Jurnal Entitas Pengabdian Masyarakat | Volume. 2, Issue. 3, Desember 2026 | Page 115-123
ISSN: 3110-0295 (Print) | 3110-0155 (Online)
DOI: https://doi.org/10.64465/jepm.v2i3.181

Content lists available at Mara Cendekia Publisher
JURNAL ENTITAS PENGABDIAN MASYARAKAT
Journal Hompage: https://journal.marapublisher.com
ISSN 3110-0295 (Print), 3110-0155 (Online)

Pendampingan Laporan Keuangan SIAPIK dan Instagram Untuk Daya Saing UMKM Warmindo Sinar Bahagia Yogyakarta

Dzakiy Putra Ramadi [1]*, Nugraeni [2]

[1,2] Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia

ARTICLE INFORMATION

Article history:
Receipt: 27 September 2026
Revision: 21 Oktober 2026
Accepted: 9 November 2026

Email Corresponding Author:
dzakiyputraramadi10@gmail.com

Kata Kunci:
Instagram
Laporan keuangan
Pendampingan
SIAPIK
UMKM
Warmindo

Keywords:
Financial statements
Instagram
Mentoring
MSMEs
SIAPIK
Warmindo

ABSTRAK

Abstrak: Warmindo Sinar Bahagia di Condongcatur, Sleman, Yogyakarta, menghadapi dua masalah utama. Pertama, uang hasil penjualan masih bercampur dengan uang pribadi karena usaha belum memiliki pencatatan keuangan. Kedua, warung belum memiliki media pemasaran digital. Kegiatan pengabdian ini bertujuan mendampingi mitra dalam menyusun laporan keuangan menggunakan aplikasi SIAPIK dan mengoptimalkan Instagram sebagai media promosi. Kegiatan dilaksanakan pada 1–25 Oktober 2026 dengan pendekatan partisipatif melalui tiga tahap, yaitu survei, pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi. Pendampingan mencakup pencatatan transaksi harian, pemisahan keuangan pribadi dan usaha melalui pencatatan prive, pencatatan pemakaian bahan baku, pembuatan akun Instagram bisnis, dan penyusunan konten menu beserta harga. Keberhasilan kegiatan dinilai dengan skala 1–4 pada lima indikator. Hasil kegiatan menunjukkan rata-rata skor meningkat dari 1,00 menjadi 3,20. Mitra telah mencatat transaksi harian dan memisahkan keuangan pribadi dari keuangan usaha secara mandiri. Mitra juga memiliki akun Instagram yang memuat menu, harga, kontak WhatsApp, dan lokasi warung. Selain itu, mitra kini mengetahui harga pokok per porsi Nasi Ayam Geprek, yang menjadi dasar penetapan harga promosi. Namun, pencatatan pemakaian bahan baku dan penyusunan laporan keuangan belum konsisten, sehingga masih memerlukan pendampingan lanjutan.

Abstract: *Warmindo Sinar Bahagia in Condongcatur, Sleman, Yogyakarta, faced two main problems. First, sales revenue was still mixed with the owner's personal money because the business kept no financial records. Second, the stall had no digital marketing media. This community service aimed to assist the partner in preparing financial statements using the SIAPIK application and in optimizing Instagram as a promotional medium. The activity was carried out from 1 to 25 October 2026 using a participatory approach in three stages: survey, training and mentoring, and evaluation. The mentoring covered daily transaction recording, separating personal and business finances through owner's drawings (prive) records, recording raw material usage, creating a business Instagram account, and preparing menu content with prices. Success was assessed on a 1–4 scale across five indicators. The results show that the average score increased from 1.00 to 3.20. The partner has recorded daily transactions and separated personal from business finances independently. The partner also has an Instagram account that displays the menu, prices, WhatsApp contact, and location of the stall. In addition, the partner now knows the cost per portion of Nasi Ayam Geprek, which became the basis for setting promotional prices. However, the recording of raw material usage and the preparation of financial statements are not yet consistent, so further mentoring is still needed.*

Copyright © 2025 The Author(s). Published by Mara Cendekia Publisher
This is an open access article under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menyerap lebih dari 119,5 juta tenaga kerja atau sekitar 97% tenaga kerja nasional, sekaligus menyumbang kurang lebih 60% Produk Domestik Bruto Indonesia (Kementerian UMKM, 2025). Di Daerah Istimewa Yogyakarta, jumlah UMKM pada 2024 tercatat 345.980 unit usaha (Dinas Koperasi dan UKM DIY, 2025). Sebagian besar usaha tersebut berskala mikro, dikelola keluarga, dan berjalan tanpa sistem administrasi yang tertata.

