



PEMBERDAYAAN UMKM ARZZAM TAILOR MELALUI PENCATATAN KEUANGAN SEDERHANA DAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL

Putri Nabila Haerunisa

Universitas Ahmad Dahlan

Nur Afni Chelya Putri AR

Universitas Ahmad Dahlan

Sumaryanto

Universitas Ahmad Dahlan

Alamat: Jl. Kapas No.9, Semaki, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa
Yogyakarta 55166

Korespondensi penulis: sumaryanto@act.uad.ac.id

Abstrak. *Many MSMEs face obstacles in financial management and product promotion, including Arzzam Tailor, a home business in the sewing service sector. This business does not yet have neat financial records and promotions are still limited, so that business management and development are less than optimal. This community service activity aims to improve managerial skills through simple financial record-keeping training and digital marketing strategies. The methods used include observation, interviews, counseling, and direct training for business owners. The results of the activity show that the owner of Arzzam Tailor is now able to record income and expenses routinely and has started to use social media as a means of promotion. This assistance has a positive impact in helping businesses become more structured and efficient. With good financial records and digital promotion strategies, Arzzam Tailor is better prepared to face challenges and develop its business sustainably in the digital era.*

Keywords: *MSMEs; Financial Record-Keeping; Digital Marketing; Empowerment*

Abstrak. Banyak UMKM menghadapi kendala dalam pengelolaan keuangan dan promosi produk, termasuk Arzzam Tailor, sebuah usaha rumahan di bidang jasa jahit. Usaha ini belum memiliki pencatatan keuangan yang rapi dan promosi masih terbatas, sehingga kurang optimal dalam pengelolaan dan pengembangan usaha. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan manajerial melalui pelatihan pencatatan keuangan sederhana dan strategi pemasaran digital. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, penyuluhan, dan pelatihan langsung kepada pemilik usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemilik Arzzam Tailor kini mampu mencatat pemasukan dan pengeluaran secara rutin serta mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Pendampingan ini memberikan dampak positif dalam membantu usaha menjadi lebih terstruktur dan efisien. Dengan pencatatan keuangan yang baik dan strategi promosi digital, Arzzam Tailor lebih siap menghadapi tantangan dan mengembangkan usahanya secara berkelanjutan di era digital. Kata Kunci: UMKM, Pencatatan Keuangan, Pemasaran Digital, Pemberdayaan

Kata Kunci: UMKM; Pencatatan Keuangan; Pemasaran Digital; Pemberdayaan

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia (Musfirahwaty and Sakka 2024). Selain menciptakan lapangan kerja, UMKM juga membantu mendorong pertumbuhan sektor informal dan mendukung perekonomian masyarakat. UMKM berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia, terutama dalam hal penciptaan lapangan kerja dan distribusi pendapatan yang merata. Pada tahun 2023, jumlah pelaku UMKM di Indonesia mencapai sekitar 66 juta, yang menunjukkan peran penting mereka dalam struktur ekonomi nasional. UMKM memberikan kontribusi sebesar 61% terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB), atau sekitar Rp9.580 triliun.

Hal ini menunjukkan bahwa UMKM bukan hanya penggerak utama pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menjadi penopang utama ekonomi Indonesia (Yolanda 2024)

Meski demikian, banyak pelaku UMKM masih mengalami berbagai kendala dalam mengelola keuangan serta memasarkan produk atau jasa mereka. Salah satu penyebab pelaku UMKM mengalami kendala dalam pelaporan keuangan yaitu Pelaku UMKM umumnya tidak memisahkan antara aset usaha dengan aset pribadi pemiliknya. Akibatnya, usaha yang dijalankan seringkali hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya (Ardianingsih and Mardayanti 2023). Padahal pencatatan keuangan adalah dokumen yang digunakan oleh perusahaan atau pelaku usaha untuk menggambarkan kinerja perusahaan selama periode tertentu.

Laporan ini menjadi dasar penting bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan bisnis maupun perhitungan pajak. Dengan menyusun laporan keuangan, pelaku usaha dapat mengetahui besaran laba atau rugi yang diperoleh dalam satu periode akuntansi. Karena pentingnya laporan keuangan, pelaku usaha harus memahami dengan baik proses penyusunannya. Kunci utama dalam penyusunan laporan keuangan adalah keteraturan pencatatan setiap transaksi secara sistematis. Dengan pencatatan yang tepat, laporan keuangan yang akurat dapat dihasilkan, yang sangat berperan dalam keberlangsungan usaha (Pertiwi et al. 2024)

Di sisi lain pada era transformasi digital saat ini, digital marketing menjadi bagian yang krusial dalam strategi untuk pengembangan bisnis, termasuk bagi pelaku UMKM. Dalam penggunaan digital marketing bisa sangat memudahkan pelaku UMKM dalam menjangkau konsumen secara lebih luas, efektif dan efisien. Langkah strategis yang diterapkan dalam pemasaran dan pemanfaatan media digital memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang tepat, sehingga volume penjualan meningkat secara konsisten dan memberikan keuntungan yang optimal. Hal ini berdampak positif pada peningkatan pendapatan UMKM dibandingkan sebelum mereka menerapkan strategi pemasaran digital (Taher 2024). Namun selain berdampak positif pada pelaku UMKM sayangnya, digital marketing ini juga menjadi salah satu kendala yang sering sekali ditemui pada pelaku UMKM, yang salah satu penyebabnya yaitu masih banyak pelaku UMKM yang belum bisa menggunakan strategi digital marketing dikarenakan kurangnya literasi mengenai teknologi yang sudah semakin maju (Rudianto 2023).

