



## Penerapan sistem informasi akuntansi, digital marketing dan e-commerce untuk meningkatkan literasi digitalisasi dan kinerja UMKM

**Cindy Merni Maulidina\*, Lu'lu' Nafiati**

Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia

\*email Koresponden Penulis: [cindy2000012105@webmail.uad.ac.id](mailto:cindy2000012105@webmail.uad.ac.id)

### Info Artikel

#### Riwayat Artikel

**Diajukan:** 2024-01-09

**Diterima:** 2024-03-14

**Diterbitkan:** 2024-03-22



**Lisensi:** cc-by-sa

Copyright © 2024 Penulis

### ABSTRAK

UMKM TS Alumunium di kelurahan Sorosutan Yogyakarta, adalah usaha mikro kecil menengah yang mengkhususkan diri dalam pembuatan peralatan masak dari alumunium. UMKM ini menghadapi beberapa kendala, salah satu tantangan utamanya adalah minimnya pemanfaatan teknologi dan media digital dalam mengelola keuangan dan strategi pemasaran. Proses pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual, dengan risiko kesalahan pencatatan dan perhitungan serta memakan banyak waktu. Selain itu, pendekatan pemasaran yang digunakan yaitu dengan menjual produk di pasar-pasar terdekat. Dengan demikian, penjualan UMKM belum dapat optimal. Untuk mengatasi permasalahan ini, tim pengabdian memberikan solusi berupa pendampingan digital marketing dan sistem informasi akuntansi. Langkah berikut dilakukan dengan memanfaatkan media digital dalam pencatatan keuangan seperti menggunakan software dan strategi pemasaran melalui e-commerce. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan karyawan UMKM TS Alumunium dalam melakukan pencatatan keuangan secara digital serta melakukan analisis atas informasi akuntansi. Selain itu, pengabdian ini juga bertujuan memperluas pangsa pasar untuk meningkatkan penjualan produk-produk UMKM TS Alumunium.

**Kata Kunci:** e-commerce; laporan keuangan; sistem informasi akuntansi

### Cara mensitasi artikel:

Maulidina, C. M., & Nafiati, L. (2024). Penerapan sistem informasi akuntansi, digital marketing dan e-commerce untuk meningkatkan literasi digitalisasi dan kinerja UMKM. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(1), 187–199. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i1.21506>

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era serba digital saat ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan bisnis, terutama dalam bidang keuangan dan pemasaran. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi sangat penting untuk meningkatkan produktivitas (Dahlan, 2017). Kurangnya pengetahuan digitalisasi tentang pemasaran dan pengelolaan keuangan membuat para pelaku usaha tidak bisa mengelola keuangan secara efisien dan pemasaran yang efektif untuk meningkatkan produktivitas UMKM. Banyak penelitian telah fokus pada peran pemerintah dalam mendukung pertumbuhan usaha kecil, dan kesimpulan yang diambil adalah bahwa peran pemerintah dalam mendukung usaha kecil sangat



penting. hal ini didorong oleh kontribusi usaha kecil terhadap ekonomi nasional yang sangat signifikan. Oleh karena itu, upaya untuk mendukung digitalisasi usaha kecil dapat memberikan manfaat besar dalam meningkatkan daya saing, kinerja, dan pertumbuhan usaha jasa kecil. Upaya ini penting untuk mengoptimalkan dampak positif pada bisnis jasa kecil agar mereka dapat mencapai tujuan digital dan mengadopsi teknologi (Reswari & Siswanto, 2023). Perkembangan teknologi digital, seperti internet dan teknologi seluler, telah mengubah lanskap bisnis secara menyeluruh dan menciptakan cara baru untuk mengelola perusahaan. Meskipun ada insentif yang kuat untuk mengadopsi teknologi, seperti pengurangan biaya dan peningkatan hubungan dengan pelanggan, namun bagi UMKM yang seringkali memiliki keterbatasan sumber daya, digitalisasi bisa menjadi tantangan yang signifikan (Reswari & Siswanto, 2023).

