

## PENDAMPINGAN DIGITALISASI MARKETING DAN SOSIALISASI PENGELOLAAN LAPORAN KEUANGAN DENGAN MENINGKATKAN KINERJA PADA UMKM SIOMAY A'A DI BANDAR LAMPUNG

Ritali Evi Mudrikah<sup>1</sup>, Azli Fahrizal<sup>2</sup>, Daristi Julia Saputri<sup>3</sup>, Putri Andini<sup>4</sup>, Amelia Dwi Lestari<sup>5</sup>, Aji Santosa<sup>6</sup>, Malik Maulana Kemal<sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup> Universitas Malahayati

<sup>3</sup>Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Universitas Malahayati, Indonesia  
[ritalievim@malahayati.ac.id](mailto:ritalievim@malahayati.ac.id)<sup>1</sup>, [azli@malahayati.ac.id](mailto:azli@malahayati.ac.id)<sup>2</sup>, [daristijuliasaputri@gmail.com](mailto:daristijuliasaputri@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[putriandinip@gmail.com](mailto:putriandinip@gmail.com)<sup>4</sup>, [ameliaalfaridz@gmail.com](mailto:ameliaalfaridz@gmail.com)<sup>5</sup>, [ajisantosa0601@gmail.com](mailto:ajisantosa0601@gmail.com)<sup>4</sup>  
[kemalgtg9@gmail.com](mailto:kemalgtg9@gmail.com)<sup>5</sup>

Received: 05-12-2024

Revised: 20-12-2024

Approved: 29-12-2024

### ABSTRAK

*Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini diimplementasikan dengan objektif fundamental untuk mengidentifikasi problematika komunitas lokal, dengan orientasi pada optimalisasi kualitas hidup serta transformasi paradigma dalam dimensi materil dan non-materil. Secara simultan, program ini diarahkan pada pengembangan kapabilitas mahasiswa dalam penguasaan sains, teknologi, dan seni, serta kultivasi dedikasi dan tanggung jawab terhadap prospek nasional sebagai manifestasi Tri Dharma Perguruan Tinggi. Eksekusi program terealisasi pada 15 November 2024, mengusung tema Pendampingan Digitalisasi Marketing dan Sosialisasi Pengelolaan Laporan Keuangan dengan fokus pada peningkatan performansi operasional UMKM Siomay A'a di Bandar Lampung. Inisiasi program ini diproyeksikan untuk mengkatalisasi pemahaman partisipan mengenai signifikansi implementasi sistem pelaporan keuangan berbasis SAK EMKM, mengingat minimnya apresiasi pelaku usaha terhadap urgensi administrasi finansial, sehingga memerlukan intervensi dalam bentuk pelatihan pencatatan keuangan. Selain itu, program ini menekankan urgensi adopsi digital marketing sebagai instrumen optimalisasi sistem pemasaran untuk ekspansi market share dan akselerasi efektivitas aktivitas penjualan. Metodologi yang diimplementasikan berbasis pada pendekatan instruksional melalui eksposisi materi secara langsung, memfasilitasi pemahaman komprehensif dan interaksi dialogis dengan partisipan.*

**Kata kunci:** digital marketing, laporan keuangan, Pengabdian Kepada Masyarakat, UMKM

### ABSTRACT

*This Community Service Program is implemented with the fundamental objective of identifying local community problems, with an orientation towards optimizing the quality of life and transforming paradigms in material and non-material dimensions. Simultaneously, this program is directed at developing students' capabilities in mastering science, technology, and art, as well as cultivating dedication and responsibility towards national prospects as a manifestation of the Tri Dharma of Higher Education. The program execution was realized on November 15, 2024, carrying the theme of Digital Marketing Assistance and Socialization of Financial Report Management with a focus on improving the operational performance of Siomay A'a MSMEs in Bandar Lampung. The initiation of this program is projected to catalyze participants' understanding of the significance of implementing a financial reporting system based on SAK EMKM, given the lack of appreciation of business actors regarding the urgency of financial administration, thus requiring intervention in the form of financial recording training. In addition, this program emphasizes the urgency of adopting digital marketing as an instrument for optimizing the marketing system for expanding market share and accelerating the effectiveness of sales activities. The methodology implemented is based on an instructional approach through direct material exposition, facilitating comprehensive understanding and dialogical interaction with participants.*

