

PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN MANUAL DAN PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA UMKM BUBUR KACANG IJO DAN PUKIS DE LUFFY

Magdalena Aprilia Dhai^{1*}, Ika Wulandari²

¹²Universitas Mercu Buana Yogyakarta

corresponding author : Magdalena Aprilia Dhai

magdalenaapriadihai@gmail.com¹

Received: 03-06- 2026

Revised: 13-06-2026

Approved: 20-06-2026

ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan solusi praktis bagi dua pelaku UMKM yang menghadapi kendala berbeda dalam pengelolaan bisnis mereka. UMKM Bubur Kacang Ijo didampingi dalam membangun sistem pencatatan keuangan harian menggunakan buku kas sederhana, sedangkan UMKM Pukis De Luffy dibimbing untuk mengoptimalkan platform instagram sebagai sarana promosi produk secara digital. Seluruh rangkaian kegiatan berlangsung, lokasi usaha kedua mitra yang berada di wilayah Kelurahan Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, dalam rangka pelaksanaan Program Praktik Kerja Lapangan (PKL). Metode yang digunakan Pelatihan dan Pendampingan secara langsung di lokasi UMKM. Hasil kegiatan Pelatihan dan Pendampingan menunjukkan bahwa UMKM Bubur Kacang Ijo yang sebelumnya belum melakukan pencatatan keuangan secara teratur mulai memahami pentingnya pencatatan keuangan dan mampu menggunakan buku kas sederhana dalam mencatat transaksi usaha. Sementara itu, UMKM Pukis De Luffy yang sebelumnya belum memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi telah memiliki akun instagram usaha dan memahami cara mengunggah serta mempromosikan produk melalui media sosial. Kegiatan ini memberikan manfaat bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan pengelolaan keuangan, memperluas jangkauan pemasaran, serta mendukung perkembangan usaha di era digital. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan sederhana dapat menjadi solusi praktis untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan serta pemasaran digital UMKM sehingga mendukung keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: Pencatatan keuangan, Instagram, Pemasaran Digital, UMKM.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam struktur perekonomian Indonesia. Keberadaannya tidak sekedar menjadi sumber mata pencaharian masyarakat, tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja serta mendorong pertumbuhan ekonomi di berbagai daerah. Seiring dengan pertumbuhan jumlah UMKM dari tahun ke tahun, sektor ini semakin diakui sebagai salah satu penopang utama perekonomian nasional. Berdasarkan Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia (2023), jumlah UMKM di Indonesia mencapai sekitar 66 juta unit usaha dengan kontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Data tersebut menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran yang sangat strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas UMKM,

khususnya dalam aspek manajemen usaha dan strategi pemasaran, menjadi perhatian penting untuk mendukung daya saing keberlanjutan usaha.

Dalam menjalankan usaha, pengelolaan keuangan adalah hal yang tidak bisa diabaikan. Pencatatan setiap transaksi secara rutin membantu pelaku usaha memahami kondisi keuangan bisnisnya dengan lebih baik. Catatan keuangan yang rapi juga bisa dijadikan bahan pertimbangan saat mengambil keputusan penting terkait usaha. Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2018) menegaskan bahwa tersedianya informasi keuangan yang terorganisir dengan baik merupakan hal mendasar dalam proses pengambilan keputusan bisnis. Namun kenyataannya. Namun demikian, tidak sedikit pelaku UMKM yang masih mengabaikan pentingnya pencatatan keuangan yang konsisten, sehingga arus kas dan kondisi finansial usaha mereka sulit untuk dipantau secara akurat. Di sisi lain, strategi pemasaran yang tepat juga menjadi faktor penentu keberlangsungan usaha. Di sisi pemasaran, perkembangan teknologi digital membuka akses yang lebih luas bagi pelaku usaha untuk mempromosikan produknya melampaui batasan geografis melalui berbagai kanal digital, yang dinilai jauh lebih efisien dan hemat biaya dibanding metode pemasaran tradisional.