Peran UMKM di Indonesia tidak hanya terlihat dalam kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang mencapai 50%, Namun, peran ini juga sangat signifikan dalam serapan tenaga kerja yang mencapai hingga 90% dari total angkatan kerja di negara ini (Irijayanti et al., 2016). Berbagai literatur ilmiah menunjukkan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki dampak yang besar terhadap aspek sosial dan ekonomi masyarakat, terutama di negara-negara berkembang (Tambunan, 2018). UMKM di Indonesia telah lama menjadi tulang punggung ekonomi negara ini, dan telah terbukti mampu bertahan bahkan saat menghadapi badai krisis global pada tahun 1997 (Irijayanti et al., 2016). Keberadaan UMKM di Indonesia memiliki dampak yang signifikan dalam menggerakkan perkembangan kewirausahaan. Lebih lanjut, pemerintah juga memberikan perhatian serius dengan meluncurkan berbagai program dan kebijakan pemberdayaan usaha kecil. Tujuan dari upaya ini adalah agar UMKM dapat tumbuh dan diandalkan sebagai salah satu pilar ketahanan nasional dalam sektor ekonomi. UMKM di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai tantangan yang belum terselesaikan yang untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis (Irijayanti et al., 2016). Literatur terdahulu menemukan bahwa UMKM dihadapkan dengan berbagai permasalahan, baik yang bersifat internal maupun eksternal, antara lain teknologi, bahan baku, informasi dan pemasaran, infrastruktur, birokrasi dan pungutan, kemitraan, manajemen, permodalan (Kautsar et al., 2016). Dari beberapa permasalahan tersebut, pemasaran merupakan salah satu permasalahan utama yang menyebabkan bisnis kurang berkembang (Yuliansyah et al., 2022).

UMKM TS Alumunium merupakan salah satu UMKM yang menghadapi tantangan dalam hal keterampilan manajerial dan kemampuan teknologi. Berdasarkan hasil wawancara dengan para pelaku usaha, pembukuan keuangan UMKM TS Alumunium yang masih manual membuat pengelolaan keuangannya menjadi kurang efisien. Pembukuan manual rentan menyebabkan kesalahan pencatatan transaksi dikarenakan proses pencatatan yang panjang dan melelahkan. Pembukuan secara manual juga mempunyai resiko kehilangan atau rusaknya data yang lebih besar dan juga berisiko data yang sulit dipahami karena kurang rapi dalam pencatatannya sehingga tingkat terjadinya kecurangan dalam pencatatan besar dan akan sulit terdeteksi (Irijayanti & Azis, 2023). Sistem

akuntansi atau pembukuan yang kurang layak untuk mendukung pertumbuhan UMKM menjadi salah satu penyebab kegagalan UMKM (Iriyanti & Azis, 2023). Teknologi digital, termasuk internet dan teknologi seluler, telah mengubah cara operasional di semua sektor industri dan menciptakan metode baru untuk mengelola dan mengorganisasi perusahaan. Meskipun ada dorongan kuat untuk mengadopsi teknologi ini guna mengurangi biaya dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan, UMKM seringkali menghadapi tantangan dalam proses digitalisasi karena sumber daya yang terbatas (Reswari & Siswanto, 2023).

Hasil wawancara dengan para pelaku usaha menunjukkan bahwa pemasaran yang dilakukan oleh UMKM TS Aluminium masih terbatas karena masih mengandalkan sistem tradisional dengan menawarkan produk langsung ke pasar-pasar terdekat. Dalam konteks ini, strategi pemasaran yang diterapkan sangat menentukan keberhasilan UMKM dalam berkembang dan bersaing di pasar (Siregar et al., 2023). Meskipun lokasi UMKM terletak dekat dengan kota yang berpenduduk ramai dan mudah dijangkau, peningkatan dalam sistem pemasaran menjadi suatu kebutuhan mendesak untuk memanfaatkan potensi lebih besar di era digital ini.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM TS Aluminium, tim pengabdian menyusun beberapa solusi yang diusulkan untuk mengatasinya. Salah satu solusi yang diajukan adalah pendampingan sistem informasi akuntansi, *e-commerce* dan digital marketing, khususnya dalam pembukuan keuangan. Tujuan dari pendampingan ini adalah meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para pelaku usaha UMKM TS Aluminium di Sorosutan dalam memanfaatkan media digital. Dengan adanya peningkatan kompetensi ini, diharapkan produktivitas UMKM dapat meningkat seiring dengan kemampuan mereka dalam mengelola aspek digital dalam bisnis mereka. Pendekatan ini dianggap sebagai langkah strategis untuk membantu UMKM TS Aluminium beradaptasi dengan perubahan teknologi dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin digital.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat menggunakan metode Penelitian Tindakan Partisipatif (PAR), yang bertujuan untuk memberikan pengalaman belajar dalam menangani masalah dan memenuhi kebutuhan praktis masyarakat, sambil juga memberikan kontribusi pada pengetahuan. Pendekatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan PAR yang menekankan pada pemberdayaan harus memperhatikan elemen-elemen pemberdayaan dengan saksama. Dalam konteks ini, konsep pemberdayaan mencakup tiga dimensi, yaitu sosialisasi, diskusi, dan penerapan langsung pada permasalahan yang dihadapi oleh UMKM TS Aluminium di Sorosutan. Permasalahan yang diungkap oleh mitra melibatkan beragam aspek dalam pengelolaan dan manajemen usaha, serta masalah pemasaran yang dihadapi oleh para pelaku usaha yang telah menyetujui untuk menjadi partisipan dalam kegiatan ini. Partisipan yang terlibat dalam kegiatan ini adalah para pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) TS Aluminium di Sorosutan. Dalam proses identifikasi permasalahan, berbagai isu yang terkait dengan pengelolaan

bisnis dan tantangan yang dihadapi oleh para pemilik UMKM tersebut menjadi fokus utama.

