

## PENDAMPINGAN PEMBUATAN CASH FLOW DAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PEMINATAN KHALAYAK MASYARAKAT

Adeline Jocelyn Chandra<sup>1\*</sup> Tutut Dewi Astuti<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Mercu Buana Yogyakarta

<sup>1</sup>[adelinejochan@gmail.com](mailto:adelinejochan@gmail.com) <sup>2</sup>[tutut@mercubuana-yogya.ac.id](mailto:tutut@mercubuana-yogya.ac.id)

\*corresponding author

Received: 29-05-2026

Revised: 15-06-2026

Approved: 22-06-2026

### ABSTRAK

Sering kali ditemukan permasalahan seperti pencatatan cash flow yang belum tertata dan media sosial yang belum optimal dalam UMKM. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM terkhususnya dalam pencatatan arus kas dan pengoptimalisasian media sosial, serta memberikan solusi yang tepat sasaran bagi UMKM. Kegiatan pengabdian dilakukan pada rumah makan vegetarian yang terdapat di Kecamatan Mantrirejo. Kegiatan ini menggunakan metode pendekatan partisipatif dan Asset Based Community Development (ABCD) berupa sosialisasi, edukasi kepada pelaku UMKM serta praktik secara langsung yang diimplementasikan melalui pendampingan UMKM untuk melakukan pencatatan arus kas menggunakan aplikasi sederhana berupa BukuKas dan penataan media sosial menggunakan aplikasi agar bisa berjalan lebih optimal. Hasil pengabdian pada Rumah Makan Vegetarian di Mantrijeron menunjukkan bahwa pencatatan sederhana dan pengoptimalan penggunaan media sosial membawa dampak yang signifikan yang dapat dilihat dari pencatatan menggunakan aplikasi sederhana yaitu BukuKas dan mulai menggunakan media sosial sebagai media untuk pemasaran.

**Kata kunci :** arus kas, media sosial, optimalisasi, UMKM

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan adalah sebuah bisnis atau usaha produktif yang dijalankan secara perorangan atau badan usaha kecil yang memenuhi standar sebagai usaha mikro. Berdasarkan data dari Sistem Informasi Data Tunggal (SIDT) 2025, jumlah UMKM di Indonesia pada tanggal 31 Oktober 2025 mencapai hingga 30,20 juta. Data lain juga menyatakan bahwa UMKM dapat menyerap hingga 96,9% dari total tenaga kerja nasional. Dengan banyaknya usaha yang beredar dan terbentuk, membuktikan bahwa UMKM menjadi bagian utatma perekonomian karena mampu menyerap banyak tenaga kerja, membantu pemerataan ekonomi serta juga meningkatkan pemberdayaan masyarakat (Astuti et al., 2025; Galla & Astuti, 2025).

Dibalik banyaknya masyarakat yang memulai usahanya dengan usaha kecil atau usaha mikro (UMKM) tentunya masih banyak kelemahan atau beberapa hal diantaranya yang masih perlu dipelajari lebih lanjut. Beberapa hal diantaranya seperti pembuatan *cash flow*, pembuatan laporan keuangan dan juga penataan media sosial sehingga bisa semakin dikenal oleh khalayak masyarakat. Terbukti dengan data yang menyatakan bahwa terdapat sekitar 35% UMKM di Indonesia yang belum memanfaatkan media sosial secara optimal, sering kali, terdapat kesenjangan yang mempengaruhi kemampuan untuk mengintegrasikan keduanya dengan baik (Juwita & Handayani, 2022; Safiriyono et al., 2025).