**Keywords:** digital marketing, financial statements, Community Service, MSMEs

### PENDAHULUAN

Kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dapat direalisasikan melalui eksistensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berperan sebagai katalisator kesejahteraan komunitas. Ekspansi sektor UMKM menghasilkan implikasi ekonomi substansial, terutama dalam konteks optimalisasi

produksi lokal yang didukung oleh inovasi masyarakat dalam aspek distribusi serta introduksi produk, khususnya melalui implementasi *digital marketing*. Sebagai instrumen pemasaran kontemporer, *digital marketing* berkontribusi dalam meningkatkan competitive advantage UMKM dalam menghadapi transformasi era revolusi 4.0, dimana penetrasi internet yang masif, terutama dalam penggunaan platform media sosial, perlu dioptimalkan oleh UMKM untuk memperluas penetrasi pasar secara strategis (Djamaludin et al., 2016). Dalam konteks modernisasi bisnis, pelaku UMKM dapat mengoptimalkan platform *digital* sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan awareness konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Entitas UMKM yang mengimplementasikan sistem online, berpartisipasi dalam media sosial, dan mengembangkan kapabilitas *e-commerce* memperoleh benefit substansial dalam aspek revenue, employment opportunity, inovasi, dan competitive advantage. Namun realitasnya, masih terdapat sejumlah signifikan pelaku UMKM yang belum memahami secara komprehensif mengenai signifikansi dan kontribusi implementasi *digital marketing* (Wardhana, 2015).

Revolusi teknologi informasi telah mentransformasi paradigma pemasaran secara fundamental dalam periode kontemporer. Metodologi komunikasi pemasaran yang semula didominasi pendekatan konvensional, kini mengalami transformasi signifikan menuju integrasi platform *digital* (Afrilia, 2018). Aktivitas pemasaran yang mengintegrasikan inovasi teknologi *digital* dikonseptualisasikan sebagai *digital marketing*. Konsep *digital marketing* mengintegrasikan elemen pemasaran interaktif yang memfasilitasi konektivitas antara produsen, intermedator pasar, dan prospek konsumen (ES, Purwana et al., 2017). Fenomena yang perlu digarisbawahi adalah defisiensi pemahaman akuntansi di kalangan pelaku UMKM, termasuk absennya sistem pembukuan finansial yang sistematis dan terstruktur. Kondisi ini menghadirkan risiko substansial, khususnya bagi entitas UMKM dengan keterbatasan kapital, mengingat ketidakmampuan mereka dalam mengidentifikasi profitabilitas operasional (Rayyani et al., 2020). Lebih lanjut, institusi kreditur seperti perbankan cenderung menghindari alokasi pembiayaan pada entitas bisnis yang tidak mampu mendemonstrasikan kinerja operasional secara transparan.

Entitas UMKM Siomay A'a telah menginisiasi operasionalnya sejak tahun 2010 di wilayah metropolitan Bandar Lampung. Inisiasi usaha kuliner ini dilatarbelakangi oleh ekspertis profesional yang dimiliki founder pada institusi sebelumnya. Aspirasi founder untuk mengembangkan venture independen didasari komitmen menciptakan peluang employment bagi komunitas lokal. Meskipun telah beroperasi dalam periode yang substansial, entitas ini masih menghadapi kendala dalam aspek manajemen finansial dan ekspansi penetrasi pasar. Konsekuensinya, Program Pengabdian Masyarakat yang diimplementasikan berfokus pada fasilitasi pelatihan dan pendampingan sistematis dalam domain administrasi keuangan dan *digitalisasi marketing* untuk mengoptimalkan outcomes operasional.

Objektif fundamental dari inisiatif pengabdian masyarakat ini adalah memberikan asistensi komprehensif dalam implementasi *digitalisasi marketing* dan optimalisasi kapabilitas pelaporan keuangan bagi UMKM Siomay A'a di Bandar Lampung. Dalam konteks transformasi *digital* kontemporer, program ini diproyeksikan dapat mengkatalisasi peningkatan revenue, profitabilitas, ekspansi market share, serta akselerasi competitive advantage UMKM.

Implikasi positif yang dapat direalisasikan oleh partisipan mencakup optimalisasi literasi *digitalisasi market* dalam konteks modernisasi strategi promosi

produk, serta peningkatan kompetensi dalam penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK. Secara simultan, program ini menghasilkan benefit bagi tim eksekutor melalui pembelajaran sosial yang melibatkan kolaborasi dosen dan mahasiswa dalam resolusi problematika komunitas, serta aplikasi praktis knowledge akademis mahasiswa dalam domain Kewirausahaan, Akuntansi Keuangan, Pengantar Manajemen, dan disiplin ilmu terkait lainnya.