Tim pengabdian dengan cermat menggali informasi mengenai sistem manajemen usaha, permasalahan keuangan, serta kendala dalam pemasaran produk TS Aluminium. Berbagai hambatan yang dihadapi oleh UMKM ini, seperti keterbatasan akses pasar, kurangnya pengetahuan mengenai teknik pemasaran yang efektif, dan kendala dalam menjaga kualitas produk. Melalui pendekatan ini, diharapkan solusi yang ditemukan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dapat memberikan bantuan yang konkret dan berkelanjutan, serta meningkatkan daya saing UMKM TS Aluminium di tingkat lokal maupun regional. Oleh sebab itu, untuk mengatasi permasalahan tersebut dalam kegiatan ini tim pengabdian melakukan langkah-langkah sebagai berikut :

Langkah pertama melakukan pendampingan sistem informasi akuntansi dalam laporan keuangan UMKM TS Aluminium secara sederhana. Salah satu jenis informasi dalam bidang akuntansi adalah data keuangan. Informasi keuangan ini harus dipresentasikan dengan baik, baik untuk kepentingan manajemen perusahaan maupun untuk pihak eksternal perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan suatu kerangka kerja yang mengatur aliran dan pengolahan data akuntansi, yang biasa disebut sebagai sistem informasi akuntansi. Sistem informasi akuntansi didefinisikan sebagai suatu sistem yang mengolah data dan transaksi dengan tujuan menghasilkan informasi yang berguna untuk perencanaan, pengendalian, dan operasional bisnis (Sunanti et al., 2022) .

Langkah tersebut dilakukan dengan memberikan penyuluhan dan bimbingan bagaimana melakukan pembukuan laporan keuangan dalam bentuk softfile dengan memanfaatkan aplikasi digital. Laporan keuangan pada UMKM sangatlah penting, karena laporan keuangan memberikan berbagai keunggulan kepada pelaku UMKM, termasuk kemudahan dalam mendapatkan pinjaman bank, pemahaman terhadap biaya produksi, laba/rugi, kewajiban pajak, aliran kas, dan perkembangan usaha. Informasi-informasi ini juga bermanfaat bagi pelaku UMKM dalam menetapkan harga pokok penjualan dan menentukan harga jual produk yang lebih sesuai. Selain itu, bagi pemerintah, penyusunan laporan keuangan oleh pelaku UMKM mempermudah identifikasi usaha yang berkembang, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM yang masih perlu perkembangan, dan mendukung pelaksanaan program-program pemberdayaan UMKM lainnya (Hidayatulloh et al., 2019).

Oleh sebab itu, tim pengabdian menawarkan usulan berupa solusi yaitu menerapkan sistem informasi akuntansi pada pembukuan laporan keuangan UMKM dalam bentuk softsile agar memudahkan para pelaku usaha mencatat transaksi keluar masuk yang lebih rinci dan rapi sehingga mudah dipahami untuk menagmbil keputusan terhadap UMKM. Tim pengabdian memilih menggunakan aplikasi digital (Microsoft Excel) untuk diberikan pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan data keuangan pada UMKM TS Aluminium yang akan memudahkan para pelaku usaha untuk mencatat transaksi keluar dan masuk.

Langkah yang kedua yaitu melakukan pendampingan *e-commerce* dan digital marketing kepada para pelaku usaha UMKM. Kemajuan teknologi pada

masa ini telah mengubah sudut pandang penjualan secara merata pada kalangan masyarakat. Umumnya penjualan sekarang bersifat digital dan menitikberatkan pada teknologi Digital. Digital marketing merupakan suatu bentuk kegiatan pemasaran yang melibatkan branding (pengenalan merek) dengan memanfaatkan beragam media berbasis web, seperti blog, situs web, surel, adwords, jejaring sosial, dan tidak hanya terbatas pada strategi pemasaran internet, melainkan mencakup aspek lebih luas daripada itu (Arfan & Ali Hasan, 2022). Proses ini melibatkan pemanfaatan situs web, jejaring sosial, periklanan daring, serta beragam alat digital lainnya untuk memengaruhi pandangan konsumen terhadap produk tersebut. Di era digital yang mengandalkan teknologi digital untuk hampir segala aspeknya, pemahaman dan implementasi digital marketing menjadi sangat esensial dalam usaha memperkenalkan bisnis secara online. Selain itu, ada sejumlah manfaat menarik yang dapat diperoleh melalui penerapannya, termasuk memperluas pasar dengan memperkenalkan produk kepada konsumen dan memungkinkan pelaku usaha untuk mencapai berbagai tujuan pemasaran, terutama melalui pendekatan viral yang memungkinkan pelaku bisnis untuk mencapai target pasar secara luas.

