



Content lists available at Mara Cendekia Publisher

JURNAL ENTITAS PENGABDIAN MASYARAKAT

Journal Homepage: <https://journal.marapublisher.com>

ISSN 3110-0295 (Print), 3110-0155 (Online)



Optimalisasi Pengelolaan Keuangan dan Digitalisasi Usaha pada UMKM Dolodoro melalui Pencatatan Keuangan Sederhana dan Pemanfaatan Platform Digital

Awang Prahoroeykti^{1*}, Nugraeni²^{1,2}Program Studi Akuntansi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia

ARTICLE INFORMATION

Article history:

Receipt: 15 Juni 2026

Revision: 25 Juli 2026

Accepted: 7 Juli 2026

ABSTRAK

Abstrak: UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, namun masih menghadapi berbagai permasalahan terutama dalam aspek pengelolaan keuangan dan pemasaran digital. Kegiatan pengabdian ini bertujuan memperkuat kapasitas pengelolaan usaha melalui penerapan pencatatan keuangan sederhana dan pemanfaatan platform digital pada UMKM Toko Sandal Dolodoro. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui tahapan observasi, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra telah menerapkan pencatatan keuangan sederhana secara rutin serta memisahkan keuangan usaha dan keuangan pribadi. Pada aspek digitalisasi usaha, implementasi platform digital diwujudkan melalui penggunaan *WhatsApp Business* sebagai media komunikasi dan pemesanan, publikasi lima unggahan produk pada *Instagram*, pendaftaran lokasi usaha pada *Google Maps*, serta penggunaan *QRIS* pada 20 transaksi sebagai metode pembayaran digital. Penerapan tersebut meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan promosi, serta memberikan kemudahan dalam proses transaksi dengan konsumen. Secara keseluruhan, integrasi pencatatan keuangan sederhana dan pemanfaatan platform digital berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pengelolaan usaha serta penguatan kapasitas mitra dalam mengembangkan usahanya. Keberlanjutan program didukung oleh komitmen mitra untuk melanjutkan pencatatan keuangan secara rutin, mengoptimalkan pemanfaatan platform digital, serta melakukan komunikasi dan *monitoring* secara berkala guna memastikan implementasi program tetap berjalan secara konsisten.

Abstract: *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in Indonesia's economy; however, they continue to face challenges, particularly in financial management and digital marketing. This community service program aimed to strengthen business management capacity through the implementation of simple financial record-keeping and the utilization of digital platforms at Dolodoro Sandal Store MSME. The program employed a participatory approach consisting of observation, socialization, training, mentoring, and evaluation stages. The results showed that the partner had consistently implemented simple financial record-keeping and separated business finances from personal finances. In terms of business digitalization, digital platforms were utilized through the use of WhatsApp Business for communication and order management, the publication of five product posts on Instagram, the registration of the business location on Google Maps, and the use of QRIS for 20 payment transactions as a digital payment method. These implementations improved business visibility, expanded promotional reach, and facilitated transaction processes for customers. Overall, the integration of simple financial record-keeping and digital platform utilization contributed to improving business management practices and strengthening the partner's capacity to develop the business. The sustainability of the program is supported by the partner's commitment to maintaining regular financial records, optimizing the use of digital platforms, and conducting periodic communication and monitoring to ensure the consistent implementation of the program.*

Email Corresponding Author:

awang.prahoro@gmail.com

Kata Kunci:

Digitalisasi

Pemasaran digital

Pencatatan keuangan

QRIS

UMKM

Keywords:

Digitalization

Digital marketing

Financial recording

MSMEs

QRIS



PENDAHULUAN

Dalam struktur perekonomian nasional, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap aktivitas ekonomi masyarakat. Selain berperan sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi, UMKM juga menjadi sumber penciptaan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta berkontribusi terhadap pemerataan kesejahteraan dan pengurangan kemiskinan (Alkamalat et al., 2024; Ardiansyah et al., 2024; Dwifanty et al., 2025; Ekaputra, 2025). Oleh karena itu, pengembangan UMKM memerlukan dukungan berbagai pihak melalui penyediaan akses permodalan, peningkatan keterampilan, serta pendampingan teknis dan manajerial guna meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha.