Warmindo adalah salah satu potret paling akrab dari usaha mikro di Yogyakarta. Warung yang menjual mi instan, nasi telur, dan minuman sederhana ini tumbuh mengikuti sebaran kampus dan rumah kos mahasiswa, sehingga satu ruas jalan bisa berisi beberapa warmindo yang saling bersaing. Salah satu permasalahan krusial yang masih dihadapi banyak UMKM adalah ketidakmampuan menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) secara akurat. Wirandani dan Utomo (2026) dalam pendampingan terhadap UMKM bakpia di Argomulyo menemukan bahwa perhitungan HPP yang terstruktur mengungkapkan biaya produksi riil jauh lebih tinggi daripada estimasi intuitif pelaku usaha sebelumnya. Temuan serupa juga terjadi pada Warmindo Sinar Bahagia, di mana sebelum pendampingan mitra hanya memperkirakan keuntungan berdasarkan sisa uang harian tanpa mengetahui secara pasti biaya per porsi.

Kebutuhan pertama berkaitan dengan pencatatan keuangan. UMKM yang tidak menyusun laporan keuangan sulit meyakinkan lembaga keuangan, karena kreditur tidak memiliki informasi yang cukup untuk menilai kemampuan bayar calon debitur (Komalasari et al., 2024). Dampaknya juga terasa di dalam usaha. Pendampingan pada lima rumah makan di Maguwoharjo menemukan bahwa uang hasil penjualan langsung dipakai untuk kebutuhan rumah tangga, sehingga pemilik hanya memperkirakan keuntungan dari sisa uang setiap hari (Sunmi & Utomo, 2026). Temuan serupa juga dilaporkan oleh Ia dan Pabulo (2026) yang melakukan pendampingan pencatatan keuangan sederhana sekaligus digitalisasi marketing melalui WhatsApp Business dan Instagram pada warung sembako di Desa Argomulyo. Hasilnya menunjukkan peningkatan skor rata-rata indikator dari 1,00 menjadi 3,00. Hal ini memperkuat bahwa pendekatan integratif antara pengelolaan keuangan dan pemasaran digital efektif meningkatkan kapasitas pelaku UMKM.

Untuk menjawab persoalan tersebut, Bank Indonesia bersama Ikatan Akuntan Indonesia menyediakan Sistem Informasi Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan (SIAPIK) secara gratis. SIAPIK disusun berdasarkan SAK EMKM dan menghasilkan laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, serta laporan arus kas dari transaksi yang diinput pengguna (Fajriati et al., 2025; Komalasari et al., 2024). Hingga 2021, aplikasi ini telah digunakan oleh 17.837 UMKM dan membantu 724 di antaranya memperoleh pembiayaan senilai Rp18,3 miliar (Mawuntu et al., 2022, dalam Komalasari et al., 2024).

Namun, pelatihan SIAPIK tidak otomatis melahirkan kebiasaan mencatat. Dari sepuluh UMKM di Kota Padang yang didampingi selama tiga bulan, hanya enam yang benar-benar menjalankan pencatatan, sementara sisanya terkendala waktu dan tenaga kerja (Komalasari et al., 2024). Banyak program lain hanya berlangsung satu sampai tiga hari dan menyimpulkan keberhasilan dari praktik di akhir sesi, tanpa memantau penggunaan aplikasi sesudahnya (Fathiyyah et al., 2026). Berbagai studi pengabdian menunjukkan bahwa pemanfaatan aplikasi keuangan digital memerlukan pendampingan agar benar-benar diadopsi oleh pengguna. Ekaputra (2026), misalnya, berhasil meningkatkan literasi keuangan digital mahasiswa melalui pelatihan aplikasi Money Lover dan Spendee. Dalam konteks UMKM, pendekatan serupa