Langkah tersebut dilakukan dengan memberikan pemahaman kepada para pelaku usaha UMKM tentang pemasaran berbasis *e-commerce* menggunakan media sosial dan marketplace seperti pembuatan akun sosial media (instagram) dan akun marketplace (shopee) untuk pemasaran produk mereka agar pangsa pasar lebih luas serta pembuatan konten/video yang digunakan sebagai iklan di media sosial untuk menarik konsumen. *E-commerce* merujuk pada penggunaan teknologi elektronik untuk mendukung berbagai aktivitas komersial, seperti penjualan, pembelian, pertukaran produk, layanan, dan informasi. Ini mencakup interaksi antara berbagai bisnis, bisnis ke bisnis, dan bisnis ke konsumen. Pengiriman barang dapat dilakukan melalui internet atau di luar internet. Secara sederhana, *e-commerce* dapat dipahami sebagai proses transaksi bisnis yang terjadi melalui internet (Pratiwi et al., 2017). Maka tim pengabdian memilih *e-commerce* dalam menerapkan digital marketing pada UMKM TS Alumunium di Sorosutan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berlokasi di Sorosutan, RW 12, Kecamatan Umbulharjo, Kota Yogyakarta dimulai sejak 28 September 2023 sampai 19 Januari 2024. Tim pengabdian dengan penuh dedikasi melakukan identifikasi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh partisipan sebelum pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dimulai. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami secara menyeluruh tantangan yang dihadapi oleh masyarakat setempat, sehingga solusi yang dihasilkan melalui kegiatan PkM dapat lebih relevan dan bermanfaat. Dengan melibatkan partisipan sejak awal, diharapkan intervensi yang dilakukan oleh tim pengabdian dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan dalam meningkatkan kesejahteraan dan pembangunan di wilayah tersebut.

Beberapa tahap yang dilaksanakan untuk menghadapi masalah tersebut yaitu pertama melalui pendampingan sistem informasi akuntansi, dalam konteks pengelolaan keuangan usaha, pelaku usaha mengakui bahwa mereka belum menerapkan sistem pembukuan standar untuk mencatat secara detail pemasukan dan pengeluaran yang terkait dengan transaksi produk mereka. Sebaliknya, mereka masih mengandalkan catatan sederhana yang tersebar di berbagai dokumen yang belum teratur. Hal ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan yang mendesak untuk meningkatkan sistem pembukuan dalam bisnis. Dengan memiliki standar yang jelas dan terstruktur, pelaku usaha dapat lebih efisien dalam mengelola keuangan mereka, mengurangi risiko kesalahan pencatatan, dan memahami dengan lebih baik kinerja keuangan mereka. Tim pengabdian masyarakat dapat memberikan bimbingan dan pelatihan kepada pelaku usaha mengenai penerapan sistem pembukuan yang tepat, termasuk penggunaan perangkat lunak atau aplikasi yang dapat membantu menyederhanakan proses pencatatan keuangan. Dengan demikian, para pelaku usaha dapat meningkatkan akurasi dan kecepatan dalam melacak transaksi, membuat keputusan yang lebih informasional, dan meningkatkan daya tahan finansial bisnis mereka.

Dalam menghadapi tantangan ini, para pelaku usaha perlu mempertimbangkan langkah-langkah untuk mengimplementasikan sistem pembukuan yang lebih baik agar dapat meningkatkan pengelolaan keuangan usaha mereka. Dukungan dan panduan dari tim pengabdian masyarakat dapat menjadi katalisator yang membantu pelaku usaha dalam mengadopsi perubahan ini, sehingga dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan efisiensi operasional dan keberlanjutan bisnis UMKM TS Aluminium di Sorosutan. Untuk kegiatan pendampingan SIA ini dimulai dengan penyuluhan atau sosialisasi terkait pembukuan sederhana untuk UMKM TS Aluminium di Sorosutan, yang berlangsung pada 11 Oktober 2023 di pondopo UMKM TS Aluminium. Kegiatan ini mencakup penyuluhan dan pendampingan yang diselenggarakan oleh tim pengabdian dari program studi akuntansi Universitas Ahmad Dahlan. Materi awal berfokus pada pembukuan sederhana untuk mengelola keuangan, yang mencakup aspek penting seperti peran UMKM dalam perekonomian nasional, definisi laporan keuangan, urutan laporan keuangan, persamaan akuntansi, peraturan SAK UMKM, pemisahan dana perusahaan dan *privé*, serta digital marketing (Gambar 1).