Oleh karena itu, penting sekali bagi pelaku UMKM untuk diberikan pendampingan dan juga pelatihan dalam pemahaman pencatatan keuangan dan strategi digital marketing guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam program pengabdian masyarakat pemberdayaan UMKM Arzzam Tailor menggunakan metode kualitatif. Penelitian dilaksanakan melalui pendekatan sebagai berikut:

1. **Survey dan wawancara**

Pada tahap ini dilakukan survei ke lokasi UMKM yang berada di Kabupaten Sumbawa Barat, Nusa Tenggara Barat dan wawancara secara langsung kepada pemilik UMKM Arzzam Tailor. Tujuan dari survei dan wawancara ini dilakukan untuk mengumpulkan permasalahan yang dihadapi UMKM Arzzam Tailor, seperti pencatatan keuangan sederhana dan pemasaran digital (Sugitanti et al. 2022)

2. **Pelatihan dan Pemberdayaan**

Untuk mendukung perkembangan UMKM khususnya dalam aspek pencatatan keuangan dan pemasaran digital, tim pelaksana kegiatan melakukan pelatihan kepada UMKM Arzzam Tailor melalui via online.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.Aspek Keuangan

Mengelola keuangan dalam suatu usaha merupakan salah satu permasalahan yang sering terjadi dalam suatu usaha. Salah satunya pada UMKM Arzzam Tailor yaitu tidak adanya laporan keuangan yang detail (Ritonga et al. 2023). Pada sebelum kegiatan survei dilakukan, owner dari Arzzam Tailor tidak melakukan sistem pencatatan keuangan sesuai dengan PSAK ETAP yang dikarenakan minimnya pengetahuan akan akuntansi dan pencatatan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM. Hal ini bisa menjadi hambatan bagi UMKM untuk bisa mencatat laporan keuangannya (Pasaribu, Safriandi, and Aginta 2023)a. Selain itu juga Arzzam tailor mencatat laporan keuangannya secara tidak konsisten dan tercampur dengan keuangan pribadi. Oleh karena itu kami membantu menyusun laporan keuangan sederhana bagi Arzzam Tailor secara efektif. Berikut laporan Laba Rugi bagi UMKM Arzzam Tailor :

ARZZAM TAILOR
Laporan Laba Rugi
Per 31 Mei 2025

Keterangan	Jumlah	
Pendapatan:		
Penjualan (setelan & gamis)	Rp 8,250,000	
Total Pendapatan		Rp 8,250,000
Biaya Operasional :		
Pembelian bahan kain	Rp 600,000	
Pembayaran listrik	Rp 150,000	
Gaji karyawan (2 orang)	Rp 2,400,000	
Total Biaya Operasional		Rp 3,150,000
Laba Bersih		Rp 5,100,000

ARZZAM TAILOR
Neraca
Per 31 Mei 2025

Keterangan	Jumlah	
Aset		
Kas(Laba Bersih)	Rp 5,100,000	
Persediaan bahan	Rp 500,000	
Peralatan usaha	Rp 2,000,000	
Total aset		Rp 7,600,000
Kewajiban		
Utang Usaha	-	
Ekuitas/Modal		
Modal Awal	Rp 2,500,000	
Laba bulan Mei 2025	Rp 5,100,000	
Total Ekuitas		Rp 7,600,000

B. Aspek Pemasaran

Berdasarkan survei yang dilakukan UMKM Arzzam Tailor belum memanfaatkan internet untuk kegiatan pemasaran dan promosi. Saat ini, promosi masih dilakukan secara sederhana melalui informasi dari mulut ke mulut dan kunjungan secara langsung di lingkungan sekitar. Hal ini membuat jangkauan promosi menjadi terbatas dan belum bisa menarik pelanggan yang lebih luas (Maretia 2023). Dalam jangkauan yang masih sangat terbatas UMKM Arzzam Tailor belum mampu menjangkau konsumen yang berada di luar daerah. Strategi promosi melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Shopee sebenarnya bisa membantu meningkatkan penjualan dan daya saing UMKM Arzzam Tailor. Namun, saat ini Arzzam Tailor belum memanfaatkan platform-platform tersebut untuk promosi usahanya (Diantoro et al. 2024).

