibilitas serta efisiensi operasional di era digital. Kegiatan ini memberikan pelatihan kepada mitra dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi serta menggunakan aplikasi Buku Warung untuk pencatatan keuangan yang lebih akurat. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini diawali dengan identifikasi permasalahan yang dihadapi mitra, dilanjutkan dengan pendampingan dalam penggunaan aplikasi keuangan serta strategi pemasaran digital. Hasil dari pelatihan menunjukkan peningkatan kemampuan manajerial mitra, yang tercermin dalam laporan keuangan yang lebih tertata serta efektivitas promosi bisnis yang lebih baik. Dengan demikian, pengabdian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi keberlanjutan UMKM serta menjadi referensi bagi kegiatan pengabdian serupa di masa depan.

Kata kunci: UMKM, promosi digital, laporan keuangan, buku warung.

A. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. UMKM tidak hanya menjadi sumber penghidupan bagi masyarakat, tetapi juga berkontribusi dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pengentasan kemiskinan. Namun, salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah terbatasnya kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital, baik untuk promosi maupun pengelolaan keuangan.

Promosi digital merujuk pada penggunaan media digital untuk memasarkan produk atau layanan. Ini mencakup berbagai metode seperti pemasaran melalui media sosial, email marketing, SEO (*Search Engine Optimization*), dan iklan berbayar. Promosi digital tidak hanya melibatkan aspek teknis, tetapi juga desain, kualitas, branding, dan kemasan produk yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa promosi digital harus direncanakan secara holistik untuk mencapai hasil yang optimal.

Promosi digital telah menjadi salah satu aspek penting dalam

strategi pemasaran modern, terutama bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Promosi digital merupakan alat yang sangat penting bagi UMKM dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing mereka di pasar. Dengan menerapkan strategi yang tepat dan mengatasi tantangan yang ada, UMKM dapat memanfaatkan potensi penuh dari pemasaran digital. Optimalisasi promosi digital melalui media sosial dan platform digital lainnya terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk UMKM. Rachmadani menekankan pentingnya pendampingan dan digitalisasi UMKM berbasis optimalisasi pembuatan konten promosi digital untuk menarik perhatian konsumen (Rachmadani, 2024). Selain itu, Hartana menunjukkan bahwa pemasaran online yang efektif, termasuk penggunaan media sosial, dapat membantu UMKM bertahan dan berkembang di tengah tantangan yang dihadapi, terutama selama masa pandemi (Hartana, 2022). Penggunaan platform seperti Instagram, WhatsApp, dan Tiktok

sebagai media promosi juga telah terbukti meningkatkan interaksi dengan konsumen dan memperluas jangkauan pasar (Nurhidayah, 2022; Saragih, 2024).

Selain optimalisasi promosi digital aspek penting dalam UMKM lainnya adalah laporan keuangan. Laporan keuangan adalah ringkasan dari transaksi keuangan yang terjadi dalam suatu periode tertentu, yang disusun sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku. Laporan ini biasanya mencakup informasi tentang pendapatan, biaya, aset, kewajiban, dan ekuitas. Laporan keuangan dapat digunakan oleh berbagai pihak, termasuk manajemen, investor, kreditor, dan pemangku kepentingan lainnya, untuk menganalisis kinerja dan posisi keuangan suatu entitas. Pengelolaan keuangan yang baik adalah fondasi keberlanjutan usaha, sehingga diperlukan alat bantu yang mudah digunakan, seperti aplikasi digital Buku Warung. Aplikasi Buku Warung merupakan salah satu inovasi digital yang dirancang untuk membantu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam mengelola pembukuan keuangan mereka. Dengan kemudahan akses dan penggunaan yang ditawarkan, aplikasi

ini menjadi alat yang sangat berguna bagi pelaku UMKM yang sering kali menghadapi tantangan dalam pencatatan dan pengelolaan keuangan. Kajian ini akan membahas fitur, manfaat, dan dampak penggunaan aplikasi Buku Warung dalam konteks UMKM.