Arus kas atau yang dikenal dengan Laporan Arus Kas merupakan laporan yang berisikan seluruh kegiatan perusahaan meliputi penerimaan dan pengeluaran kas baik dari aktivitas investasi, operasi, dan pendanaan dalam periode tertentu yang membantu proses pengambilan keputusan. Dengan adanya

arus kas, pelaku usaha bisa mengetahui dari aktivitas apa saja yang memberikan pemasukan atau dana yang terbesar bagi usaha itu sendiri. Manfaat dari penyusunan arus kas itu sendiri yaitu dapat membantu perencanaan strategi yang memiliki makna bahwa pelaku usaha dapat merancang strategi keuangan lebih matang karena memiliki gambaran yang jelas mengenai arus kas. Hal ini membuktikan bahwa sistem pencatatan sederhana sangat cocok digunakan oleh usaha kecil seperti UMKM yang memiliki transaksi yang tidak terlalu banyak yang hanya digunakan untuk pencatatan pemasukan dan pengeluaran kas (Antolis et al., 2022; Herawati et al., 2025).

Media sosial merupakan suatu media digital yang memungkinkan penggunaanya berinteraksi, ataupun berbagi konten yang dilakukan secara *online* dan berperan sebagai salah satu alat utama dalam strategi pemasaran modern terutama bagi pelaku UMKM. Dengan adanya berbagai fitur yang sudah berkembang pada media sosial, dapat menciptakan hubungan dua arah antara pelaku usaha dan pelanggan yang sebelumnya sulit untuk dicapai dengan metode pemasaran konvensional. Pemanfaatan media sosial bukan hanya sekadar untuk memasarkan suatu produk, tetapi juga bisa digunakan untuk melakukan riset pasar ataupun bisa untuk menarik perhatian para masyarakat luar, yang tentunya bisa menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan daya saing produk (Rosyidi et al., 2025).

Pendampingan ini dilakukan pada satu rumah makan vegetarian yang berada di Jalan Prapanca no 18, Kecamatan Mantrijeron dengan sasaran utama pelaku UMKM tidak mencatat arus kas masuk dan arus kas keluar serta media sosial UMKM sudah tersedia, namun belum dimanfaatkan secara optimal. Dengan permasalahan yang ditemukan di lokasi, kondisi tersebut menunjukkan bahwa rumah makan tersebut membutuhkan arus kas dan penataan media sosial yang lebih terarah. Aplikasi sederhana seperti BukuKas dan Canva merupakan salah satu alat yang yang bisa diimplementasikan dalam UMKM. Sifat aplikasi yang sederhana menjadikan aplikasi mudah untuk dioperasikan oleh pelaku UMKM yang belum memiliki pengalaman untuk menggunakan sebelumnya.

Berdasarkan data yang tersedia, tujuan dari dilakukannya pendampingan ini adalah untuk mengidentifikasi masalah atau tantangan apa saja yang terdapat dalam UMKM serta memberikan solusi untuk mengatasi hal tersebut. Dengan adanya pendampingan ini, pelaku UMKM secara tidak langsung dapat meningkatkan peluang mereka untuk mendapatkan lebih banyak keuntungan dari usaha yang dijalankan. Tidak hanya itu saja, tetapi juga agar dapat meningkatkan jangkauan pemasaran dengan memanfaatkan media sosial (Prastydewi et al., 2023).

## **METODE KEGIATAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan *Asset Based Community Development* (ABCD) yang berorientasi pada pengabdian pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pendekatan partisipatif dipilih karena terbukti lebih efektif dalam mendorong keterlibatan aktif kelompok sasaran selain itu dapat menciptakan program yang inklusif serta mampu melakukan penyesuaian terhadap apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Pendekatan partisipatif ini dilakukan dengan metode pelaksanaan kolaboratif, masyarakat berkontribusi secara fisik atau keahlian dalam mengerjakan program

yang telah disepakati. Sedangkan, *Asset Based Community Development* (ABCD) dipilih karena berfokus untuk mengalihkan perspektif masyarakat dari kekurangannya ke sumber daya yang ada dan menekankan pentingnya mengenali aset yang tersedia untuk mencapai lebih banyak potensi. Pendekatan ABCD ini dilakukan dengan memaksimalkan penggunaan dan pemanfaatan media sosial agar lebih dikenali oleh masyarakat. Metode kegiatan yang dilakukan berupa sosialisasi secara langsung ke pelaku UMKM, pendampingan secara langsung, dan wawancara baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun tingkat ketercapaian keberhasilan kegiatan pengabdian berupa berkembangnya penataan media sosial serta peningkatan pemahaman mengenai *cash flow* yang diterapkan menggunakan aplikasi sederhana. (Nuryana et al., 2025; Abdurrahman, 2024).

