



## Pendampingan Pencatatan Keuangan dan Digital Marketing pada UMKM Pemotongan Ayam Pak Joko

### *Financial Recording and Digital Marketing Assistance for MSMEs Chicken Slaughter Pak Joko*

Siti Kholifatun<sup>1\*</sup>, Tutut Dewi Astuti<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup>Program Studi Akuntansi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia

\*Penulis korespondensi: [skholifaatun21@gmail.com](mailto:skholifaatun21@gmail.com)<sup>1</sup>

---

#### Riwayat artikel:

Naskah Masuk: 29 September 2025;

Revisi: 19 Oktober 2025;

Diterima: 03 September 2025;

Terbit: 17 November 2025;

#### Keywords: Business

Transformation; Digital Promotion;

Financial Recording; Managerial

Training; Traditional MSMEs

**Abstract:** *This community service activity was motivated by the still low ability of business owners to maintain financial records and digital promotions. Pak Joko Chicken Slaughterhouse is one of the MSMEs experiencing challenges in financial management due to its manual system and lack of use of digital media for business promotion. The objective of this activity was to improve managerial capacity through Microsoft Excel-based digital bookkeeping training and online marketing training with Google Maps and Instagram. The method used was a participatory approach through three stages of activities: field surveys, training, and evaluation of results. The results of the activity showed an increase in partners' understanding and skills in maintaining more structured and accurate financial records using Excel. Partners also succeeded in creating business profiles on Google Maps and business Instagram accounts used to promote products digitally. The tangible impact of this activity is increased awareness of the importance of financial records and digital promotions, as well as increased business competitiveness. In conclusion, digital bookkeeping and digital marketing training has proven effective in driving the transformation of traditional businesses to modern, technology-based management.*

---

#### Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilatarbelakangi oleh masih rendahnya kemampuan pelaku usaha dalam melakukan pencatatan keuangan dan promosi digital. Rumah Potong Ayam Pak Joko merupakan salah satu UMKM yang mengalami kendala dalam pengelolaan keuangan karena masih menggunakan sistem manual, serta belum memanfaatkan media digital untuk promosi usaha. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kapasitas manajerial melalui pelatihan pencatatan keuangan digital berbasis Microsoft Excel serta pelatihan pemasaran online dengan Google Maps. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui tiga tahap kegiatan, yaitu survei lapangan, pelatihan, dan evaluasi hasil. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra dalam melakukan pencatatan keuangan yang lebih terstruktur dan akurat menggunakan Excel. Mitra juga berhasil membuat profil usaha di Google Maps yang digunakan untuk mempromosikan lokasi usaha secara digital. Dampak nyata dari kegiatan ini adalah meningkatnya kesadaran pentingnya pencatatan keuangan dan promosi digital, serta meningkatnya daya saing usaha. Kesimpulannya, pelatihan pencatatan keuangan dan digital marketing terbukti efektif dalam mendorong transformasi usaha tradisional menuju pengelolaan yang modern dan berbasis teknologi.

**Kata Kunci:** Pencatatan Keuangan; Promosi Digital; UMKM Tradisional; Pelatihan Manajerial; Transformasi Usaha

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian nasional terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperkuat struktur ekonomi daerah. Berdasarkan data

Kementerian Koperasi dan UKM (2023), lebih dari 99% pelaku usaha di Indonesia berasal dari sektor UMKM dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai lebih dari 60%. Namun masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi kendala dalam pengelolaan usaha khususnya pada aspek pencatatan keuangan dan pemasaran digital. Keterbatasan kemampuan dalam dua hal tersebut sering kali menyebabkan UMKM kesulitan dalam mengetahui kondisi keuangan, mengatur strategi penjualan, serta memperluas jaringan pasar secara efektif.

Meskipun usaha pematangan ayam milik Pak Joko telah berjalan cukup lama dan memiliki pelanggan tetap, sistem pencatatan keuangan yang diterapkan masih dilakukan secara manual dan belum terdokumentasi secara sistematis. Transaksi harian seperti pembelian bahan baku, biaya operasional, dan hasil penjualan belum dicatat secara teratur sehingga menyulitkan pelaku usaha dalam mengetahui laba/rugi, dan arus kas usaha secara akurat. Sebagian besar UMKM di Indonesia masih menggunakan sistem pencatatan keuangan manual dan sederhana, sehingga akurasi data keuangan sering kali rendah, Pramesti dan Sari (2021).