Di antara berbagai platform digital yang tersedia, Instagram menjadi salah satu yang paling populer digunakan untuk keperluan promosi usaha. Kemampuan platform ini dalam menampilkan produk melalui konten visual berupa foto dan video menjadikannya sarana yang efektif untuk menarik perhatian calon pelanggan. Dalam penelitian mereka, Ramadiansyah & Pratiwi (2024) menunjukkan bahwa Instagram cukup efektif sebagai media promosi, memperluas jangkauan pemasaran UMKM. Purbohastuti (2017) juga mencatat bahwa media sosial membantu bisnis menyebarkan informasi dan menyederhanakan komunikasi dengan konsumen. Temuan ini diperkuat oleh Putri & Riofita (2024), yang menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial yang optimal dapat meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di dua UMKM yang berlokasi di Desa Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, yaitu UMKM Bubur Kacang Ijo dan UMKM Pukis De Luffy. Dari hasil kunjungan awal, ditemukan bahwa UMKM Bubur Kacang Ijo sama sekali tidak memiliki pencatatan keuangan rutin, sehingga pendapatan dan pengeluaran usaha tidak terdokumentasi dengan baik. Sebaliknya, UMKM Pukis De Luffy menghadapi masalah lain, yaitu tidak memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, untuk promosi, sehingga produknya kurang dikenal oleh masyarakat luas. Berdasarkan hal tersebut, kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas manajemen usaha kedua UMKM tersebut, khususnya dalam aspek pencatatan keuangan sederhana dan penggunaan media sosial sebagai alat promosi.

Tantangan yang dihadapi oleh kedua mitra dalam kegiatan ini adalah:

1. UMKM Bubur Kacang Ijo belum melakukan pencatatan keuangan secara teratur, sehingga sulit untuk memahami kondisi keuangan bisnis secara jelas.
2. UMKM Pukis De Luffy belum memanfaatkan instagram sebagai media promosi untuk memperluas jangkauan pemasaran produknya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tujuan kegiatan pengabdian masyarakat

ini adalah untuk membantu UMKM Bubur Kacang Ijo dalam menerapkan pelaporan keuangan manual berupa buku kas sederhana dan membantu UMKM Pukis De Luffy dalam memanfaatkan instagram sebagai media promosi. Melalui kegiatan ini, diharapkan UMKM dapat meningkatkan manajemen keuangan bisnis mereka, memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan minat konsumen, dan mendukung perkembangan bisnis sehingga mereka dapat bersaing di era digital.

METODE KEGIATAN

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini dilaksanakan dalam bentuk pengabdian masyarakat yang melibatkan dua mitra, yaitu UMKM Bubur Kacang Ijo dan UMKM Pukis De Luffy. Kedua UMKM tersebut berlokasi di Kelurahan Caturtunggal, Kecamatan Depok, kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Rangkaian kegiatan berlangsung dari April hingga Mei 2026. Kunjungan awal untuk sosialisasi dilakukan pada tanggal 4 April 2026, sementara kegiatan pelatihan dan pendampingan dilaksanakan pada tanggal 13 Mei 2026.

Pemilihan kedua UMKM sebagai mitra didasarkan pada hasil sosialisasi awal yang mengungkapkan adanya kebutuhan nyata akan pendampingan dalam pengelolaan bisnis. Permasalahan yang ditemukan di lapangan mencakup dua hal utama pertama, sistem pencatatan keuangan yang belum berjalan optimal di UMKM Bubur Kacang Ijo, dan kedua, minimnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi di UMKM Pukis De Luffy. Kondisi ini mendorong dilakukannya intervensi melalui pelatihan dan pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing mitra.