Bedasarkan hasil observasi dan wawancara, ada salah satu UMKM yang menghadapi tantangan tersebut adalah bisnis by mamanat, yang merupakan salah satu UMKM yang berada di kota lamongan. Bisnis by mamanat merupakan bisnis yang berjalan pada bisnis makanan siap saji dan frozen food. Pada bisnis by mamanat memiliki masalah utama yaitu kurang optimalnya dalam pemasaran digital seperti kurang mengikuti tren pasar terkini dan kurangnya pemahaman dalam Menyusun laporan keuangan dengan baik.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, kami berencana memberikan pendampingan kepada bisnis by mamanat dalam penerapan pemasaran digital dengan memberikan bantuan saat membuat konten tentang produknya dan memberikan ide-ide kontek terkini yang cocok untuk produk mamanat

agar dapat memikat lebih banyak pelanggan dan memperluas jangkauan pasar. Kami juga membantu untuk mempromosikan sosial media bisnis UMKM ini agar dapat dikenal lebih luas lagi. Dan memberikan pelatihan dalam penyusunan laporan keuangan dengan menggunakan aplikasi digital buku warung yang sudah banyak dipakai oleh para pengusaha UMKM agar penyusunan laporan keuangannya lebih rapi dan akurat untuk mendukung pengelolaan keuangan yang lebih baik serta perencanaan bisnis jangka Panjang. Pelatihan penyusunan laporan keuangan menggunakan aplikasi digital seperti Buku Warung dapat membantu untuk meningkatkan kemampuan manajerial UMKM By Mamana. Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini tidak hanya memberikan pemahaman tentang pengelolaan keuangan yang baik, tetapi juga membantu pelaku UMKM dalam mengoptimalkan penggunaan teknologi untuk pencatatan dan pelaporan keuangan. Misalnya, Widayani menunjukkan bahwa pelatihan dalam pengelolaan keuangan berbasis digital dapat meningkatkan kapasitas UMKM dalam mengelola dan melaporkan

keuangan mereka secara efektif (Widayani, 2023). Selain itu, pelatihan ini juga berkontribusi pada peningkatan literasi digital di kalangan pelaku UMKM, yang merupakan kunci untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan pasar (Widiawati, 2024).

Dengan demikian, Optimalisasi promosi digital dan pelatihan penyusunan laporan keuangan menggunakan aplikasi digital Buku Warung pada UMKM bisnis merupakan langkah strategis yang mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dalam konteks ini, digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan efisiensi operasional dan manajerial.

B. Metode Penelitian

Pengabdian Masyarakat ini dilakukan pada salah satu Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) yang ada di kota Lamongan. Metode penelitian yang digunakan dalam kegiatan ini terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu persiapan, perencanaan, dan evaluasi.

Tahap persiapan dimulai dengan identifikasi awal terhadap

permasalahan yang dihadapi oleh UMKM By Mamanat. Observasi dan wawancara dilakukan untuk memahami kendala yang dialami dalam hal promosi digital dan pengelolaan laporan keuangan. Selain itu, dilakukan studi literatur mengenai strategi pemasaran digital dan penggunaan aplikasi keuangan bagi UMKM sebagai dasar dalam menyusun program pendampingan yang efektif.

Tahap kedua yakni tahap pelaksanaan. Pada tahap ini, disusun rencana pendampingan yang mencakup, pelatihan strategi promosi digital, termasuk pembuatan konten pemasaran, dan penggunaan media sosial. Kedua, Pengenalan dan pelatihan penggunaan aplikasi Buku Warung untuk pencatatan keuangan, termasuk cara input data keuangan dan analisis laporan keuangan. Berdasarkan lembar pengumpulan data ada beberapa masalah yang di hadapi oleh bisnis By Mamanat, yaitu:

1. Pada masalah yang terkait manajemen peneliti menemukan adanya Kurang optimalnya promosi digital seperti jarang nya pembuatan konten yang mengikuti tren terkini dan pengambilan gambar yang kurang tepat,

sehingga mengakibatkan promosi digital yang dilakukan oleh UMKM ini belum bisa menarik pelanggan dan menjangkau pasar secara luas.

2. Pada masalah terkait akuntansi pada bisnis UMKM by mamanat masih kurang pemahaman dalam memyusun laporan keuangan, salah satunya masih menggunakan cara konvensional sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama untuk menyusunnya.

Tahap ketiga, pendampingan intensif dalam implementasi strategi yang telah diajarkan guna memastikan UMKM By Mamanat dapat menerapkan materi yang diberikan dengan baik. Sekaligus analisis terhadap peningkatan keterampilan mitra dalam promosi digital dan pencatatan keuangan.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan Hasil Peneelitian

Bisnis by mamanat adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berlokasi di kota lamongan, jawa timur. Bisnis UMKM ini berfokus pada produksi dan menjual makanan siap saji dan frozen food. Bisnis ini dijalankan di perum BMR (Perumahan Mutiara Raya), jln. Demak No.6 Tanjung, Lamongan.

Pendampingan yang dilakukan terhadap UMKM By Mamanat mencakup dua aspek utama, yaitu optimalisasi promosi digital dan pelatihan penyusunan laporan keuangan dengan aplikasi Buku Warung. Hasil pendampingan menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam kedua aspek tersebut.