menjadi semakin penting karena pelaku usaha tidak hanya perlu mencatat transaksi, tetapi juga memisahkan keuangan pribadi–usaha dan menghitung harga pokok secara akurat, sebagaimana dilakukan pada kegiatan ini menggunakan SIAPIK. Kualitas laporan yang dihasilkan juga patut dicermati. Pada beberapa laporan yang dipublikasikan, pembelian bahan baku tercatat sebagai persediaan tetapi pemakaiannya tidak pernah dibukukan, sehingga beban bahan baku bernilai nol dan laba tampak jauh lebih besar dari kenyataan (Azizah et al., 2024; Nainggolan et al., 2025). Bagi warmindo, kekeliruan ini berakibat serius karena mi, telur, sayur, dan gas merupakan komponen biaya terbesar.

Kebutuhan kedua berkaitan dengan pemasaran. Pengguna Instagram di Indonesia mencapai sekitar 121 juta orang pada September 2026, setara 42,2% populasi, dan lebih dari sepertiganya berusia 18–24 tahun (NapoleonCat, 2026). Kelompok usia inilah pasar utama warmindo yang berada di kawasan mahasiswa. Pendampingan Instagram terbukti meningkatkan keterampilan pelaku UMKM: skor pemanfaatan fitur Instagram peserta di Tabanan naik dari 50 menjadi 78 (Suandana et al., 2024), dan 87% dari 15 pelaku UMKM di Madiun memanfaatkan media sosial untuk pemasaran setelah pelatihan (Rozaq et al., 2023).

Selama ini kedua persoalan tersebut cenderung ditangani secara terpisah. Program SIAPIK berhenti pada laporan keuangan, sedangkan program Instagram berhenti pada pembuatan akun dan konten. Padahal keduanya saling membutuhkan. Promosi seperti paket hemat atau diskon jam sepi hanya aman dijalankan bila pemilik mengetahui harga pokok per porsi dari catatan keuangannya, sementara pencatatan yang rapi kurang berarti bila jumlah pembeli tidak bertambah.

Warmindo Sinar Bahagia berlokasi di Ngringin, Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Yogyakarta, dan beroperasi sejak 2020. Usaha ini dikelola oleh satu orang dengan omzet harian sekitar Rp1.500.000,00. Hasil observasi awal pada 1 Oktober menunjukkan bahwa kondisi keuangan di warmindo tersebut masih tercampur antara uang pribadi dengan uang hasil penjualan. Di sisi pemasaran, usaha ini tidak memiliki akun Instagram atau metode pemasaran lainnya dan masih mengandalkan cara ala kadarnya. Keberhasilan implementasi SIAPIK dalam meningkatkan kualitas pencatatan dan penyusunan laporan keuangan UMKM juga dilaporkan oleh penelitian sebelumnya (Dachlan et al., 2026). Melalui pendampingan, mitra mampu memisahkan keuangan pribadi dan usaha serta menghasilkan laporan posisi keuangan, laba rugi, dan arus kas secara otomatis. Temuan tersebut memperkuat urgensi pendampingan SIAPIK pada UMKM kuliner seperti Warmindo Sinar Bahagia.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan mendampingi Warmindo Sinar Bahagia agar: (1) mampu mencatat transaksi harian di SIAPIK, termasuk pembelian dan pemakaian bahan baku, serta menyusun laporan laba rugi dan laporan posisi keuangan secara mandiri; (2) mampu mengelola akun Instagram bisnis, membuat konten, dan membaca data *insight*; serta (3) mampu memanfaatkan informasi biaya dari laporan keuangan untuk merancang harga dan promosi di Instagram.

METODE

Kegiatan ini menggunakan pendekatan partisipatif. Pemilik Warmindo Sinar Bahagia dilibatkan sebagai mitra aktif di setiap tahap, mulai dari mengenali masalah hingga menilai hasilnya. Seluruh latihan memakai transaksi riil warung, bukan contoh kasus buatan.