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam kurun waktu satu minggu melalui tiga tahapan utama, yaitu mengidentifikasi permasalahan, edukasi kepada pelaku UMKM, serta praktik penyusunan arus kas dan penataan media sosial. Pemilihan lokasi dan UMKM didasarkan pada hasil identifikasi awal yang menyatakan bahwa masih banyak dari UMKM yang mencatat uang masuk dan keluar untuk usaha mereka. Selain itu, hasil identifikasi yang menyatakan bahwa beberapa dari pelaku UMKM sudah memiliki media sosial tetapi masih belum menjalankannya dengan optimal. Bisa dibuktikan bahwa terdapat sekitar 35% UMKM di Indonesia yang belum memanfaatkan media sosial secara optimal (Safiriyono et al., 2025).

Pengukuran keberhasilan kegiatan pengabdian dilakukan dengan beberapa cara yaitu seperti observasi praktik, tanya jawab, serta dokumentasi hasil pengimplementasian pelaku UMKM. Dalam hal ini, telah ditetapkan beberapa indikator yang menjadi acuan dalam menilai keberhasilan kegiatan

Tabel 1  
Indikator Keberhasilan Kegiatan Pengabdian

No.	Kegiatan	Indikator Keberhasilan
1.	Pendampingan pembuatan <i>cash flow</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelaku UMKM mampu memahami apa arti dan pentingnya <i>cash flow</i> dalam suatu usaha.</li> <li>2. Pelaku UMKM bisa menerapkan penyusunan atau pencatatan arus kas menggunakan aplikasi sederhana dalam usaha.</li> </ol>
2.	Pendampingan pengoptimalan media sosial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelaku UMKM mampu memahami pentingnya media sosial sebagai media pemasaran suatu usaha saat ini</li> <li>2. Pelaku UMKM bisa memanfaatkan media sosial dalam hal ini yaitu aplikasi Canva yang menjadi sarana bagi pelaku UMKM untuk memasarkan produknya di media sosial yang telah dimiliki.</li> </ol>

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pendampingan yang dilakukan pada salah satu UMKM yang berada pada Kecamatan Mantrijeron, diperoleh bahwa terdapat beberapa hal yang tentunya sangat penting dan membawa dampak terkait pembuatan cash flow serta peningkatan penataan media sosial agar jauh lebih optimal. Hal ini menunjukkan bahwa sebelum terjadinya kegiatan pendampingan ini, pelaku UMKM masih mengalami kesulitan atau bahkan tidak mencatat kas masuk dan kas keluar dari usaha maupun untuk sehari-hari. Selain itu, pelaku UMKM juga menggabung antara pemasukan dan pengeluaran untuk usaha dan rumah tangga. Hal tersebut tentunya sangat membuat pelaku UMKM sangat kesusahan dalam mengatur keuangan antara usaha dan kebutuhan sehari-hari. Tidak hanya itu, kondisi sebelum kegiatan pendampingan juga menunjukkan bahwa pelaku UMKM sudah memiliki alat yang dapat digunakan untuk pemasaran digital tetapi sayangnya masih belum berjalan secara optimal.

Dengan adanya beberapa kekurangan atau tantangan yang dirasakan oleh pelaku UMKM, maka kehadiran kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan tujuan agar bisa membantu pelaku UMKM untuk menghilangkan tantangan tersebut dengan solusi yang tentunya bisa bermanfaat dan bisa memajukan usaha dari pelaku UMKM agar lebih berkembang kedepannya.