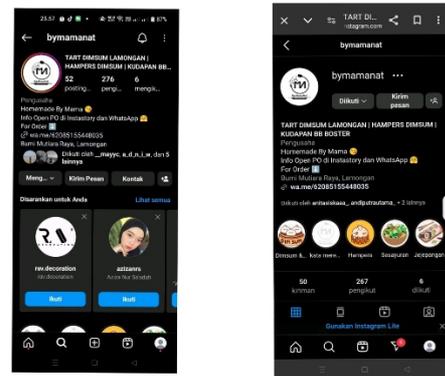
Promosi Digital, pada pendampingan meliputi cara pembuatan konten yang menarik serta strategi promosi.



Gambar 1. Proses pendampingan dan hasil konten promosi.

Pendampingan terhadap UMKM By Mamanat mengalami peningkatan interaksi pada media sosialnya. Konten yang diproduksi menjadi lebih menarik dan mengikuti tren pasar, sehingga engagement pelanggan meningkat. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah pengikut dan

interaksi di media sosial seperti Instagram dan WhatsApp yang sebelumnya berjumlah 404 viewers menjadi 1.076 viewer dan dari 267 followers menjadi 276 followers.



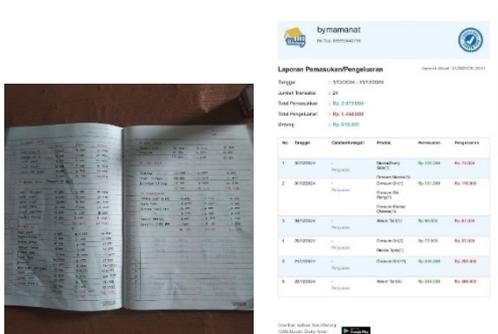
Gambar 2. peningkatan followers pada Instagram By Mamanat

Penyusunan Laporan Keuangan, berbantuan aplikasi Buku Warung, pencatatan transaksi menjadi lebih sistematis dan akurat. UMKM By Mamanat yang sebelumnya menggunakan metode manual kini dapat melakukan pencatatan lebih cepat dan efisien, sehingga dapat memantau arus kas dengan lebih baik.



Gambar 3. pendampingan Aplikasi Buku Warung

Hasil menunjukkan pencatatan pembukuan yang akurat lewat aplikasi digital yang tentunya proses pencatatanya lebih cepat, meningkatkan ketrampilan, menghasilkan laporan keuangan yang lebih baik, dan tentunya juga dapat meminimalisir kehilangan data. Tidak hanya itu saja pencatatan pembukuan melalui aplikasi juga dapat meningkatkan efisiensi operasional dan juga memberikan kontribusi pada pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis dalam jangka Panjang.



Gambar 2. Perubahan pencatatan sebelum dan sesudah pendampingan Hasil evaluasi menunjukkan bahwa dengan implementasi strategi promosi digital yang lebih optimal dan penggunaan aplikasi keuangan yang tepat, UMKM By Mamanat mampu meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasarnya. Pendampingan ini membuktikan

bahwa integrasi teknologi dalam UMKM dapat meningkatkan keberlanjutan usaha.

Pembahasan

Pendampingan ini memberikan wawasan bahwa digitalisasi memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, serta memberikan nilai tambah dalam strategi pemasaran. Menurut (Rachmadani, 2024) digitalisasi UMKM yang berbasis pada optimalisasi pembuatan konten promosi digital dapat meningkatkan daya tarik konsumen secara signifikan. Penerapan strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan omzet usaha, karena promosi digital yang menarik mampu membangun kesadaran merek serta memperluas jangkauan pasar yang sebelumnya terbatas secara geografis. Oleh karena itu, digitalisasi menjadi sebuah kebutuhan yang tidak dapat diabaikan oleh para pelaku UMKM yang ingin tetap bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif.

Selain digitalisasi dalam promosi, pemasaran digital secara keseluruhan juga memiliki dampak besar terhadap pertumbuhan UMKM. (Hartana, 2022) menekankan bahwa pemasaran digital yang efektif, termasuk penggunaan media sosial, dapat membantu UMKM menghadapi tantangan persaingan pasar yang semakin ketat. Dengan memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, UMKM dapat membangun interaksi yang lebih erat dengan pelanggan, meningkatkan brand awareness, serta menciptakan strategi pemasaran yang lebih interaktif dan menarik. Studi menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang secara aktif menggunakan media sosial dalam strategi pemasarannya mengalami peningkatan penjualan hingga 30% dalam waktu satu tahun. Hal ini membuktikan bahwa pemasaran digital bukan hanya sekadar pilihan, tetapi menjadi kebutuhan utama dalam mendukung pertumbuhan bisnis UMKM di era digital.