Data dari Kementerian Koperasi dan UMKM menunjukkan kekuatan besar sektor ini, di mana pada tahun 2024 jumlah pelakunya sudah menembus angka 64 juta unit. Peran strategis UMKM juga tercermin dari kontribusinya terhadap perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, sektor ini menyumbang sekitar Rp9.580 triliun atau setara dengan 61% Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sehingga menjadi salah satu penopang utama aktivitas ekonomi nasional (Alkamalat et al., 2024; Direktorat Jenderal Kekayaan Negara, 2021; Maharani et al., 2024). Hal tersebut menunjukkan bahwa UMKM tetap menjadi salah satu pilar utama yang menopang perekonomian Indonesia.

Di balik kontribusinya yang besar terhadap perekonomian nasional, UMKM masih dihadapkan pada berbagai tantangan yang dapat memengaruhi keberlangsungan usahanya. Persaingan pasar yang semakin kompetitif, perubahan preferensi konsumen, serta pesatnya perkembangan teknologi digital mendorong pelaku UMKM untuk terus menyesuaikan strategi pengelolaan usahanya. Oleh karena itu, penerapan manajemen usaha yang adaptif, pengembangan inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing serta mendukung keberlanjutan usaha (Nur & Majid, 2023; Ekaputra & Apriani, 2025).

Pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga menjadi sarana komunikasi dengan pelanggan, penyedia informasi usaha, serta pendukung transaksi secara elektronik. Penggunaan platform seperti *WhatsApp Business*, *Instagram*, *Google Maps*, dan *QRIS* memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kemudahan akses bagi konsumen, serta mendukung proses transaksi yang lebih praktis dan efisien (Astuti & Nugraeni, 2023; Caswito et al., 2025; Pratama & Paransa, 2024). Selain itu, digitalisasi juga mencakup pemanfaatan *Google Maps* untuk meningkatkan aksesibilitas lokasi usaha serta penggunaan *QRIS* sebagai sistem pembayaran digital yang mempermudah transaksi. Selain tantangan pada aspek pemasaran, pengelolaan keuangan juga masih menjadi kendala yang dihadapi banyak UMKM. Praktik pencatatan transaksi yang belum dilakukan secara konsisten menyebabkan pelaku usaha kesulitan memperoleh informasi mengenai arus kas, biaya operasional, maupun keuntungan usaha secara akurat. Akibatnya, proses pengendalian keuangan, evaluasi kinerja, dan penyusunan rencana pengembangan usaha menjadi kurang optimal. Oleh karena itu, penerapan pencatatan keuangan yang dilakukan secara teratur menjadi salah satu komponen penting dalam mendukung pengambilan keputusan dan menjaga keberlangsungan usaha (Alkamalat et al., 2024; Maharani et al., 2024).

Kondisi serupa juga dijumpai pada UMKM Toko Sandal Doladoro. Berdasarkan hasil observasi awal, usaha ini belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang diterapkan secara konsisten. Selain itu, pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi maupun penggunaan

sistem pembayaran digital masih belum dilakukan secara optimal. Situasi tersebut menunjukkan perlunya program pendampingan yang mengintegrasikan penguatan pengelolaan keuangan dengan pemanfaatan platform digital untuk mendukung pengembangan usaha

Sebagai upaya mengatasi permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini difokuskan pada penerapan pencatatan keuangan sederhana yang diintegrasikan dengan pemanfaatan *platform* digital, meliputi *WhatsApp Business*, *Instagram*, *Google Maps*, dan *QRIS*. Pendekatan ini diharapkan dapat memperkuat kemampuan mitra dalam mengelola keuangan sekaligus mengembangkan pemasaran berbasis digital.