Menurut Harahap (2018) pencatatan keuangan yang baik tidak hanya berfungsi sebagai alat pengawasan keuangan tetapi juga menjadi dasar dalam pengambilan keputusan bisnis yang tepat. Penggunaan Microsoft Excel merupakan solusi efektif karena mudah dioperasikan, memiliki fungsi perhitungan otomatis, dan dapat menghasilkan laporan keuangan sederhana yang informatif. Hasil penelitian Handayani dan Yusuf (2022) menunjukkan bahwa pelatihan penggunaan Excel pada UMKM dapat meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mencatat transaksi dan menyusun laporan keuangan dengan lebih rapi serta efisien.

Selain aspek pencatatan pengembangan usaha juga membutuhkan dukungan dari strategi pemasaran yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Di era digital penggunaan media online menjadi sarana efektif untuk memperluas jangkauan promosi. Menurut Kotler dan Keller (2016), digital marketing memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan metode konvensional. Dalam konteks kegiatan pengabdian ini, pelatihan digital marketing difokuskan pada pembuatan akun Google Maps. Melalui Google Maps, usaha pematangan ayam Pak Joko dapat terdaftar secara resmi di platform pencarian lokasi, sehingga memudahkan pelanggan menemukan dan mengakses informasi usaha.

Nugroho dan Purnamasari (2021) menjelaskan bahwa kehadiran bisnis di Google Maps mampu meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperluas jangkauan pasar lokal hingga 40% lebih tinggi dibandingkan usaha yang tidak terdaftar secara digital.

Dengan demikian kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan pencatatan keuangan sederhana menggunakan Microsoft Excel dan pelatihan digital marketing melalui pembuatan Google Maps bagi UMKM pemotongan ayam Pak Joko. Melalui pelatihan ini, diharapkan pelaku usaha dapat meningkatkan kemampuan manajerial, memperbaiki sistem pembukuan, serta memperluas jaringan pemasaran secara efektif. Kegiatan ini juga menjadi bentuk penerapan nyata ilmu akuntansi dan teknologi informasi dalam membantu masyarakat, sekaligus memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan terapan di bidang ekonomi dan bisnis.

## **2. METODE**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif dengan melibatkan pelaku usaha secara aktif pada setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar pelaksanaan program benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik mitra sasaran, sehingga hasilnya dapat diterapkan secara berkelanjutan. Tahapan pelaksanaan kegiatan terdiri atas tiga tahap utama, yaitu survei lokasi, pelatihan, dan evaluasi hasil pengabdian.

Tahap pertama adalah survei lokasi, yang dilakukan sebelum pelaksanaan kegiatan inti. Survei ini bertujuan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi aktual UMKM pemotongan ayam Pak Joko meliputi aspek operasional, pencatatan keuangan, dan strategi pemasaran yang telah dijalankan. Kegiatan survei dilakukan melalui observasi langsung di tempat usaha dan wawancara dengan pemilik usaha. Dari hasil survei diketahui bahwa pencatatan transaksi masih dilakukan secara manual menggunakan buku catatan sederhana buku gelatik, sehingga data pembukuan sulit diakses dan tidak tersusun secara sistematis. Selain itu, usaha belum memiliki profil digital pada Google Maps untuk promosi. Informasi yang diperoleh dari tahap survei menjadi dasar dalam perancangan materi pelatihan agar sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mitra.

Tahap kedua yaitu pelatihan, yang merupakan inti dari kegiatan pengabdian ini. Pelatihan dilaksanakan secara langsung di lokasi usaha selama beberapa sesi pertemuan. Kegiatan diawali dengan penjelasan konsep dasar pentingnya pencatatan keuangan dan pemasaran digital, dilanjutkan dengan demonstrasi dan praktik langsung. Materi pelatihan dibagi menjadi dua fokus utama. Pertama, pelatihan pencatatan keuangan sederhana menggunakan Microsoft Excel. Pada sesi ini peserta diajarkan cara membuat tabel transaksi, mengelompokkan pengeluaran dan pendapatan, menghitung laba rugi, serta membuat laporan keuangan bulanan secara otomatis menggunakan rumus Excel. Peserta juga diberikan contoh

format pencatatan keuangan sederhana yang dapat digunakan secara mandiri setelah pelatihan selesai. Selanjutnya pelatihan digital marketing difokuskan pada pembuatan profil usaha di Google Maps. Peserta diajarkan langkah-langkah mendaftarkan lokasi usaha ke Google Maps, mengatur deskripsi, jam operasional, serta menambahkan foto dan fasilitas yang dimiliki. Pendekatan praktik langsung diterapkan agar peserta dapat memahami secara aplikatif setiap langkah dan mampu menerapkannya secara mandiri di kemudian hari. Selama proses pelatihan, tim pengabdian juga memberikan pendampingan teknis serta panduan tertulis sebagai referensi bagi mitra.