Penjelasan ini menjadi dasar untuk sesi berikutnya yang fokus pada praktik pembukuan bagi UMKM. Sesuai dengan praktik pembelajaran yang interaktif, sesi tanya jawab dilaksanakan, dan para pelaku usaha aktif berdiskusi, mengeksplorasi materi yang belum dimengerti, serta antusias dalam berpartisipasi dalam kegiatan ini. Kegiatan penyuluhan berjalan lancar dan mendapat respons positif dari para pelaku usaha, yang mulai menyadari pentingnya melakukan pembukuan laporan keuangan dengan teknologi dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat di era digital ini. Kesadaran ini merupakan langkah awal bagi pelaku usaha UMKM untuk mengembangkan dan memanfaatkan teknologi guna meningkatkan kinerja bisnis mereka.



**Gambar 1.** Penyampaian materi dalam pendampingan sistem informasi akuntansi

Selanjutnya melibatkan praktik atau pelatihan dalam pembuatan laporan keuangan secara sederhana, dilaksanakan pada 12 Oktober 2023, di kantor UMKM TS Aluminium. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan para pelaku usaha pemahaman dan keterampilan praktis dalam mendokumentasikan transaksi keuangan menggunakan aplikasi gratis yang disediakan oleh pemerintah, salah satunya adalah aplikasi Microsoft Excel. Tim pengabdian terlebih dahulu memperkenalkan aplikasi digital (Microsoft Excel) yang dapat membantu dalam pembukuan keuangan (Gambar 3).

Dilakukan pembimbingan tentang cara melakukan pembukuan keuangan secara sederhana dengan menggunakan aplikasi digital ini. Pendekatan ini bertujuan agar materi yang disampaikan mudah dipahami oleh para pelaku usaha, dan keseluruhan proses praktik atau pelatihan tergambar dengan jelas (Gambar 2). Dengan demikian, diharapkan para pelaku usaha dapat lebih percaya diri dan mahir dalam mengaplikasikan pembukuan keuangan secara digital untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam manajemen keuangan UMKM TS Aluminium.

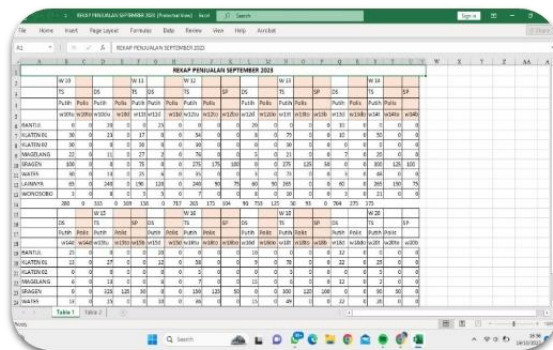


**Gambar 2.** Praktik pembukuan laporan keuangan sederhana

Masih dalam upaya membantu dan belajar kepada para pelaku usaha UMKM, bisa dibilang para pelaku usaha UMKM cukup berkembang. Dengan adanya kegiatan ini, para pelaku usaha dapat dengan mudah melakukan pembukuan

keuangan yang dibantu oleh aplikasi digital sehingga meminimalisir resiko yang biasanya terjadi pada pembukuan keuangan secara manual salah satunya seperti kesalahan pencatatan dan perhitungan transaksi.

Melalui pelatihan dan pendampingan yang diberikan, para pelaku usaha UMKM dapat merasakan manfaat positif dari penerapan teknologi digital dalam manajemen keuangan mereka. Selain meningkatkan efisiensi operasional, penggunaan aplikasi digital juga dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para pelaku usaha terkait dengan teknologi, menguntungkan mereka dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Dengan demikian, kegiatan ini bukan hanya membantu mengatasi permasalahan praktis dalam pengelolaan keuangan UMKM TS Aluminium di Sorosutan, tetapi juga memberikan dampak jangka panjang dalam memperkuat kapasitas dan daya saing pelaku usaha lokal.