Kurangnya pemanfaatan teknologi digital ini menjadi salah satu faktor penghambat dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital saat ini. Kurangnya promosi lewat media sosial menjadi salah satu hambatan besar bagi UMKM Arzzam Tailor untuk bisa bersaing dengan usaha lainnya. Padahal, penggunaan media digital bisa membantu menjangkau pasar yang lebih luas dan mendukung sistem penjualan yang lebih modern. Hal ini bisa menjadi peluang pengembangan usaha di masa depan (Nurmala 2022).

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan manajemen keuangan pada UMKM Arzzam Tailor. Berdasarkan hasil yang diperoleh, kegiatan ini berlangsung dengan baik dan memberikan efek positif bagi UMKM tersebut, terutama dalam hal pemahaman dan penerapan pencatatan keuangan yang sederhana. Melalui pelatihan dan pendampingan, pelaku usaha sudah mulai memahami pentingnya pencatatan transaksi harian serta menyusun laporan keuangan secara berkala. Namun, saat ini pelaku usaha masih memerlukan pemahaman yang lebih mendalam. Dengan adanya pencatatan yang lebih teratur, para pelaku usaha menjadi lebih menyadari pentingnya memisahkan keuangan pribadi dari usaha, serta dapat memantau kemajuan usaha mereka secara lebih objektif. Diharapkan bahwa praktik ini dapat terus dilanjutkan dan menjadi kebiasaan dalam menjalankan usaha, sehingga dapat meningkatkan profesionalisme dan keberlanjutan UMKM secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianingsih, Arum, and Mella Mardayanti. 2023. "Literasi Akuntansi Untuk Pengelolaan Keuangan Bagi Pelaku UMKM Produk 'Tempe.'" *Jepemas: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(April): 21–26. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jepemas/article/view/4856%0Ahttps://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jepemas/article/download/4856/2381>.
- Diantoro, Karno, Ahmad Soderi, Program Studi, and Teknik Informatika. 2024. "Pengembangan Strategi Digital Marketing Ukm Di Era Digital." 4(2): 175–87.
- Maretia, Siti. 2023. "PKM Digital Marketing Pada UMKM Rumah Jahit MDS Di Medan Johor Sumatera Utara."
- Musfirahwaty, Auriza, and Wahyuni Sakka. 2024. "Inovasi Dan Kreativitas : Pendampingan Manajemen Usaha Penjahit Ikayani Innovation and Creativity: Business Management Assistance for Ikayani Tailoring." x(x): 26–34.
- Nurmala, Siti. 2022. "Peningkatan Pemasaran UMKM Melalui Pelatihan Digital Marketing Increasing MSME Marketing Through Digital Marketing Training." *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(3): 281–89. doi:10.30997/almujtamae.v2i3.6340.

- Pasaribu, Aria Masdiana, Ferry Safriandi, and Windy Aginta. 2023. "Pelatihan Pembukuan Sederhana Bagi UMKM Untuk Meningkatkan Pemahaman Pencatatan Keuangan Di Leni Grosir SUMUT Dan Pempek Pak Eko Marelan." *Jurnal Derma Pengabdian Dosen Perguruan Tinggi (Jurnal DEPUTI)* 3(2): 202–6. doi:10.54123/deputi.v3i2.283.
- Pertiwi, Dwi Ari, ; Rachma Agustina, Meta Ardiana, Deasy Ervina, Prodi Akuntansi Fakultas, Ekonomi Universitas, Hasyim Asy'ari, and Tebuireng Jombang. 2024. "Pentingnya Pencatatan Keuangan Pada UMKM (Workshop Di Desa Gebangbunder Plandaan Jombang)." *Prosiding Seminar Nasional Sains, Teknologi, Ekonomi, Pendidikan dan Keagamaan (SAINSTEKNOPAK)* 7: 2023. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/46385/umkm-kembali-jadi-pahlawan-ekonomi-di-tahun->.
- Ritonga, Zurini, Irne Aryanie, Zulfikar, and Cut Santika. 2023. "Pemberdayaan Penjahit Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Kreatif Masyarakat Desa Meunasah Meucap Kecamatan Peusangan Babupaten Bireuen." *Martabe: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 6(11): 4243–49.
- Rudianto, Zeptanus Ricky Vernando. 2023. "Strategi Pemasaran Digital Bagi UMKM Untuk Meningkatkan Daya Saing(Studi Kasus Pada UMKMDi Daerah Istimewa Yogyakarta)." *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMAK)* 2(2): 449–56.
- Sugitanti, Leni, Melyona Z Rabbil, Kamilah Octavia, and Mega Silvia. 2022. "Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM." *Jurnal Manajemen Pemasaran Internasional* 1(2): 100–101.
- Taher, Muhammad Iqbaal. 2024. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Bisnis Islam: Studi Pada UMKM Kecamatan Medan Tembung." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5(7): 4005–17. doi:10.47467/elmal.v5i7.4281.
- Yolanda, Cindy. 2024. "Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2(3): 170–86. doi:10.36490/jmdb.v2i3.1147.