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah metode pelatihan dan pendampingan secara langsung. Pada tahap pelatihan, pelaku UMKM diberikan pemahaman mengenai pentingnya pencatatan keuangan sederhana menggunakan buku kas, serta cara memanfaatkan Instagram sebagai media promosi usaha yang efektif. Setelah sesi pelatihan selesai, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan secara langsung agar pelaku UMKM dapat mempraktikkan dan menerapkan materi yang telah diberikan sesuai dengan kondisi nyata usaha yang mereka jalankan.



Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan:

1. Sosialisasi

Kunjungan pertama dilakukan pada tanggal 4 April 2026 dengan mendatangi langsung lokasi kedua UMKM. Pada kunjungan ini, penulis memperkenalkan diri dan menjelaskan program kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan. Di sisi lain, kunjungan ini juga dimanfaatkan untuk menggali informasi mengenai kondisi usaha dan permasalahan yang dihadapi oleh masing-masing mitra. Dari hasil kunjungan tersebut, diketahui bahwa pemilik UMKM Bubur Kacang Ijo belum menerapkan sistem pencatatan keuangan, sehingga informasi mengenai pendapatan dan pengeluaran harian tidak terdokumentasi dengan baik. Adapun di UMKM Pukis De Luffy, pemilik usaha hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut tanpa pernah memanfaatkan media sosial apapun, termasuk Instagram, sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pasar produknya.

2. Pelatihan

Sesi pelatihan dirancang secara khusus sesuai dengan kebutuhan masing-masing UMKM. Untuk UMKM Bubur Kacang Ijo, pelatihan berfokus pada cara mencatat setiap transaksi keuangan harian menggunakan buku kas sederhana. Pemilik usaha diajari langkah demi langkah cara mengisi kolom tanggal, keterangan, pemasukan, pengeluaran, hingga saldo akhir, sehingga pemahaman tentang arus kas usaha bisa diperoleh dengan lebih mudah dan cepat.

Sementara itu, di UMKM Pukis De Luffy, pelatihan ini diberikan mengenai pemanfaatan instagram sebagai media promosi. Pelaku usaha diberikan pemahaman mengenai pentingnya promosi melalui media sosial serta cara menggunakan instagram untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. Melalui pelatihan ini, melalui pelatihan ini pelaku usaha diharapkan mampu menggunakan media sosial secara aktif dan mandiri sebagai alat pemasaran digital guna memperluas cakupan konsumen yang dapat dijangkau.

3. Pendampingan

Kegiatan pendampingan dilaksanakan pada tanggal 13 Mei 2026, tepat setelah sesi pelatihan selesai. Tujuannya adalah agar pelaku usaha bisa langsung mempraktikkan apa yang sudah dipelajari di bawah bimbingan penulis. Di UMKM Bubur Kacang Ijo, pendampingan dilakukan dengan membantu pemilik usaha mengisi buku kas berdasarkan transaksi nyata yang terjadi pada hari itu, mulai dari hasil penjualan hingga pembelian bahan baku. Sementara di UMKM Pukis De Luffy, pendampingan mencakup pembuatan akun instagram bisnis dari awal, pengisian profil usaha, hingga mengunggah foto dan video produk yang disertai keterangan harga dan cara pemesanan untuk menarik perhatian konsumen.

4. Evaluasi dan Monitoring

Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai, dilakukan evaluasi dan monitoring sebagai tahap akhir untuk mengukur tingkat keberhasilan program. Evaluasi dilaksanakan dengan melihat sejauh mana pelaku UMKM mampu memahami dan menerapkan pemahaman yang telah diberikan. Indikator keberhasilan pada UMKM Bubur Kacang Ijo ditunjukkan melalui

kemampuan mitra dalam melakukan pencatatan keuangan sederhana secara rutin dan mandiri. Sementara itu, indikator keberhasilan pada UMKM Pukis De Luffy ditunjukkan melalui kemampuan mitra dalam mengelola akun instagram secara mandiri, mengunggah konten promosi secara berkala, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan pada UMKM Bubur Kacang Ijo dan UMKM Pukis De Luffy yang berlokasi di Kelurahan Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah istimewa Yogyakarta. Kegiatan dilaksanakan selama pelaksanaan pengabdian yang berlangsung pada bulan April Hingga Mei 2026. Tahap sosialisasi dilakukan pada tanggal 4 April 2026 dan untuk pelatihan dan pendampingan dilaksanakan pada tanggal 13 Mei 2026. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu UMKM Bubur Kacang Ijo dalam menerapkan pencatatan keuangan sederhana menggunakan buku kas manual serta membantu UMKM Pukis De Luffy dalam memanfaatkan instagram sebagai media promosi usaha.