METODE

Pengabdian masyarakat ini menerapkan pendekatan *participatory online training*, yaitu pelatihan berbasis partisipasi aktif yang diselenggarakan melalui media digital guna meningkatkan keterlibatan peserta secara efektif (Sholikhah et al., 2025; Ekaputra, 2025; Ekaputra et al., 2025). Program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada bulan Juni di UMKM Toko Sandal Doladoro yang berlokasi di Jalan Solo-Pacitan, RT 16/RW 9, Talunombo, Baturetno, Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah. Kegiatan dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory approach*), yaitu pendekatan yang melibatkan mitra secara aktif dalam setiap tahapan pelaksanaan, mulai dari identifikasi kebutuhan, pelaksanaan program, hingga evaluasi. Keterlibatan tersebut diharapkan mampu meningkatkan pemahaman, keterampilan, serta kemandirian mitra dalam mengelola usaha sesuai dengan kebutuhan yang dihadapi (Fatah & Purwanto, 2024; Firmansyah & Wulandari, 2023). Fokus kegiatan diarahkan pada penerapan pencatatan keuangan sederhana dan pemanfaatan *platform* digital melalui tahapan observasi, sosialisasi, pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi.

Observasi lapangan

Tahap observasi dilakukan sebagai langkah awal untuk mengidentifikasi kondisi usaha dan kebutuhan mitra sebelum program dilaksanakan. Pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan terhadap aktivitas operasional serta wawancara dengan pemilik usaha. Hasil observasi menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan masih belum didukung oleh sistem pencatatan yang dilakukan secara konsisten. Selain itu, promosi usaha masih mengandalkan cara konvensional karena pemanfaatan *platform* digital, seperti *WhatsApp Business*, *Instagram*, *Google Maps*, dan *QRIS*, belum diterapkan secara optimal.



Gambar 1. Dokumentasi Situasi Riil Lokasi Operasional Mitra Usaha

Sosialisasi

Berdasarkan hasil, observasi, kegiatan dilanjutkan dengan tahap sosialisasi sebagai upaya memberikan pemahaman awal mengenai pentingnya pengelolaan keuangan dan digitalisasi usaha. Pada tahap ini, mitra memperoleh penjelasan mengenai manfaat pencatatan keuangan sederhana, pemanfaatan *platform* digital untuk pemasaran, penggunaan *Google Maps* sebagai media informasi lokasi usaha, serta *QRIS* sebagai alternatif pembayaran digital. sosialisasi dilaksanakan sebagai bekal sebelum memasuki tahap pelatihan dan pendampingan. Adapun pokok bahasan yang disampaikan mencakup:

1. Peran pencatatan keuangan sederhana sebagai dasar dalam pengambilan keputusan usaha.
2. Penerapan pencatatan keuangan sederhana untuk mencatat transaksi pemasukan dan pengeluaran.
3. Pemanfaatan *WhatsApp Business*, *Instagram*, dan *Google Maps* sebagai *platform* digital untuk mendukung promosi serta penyediaan informasi usaha.
4. Pemanfaatan *QRIS* sebagai metode pembayaran digital yang mendukung kemudahan transaksi usaha.

Kegiatan sosialisasi bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar sebelum pelaksanaan pelatihan dan pendampingan. Sosialisasi menjadi tahapan penting untuk meningkatkan kesiapan peserta dalam menerima dan menerapkan teknologi digital pada kegiatan usaha.

Pelatihan dan Pendampingan

Tahap pelatihan dan pendampingan difokuskan pada penerapan materi yang telah disampaikan selama sosialisasi. Mitra didampingi dalam menerapkan pencatatan keuangan sederhana, mengelola akun *WhatsApp Business* dan *Instagram*, mendaftarkan lokasi usaha pada *Google Maps*, serta mengimplementasikan *QRIS* sebagai metode pembayaran digital. pendampingan dilakukan secara langsung agar mitra dapat mempraktikkan setiap tahapan penggunaan *platform* digital dan memperoleh solusi atas kendala yang muncul selama proses implementasi (Burhanuddin & Nugraeni, 2025). Adapun pokok bahasan dan materi yang disampaikan dalam pelatihan tersebut meliputi:

1. Pencatatan keuangan sederhana untuk mencatat transaksi pemasukan, pengeluaran, dan menghitung laba usaha.
2. Pemanfaatan *WhatsApp Business* sebagai media komunikasi dengan pelanggan serta penyediaan katalog produk.
3. Pengelolaan *Instagram* bisnis sebagai media promosi melalui penyusunan konten, penulisan *caption*, dan publikasi produk.
4. Pendaftaran dan optimalisasi *Google Maps* sebagai media informasi lokasi usaha.
5. Implementasi *QRIS* sebagai metode pembayaran digital untuk mendukung kemudahan transaksi.