Tahap pertama adalah identifikasi permasalahan yang dilakukan melalui proses wawancara secara langsung ataupun tidak langsung dengan pelaku UMKM. Tujuan dilakukannya wawancara ini adalah untuk mengetahui permasalahan apa saja yang terdapat pada UMKM tersebut sehingga kegiatan pengabdian yang akan dilakukan bisa sesuai dengan kebutuhan UMKM dan memberikan manfaat yang membantu pelaku UMKM. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa UMKM sudah berjalan dengan cukup baik. Pelaku UMKM juga sudah memiliki beberapa alat atau aplikasi penjualan online salah satunya adalah *go food*. Namun seiring berjalannya usaha, ditemukan kendala seperti akun media sosial sudah tersedia tetapi pemanfaatannya belum optimal. Kondisi awal pada UMKM menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak pernah menghitung selisih uang pemasukan dan pengeluaran dalam seminggu, tidak memisahkan pencatatan antara milik usaha dan belanja rumah tangga serta tidak mencatat jika ada pemasukan ataupun pengeluaran yang terjadi. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, diketahui bahwa pencatatan keuangan yang terdapat pada UMKM tersebut masih belum tertata.

Berdasarkan hasil identifikasi, penulis menyusun beberapa solusi yang bisa digunakan oleh pelaku UMKM untuk memajukan usaha yang dimiliki. Solusi tersebut berfokus pada pencatatan arus kas yang menggunakan aplikasi sederhana. Pemahaman dan kemampuan UMKM dalam pencatatan arus kas memiliki makna yang sangat penting karena dapat digunakan untuk memantau arus keluar dan masuknya kas, mengevaluasi hasil kinerja serta menjadi alat untuk mengambil keputusan. Pemanfaatan media sosial serta strategi penggunaan dan ide konten. Media sosial itu penting karena menjadi salah satu instrument atau alat pemasaran yang efektif bagi suatu perusahaan atau usaha baik besar maupun kecil.

Tahap kedua yaitu edukasi kepada pelaku UMKM yang dilakukan secara langsung di lokasi UMKM berada. Adanya edukasi yang dilakukan disini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya pencatatan arus kas agar bisa memantau jumlah kas yang tersedia dan bisa digunakan serta bisa menjadi media atau alat bagi pelaku usaha untuk mengambiiil

keputusan. Selain itu, edukasi juga sangatlah penting khususnya bagi UMKM mengenai penggunaan alat atau aplikasi yang berbasis online seperti media sosial. Terbukti dari data 2024 menunjukkan bahwa sekitar 35% UMKM di Indonesia masih belum mengoptimalkan teknologi digital dalam operasional usaha mereka. Hal tersebut didukung dengan fakta yang menunjukkan bahwa sebagian dari UMKM masih menghadapi keterbatasan akses terhadap digitalisasi dan keterampilan pemasaran digital (Safiriyono et al., 2025)

Menteri Koordinator Pemberdayaan Masyarakat (Menko PM) melihat bahwa dengan adanya literasi pemasaran digital merupakan salah satu aspek penting yang perlu diperkuat sebagai salah satu upaya pemberdayaan UMKM. Digitalisasi tentang membuka akses terhadap pasar ataupun masyarakat serta meningkatkan daya saing baik secara lokal maupun global. Hal ini tentunya dilakukan dengan tujuan untuk mendorong kemandirian masyarakat yang dilakukan melalui pendampingan terstandar sesuai dengan kebutuhan usaha pelaku UMKM (Lestarini, 2025).

Dengan data yang menyatakan hal tersebut, semakin memperkuat bahwa edukasi mengenai pentingnya pencatatan arus kas dan pemanfaatan media sosial adalah hal yang sangat penting untuk diketahui oleh pelaku UMKM. Dengan diberlakukannya pencatatan arus kas dan pemanfaatan media sosial agar bisa berjalan lebih optimal, hal tersebut akan membawa dampak positif bagi suatu usaha seperti meningkatnya omzet penjualan, pertumbuhan penjualan yang signifikan serta mampu memperkenalkan produk kepada masyarakat luas baik masyarakat lokal, dalam negeri, maupun luar negeri.