Gambar 3. Hasil pendampingan sistem informasi akuntansi

Tahap kedua yaitu melakukan pendampingan *e-commerce* dan digital marketing, kegiatan ini dilakukan pada 16 Oktober 2023, berlokasi di pabrik dan kantor UMKM TS Aluminium. Pada kegiatan ini, tim pengabdian memberikan pemahaman tentang pentingnya digital marketing dan pemanfaatan teknologi dalam proses pemasaran. Kegiatan digital marketing dilakukan dengan merancang strategi pemasaran sebelum memulai produksi materi promosi. Pada era globalisasi saat ini, proses periklanan dan promosi menjadi lebih mudah. Keberadaan sistem online yang dapat mencapai audiens di seluruh dunia membuka peluang lebih besar untuk mempromosikan potensi UMKM seperti TS Aluminium di Sorosutan. Penggunaan media promosi yang efektif dapat membantu UMKM TS Aluminium untuk memperluas pangsa pasar mereka. Setelah itu, tim pengabdian memberikan bimbingan teknik marketing digital agar memperluas pangsa pasar dan meningkatkan konsumen. *E-commerce* adalah proses jual-beli atau pertukaran produk, layanan, dan informasi yang dilakukan melalui jaringan komputer, termasuk internet (Andriany et al., 2023).

Untuk kegiatan ini dilakukan melibatkan pembuatan akun media sosial sebagai sarana promosi untuk mendukung pemasaran produk UMKM TS Aluminium. Dalam kegiatan tersebut, tim pengabdian memberikan informasi kepada para pelaku usaha mengenai potensi *e-commerce* dan menyoroti platform



populer seperti Instagram sebagai alat pemasaran online yang efektif. Pelaku usaha diberi pemahaman tentang kekuatan media sosial dalam mencapai konsumen modern yang aktif menggunakan platform ini untuk berbagai keperluan, termasuk pencarian dan pembelian produk. Langkah-langkah praktis untuk membuat dan mengelola akun Instagram diperkenalkan kepada pelaku usaha, mencakup cara membangun citra merek, menghasilkan konten menarik, dan berinteraksi dengan audiens. Melalui langkah ini, diharapkan pelaku usaha UMKM TS Aluminium dapat lebih proaktif dan kreatif dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi yang strategis, yang pada gilirannya dapat meningkatkan visibilitas produk mereka di pasar online. Kesadaran akan pentingnya keberadaan digital di dunia bisnis saat ini diharapkan dapat merangsang pertumbuhan dan perkembangan UMKM tersebut.

Dalam kegiatan tersebut, pelaku usaha membuat akun sosial media (instagram) yang akan dijadikan sebagai tempat mempromosikan produk secara online yang harapannya bisa menjangkau lebih banyak konsumen. Ini dapat meningkatkan persentase pengguna internet yang berbelanja secara online (Gambar 4).



Gambar 4. Pembuatan akun sosial media

Selain itu, tim pengabdian juga memberikan pendampingan dalam pembuatan konten/video promosi yang kreatif. Konten ini bertujuan untuk mempromosikan produk terbaru dari UMKM, yang nantinya akan dijadikan iklan untuk menarik perhatian konsumen. Dalam proses pembuatan konten tersebut, pelaku usaha UMKM diberikan arahan mengenai elemen-elemen kunci yang dapat meningkatkan daya tarik iklan, seperti kejelasan informasi produk, estetika visual yang menarik, dan narasi yang menggugah minat konsumen.

Pendampingan ini melibatkan pengenalan konsep *storytelling* untuk menambah nilai emosional pada konten, sehingga konsumen dapat lebih terhubung dengan produk yang ditawarkan. Adapun, penggunaan penawaran yang menarik sebagai bagian dari iklan bertujuan untuk menarik minat beli konsumen. Tim pengabdian memberikan strategi dan ide kreatif dalam menyusun penawaran yang dapat memberikan nilai tambah kepada konsumen, seperti diskon khusus, paket bundling, atau hadiah langsung.

Dengan demikian, melalui pendampingan ini, diharapkan pelaku usaha UMKM TS Aluminium dapat menciptakan konten promosi yang lebih efektif dan strategis, meningkatkan daya tarik produk terbaru mereka di pasar. Selain itu, penawaran yang menarik diharapkan dapat menjadi dorongan positif bagi konsumen untuk memilih produk UMKM tersebut, menguntungkan kedua belah pihak dalam proses bisnis dan pemasaran.