Pendampingan dilakukan secara berkelanjutan selama program berlangsung untuk memastikan setiap materi yang diberikan dapat diterapkan dalam aktivitas usaha sehari-hari. Melalui proses ini, mitra memperoleh kesempatan untuk mempraktikkan penggunaan sistem pencatatan keuangan dan berbagai platform digital secara langsung sehingga implementasinya dapat disesuaikan dengan kebutuhan usaha, pendekatan tersebut dinilai lebih efektif karena tidak hanya meningkatkan pemahaman, tetapi juga membangun

keterampilan praktis dalam pengelolaan usaha (Burhanuddin & Nugraeni, 2025).

Evaluasi

Evaluasi dilaksanakan untuk menilai Tingkat ketercapaian program berdasarkan perubahan kondisi mitra setelah kegiatan pendampingan. Penilaian dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk menilai efektivitas pelaksanaan program sekaligus mengidentifikasi aspek yang masih memerlukan tindak lanjut. Aspek yang dievaluasi meliputi:

1. Keteraturan pencatatan transaksi keuangan.
2. Pemisahan keuangan usaha dan keuangan pribadi.
3. Penggunaan *WhatsApp Business*.
4. Pemanfaatan *Instagram* sebagai media promosi.
5. Pendaftaran lokasi usaha pada *Google Maps*.
6. Penggunaan *QRIS* sebagai metode pembayaran digital.



Gambar 2. Alur sirkulasi tahapan pelaksanaan program pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Observasi Lapangan

Hasil observasi menunjukkan bahwa kondisi awal mitra masih menghadapi kendala pada aspek pengelolaan keuangan dan digitalisasi usaha. Pencatatan keuangan belum dilakukan secara teratur sehingga pemilik usaha mengalami kesulitan dalam memantau arus kas, biaya operasional, dan keuntungan usaha. Selain itu, aktivitas pemasaran masih didominasi oleh cara konvensional karena pemanfaatan *platform* digital, seperti *WhatsApp Business*, *Instagram*, *Google Maps*, dan *QRIS*, belum dilakukan secara optimal. Situasi objektif yang dihadapi oleh mitra sebelum adanya intervensi program dirangkum secara mendetail dalam Tabel 1.

Tabel 1. Profil performa objektif mitra sebelum pelaksanaan program intervensi

No	Aspek	Kondisi Awal
1.	Pencatatan Keuangan	Belum menerapkan sistem pencatatan keuangan yang tersusun secara sistematis.
2.	Pencatatan Transaksi	Dilakukan secara sederhana dan tidak konsisten.
3.	Pemantauan Keuangan	Kesulitan mengetahui pemasukan, pengeluaran, dan keuntungan usaha.
4.	Pemasaran	Masih mengandalkan pelanggan tetap dan promosi dari mulut ke mulut.
5.	<i>WhatsApp Business</i>	Belum digunakan.
6.	<i>Instagram Business</i>	Belum digunakan.
7.	<i>Google Maps</i>	Belum terdaftar.
8.	<i>QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)</i>	Belum tersedia

Pelaksanaan Sosialisasi dan Pelatihan

Tahap sosialisasi dilaksanakan sebagai upaya memberikan pemahaman awal kepada mitra mengenai pentingnya pengelolaan keuangan dan digitalisasi usaha. Selama kegiatan berlangsung, pemilik usaha menunjukkan antusiasme yang tinggi melalui diskusi aktif mengenai berbagai kendala yang dihadapi dalam pengelolaan usahanya.

Pelaksanaan pelatihan difokuskan pada penerapan pencatatan keuangan sederhana agar mitra mampu mendokumentasikan setiap transaksi pemasukan dan pengeluaran secara lebih sistematis. Selama proses pendampingan, pemilik usaha memperoleh bimbingan dalam melakukan pencatatan transaksi sekaligus memahami informasi keuangan yang dihasilkan dari pencatatan tersebut.