Tahap ketiga adalah evaluasi hasil pengabdian, yang dilakukan untuk menilai sejauh mana keberhasilan kegiatan dalam meningkatkan kemampuan dan pengetahuan mitra. Evaluasi dilakukan dengan metode observasi langsung dan wawancara kepada pemilik pematonga ayam Pak Joko. Indikator keberhasilan mencakup tiga aspek utama, yaitu:

1. Peningkatan kemampuan pelaku usaha dalam melakukan pencatatan keuangan menggunakan Excel
2. Kemampuan membuat dan mengelola profil usaha di Google Maps dan Instagram bisnis, serta
3. Perubahan sikap dan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya pengelolaan keuangan dan promosi digital.



**Gambar 1.** Alur Metode Pelaksanaan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN



**Gambar 2.** Lokasi usaha.

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan pada UMKM pematongan ayam Pak Joko diperoleh informasi bahwa sistem pencatatan keuangan yang digunakan masih sangat sederhana dan belum memenuhi prinsip akuntansi dasar. Pencatatan transaksi kas masuk dan

kas keluar hanya dilakukan menggunakan buku tulis biasa (buku gelatik), tanpa adanya pengelompokan akun, perincian transaksi, atau perhitungan laba rugi secara periodik. Sementara itu, pencatatan penjualan hanya didasarkan pada nota transaksi dengan pelanggan, namun tidak disertai rekap penjualan harian maupun bulanan. Kondisi ini menyebabkan pemilik usaha kesulitan dalam memantau kinerja keuangan, menentukan keuntungan bersih, serta melakukan perencanaan usaha berbasis data.

Selain itu, hasil survei juga menunjukkan bahwa strategi pemasaran usaha masih bersifat tradisional. Penjualan hanya mengandalkan pelanggan tetap atau bakul langganan yang membeli secara rutin. Usaha ini belum memiliki identitas digital seperti profil di Google Maps atau akun media sosial bisnis, sehingga jangkauan pasarnya terbatas pada pelanggan sekitar dan belum mampu menarik konsumen baru dari luar wilayah. Kurangnya pemanfaatan teknologi digital juga berdampak pada rendahnya daya saing usaha di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada informasi daring.



**Gambar 3.** Pelatihan Pencatatan Keuangan dan Digital Marketing.

Menanggapi temuan tersebut pengabdian melaksanakan kegiatan digital pelatihan pencatatan keuangan menggunakan Microsoft Excel dan pelatihan digital marketing melalui pembuatan akun Google Maps. Kegiatan pelatihan dilaksanakan secara langsung di lokasi usaha dengan pendekatan praktik dan pendampingan interaktif. Pada sesi pelatihan pencatatan keuangan, pelaku usaha diperkenalkan dengan format pencatatan keuangan sederhana di Excel yang mencakup kolom tanggal transaksi, keterangan, jenis transaksi (pemasukan atau pengeluaran), serta saldo akhir kas. Format tersebut memudahkan pemilik usaha untuk mencatat dan mengelola seluruh transaksi harian secara terstruktur. Selain itu, peserta juga diajarkan cara membuat laporan laba rugi sederhana dengan memanfaatkan fungsi otomatis Excel seperti SUM dan IF untuk menghitung total penjualan, biaya operasional, dan laba bersih.

Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra terhadap pentingnya pencatatan keuangan yang teratur. Pemilik usaha mulai mampu mengelompokkan jenis transaksi dan melakukan pencatatan rutin menggunakan format yang telah diajarkan. Hal ini sejalan dengan penelitian Handayani dan Yusuf (2022) yang menyatakan bahwa pelatihan berbasis aplikasi Excel efektif dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan keuangan dan analisis sederhana terhadap kondisi usahanya.

Pada sesi pelatihan digital marketing, pelaku usaha dibimbing untuk membuat profil usaha di Google Maps agar mudah ditemukan oleh pelanggan di sekitar lokasi. Melalui kegiatan ini, usaha pemotongan ayam Pak Joko kini telah memiliki lokasi terdaftar di Google Maps lengkap dengan informasi alamat, jam buka, dan kontak yang dapat dihubungi. Langkah ini terbukti meningkatkan visibilitas usaha karena pelanggan dapat menemukan lokasi secara langsung melalui pencarian di ponsel. Dalam sesi ini, pelaku usaha belajar membuat unggahan foto produk yang menarik dan menambahkan keterangan deskriptif yang informatif.