Sosialisasi Kondisi dan Permasalahan UMKM

Tahap awal kegiatan dilakukan sosialisasi langsung kepada pelaku usaha. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui kondisi usaha dan permasalahan yang dihadapi masing-masing UMKM. Berdasarkan hasil sosialisasi, UMKM Bubur Kacang Ijo belum melakukan pencatatan keuangan secara teratur sehingga pemasukan dan pengeluaran usaha belum tercatat secara rapi. Sementara itu, UMKM Pukis De Luffy melakukan promosi secara sederhana melalui penjualan dan rekomendasi dari pelanggan sehingga jangkauan pemasaran produk masih terbatas belum luas.

Hasil kegiatan sosialisasi menunjukkan bahwa UMKM Bubur Kacang Ijo belum menerapkan pencatatan keuangan secara teratur sehingga pemasukan dan pengeluaran kas belum tercatat dengan baik. Kondisi tersebut menyebabkan pemilik usaha mengalami kesulitan dalam memantau perkembangan usahanya. Sementara itu, UMKM Pukis De Luffy masih melakukan pemasaran secara langsung dan melalui rekomendasi dari pelanggan, sehingga jangkauan pemasaran produk belum mampu menjangkau konsumen yang lebih luas. Berdasarkan kondisi yang ditemukan, kedua mitra tersebut masih memerlukan peningkatan kemampuan dalam aspek pengelolaan keuangan dan pemasaran usaha. Oleh karena itu, diperlukan upaya pendampingan yang dapat membantu pelaku usaha dalam menyusun pencatatan keuangan yang lebih teratur serta memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Sejalan dengan temuan Winarni et al. (2026), pencatatan keuangan yang diterapkan secara sederhana dan konsisten terbukti mampu meningkatkan keteraturan pengelolaan keuangan UMKM, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan serta pertumbuhan usaha dalam jangka panjang.

Pelatihan pencatatan Keuangan pada UMKM Bubur Kacang Ijo

Kegiatan pelatihan di UMKM Bubur Kacang Ijo berfokus pada pencatatan laporan keuangan menggunakan buku kas sederhana. Pelaku usaha diberikan

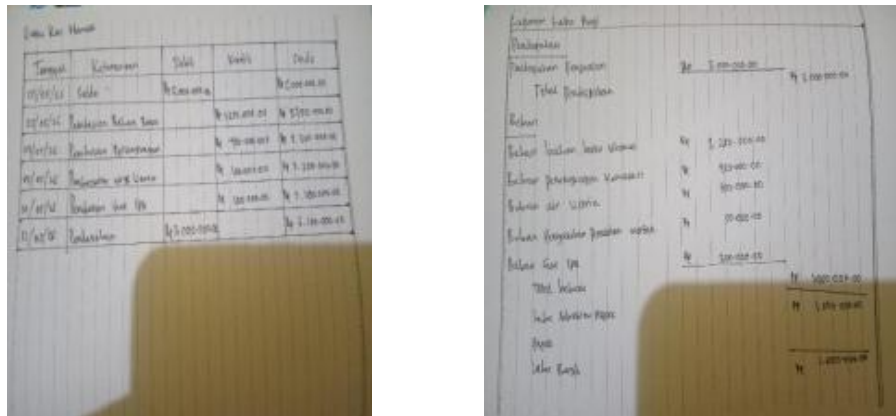
pemahaman mengenai manfaat pencatatan keuangan untuk mengetahui jumlah pemasukan dan pengeluaran usaha secara lebih jelas. Dalam kegiatan ini, pelaku usaha diajarkan cara mencatat transaksi harian seperti penerimaan dan pengeluaran kas. Format buku kas yang digunakan terdiri dari tanggal, keterangan, pemasukan, pengeluaran, dan saldo. Melalui pencatatan tersebut, pelaku usaha dapat memantau arus kas usaha mereka. Melalui kegiatan ini, pemilik usaha mampu membedakan antara pendapatan dan pengeluaran, sehingga menghasilkan manajemen keuangan yang lebih terorganisir. Hal ini sejalan dengan Putri dan Wafa (2024) yang menyatakan bahwa penerapan pembukuan sederhana membantu pelaku UMKM memahami pentingnya pencatatan transaksi secara sistematis, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta memudahkan pemantauan kondisi keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha. Menurut Mokodompit dan Utami (2025) menegaskan bahwa penerapan pencatatan keuangan yang tertib memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam mengakses informasi finansial yang terorganisir, sehingga proses pengambilan keputusan bisnis dapat dilakukan dengan lebih tepat dan terarah.