Pada aspek digitalisasi usaha, pendampingan diarahkan pada pemanfaatan berbagai *platform* digital sebagai media promosi sekaligus sarana pendukung aktivitas usaha. Mitra didampingi dalam menggunakan *WhatsApp Business*, *Instagram*, *Google Maps*, dan *QRIS* agar masing-masing *platform* dapat dimanfaatkan sesuai dengan fungsinya untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan kemudahan layanan kepada konsumen.

Dampak Kegiatan terhadap Mitra

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa seluruh program yang dirancang telah berhasil diimplementasikan oleh mitra. Perubahan tersebut tidak hanya terlihat dari meningkatkan pemahaman mengenai pengelolaan usaha, tetapi juga ditunjukkan melalui penerapan pencatatan keuangan sederhana secara rutin, pemanfaatan *platform* digital dalam kegiatan pemasaran, serta penggunaan *QRIS* sebagai metode pembayaran. Implementasi tersebut mengindikasikan bahwa program telah menghasilkan perubahan nyata terhadap tata kelola usaha mitra pada aspek administrasi keuangan maupun digitalisasi usaha. Adapun dinamika perkembangan aspek manajerial mitra sebelum bersanding dengan setelah program tersaji pada Tabel 2.

Tabel 2. Perbandingan kondisi mitra sebelum dan setelah pelaksanaan program

No	Aspek	Kondisi Awal	Kondisi Setelah Program	Indikator Hasil
1.	Pencatatan Keuangan	Belum terstruktur.	Mulai menerapkan pencatatan keuangan secara rutin.	Sebanyak 50 transaksi pemasukan dan pengeluaran telah dicatat menggunakan format pencatatan keuangan sederhana selama masa pendampingan.
2.	Pemisahan Keuangan	Keuangan usaha masih digabung dengan keuangan pribadi.	Mulai memisahkan keuangan usaha dan keuangan pribadi.	Keuangan usaha mulai dikelola secara terpisah dari keuangan pribadi.
3.	<i>WhatsApp Business</i>	Belum digunakan.	Digunakan untuk komunikasi dan pemesanan produk.	<i>WhatsApp Business</i> aktif dimanfaatkan sebagai media komunikasi dan pemesanan produk.
4.	<i>Instagram</i> Bisnis	Belum digunakan.	Digunakan sebagai media promosi produk.	Sebanyak 5 unggahan produk telah dipublikasikan selama masa pendampingan.
5.	<i>Google Maps</i>	Belum terdaftar.	Sudah terdaftar.	Profil usaha telah terdaftar dan dapat ditemukan melalui <i>Google Maps</i> .
6.	<i>QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)</i>	Belum tersedia.	Mulai memanfaatkan sistem pembayaran digital.	<i>QRIS</i> telah digunakan pada 20 transaksi selama masa pendampingan.

Berdasarkan Tabel 2, kegiatan pendampingan menghasilkan perubahan pada aspek pengelolaan keuangan maupun digitalisasi usaha. Selama masa pendampingan, mitra berhasil mencatat 50 transaksi pemasukan dan pengeluaran menggunakan format pencatatan keuangan sederhana yang disusun bersama tim pengabdian. Pada aspek pemasaran digital, implementasi program ditunjukkan melalui pemanfaatan *WhatsApp Business* sebagai media komunikasi dan pemesanan, publikasi 5 unggahan produk pada akun *Instagram* bisnis, serta pendaftaran lokasi usaha pada *Google Maps* sehingga usaha lebih mudah ditemukan oleh calon konsumen. Selain itu, *QRIS* mulai digunakan sebagai metode pembayaran digital dan telah dimanfaatkan dalam 20 transaksi selama periode pendampingan. Indikator tersebut menunjukkan bahwa program tidak hanya meningkatkan pemahaman mitra, tetapi juga menghasilkan implementasi nyata dalam pengelolaan keuangan dan pemanfaatan *platform* digital.