Kegiatan berupa pelatihan dan pendampingan dilaksanakan pada 1–25 Oktober 2026 di Warmindo Sinar Bahagia, Ngringin, Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman,

Yogyakarta. Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM warmindo dengan satu mitra, yaitu Warmindo Sinar Bahagia yang dikelola oleh satu orang pemilik. Tahapan pelaksanaan kegiatan ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan pelaksanaan kegiatan

Survei UMKM

Survei dilaksanakan pada minggu pertama melalui wawancara dengan pemilik dan pengamatan langsung terhadap operasional warung. Pada tahap awal ditemukan bahwa catatan keuangan belum ada dan akun Instagram belum ada. Pemilik juga mengerjakan *pre-test* tentang pencatatan keuangan dan penggunaan Instagram. Hasil survei menjadi dasar penyusunan panduan pendampingan. Panduan memuat daftar bahan baku warmindo (mi instan, telur, sayur, gas, bahan minuman) beserta satuan dan harga belinya, contoh pencatatan transaksi harian di SIAPIK, serta pembuatan akun dan konten Instagram.

Tahap pelatihan dan pendampingan

Mitra mengunduh SIAPIK dari Google Play Store resmi, membuat akun, dan memilih sektor usaha yang memungkinkan pencatatan pemakaian bahan baku. Materi mencakup input saldo awal, data barang, penjualan, pembelian bahan baku, beban operasional, serta pemisahan uang pribadi melalui akun penarikan oleh pemilik. Setiap minggu, catatan di SIAPIK diperiksa bersama mitra. Saldo kas di aplikasi dicocokkan dengan kas fisik, dan sisa bahan baku dihitung bersama pemilik agar pemakaiannya ikut tercatat. Dari data ini disusun harga pokok per porsi untuk menu-menu utama.

Mitra dibimbing mengubah akun menjadi akun bisnis, menyusun bio, menautkan lokasi Google Maps dan WhatsApp, serta membuat sorotan (*highlight*) berisi menu dan harga. Materi berikutnya adalah memotret menu dengan ponsel, membuat *Reels*, dan membaca data *insight*. Harga pokok per porsi dipakai untuk merancang promosi yang tetap menguntungkan, misalnya paket hemat atau diskon pada jam sepi. Promosi diunggah ke Instagram, lalu penjualan menu promo dicatat di SIAPIK agar hasilnya dapat dibandingkan.

Kegiatan berlangsung selama 25 hari, yaitu 1–25 Oktober 2026, dengan pembagian waktu: survei pada minggu pertama, pelatihan dan pendampingan pada minggu kedua hingga ketiga, dan evaluasi pada minggu keempat. Pendampingan dilakukan secara tatap muka di warung sebanyak 5 pertemuan, masing-masing sekitar ±1 jam. Pemeriksaan catatan di SIAPIK dilakukan setiap minggu, sedangkan jadwal unggah Instagram disepakati dua minggu sekali.

Pemilik warung terlibat aktif sejak tahap survei hingga evaluasi. Pada tahap survei, pemilik diwawancarai dan mengerjakan *pre-test*. Selama pendampingan, pemilik sendiri yang menginput transaksi riil warung ke SIAPIK, menghitung sisa bahan baku bersama pendamping, mempraktikkan pengaturan akun dan pembuatan konten langsung di ponselnya, serta ikut menyepakati jadwal unggah Instagram. Pada tahap evaluasi, pemilik mengerjakan *post-test* dan diwawancarai mengenai kendala yang dihadapi. Tim berperan sebagai pembimbing, penyusun panduan, penyedia laptop untuk pelatihan, dan penyiap logo warung.

Tahap evaluasi

Evaluasi dilaksanakan pada minggu keempat. Mitra mengerjakan *post-test* dengan butir soal yang sama seperti *pre-test*. Pada tahap ini dibandingkan laporan keuangan, selisih kas, dan data *insight* Instagram sebelum dan sesudah pendampingan, lalu mitra diwawancarai tentang kendala yang dihadapi. Kunjungan tindak lanjut dilakukan dua minggu setelah program untuk memeriksa apakah pencatatan dan unggahan masih berjalan tanpa pendampingan.