Pendampingan Penyusunan Buku Kas pada UMKM Bubur Kacang Ijo

Setelah pelatihan diberikan, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan secara langsung dalam penyusunan buku kas, pendampingan dilakukan dengan memberikan contoh pencatatan transaksi penjualan, pembelian bahan baku, serta berbagai pengeluaran yang berkaitan dengan kegiatan usaha. Setelah dilakukan pendampingan, pelaku usaha mampu melakukan pencatatan transaksi harian menggunakan buku kas sederhana. Setiap transaksi pemasukan dan pengeluaran mulai dicatat secara rutin sehingga kondisi keuangan usaha dapat diketahui dengan lebih mudah. Selain itu, pelaku usaha dapat diketahui dengan lebih jelas. Hasil ini sejalan dengan Utanti et al. (2024) yang menyatakan bahwa edukasi dan pendampingan pembukuan sederhana mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mencatat transaksi keuangan secara tertib sehingga pengelolaan keuangan usaha menjadi lebih baik.

Berikut dokumentasi Pelatihan dan Pendampingan pada UMKM Bubur Kacang Ijo





Gambar 1.

Pelatihan dan Pendampingan Penyusunan Buku Kas pada UMKM Bubur Kacang Ijo

Berdasarkan gambar 1 terlihat diatas bahwa pelatihan dan pendampingan dilakukan secara langsung melalui praktik pencatatan transaksi pada buku kas sederhana. Pendekatan tersebut memudahkan pelaku usaha memahami cara mencatat transaksi harian sehingga mampu menerapkannya secara mandiri setelah kegiatan selesai.

Pelatihan Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi pada UMKM Pukis De Luffy