**Gambar 5.** Pembuatan iklan untuk digital marketing

Selanjutnya, kegiatan ini melibatkan pembuatan akun marketplace untuk menjual produk UMKM secara online (Gambar 6). Dalam kegiatan ini, para pelaku usaha membuat akun Shopee yang dijadikan sebagai platform marketplace. Keputusan untuk menggunakan Shopee sebagai marketplace dipilih karena Shopee dikenal sebagai aplikasi marketplace terpercaya yang banyak digunakan dan diakses oleh konsumen dari berbagai kalangan, yang dapat memudahkan proses transaksi dan mencapai konsumen yang lebih luas bagi UMKM TS Aluminium di Sorosutan. Banyak keuntungan yang dapat diperoleh dari pembuatan marketplace untuk UMKM, salah satunya adalah memungkinkan UMKM untuk mencapai konsumen yang lebih luas, bahkan hingga tingkat global. Dengan ribuan atau bahkan jutaan pengguna yang mengakses marketplace, peluang untuk ditemukan oleh calon pelanggan meningkat secara signifikan. Marketplace juga biasanya menyediakan infrastruktur untuk proses transaksi yang aman dan mudah, termasuk sistem pembayaran online, perhitungan pajak otomatis, dan layanan dukungan pelanggan. Semua ini dapat memudahkan proses jual-beli bagi UMKM, membuka peluang untuk pertumbuhan bisnis yang lebih besar.

Dalam konteks persaingan bisnis yang ketat, memiliki akun marketplace di platform populer seperti Shopee menjadi strategi yang sangat membantu UMKM untuk berkembang dan menjangkau konsumen lebih luas. Melalui langkah ini, diharapkan UMKM TS Aluminium dapat mengoptimalkan potensi penjualan online, meningkatkan visibilitas produk mereka, dan memperkuat posisi mereka dalam pasar yang terus berkembang. Pendampingan dan bimbingan lebih lanjut dari tim pengabdian diharapkan dapat memberikan wawasan dan keterampilan yang dibutuhkan para pelaku usaha untuk sukses dalam menjalankan bisnis online mereka.



Gambar 6. Pembuatan akun marketplace (Shopee)

Dengan adanya kegiatan ini, para pelaku usaha dapat membuat konten untuk pemasaran online di *e-commerce* yang disarankan sehingga dapat menarik konsumen dan para pelaku usaha juga bisa membuat akun marketplace untuk menjangkau konsumen lebih luas yang memudahkan transaksi jual-beli. Para pelaku usaha juga dapat memahami betapa pentingnya digital branding di era sekarang dalam mengembangkan produktivitas UMKM untuk menghadapi persaingan bisnis yang ketat.

Tabel.1 Perbandingan sebelum dan sesudah pendampingan

Indikator	Sebelum Sosialisasi dan Pendampingan	Sesudah Sosialisasi dan Pendampingan
Pengetahuan	Tingkat pengetahuan para pelaku UMKM TS Alumunium tentang sistem informasi akuntansi belum terpenuhi, dan melakukan pencatatan secara manual menghambat berkembangnya kinerja UMKM.	Para pelaku usaha menyadari pentingnya melakukan pembukuan laporan keuangan dengan teknologi dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat di era digital ini. Kesadaran ini merupakan langkah awal bagi pelaku usaha UMKM untuk mengembangkan dan memanfaatkan sistem informasi akuntansi guna meningkatkan kinerja bisnis mereka.
Keterampilan	Para pelaku usaha kesulitan meningkatkan produksi dikarenakan pemasaran yang belum optimal	Para pelaku usaha mulai memahami pentingnya literasi digitalisasi untuk meningkatkan produktivitas UMKM dalam bersaing dan meningkatkan konsumen secara global.
	Para pelaku usaha masih melakukan pencatatan secara manual yang artinya belum memahami pentingnya sistem informasi akuntansi.	Para pelaku usaha mulai melakukan pencatatan secara software yang diajarkan dan pembukuan sesuai SAK EMKM yang berlaku
	Para pelaku usaha belum memanfaatkan media sosial dalam melakukan pemasaran dan penjualan produk UMKM dan hanya mengandalkan penjualan dari pasar-pasar terdekat yang menyebabkan terbatasnya jangkauan konsumen	Para pelaku usaha mulai memanfaatkan digital marketing melalui sosial media dalam pemasaran untuk memperluas jangkauan konsumen dan e-commerce untuk mempermudah penjualan konsumen yang lebih luas dan aman.

## SIMPULAN

Dalam kegiatan pendampingan digital marketing dan sistem informasi akuntansi, terjadi peningkatan signifikan dalam pemahaman dan literasi digital serta kompetensi teknologi bagi pelaku usaha UMKM TS Aluminium di Sorosutan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta telah meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan media sosial (e-commerce) dan marketplace untuk mempromosikan produk serta memperluas pangsa pasar. Hal ini secara langsung berkontribusi pada peningkatan produktivitas UMKM TS Aluminium di wilayah tersebut.