Keberhasilan kegiatan dievaluasi dengan tiga alat. Pertama, tes tertulis (*pre-test* dan *post-test*) tentang pencatatan keuangan dan penggunaan Instagram yang terdiri atas 10 butir soal yang sama pada kedua waktu. Kedua, lembar penilaian kemampuan dengan skala 1–4 pada lima indikator, yaitu (1) pencatatan transaksi harian, (2) pemisahan keuangan pribadi dan usaha, (3) pencatatan pemakaian bahan baku, (4) penyusunan laporan keuangan di SIAPIK, dan (5) pengelolaan akun Instagram bisnis. Penilaian dilakukan oleh Penilaian dilakukan oleh penulis sebagai pendamping dengan dasar bukti yang dapat ditelusuri pada setiap indikator. Indikator pencatatan transaksi harian dinilai dari riwayat transaksi di SIAPIK, yaitu jumlah hari yang tercatat dibandingkan jumlah hari warung buka. Pemisahan keuangan pribadi dan usaha dinilai dari adanya catatan prive di SIAPIK dan penyimpanan kas usaha yang terpisah. Pencatatan pemakaian bahan baku dinilai dari kesesuaian catatan pemakaian dengan hasil penghitungan sisa stok. Penyusunan laporan keuangan dinilai dari kemampuan mitra membuka laporan laba rugi dan laporan posisi keuangan di SIAPIK. Pengelolaan akun Instagram dinilai dari kelengkapan profil, jumlah unggahan, dan keterlibatan mitra dalam mengelola akun. Hasil penilaian dikonfirmasi melalui wawancara dengan pemilik warung. Ketiga, dokumen pendukung berupa laporan keuangan di SIAPIK, selisih saldo kas aplikasi dengan kas fisik, data *insight* Instagram, dan wawancara dengan mitra.

Setiap indikator kemampuan diberi skor 1–4: skor 1 berarti belum dilakukan; skor 2 berarti sudah dilakukan tetapi belum konsisten; skor 3 berarti dilakukan secara konsisten dengan bantuan pendamping; dan skor 4 berarti dilakukan secara konsisten dan mandiri.

Penentuan skor mengacu pada kriteria yang dapat diamati pada setiap indikator, misalnya persentase hari buka yang tercatat di SIAPIK, ada atau tidaknya catatan prive, kelengkapan laporan yang dihasilkan, serta kelengkapan profil dan jumlah unggahan Instagram. Pembeda antara skor 3 dan 4 adalah ada atau tidaknya bantuan pendamping. Seluruh indikator diberi bobot yang sama sehingga skor akhir dihitung sebagai rata-rata kelima indikator. Rata-rata skor dikelompokkan dalam empat kategori dengan interval sama (0,75), yaitu 1,00–1,75 (belum dilakukan), 1,76–2,50 (dilakukan tetapi belum konsisten), 2,51–3,25 (konsisten dengan bantuan pendamping), dan 3,26–4,00 (konsisten dan mandiri).

HASIL DAN PEMBAHASAN

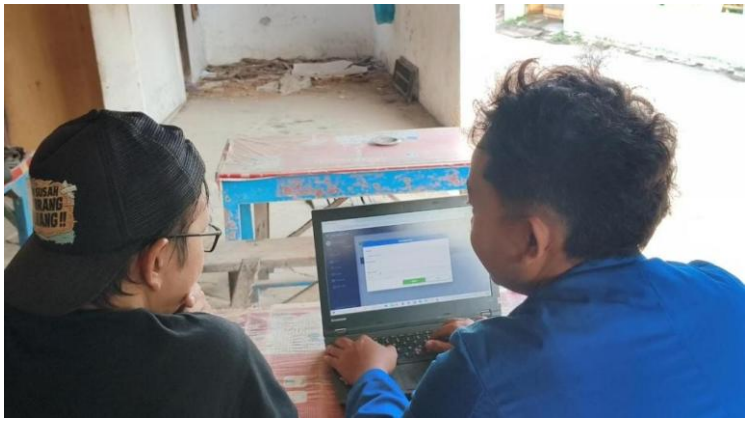
Hasil

Kegiatan pelatihan dan pendampingan dilaksanakan pada 1–25 Oktober 2026 di Warmindo Sinar Bahagia, Ngringin, Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Kegiatan diawali dengan koordinasi dan perizinan kepada E Muliyadi selaku pemilik warung, kemudian dilanjutkan dengan wawancara dan observasi untuk mengenali kondisi usaha.