**Gambar 4.** Evaluasi Hasil Kegiatan.

Setelah kegiatan pelatihan selesai, langkah selanjutnya yaitu evaluasi hasil kegiatan untuk menilai tingkat pemahaman dan penerapan ilmu yang telah diberikan. Berdasarkan hasil observasi lanjutan, pemilik usaha telah mulai menerapkan sistem pencatatan keuangan di Excel untuk mencatat transaksi harian dan membuat rekap penjualan mingguan. Pencatatan ini memudahkan dalam mengetahui total pendapatan dan pengeluaran serta memantau arus kas usaha dengan lebih akurat. Dari sisi pemasaran, mitra juga mulai aktif memperbarui informasi di Google Maps dan mengunggah konten promosi di akun Instagram bisnis yang telah dibuat.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas manajerial dan literasi digital mitra. Penerapan sistem pencatatan keuangan sederhana membantu pemilik usaha memahami posisi keuangan dengan lebih jelas, sementara pemanfaatan media digital memperluas peluang pemasaran dan meningkatkan profesionalitas usaha. Pendekatan terintegrasi antara pencatatan keuangan sederhana dan digital marketing ini terbukti efektif dalam mendorong transformasi UMKM tradisional menuju pengelolaan usaha yang lebih modern, transparan, dan kompetitif.

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Rumah Potong Ayam Pak Joko memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan pengelolaan usaha khususnya dalam aspek pencatatan keuangan dan pemasaran digital. Sebelum kegiatan dilaksanakan, pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual tanpa rekap yang jelas, dan promosi usaha hanya mengandalkan pelanggan tetap tanpa dukungan media digital. Melalui pelatihan pencatatan keuangan digital berbasis Microsoft Excel, pelaku usaha kini mampu mencatat transaksi harian secara terstruktur, membuat laporan laba rugi sederhana, serta memahami kondisi keuangan usaha dengan lebih akurat. Sementara itu, pelatihan digital marketing melalui pembuatan akun Google Maps dan Instagram bisnis telah membantu usaha ini memiliki identitas digital yang memudahkan pelanggan menemukan lokasi usaha dan mengenal produk yang ditawarkan. Keberhasilan kegiatan ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi sederhana dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar bagi pelaku UMKM. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berhasil meningkatkan literasi digital dan kemampuan manajerial mitra, tetapi juga mendorong transformasi usaha tradisional menuju pengelolaan yang lebih modern, profesional, dan berkelanjutan.

#### DAFTAR REFERENSI

- Ariani, D., & Utami, W. (2020). Pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(2), 145–156.
- Atkinson, A., & Messy, F. (2012). Measuring financial literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) pilot study. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, 15, 1–73. <https://doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en>
- Basri, Y. M., & Nabiha, S. (2014). Accounting practices and performance of small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Accounting and Organizational Change*, 10(3), 345–367.
- Gujarati, D. N. (2009). *Basic econometrics* (5th ed.). McGraw-Hill.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Handayani, R., & Yusuf, A. (2022). Peningkatan literasi keuangan UMKM melalui pelatihan Excel untuk pembukuan sederhana. *Jurnal Pengabdian Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 55–64.
- Harahap, S. S. (2018). *Analisis kritis atas laporan keuangan*. RajaGrafindo Persada.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2021). *Perkembangan data UMKM Indonesia*. <https://kemenkopukm.go.id>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management information systems: Managing the digital firm* (16th ed.). Pearson.
- Mulyadi. (2016). *Sistem akuntansi* (4th ed.). Salemba Empat.
- Nugroho, T., & Purnamasari, D. (2021). Pemanfaatan Google Maps dalam meningkatkan aksesibilitas dan daya saing UMKM. *Jurnal Inovasi dan Teknologi*, 3(1), 12–20.
- Nurdin, A., & Rahmawati, S. (2020). Pendekatan partisipatif dalam pemberdayaan masyarakat melalui program pengabdian. *Jurnal Pemberdayaan dan Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 33–41.
- OECD. (2020). *The digitalisation of small and medium enterprises*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/bebf54f3-en>
- Pramesti, D., & Sari, M. (2021). Analisis pencatatan keuangan pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 9(1), 77–86.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Essentials of entrepreneurship and small business management* (5th ed.). Prentice Hall.