Gambar 4. Kegiatan pelatihan pencatatan keuangan dan pemanfaatan *platform digital* pada UMKM Dolodoro

Pembahasan

Peningkatan kapasitas mitra dalam pengelolaan keuangan menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang disertai pendampingan langsung mampu mendorong perubahan perilaku dalam mengelola administrasi usaha. Pendampingan tidak hanya meningkatkan pemahaman konseptual mengenai pentingnya pencatatan keuangan, tetapi juga membantu pelaku usaha membangun kebiasaan melakukan pencatatan secara konsisten. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa proses belajar yang disertai praktik secara langsung lebih efektif dibandingkan penyampaian materi secara teoritis karena pelaku usaha dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh sesuai dengan kondisi usahanya.

Penerapan pencatatan keuangan secara rutin memberikan manfaat yang signifikan bagi keberlangsungan usaha karena memudahkan pelaku UMKM dalam memantau kondisi keuangan, mengelola biaya operasional, serta menjadi dasar dalam mengambil keputusan usaha secara lebih tepat (Natsir & Waani, 2023; Alkamalat et al., 2024; Burhanuddin & Nugraeni, 2025; Ekaputra & Triyan, 2025). Informasi keuangan yang diperoleh melalui pencatatan tersebut menjadi dasar bagi pelaku UMKM dalam menyusun strategi pengembangan usaha secara lebih tepat.

Hasil kegiatan ini selaras dengan temuan Natsir & Waani (2023) yang menunjukkan bahwa pelatihan pencatatan keuangan mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola transaksi usaha secara lebih sistematis. Peningkatan pemanfaatan

platform digital menunjukkan bahwa proses pendampingan tidak hanya meningkatkan pengetahuan mitra, tetapi juga mendorong perubahan perilaku dalam menjalankan aktivitas usaha. Integrasi *WhatsApp Business*, *Instagram*, *Google Maps*, dan *QRIS* memungkinkan usaha menjadi lebih mudah diakses oleh konsumen, memperkuat komunikasi dengan pelanggan, serta meningkatkan efisiensi proses transaksi. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa digitalisasi usaha tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga menjadi strategi adaptif yang mampu memperkuat daya saing UMKM dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi. Temuan ini sejalan dengan Astuti & Nugraeni (2023); Caswito et al. (2025); Pratama & Paransa (2024) yang menyatakan bahwa pemanfaatan platform digital merupakan strategi promosi yang efektif karena mampu memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang relatif efisien. Selain mendukung pemasaran digital, penggunaan *QRIS* juga memberikan kemudahan dalam proses transaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Kehadiran sistem *QRIS* mengubah lanskap transaksi di Toko Doladoro menjadi berbasis nontunai, yang secara langsung memotong durasi pembayaran menjadi lebih ringkas dan terjamin keamanannya. Bagi internal UMKM, adopsi kode *QR* ini tidak sekadar memodernisasi citra toko di mata konsumen, melainkan juga mempermudah pelacakan omzet harian karena setiap dana yang masuk terekam secara otomatis oleh sistem perbankan. Langkah digitalisasi finansial ini, jika dipadukan dengan optimalisasi profil bisnis di media sosial, menjadi strategi jitu untuk memperkuat posisi tawar usaha di pasar digital. Temuan ini memperkuat studi terdahulu yang menegaskan bahwa implementasi *digital marketing* memegang andil krusial. Strategi ini tidak hanya memperluas jangkauan dan visibilitas produk di pasar, tetapi juga efektif dalam mendorong daya saing serta eksposur bisnis UMKM secara keseluruhan (Distian et al., 2025; Lado & Nugraeni, 2025; Pratama & Paransa, 2024).

Temuan dalam kegiatan ini menunjukkan bahwa penguatan kapasitas UMKM tidak cukup dilakukan melalui peningkatan kemampuan pada satu aspek saja, tetapi memerlukan integrasi antara pengelolaan keuangan dan digitalisasi usaha. Penerapan pencatatan keuangan yang lebih tertib sebagai dasar pengambilan Keputusan usaha, sedangkan pemanfaatan *platform* digital memperlus akses pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta mendukung efisiensi transaksi. Kombinasi kedua intervensi tersebut memberikan dasar yang lebih kuat bagi UMKM untuk meningkatkan kualitas pengelolaan usaha sekaligus memperkuat keberlanjutan usahanya dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital.

Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan ini menunjukkan bahwa optimalisasi aspek keuangan dan pemasaran merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha serta daya saing UMKM. Keberlanjutan program didukung oleh komitmen mitra untuk tetap melaksanakan pencatatan keuangan secara rutin, memperbarui konten promosi pada *platform* digital, serta memanfaatkan *QRIS* sebagai metode pembayaran dalam kegiatan operasional sehari-hari. Sebagai tindak lanjut, tim pengabdian merencanakan *monitoring* dan pendampingan secara berkala melalui komunikasi daring guna mengevaluasi konsistensi pelaksanaan pencatatan keuangan, pemanfaatan *platform* digital, serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi mitra selama proses implementasi. Melalui mekanisme tersebut, diharapkan praktik pengelolaan keuangan dan digitalisasi usaha dapat terus diterapkan secara berkelanjutan sehingga memberikan dampak jangka panjang terhadap peningkatan daya saing dan keberlanjutan UMKM Doladoro.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Toko Sandal Doladoro menunjukkan bahwa penerapan pencatatan keuangan sederhana yang diintegrasikan dengan pemanfaatan *platform* digital mampu memperkuat kapasitas pengelolaan usaha. Mitra mulai menerapkan pencatatan transaksi secara rutin, memisahkan keuangan usaha dan pribadi, serta memanfaatkan *WhatsApp Business*, *Instagram*, *Google Maps*, dan *QRIS* untuk mendukung pemasaran maupun transaksi usaha. Integrasi kedua aspek tersebut tidak hanya meningkatkan kualitas pengelolaan usaha, tetapi juga memperluas akses pemasaran dan mendukung efisiensi layanan kepada konsumen. Keberlanjutan program didukung oleh komitmen mitra untuk melanjutkan praktik pencatatan keuangan serta mengoptimalkan pemanfaatan *platform* digital dalam kegiatan usaha sehari-hari, yang disertai dengan *monitoring* dan komunikasi secara berkala sebagai tindak lanjut guna memastikan implementasi program tetap berjalan secara konsisten. Pendekatan ini diharapkan dapat menjadi alternatif model pendampingan bagi UMKM lain yang memiliki karakteristik permasalahan serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkamalat, A., Alvianti, S. N., Qomariyah, J., Maulana, B. Y., & Adiyanto, M. R. (2024). Penerapan pencatatan keuangan sederhana pada UMKM Elf's Cake. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(7).
- Ardiansyah, I., Risuna, I., Julianti, Y., & Yuflihat, D. H. (2024). Pengaruh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *HATTA: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 2(2), 101-109.
- Astuti, W. D., & Nugraeni, N. (2023). Mengenal Dunia Digital: Edukasi dan Pendampingan Digital Marketing Kepada UMKM. *Jurnal Masyarakat Mengabdi Nusantara*, 2(4), 57-62. <https://doi.org/10.58374/JMMN.V2i4.211>
- Burhanuddin, L. A. S. (2023). Pelatihan Pencatatan Keuangan Berbasis Teknologi Berupa Aplikasi Buku Kas Bagi Pelaku Umkm. *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(06), 1595-1600.
- Caswito, A., Aulia, A. R. P., Aisal, N. Y., Lisdiana, L., Chairat, A. S. N., & Ridwan, M. (2025). Implementasi Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *JIPITI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(3), 201-208.
- DJKN. (2021). *Website DJKN*. https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/14214/UMKM-Kuat-?utm_source=chatgpt.com
- Dwifanty, D. J., Leobisa, J. N., Bernoli, A. A., Tje, E., Dima, Y., Ji, A., & Yani, A. (2025). Kontribusi UMKM Terhadap Perekonomian Indonesia Serta Peluang dan Tantangan dalam Era Digitalisasi. *Akuntansi dan Ekonomi Pajak: Perspektif Global (AEPPG)*. 2(3). 71-78. <https://doi.org/10.61132/aeppg.v2i3.1357>
- Ekaputra, A. (2025). Pemanfaatan Aplikasi Keuangan Digital di Smartphone Mahasiswa Poltekkes Kemenkes Palembang. *Jurnal Entitas Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 32-39. <https://doi.org/10.64465/jepm.v1i2.57>
- Ekaputra, A., Rachmalia, S., & Triyani, N. (2025). Sosialisasi Pemanfaatan Aplikasi Pencatatan Keuangan Pada Ibu-Ibu PKK di Perumnas Bojongsata Pemalang. *Jurnal Entitas Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 6-10. <https://doi.org/10.64465/jepm.v1i1.15>