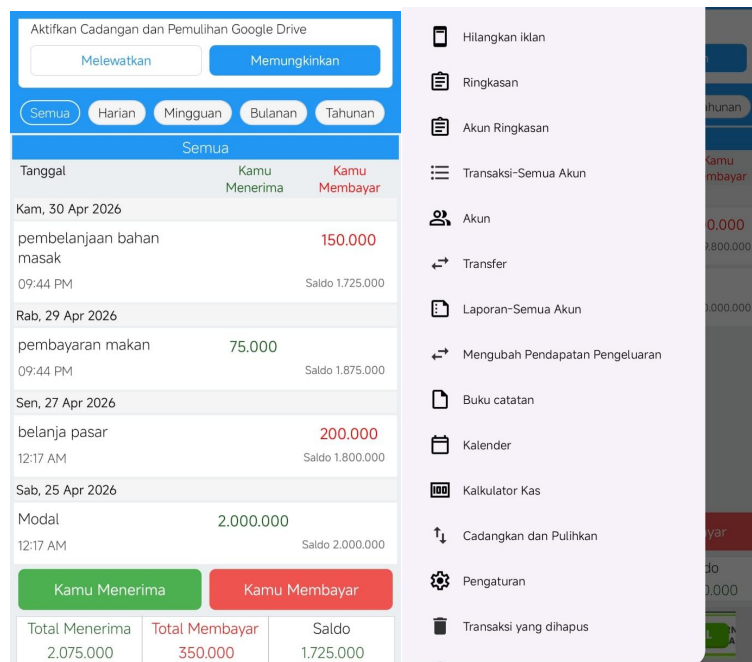
Tahap ketiga yaitu praktik penyusunan arus kas dan penataan media sosial yang dilakukan melalui pendampingan kepada UMKM. Pendampingan UMKM berfokus pada penyusunan arus kas melalui aplikasi sederhana dan penataan media sosial berupa ide konten dan lain sebagainya. Tujuan pendampingan ini dilakukan yaitu agar pelaku UMKM bisa mencatat arus kas sehingga bisa lebih tertata dan bisa memanfaatkan media sosial secara lebih optimal.

Penyusunan arus kas merupakan salah satu kendala yang biasa ditemukan dalam UMKM. Terbukti dengan data yang menemukan bahwa meskipun UMKM sudah berperan sangat besar dalam sektor perekonomian, tetapi masih terdapat sekitar 70% pelaku UMKM yang masih belum memiliki sistem pengelolaan arus kas yang terstruktur dan berbasis teknologi. Penyusunan arus kas secara manual memiliki kelebihan yaitu seperti biaya murah, penyusunan lebih sederhana dan mudah dipahami serta tidak membutuhkan pelatihan khusus untuk penerapannya. Sedangkan kekurangannya yaitu rentan terhadap kesalahan, memakan waktu dan tenaga serta kurangnya keamanan data. Hal ini diikuti dengan fakta yang menyatakan bahwa masih banyak dari pelaku UMKM yang melakukan pencatatan keuangan secara manual. Hal tersebut justru menghambat pelaku UMKM untuk mengambil keputusan bisnis yang tepat serta mengurangi efisiensi operasional bisnis (Mokodompit et al., 2025).

Diketahui bahwa salah satu kendala yang sering ditemui dari pelaku UMKM adalah tidak melakukan pencatatan arus kas (kas masuk dan kas keluar) atau pencatatan dilakukan secara manual, yang menyebabkan pencatatan arus kas masih belum optimal. Penyebab pelaku UMKM masih belum menyusun arus kas dikarenakan rumitnya proses akuntansi, terbatasnya panduan proses akuntansi yang mudah yang dipahami, serta minimnya pelatihan yang diperoleh baik dari

perguruan tinggi ataupun instansi pemerintah. Berdasarkan fakta tersebut, maka diperlukan satu solusi yang lebih praktis dan efisien sehingga bisa digunakan oleh pelaku UMKM meskipun pemula, yaitu penyusunan arus kas menggunakan aplikasi sederhana. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, aplikasi yang akan digunakan adalah BukuKas.