Berdasarkan hasil wawancara, mitra masih menggabungkan uang hasil penjualan dengan uang pribadi karena tidak adanya pencatatan laporan keuangan sebagai pemisah antara uang pribadi dan uang hasil penjualan. Hal ini menyebabkan tidak diketahuinya berapa keuntungan

yang didapat setiap hari beroperasi. Uang hasil penjualan kemudian dipisah setelah pendampingan menggunakan SIAPIK, sehingga dapat terlihat berapa modal awal dan hasil penjualannya setiap hari. Pemilik sudah mengetahui biaya bahan baku per porsi untuk menu-menu utama. Di sisi pemasaran, akun Instagram belum ada.

Setelah mengidentifikasi permasalahan yang ada di UMKM Warmindo Sinar Bahagia, tim melakukan pelatihan dan pendampingan kepada pemilik usaha, yaitu pencatatan laporan keuangan menggunakan aplikasi SIAPIK guna mempermudah pencatatan secara digital (Gambar 2). Pelatihan SIAPIK diikuti oleh pemilik Warmindo Sinar Bahagia dan dilaksanakan menggunakan laptop milik tim pengabdian.



Gambar 2. Pendampingan pencatatan transaksi di SIAPIK

Optimalisasi Instagram dimulai dengan pembuatan akun Instagram Warmindo Sinar Bahagia dan mengubahnya menjadi akun profesional berjenis Bisnis melalui menu Pengaturan, dengan kategori Restoran. Perubahan ini membuka akses ke tombol kontak dan fitur *insight* yang kemudian dipakai sebagai bahan evaluasi. Pada sesi pelatihan, tim menjelaskan fungsi setiap bagian profil, lalu pemilik langsung mempraktikkannya di ponsel sendiri. Foto profil diganti dengan logo Warmindo Sinar Bahagia yang disiapkan tim, sementara bio disusun singkat dan memuat jenis menu, kisaran harga, jam buka, dan alamat singkat. Daftar menu kemudian dibuat dalam bentuk desain yang mencantumkan seluruh harga. Desain ini diunggah ke *feed* dan disimpan di sorotan (*highlight*) berjudul "Menu" (Gambar 3).

Tahap selanjutnya adalah pendampingan pembuatan konten. Mitra berlatih memotret hidangan dengan cahaya alami, merekam video singkat proses memasak untuk *Reels*, dan menulis keterangan unggahan yang memuat nama menu, harga, ajakan memesan, serta tagar lokal seperti #kulinerjogja dan #warmindojogja. Jadwal unggah disepakati dua minggu sekali agar akun tetap aktif tanpa membebani pemilik saat warung ramai.



Gambar 3. Tampilan akun Instagram

Perbandingan kondisi mitra sebelum dan sesudah pendampingan disajikan pada Tabel 1, menggunakan skala skor 1–4 seperti dijelaskan pada bagian Metode.

Tabel 1. Perbandingan kondisi mitra sebelum dan sesudah pendampingan

Indikator	Sebelum pendampingan	Sesudah pendampingan
Pencatatan transaksi harian	Belum dilakukan (1)	Sudah dilakukan secara konsisten dan mandiri (4)
Pemisahan keuangan pribadi dan usaha	Belum dilakukan (1)	Sudah dilakukan secara konsisten dan mandiri (4)
Pencatatan pemakaian bahan baku	Belum dilakukan (1)	Sudah dilakukan tetapi belum konsisten (2)
Penyusunan laporan keuangan di SIAPIK	Belum dilakukan (1)	Sudah dilakukan tetapi belum konsisten (2)
Pengelolaan akun Instagram bisnis	Belum dilakukan (1)	Sudah dilakukan secara konsisten dan mandiri (4)
Total skor	**5**	**16**
Rata-rata skor	**1,00**	**3,20**

Kunjungan tindak lanjut dilaksanakan pada 8, dua minggu setelah program berakhir. Pencatatan transaksi harian masih berjalan, tetapi pencatatan pemakaian bahan baku tidak lagi dilakukan karena terkendala oleh waktu. Temuan ini menunjukkan bahwa kemandirian mitra pada pencatatan pemakaian bahan baku belum terbentuk, sehingga skor indikator tersebut disesuaikan menjadi 2 pada Tabel 1.