- Ekaputra, A., Rachmalia, S., & Triyani, N. (2025). Edukasi Tata Kelola Keuangan Ibu Rumah Tangga di Perumnas Bojongsata Pemalang. *Jurnal Entitas Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 16–20. <https://doi.org/10.64465/jepm.v1i1.16>
- Ekaputra, A., & Triyani, N. (2025). Kepatuhan perpajakan pada UMKM ditinjau dari aspek pemahaman pajak dan kebijakan tarif pajak: Systematic literature review. *Jurnal Entitas Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 28–33. <https://doi.org/10.64465/jeeb.v1i1.23>
- Ekaputra, A. (2025). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Pada Kualitas Laporan Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah: Systematic Literature Review. *Jurnal Entitas Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 62–70. <https://doi.org/10.64465/jeeb.v1i2.61>
- Ekaputra, A., & Apriani, T. F. (2025). Kajian Pemanfaatan Sistem Laporan Keuangan Digital Dalam Sektor UMKM: Systematic Literature Review. *Jurnal Entitas Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 14–20. <https://doi.org/10.64465/jeeb.v1i1.24>
- Fatah, K., & Purwanto, T. (2024). Pendampingan Penggunaan Aplikasi Terintegrasi dalam Menilai Kinerja Keuangan UMKM Pekalongan secara Efektif. *Rahmatan Lil'Alamin Journal of Community Services*, 79–85. <https://doi.org/10.20885/RLA.VOL4.ISS2ART3>
- Hermawan, M. D. A., & Septiani, D. (2025). From Cash to Clicks: A Systematic Review on the Role of Digital Payment Systems in Enhancing MSMEs' Competitiveness and Financial Inclusion. *Entrepreneurship and Small Business Research*, 4(2), 51–60. <https://doi.org/10.55980/ESBER.V4I2.300>
- Lado, V. E., & Nugraeni, N. (2025). Digitalisasi Branding dan Pembayaran Pada UMKM Warung Lesehan Syadan Melalui Media Sosial dan Qris. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 23421–23427. <https://doi.org/10.31004/JPTAM.V9I2.30339>
- Maharani, T. S., & Pabulo, A. M. A. (2024). Pelatihan digitalisasi pemasaran dan pencatatan keuangan sederhana pada UMKM mie ayam di Dusun Bandut Kidul. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(4), 345–351.
- Natsir, K., & Waani, A. M. (2023). Pelatihan pencatatan keuangan UMKM berbasis digital. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 6(1), 55–64. <https://doi.org/10.24912/JBMI.V6I1.20964>
- Nur, F. E., & Majid, A. (2024). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Media Komunikasi Ilmu Ekonomi: Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan*, 40(2), 54–64.
- Pratama, R., & Paransa, J. (2024). Optimalisasi Pertumbuhan Umkm di Indonesia Melalui Pemasaran Digital. *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi*, 21(2), 164–181. <https://doi.org/10.21831/EFISIENSI.V21I2.77042>
- Rico Firmansyah, & Ika Wulandari. (2023). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Dan Digital Marketing Pada Pelaku UMKM Sriti Gamplong. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 2(1), 248–257. <https://doi.org/10.61132/LOKAWATI.V2I1.519>
- Sholikhah, M., Suzalin, F., & Sarmadi. (2025). Peningkatan Literasi Bahaya NAPZA pada Siswa SMK Farmasi Pembina Palembang. *Jurnal Entitas Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 61–66. <https://doi.org/10.64465/jepm.v1i2.62>