Selain peningkatan kompetensi digital, peserta juga mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang peran penting UMKM dalam perekonomian nasional. Peserta juga berhasil memperoleh keterampilan praktis dalam menggunakan aplikasi digital seperti Microsoft Excel untuk mengelola transaksi bisnis mereka.

Setelah penyampaian materi selama pendampingan, para peserta memiliki pemahaman yang lebih baik tentang aspek-aspek yang perlu ditingkatkan untuk menjaga keberlanjutan usaha mereka dalam jangka panjang.

Oleh karena itu, tim pengabdian merekomendasikan langkah selanjutnya berupa pelatihan manajemen strategi untuk mengembangkan produk, yang diharapkan dapat membekali UMKM TS Aluminium di Sorosutan dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini telah memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan kemampuan dan daya saing UMKM TS Aluminium di wilayah tersebut.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Universitas Ahmad Dahlan dan LPPM UAD yang telah membantu dan mendanai Program Pengabdian Kepada Masyarakat terintegrasi MBKM.

## DAFTAR RUJUKAN

- Andriany, D., Bismala, L., Putra, Y. A., Saragih, S. A., Siregar, R. B. A., & Daulay, R. D. (2023). Peningkatan Kapasitas Produksi Dan Pemasaran Teh Gaharu Dalam Diversifikasi Produk Gaharu Di Koperasi Cagar Jaga Nusantara, Kabupaten Langkat. *JPKM Unimed*, 29(1), 56-59. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v29i1.42384>
- Arfan, N., & Ali Hasan, H. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 6(2), 212-224. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v6i2.1452>
- Dahlan, M. (2017). Peran Pengabdian pada Masyarakat dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 81-86. <https://jurnal.unpad.ac.id/pkm/article/view/16612>
- Hidayatulloh, A., Ainy, R. N., & Nafiati, L. (2019). Peningkatan Akuntabilitas

- Kuangan Kelompok UMKM 'Aisyiah Bantul Melalui Pelatihan Pembukuan dan Perpajakan. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan*, 1, 681-686. <http://seminar.uad.ac.id/index.php/senimas/article/view/2307>
- Irjayanti, M., & Azis, A. M. (2023). Pelatihan Manajemen dan Pembukuan pada Usaha Kecil Industri Kreatif Jenis Fashion. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 75-82. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v7i1.5644>
- Irjayanti, M., Azis, A. M., & Sari, P. A. (2016). Indonesian smes readiness for asean economic community. *СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ*, 31-38.
- Kautsar, I., Suroso, A. I., & Hartrisari, H. (2016). Strategi Usaha Mikro dan Kecil Menghadapi Peluang dan Ancaman Pemberlakuan Masyarakat Ekonomi Asean (Studi Kasus Usaha Mikro dan Kecil Kota Depok). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(1), 126-139. <https://doi.org/10.18202/JAM23026332.14.1.14>
- Pratiwi, A., Santoso, E., & Fatmawati. (2017). Eskalasi Usaha Konveksi Kaos Dan Seragam Kerja Melalui Strategi Kualitas Produk , Pemasaran Melalui E-Commerce Pada Wirausaha Forum Difabel Malang Raya. *Indonesian Journal of Disability Studies (IJDS)*, 4(1), 45-50. <https://doi.org/10.21776/ub.ijds.2017.4.1.7>
- Reswari, G. P. A., & Siswanto, A. P. (2023). Pendampingan Digitalisasi Produk Komoditi Desa Pongkok Kabupaten Klaten. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3). <https://doi.org/10.31960/caradde.v5i3.1806>
- Siregar, G., Arda, M., Damanik, W. S., Saragih, S. A., Popy, P., & Zulham, M. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Kelompok Tani Keloria. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 29(1), 60-63. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v29i1.42385>
- Sunanti, S., Maftukhin, & Rahmawati, T. (2022). Sistem Akuntansi dan Pengendalian Internal Terhadap Keberhasilan UMKM di Kecamatan Losari. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 5314-5328. <https://doi.org/10.31316/jk.v6i2.1706>
- Tambunan, T. T. H. (2018). The impact of the economic crisis on micro , small , and medium enterprises and their crisis mitigation measures in Southeast Asia with reference to Indonesia. *Asia and the Pacific Policy Studies, January*, 19-39. <https://doi.org/10.1002/app5.264>
- Yuliansyah, H., Mulasari, S. A., Tentama, F., Sulistyawati, S., Nafiati, L., & Sukesu, T. W. (2022). Pengembangan dan Pemanfaatan Platform Digital Untuk Desa Wisata di Desa Ngoro-oro Gunungkidul. *IJCOSIN: Indonesian Journal of Community Service and Innovation*, 2(1), 56-65. <https://doi.org/10.20895/IJCOSIN.V2I1.385>