Pembahasan

Materi yang paling cepat dipahami pemilik adalah pencatatan beban operasional, seperti pembelian gas dan pembayaran listrik. Hal ini dapat dipahami karena beban semacam itu berupa uang keluar yang jumlahnya jelas dan cukup dicatat sekali ketika dibayar. Sebaliknya, materi yang paling sulit dipahami adalah pencatatan pemakaian bahan baku. Bahan seperti mi, telur, dan sayur dibeli sekaligus dalam jumlah tertentu, lalu terpakai sedikit demi sedikit setiap kali pesanan dibuat, sehingga pemakaiannya baru dapat diketahui dengan menghitung sisa stok. Kesulitan serupa juga tampak pada beberapa laporan SIAPIK yang dipublikasikan, di mana beban bahan baku tercatat nol karena pemakaiannya tidak dibukukan (Azizah et al., 2024; Nainggolan et al., 2025). Karena itu, pencatatan pemakaian bahan baku menjadi fokus utama pada fase pendampingan.

KESIMPULAN

Pendampingan penyusunan laporan keuangan berbasis SIAPIK membuat Warmindo Sinar Bahagia beralih dari pencatatan yang tidak teratur menjadi pencatatan harian yang dilakukan mitra secara mandiri. Pada akhir pendampingan, uang usaha juga tidak lagi bercampur dengan uang pribadi pemilik, karena kas usaha disimpan terpisah dan setiap pengambilan untuk keperluan pribadi dicatat sebagai *prive*. Mitra mampu melihat laporan laba rugi dan laporan posisi keuangan yang terdapat pada salah satu fitur di SIAPIK. Mitra juga kini mengetahui harga pokok per porsi untuk menu utama Nasi Ayam Geprek, yang sebelumnya hanya diperkirakan. Informasi ini kemudian menjadi dasar penetapan harga promo yang dipasarkan melalui Instagram.

Di sisi pemasaran, optimalisasi Instagram menjadikan Warmindo Sinar Bahagia memiliki akun bisnis yang aktif dan memuat informasi menu, harga, kontak WhatsApp, serta lokasi warung. Setelah pendampingan, konsumen Warmindo Sinar Bahagia meningkat melalui profil Instagram warung, termasuk melalui promosi Paket Hemat yang harganya ditetapkan dari data harga pokok. Temuan ini menunjukkan bahwa pada Warmindo Sinar Bahagia, pencatatan keuangan dan pemasaran digital saling menguatkan bila dijalankan bersamaan. Data harga

pokok dari SIAPIK memberi batas yang jelas bagi potongan harga, sementara Instagram memperluas jangkauan promosi, sehingga penjualan dapat ditingkatkan tanpa mengorbankan laba. Pencatatan pemakaian bahan baku dan penyusunan laporan keuangan masih belum konsisten, sehingga mitra memerlukan pendampingan lanjutan.

DEKLARASI/ PERNYATAAN

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada E Muliyadi sebagai mitra atas dukungan selama kegiatan saya ucapkan terimakasih banyak.

Kontribusi Penulis

Dzakiy Putra Ramadi untuk konseptualisasi, pelaksanaan pendampingan, pengumpulan dan pengolahan data, serta draf awal. Nugraeni untuk supervisi serta telaah dan penyuntingan naskah.

Penyandang Dana

Tidak ada

Konflik Kepentingan

Tidak ada

Penggunaan *Artificial Intelligence* (AI)

Saya tulis sesuai yang benar-benar terjadi dalam pengerjaan ini. Claude dipakai untuk telaah draf, terjemahan abstrak, dan pembuatan desain gambar tahap pelaksaan.

DAFTAR PUSTAKA

Azizah, A. F., Aldea, A. A., Achab, M. W., & Rahmawati. (2024). Pendampingan bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah melalui pemanfaatan aplikasi akuntansi SIAPIK pada Outlet Seenak di Abepura. *Jurnal Inovasi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, 4*(1), 197–202. https://doi.org/10.54082/jippm.457

Dachlan, R. S., Wahyuti, S., Abbas, M. A. Y., & Setiawati, E. (2026). Literasi keuangan pengelolaan keuangan dengan aplikasi SIAPIK pada UMKM Bakoel Oza di Samarinda. Dharma Gama: Jurnal Pengabdian Masyarakat FEB Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda, 4(2), 17–25.