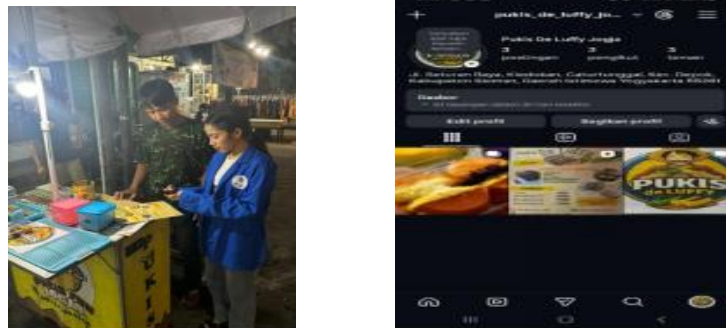
Pelatihan selanjutnya dilakukan pada UMKM Pukis De Luffy dengan fokus pada pemanfaatan instagram sebagai media promosi usaha. Kegiatan ini dilakukan karena sebelumnya pelaku usaha belum menggunakan media sosial secara baik untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Pelaku usaha diberikan pemahaman mengenai manfaat instagram sebagai sarana pemasaran digital yang mampu menjangkau konsumen lebih luas. Selain itu, pelaku usaha juga diberikan penjelasan mengenai cara membuat konten promosi yang menarik, dan mengunggah foto produk di instagram agar menarik perhatian konsumen. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa pelaku usaha memahami manfaat instagram sebagai media promosi yang dapat membantu memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas. Selain itu, pelaku usaha juga mulai memahami cara membuat konten sederhana untuk menarik minat konsumen. Menurut penelitian Putri dan Riofita (2024) yang menjelaskan bahwa penggunaan media sosial dapat membantu UMKM meningkatkan jangkauan pemasaran dan memperkenalkan produk kepada masyarakat secara lebih luas. Hal tersebut juga didukung oleh Mokodompit dan Utami (2025) yang menegaskan bahwa penerapan pencatatan keuangan yang tertib memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam mengakses informasi finansial yang terorganisir, sehingga proses pengambilan keputusan bisnis dapat dilakukan dengan lebih tepat dan terarah.

Pendampingan Pembuatan dan Pengelolaan Akun Instagram

Tahap selanjutnya pendampingan pembuatan akun instagram usaha pada UMKM Pukis De Luffy. Kegiatan pendampingan ini pertama pembuatan akun, pengisian profil usaha, serta mengunggah konten produk sebagai sarana

promosi sederhana. Setelah kegiatan pendampingan selesai, UMKM Pukis De Luffy telah memiliki akun instagram usaha yang dapat digunakan sebagai sarana promosi digital. Melalui akun tersebut, pelaku usaha dapat mengunggah foto produk, memberikan informasi produk, serta berinteraksi dengan konsumen secara lebih muda. Safitri dan Romli (2023) mengungkapkan bahwa pemanfaatan Instagram secara optimal sebagai medium promosi memberikan dampak positif bagi UMKM berupa peningkatan visibilitas usaha dan perluasan peluang pemasaran di ranah digital. Selain itu juga, kegiatan pendampingan pembuatan akun instagram yang dilakukan sejalan dengan temuan Zain et al. (2024) mengemukakan bahwa pendampingan secara langsung dalam proses pembuatan akun Instagram untuk keperluan bisnis terbukti efektif membantu UMKM menjangkau segmen konsumen yang lebih luas melalui platform digital.

Berikut Dokumentasi Pelatihan dan Pendampingan pada UMKM Pukis De Luffy



Gambar 2.

Pelatihan dan Pendampingan Pemanfaatan Instagram pada UMKM Pukis De Luffy

Gambar 2 menunjukkan proses pendampingan pemanfaatan instagram sebagai media promosi. Melalui kegiatan ini, pelaku usaha berhasil membuat akun bisnis, melengkapi profil usaha, serta mulai mengunggah konten produk sehingga media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi digital.

Dampak Kegiatan terhadap UMKM

Pelaksanaan Kegiatan Praktik Kerja Lapangan yang telah dilakukan memberikan dampak positif terhadap kedua mitra usaha. Pada UMKM Bubur Kacang Ijo, pemilik usaha telah mulai menerapkan pencatatan keuangan menggunakan buku kas sebagai sarana pemantauan aktivitas keuangan usaha. Dengan adanya pencatatan tersebut, informasi mengenai penerimaan dan pengeluaran dana menjadi lebih mudah diketahui. Selain itu, UMKM Pukis De Luffy telah memanfaatkan akun instagram sebagai media untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas. Pemanfaatan platform digital tersebut membuka peluang bagi pelaku usaha menjangkau calon konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang dilakukan di UMKM Bubur Kacang Ijo dan Pukis De Luffy, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan dan pendampingan memberikan manfaat positif bagi para pemilik usaha. Di UMKM Bubur Kacang Ijo, pemilik usaha mulai memahami pentingnya pencatatan keuangan sederhana menggunakan buku kas untuk mencatat pendapatan dan pengeluaran usaha juga mampu menerapkan pencatatan transaksi harian, sehingga memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang kondisi keuangan usaha. Sementara itu, di UMKM Pukis De Luffy, pemilik usaha mulai memahami cara menggunakan instagram sebagai alat promosi digital yang dapat digunakan untuk mengunggah informasi dan mempromosikan produk kepada konsumen. Melalui pelatihan dan pendampingan yang diberikan, pelaku UMKM memperoleh pemahaman baru mengenai pencatatan keuangan sederhana dan penggunaan media digital untuk kegiatan promosi. Pemahaman tersebut diharapkan dapat diterapkan dalam aktivitas usaha sehari-hari sehingga dapat memberikan manfaat bagi kemajuan usaha yang dijalankan.

Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, berikut beberapa saran yang direkomendasikan demi keberlanjutan usaha mitra:

1. Bagi UMKM Bubur Kacang Ijo, diharapkan dapat melakukan pencatatan keuangan menggunakan buku kas secara teratur dan konsisten. Setiap pemasukan dan pengeluaran usaha sebaiknya dicatat setiap hari agar kondisi keuangan usaha dapat dipantau dengan lebih mudah dan jelas.
2. Bagi UMKM Pukis De Luffy, diharapkan dapat memanfaatkan akun instagram usaha secara aktif dengan mengunggah foto maupun video produk secara berkala. Selain itu, pelaku usaha juga perlu memberikan informasi produk lengkap dan menarik agar dapat menjangkau lebih banyak pembeli.
3. Untuk kegiatan pengabdian selanjutnya, disarankan agar pendampingan dilakukan dalam jangka waktu lebih panjang sehingga penerapan pencatatan keuangan sederhana dan pemanfaatan instagram sebagai media promosi dapat berlangsung secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ikatan Akuntan Indonesia. (2018). *Standar akuntansi keuangan entitas mikro, kecil, dan menengah (SAK EMKM)*. Ikatan Akuntan Indonesia.
- Mokodompit, M. R., & Utami, E. S. (2025). Optimalisasi pencatatan keuangan dan promosi digital sebagai solusi permasalahan operasional. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 5(3). <https://doi.org/10.55606/optimal.v5i3.7212>
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.

- Putri, A. N., & Wafa, Z. (2024). Penerapan pembukuan sederhana pada UMKM di Yogyakarta. **MENGABDI: Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat**, 2(6), 80–88. <https://doi.org/10.61132/mengabdi.v2i6.1056>
- Putri, S. U., & Riofita, H. (2024). Analisis penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 43094–43097.
- Ramadiansyah, S. A., & Pratiwi, N. I. (2024). Pelatihan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai alat promosi produk UMKM di Desa Sibang Gede Abiansemal Bali. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2694–2701. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.3330>
- Safitri, D., & Romli, N. A. (2023). Optimalisasi media sosial Instagram sebagai media promosi produk UMKM Jatinegara Kaum. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 4(2), 38–45. <https://doi.org/10.56174/jap.v4i2.532>
- Utanti, A., Milatina, A., Navira, D., Lusiana, F., & Wibowo, A. S. (2024). Edukasi pembukuan sederhana dengan manual dan aplikasi buku kas pada UMKM dan PKK. **Jurnal Pengabdian Dharma Laksana**, 6(2), 406–411. <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v6i2.37825>.
- Winarni, D., Arofah, R. U., & Pratama, H. C. (2026). Pencatatan keuangan sederhana sebagai sarana optimalisasi pengelolaan UMKM di Wilayah Ranting Nasyiatul Aisyiyah Talagening. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 11(1), 320–329. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v11i1.1082>
- Zain, P., Sukarno, G., & Warmana, O. (2024). Pendampingan pembuatan akun Instagram bisnis sebagai media pemasaran produk UMKM Kelurahan Penjaringan Sari. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1). <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/241>