Selain aspek pemasaran, pencatatan keuangan juga merupakan salah satu faktor krusial yang menentukan keberlangsungan UMKM. Widayani

(2023) menunjukkan bahwa pelatihan dalam pengelolaan keuangan berbasis digital dapat meningkatkan kapasitas UMKM dalam mencatat dan melaporkan kondisi keuangan secara lebih akurat dan efisien. Banyak pelaku UMKM yang sebelumnya masih mencatat transaksi secara manual mulai beralih ke aplikasi keuangan digital seperti Buku Warung dan Majoo. Penggunaan aplikasi ini tidak hanya mempermudah pencatatan keuangan, tetapi juga memungkinkan pemantauan kondisi keuangan secara real-time, sehingga UMKM dapat mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat berdasarkan data yang akurat. Dengan sistem pencatatan keuangan yang baik, UMKM dapat mengurangi risiko kesalahan pengelolaan keuangan yang berpotensi menghambat perkembangan bisnis mereka.

Dengan demikian, optimalisasi promosi digital dan penerapan pencatatan keuangan berbasis digital merupakan langkah strategis yang harus terus didorong dalam pengembangan UMKM. Integrasi teknologi dalam UMKM tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha dalam jangka

panjang. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk lebih adaptif terhadap perubahan tren pasar dan memberikan mereka kesempatan untuk berkembang di tingkat yang lebih luas. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital harus menjadi prioritas utama dalam strategi pengembangan UMKM agar mereka dapat bertahan dan terus berkembang di era digital yang semakin dinamis.

E. Kesimpulan

Pendampingan UMKM By Mamanat dalam memanfaatkan teknologi digital dalam hal pemasaran dan pengelolaan keuangan berdampak signifikan terhadap kemajuan bisnis. Promosi UMKM digital tersebut mengalami peningkatan serta pengelolaan bisnis yang lebih profesional dalam menangani masalah karena tidak memahami cara membuat laporan keuangan, dengan menggunakan aplikasi Buku Warung sangat mudah, efisien, dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Hartana. (2022). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Digital Marketing Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 10(3), 1–24. <https://doi.org/10.23887/jpku.v10i3.50585>
- Nurhidayah, A. E. (2022). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Dan Mutu Pendidikan Islam Melalui Pendekatan Manajemen Pendidikan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 107–117. <https://doi.org/10.56145/jurnalekonomidanbisnis.v2i2.292>
- Rachmadani, W. S. (2024). Assistance and Digitalization of MSMEs Based on Optimization of Digital Promotional Content Creation. *Indonesian Journal of Devotion and Empowerment*, 5(2), 13–19. <https://doi.org/10.15294/ijde.v5i2.71970>
- Saragih, A. (2024). Optimalisasi Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Peprustakan Umum Kabupaten Deli Serdang. *Jutisi Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 13(2), 1512. <https://doi.org/10.35889/jutisi.v13i2.2254>
- Widayani, A. (2023). Scale Up Komersialisai Produk Kampung Opak Gambir Dengan Pemanfaatan Digital Marketing Melalui Pesan Visual, Copywriting Dan Seo. *Selaparang Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(3), 1916. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i3.16948>
- Widiawati, K. (2024). Peningkatan Kapasitas Digital Marketing Dan Manajerial Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Berbasis Kemitraan Pada Mutiara Craft (Ecoprint). *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(1), 1304.

- <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i1.20728>
- Hartana. (2022). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Digital Marketing Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 10(3), 1–24. <https://doi.org/10.23887/jpku.v10i3.50585>
- Nurhidayah, A. E. (2022). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Dan Mutu Pendidikan Islam Melalui Pendekatan Manajemen Pendidikan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 107–117. <https://doi.org/10.56145/jurnalekonomidanbisnis.v2i2.292>
- Rachmadani, W. S. (2024). Assistance and Digitalization of MSMEs Based on Optimization of Digital Promotional Content Creation. *Indonesian Journal of Devotion and Empowerment*, 5(2), 13–19. <https://doi.org/10.15294/ijde.v5i2.71970>
- Saragih, A. (2024). Optimalisasi Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Peprustakaan Umum Kabupaten Deli Serdang. *Jutisi Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 13(2), 1512. <https://doi.org/10.35889/jutisi.v13i2.2254>
- Widayani, A. (2023). Scale Up Komersialisai Produk Kampung Opak Gambir Dengan Pemanfaatan Digital Marketing Melalui Pesan Visual, Copywriting Dan Seo. *Selaparang Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(3), 1916. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i3.16948>
- Widiawati, K. (2024). Peningkatan Kapasitas Digital Marketing Dan Manajerial Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Berbasis Kemitraan Pada Mutiara Craft (Ecoprint). *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(1), 1304. <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i1.20728>