Dinas Koperasi dan UKM DIY. (2025). *Sistem Informasi Pembinaan Koperasi dan UKM (SiBakul)*. Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Ekaputra, A. (2026). Edukasi dan pendampingan pencatatan keuangan berbasis digital bagi mahasiswa di era ekonomi kreatif. *Jurnal Entitas Pengabdian Masyarakat, 2*(1), 20–28. https://doi.org/10.64465/jepm.v2i1.84

Fajriati, N., Nurbaiti, A., Bernardin, D. E. Y., Dianty, A., Zarkasyi, W., Winarningsih, S., & Sukmadilaga, C. (2025). SIAPIK sebagai sarana peningkatan kualitas laporan keuangan UMKM: Pelatihan dan pendampingan di Desa Kersamanah. *Jubaedah: Jurnal Pengabdian dan Edukasi Sekolah, 5*(2), 585–592. https://doi.org/10.46306/jub.v5i2.365

Fathiyyah, Lasma, Y., & Qintharah, Y. N. (2026). Aplikasi SIAPIK dalam pemberdayaan UMKM melalui pendampingan pembukuan keuangan digital. *Jurnal An-Nizām: Jurnal Bakti Bagi Bangsa, 5*(1), 174–183.

Ia, A. D. F. D., & Pabulo, A. M. A. (2026). Pendampingan pencatatan keuangan sederhana dan digitalisasi marketing pada UMKM warung sembako Jumiati di Desa Argomulyo. *Jurnal Entitas Pengabdian Masyarakat, 2*(2), 69–77. https://doi.org/10.64465/jepm.v2i2.102

Kementerian UMKM. (2025). *Keputusan Menteri Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Nomor 10 Tahun 2025 tentang Peringatan Hari UMKM Nasional Tahun 2025*. https://jdih.umkm.go.id/

Komalasari, S. P., Wafiq, M., Ref, G. L., Kartika, R., & Rahayu, R. (2024). Kolaborasi strategis bersama Bank Indonesia: Meningkatkan kualitas keuangan UMKM Kota Padang melalui pendampingan akuntansi dengan aplikasi SIAPIK. *Buletin Ilmiah Nagari Membangun, 7*(2), 132–145.

Nainggolan, Y. T., Ananta, N. H., Heni, R. S. A., Andriani, T., & Suriansyah. (2025). Pendampingan penggunaan aplikasi SIAPIK pada laporan keuangan sederhana UMKM Coffe Shop Kasmaran Kota Tarakan. *GANESHA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 5*(2), 519–526.

NapoleonCat. (2026). *Instagram users in Indonesia, September 2026*. https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/

Rozaq, A., Kurniawati, I. D., Yunitasari, Y., & Sofyana, L. (2023). Pendampingan pemasaran produk UMKM memanfaatkan media sosial Instagram dan TikTok. *JNB: Jurnal Nusantara Berbakti, 1*(1), 88–95.

Suandana, N. P. W., Aditama, P. W., Sandhiyasa, I. M. S., Prabhawa, I. K. A. S., Atmaja, K. J., Sarasvananda, I. B. G., & Anandita, I. B. G. (2024). Pendampingan Instagram marketing dalam membangun keterampilan pemasaran digital dan brand awareness produk UMKM di Desa Geluntung. *KOMET: Kolaborasi Masyarakat Berbasis Teknologi, 1*(1), 26–33.

Sunmi, D. E., & Utomo, R. B. (2026). Pendampingan penyusunan laporan keuangan berbasis aplikasi SIAPIK pada UMKM rumah makan di Kelurahan Maguwoharjo. *Kesejahteraan Bersama: Jurnal Pengabdian dan Keberlanjutan Masyarakat, 3*(3), 1–12. https://doi.org/10.62383/bersama.v3i3.3356

Wirandani, A., & Utomo, R. B. (2026). Pelatihan pencatatan harga pokok produksi pada UMKM bakpia di Argomulyo dengan metode job order costing. *Jurnal Entitas Pengabdian Masyarakat, 2*(3), 103–114. https://doi.org/10.64465/jepm.v2i3.114