## METODE

Implementasi program Pengabdian Kepada Masyarakat ini mengadopsi pendekatan metodologis *on site training*, dimana Tim PKM melaksanakan kunjungan langsung ke lokasi mitra UMKM yang menjadi target intervensi, untuk selanjutnya mengeksekusi program pelatihan pencatatan keuangan yang terstruktur dalam dua sesi sekuensial:

- Sesi 1

Tim PKM memberikan penjelasan mengenai materi yang ingin disampaikan yaitu tentang *Digitalisasi Marketing* dan Laporan Keuangan Sederhana. Materi Digitalisasi Marketing adalah Strategi pemasaran yang menggunakan teknologi digital dan internet untuk mempromosikan produk atau layanan kepada konsumen. Berbeda dengan pemasaran tradisional yang mengandalkan media cetak atau televisi. Adapun jenis digital marketing yang disampaikan pemateri yaitu : Social Media Marketing (SMM) : Menggunakan Platform media social seperti instagram, facebook, tiktok, linkedln dan twitter untuk mempromosikan produk atau layanan. Materi kedua yaitu tentang laporan keuangan sederhana yang menyajikan informasi keuangan suatu usaha untuk membantu memahami kinerja keuangan usaha tersebut.

- Sesi 2

Yaitu sesi diskusi terkait materi yang sudah dipaparkan dan kesulitan peserta. Tinjau kembali materi yang telah dipaparkan untuk bisa memulai diskusi. Pelaku UMKM masih kesulitan dalam mencatat laporan keuangan sederhana yang berkaitan erat dengan akuntansi karena kurangnya pemahaman serta anggapan mempersulit pekerjaan. Dan masih menunggu label halal untuk bisa mengembangkan ke E-Commerce (Go-food, Grab-food, Shopee Food). Contoh laporan keuangan milik Siomay A'a Bandar Lampung. Laporan keuangan dibawah ini masih disusun secara manual dan ditulis tangan, yang berisi catatan pemasukan dan pengeluaran Siomay A'a.



Gambar 1. Catatan penerimaan penerimaan kas Usaha Siomay A'a Bandar Lampung

Keberhasilan kegiatan ini ketika mitra UMKM sadar akan pentingnya *digitalisasi marketing* dan memahami cara membuat laporan keuangan sederhana.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang telah dilakukan dalam pengabdian ini sebagai berikut ini :

1. Melaksanakan rapat kordinasi persiapan kegiatan pengabdian masyarakat ini dan pembagian tugas Tim PKM. Adapun pembagian tugas dari Tim PKM adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Pembagian Tugas Tim Pengabdian

Materi	Pelaksanaan
Pelatihan	Tim Pengabdian Kepada Masyarakat
Pendampingan	Tim Pengabdian Kepada Masyarakat

2. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Implementasi program pengabdian masyarakat terealisasi pada Jum'at, 15 November 2024, dengan eksekusi kegiatan yang dilaksanakan secara intensif selama durasi satu hari melalui interaksi langsung dengan mitra UMKM di wilayah Bandar Lampung. Operasionalisasi program ini secara komprehensif telah mencapai parameter yang ditetapkan Tim Pengabdian, terutama dalam aspek kuantitas partisipan. Meskipun menghadapi berbagai kendala teknis seperti sinkronisasi temporal dan alokasi venue, program ini berhasil terlaksana melalui kolaborasi sinergis dari seluruh stakeholder yang berkontribusi dalam manifestasi kegiatan.

Eksekusi program Pengabdian Kepada Masyarakat oleh Tim Pelaksana memperoleh respon favorable dari partisipan. Tingkat antusiasme yang substansial teridentifikasi sejak inisiasi program, dengan metodologi pelatihan yang didesain secara moderat tanpa memberikan tekanan berlebih kepada partisipan dalam asimilasi materi pembelajaran, didukung dengan pendekatan instruksional yang komprehensible. Aspek ini menjadi diferensiasi program, dimana meskipun terdapat limitasi dalam dimensi konten dan substansi materi, partisipan telah mendemonstrasikan pemahaman yang adekuat terhadap esensi dan objektif fundamental dari program pelatihan yang diimplementasikan.

### Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat



Gambar 1.

*Kegiatan Wawancara dan Sosialisasi UMKM tentang pencatatan laporan keuangan dan pemasaran digital.*



Gambar 2.

Proses pemasakan Siomay, menunjukkan tahapan produksi Siomay A'a yang masih dilakukan secara manual dan menggunakan alat tradisional seperti dandang besar untuk pengukusan.



Gambar 3.

Gerobak diatas merupakan salah satu aset usaha milik Siomay A'a yang digunakan untuk menjual Siomay secara langsung ke pelanggan.



Gambar 4.

Penyerahan bingkisan kepada pemilik usaha yang merupakan bagian dari program PKM untuk memotivasi pelaku UMKM agar terus berinovasi dan mengembangkan usaha mereka.



Gambar 5.

Penyerahan sertifikat partisipasi oleh tim PKM kepada pemilik UMKM Siomay A'a, untuk mengapresiasi kontribusi dan partisipasi pemilik usaha dalam kegiatan PKM.



Gambar 6.

Sesi Foto Bersama Tim Pelaksana Bersama Peserta Kegiatan

Dokumentasi diatas merupakan bukti kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang sudah dilaksanakan di Siomay A'a Bandar Lampung. Kegiatan tersebut mencakup

penjelasan materi memberikan sosialisasi terhadap pencatatan laporan keuangan dan penggunaan digital marketing, proses pembuatan siomay sebagai produk produksi siomay aa, penyerahan bingkisan dan sertifikat partisipasi kepada pemilik Siomay A'a.

## KESIMPULAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat diimplementasikan dengan objektif fundamental untuk mengembangkan kapabilitas Mahasiswa dalam penguasaan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni, serta kultivasi dedikasi dan tanggung jawab terhadap masa depan Bangsa dan Negara sebagai manifestasi Tri Dharma Perguruan Tinggi. Inisiatif ini mengangkat tema Pelatihan *Digitalisasi Marketing* dan Sosialisasi Laporan Keuangan Sederhana yang difokuskan pada entitas UMKM Siomay A'a di Bandar Lampung. Eksekusi program pengabdian masyarakat telah terealisasi secara optimal sesuai dengan perencanaan strategis yang telah diformulasikan. Founder beserta human capital mendemonstrasikan kapabilitas absorpsi materi yang efektif, divalidasi melalui tingkat partisipasi aktif selama berlangsungnya program intervensi.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Apresiasi dan gratifikasi disampaikan kepada Universitas Malahayati, khususnya Program Studi Akuntansi, atas pemberian otorisasi dalam implementasi program pengabdian kepada masyarakat di entitas UMKM Siomay A'a Bandar Lampung. Penghargaan serupa diekspresikan kepada manajemen UMKM Siomay A'a yang telah memfasilitasi eksekusi program Pengabdian Kepada Masyarakat. Selanjutnya, rekognisi diberikan kepada seluruh kolaborator yang telah berkontribusi secara signifikan dalam merealisasikan kesuksesan operasional program ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A. M. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran "Waroenk Ora Umum" Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 147–157. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.21>
- Djamaludin, Nana Rukmana, A., & Rukmana, O. (2016). Ethos (Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat): 125-130 PENINGKATAN KEMAMPUAN USAHA KECIL MENENGAH DI WILAYAH BANDUNG RAYA DALAM PEMANFAATAN INTERNET SEBAGAI SARANA. *Ethos (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat)*: 125-130, 125–130.
- ES, Purwana, D., Rahmi, & Shandy, A. (2017). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING BAGI USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI KELURAHAN MALAKA SARI, DUREN SAWIT. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1), 2580–4332. <https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.5>
- Rayyani, W. O., Abdi, M. N., Winarsi, E., & Warda. (2020). Peningkatan Daya Saing Umkm Melalui Optimalisasi. *Dedikasi Masyarakat*, 3(2), 97–105. <http://www.jurnalpertanianumpar.com/index.php/jdm/article/view/537>
- Saifudin, S., Santoso, A., & Widowati, S. Y. (2021). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Bagi Pelaku UMKM Di Desa Tegalarum Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak. *LOYALITAS, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 39. <https://doi.org/10.30739/loyal.v4i1.878>
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. *In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV, April 2015*, 327–337.