BukuKas adalah salah satu aplikasi pencatatan keuangan sederhana yang dipercaya dan telah digunakan oleh banyak pelaku UMKM di Indonesia yang bisa diunduh pada *Google Play Store*. Tujuan pemanfaatan digitalisasi pada pencatatan arus kas adalah untuk meningkatkan efisiensi serta akurasi dalam proses pencatatan keuangan. Fitur-fitur yang tersedia pada BukuKas yaitu Laporan-Semua Akun, Transaksi-Semua Akun, Akun Ringkasan dan beberapa fitur lainnya. Dengan kehadiran fitur ini, dapat membantu para pelaku UMKM meskipun masih pemula untuk mencatat keuangan tanpa harus kebingungan bagaimana cara untuk menginput uang masuk dan uang keluar dari usaha mereka (Susilawati et al., 2025).

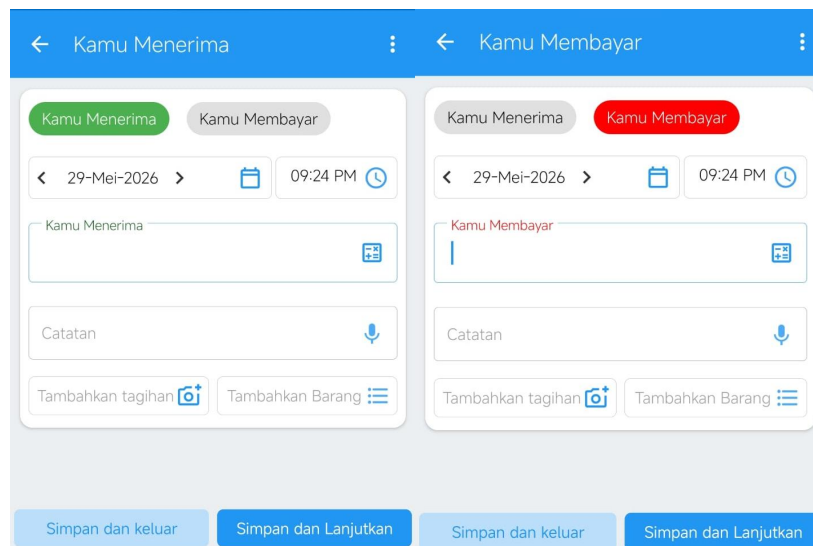


Gambar. 1  
Tampilan dan Fitur Aplikasi BukuKas

Penyusunan arus kas berbasis digital dengan menggunakan aplikasi memiliki kelebihan seperti mudah dalam pencatatan semua transaksi kas masuk dan kas keluar, menghasilkan laporan keuangan yang mudah untuk dipahami serta proses pencatatan yang transparan sehingga dapat mengambil keputusan yang lebih baik. Sedangkan, kekurangan dari penggunaan aplikasi pencatatan BukuKas yaitu masih dibutuhkannya penyesuaian awal, masih belum terbiasa dengan aplikasi sehingga masih membutuhkan pendampingan, serta efektivitas dari aplikasi tersebut bergantung pada konsistensi dalam melakukan pencatatan transaksi (Febriansyah et al., 2021).

Proses penerapan solusi kepada pelaku UMKM dilakukan dengan cara melakukan pendampingan langsung kepada pelaku. Tahap pertama yang dilakukan yaitu mengunduh aplikasi BukuKas yang dapat diunduh melalui aplikasi

Google Play Store. Kemudian pada tahap kedua, yaitu masuk ke dalam aplikasi dan pada layar utama ditemukan bagian “kamu menerima” dan “kamu membayar”. Pada bagian ini, jika pelaku UMKM menerima uang maka bisa menekan fitur “kamu menerima”. Dalam fitur “kamu menerima”, pelaku UMKM bisa mengisi nominal yang diterima dan dicatat sebagai apa, sebagai contohnya UMKM menerima sebesar Rp75.000 dengan catatan untuk pembayaran uang makan. Pelaku UMKM bisa juga menambahkan bukti transaksi dan bisa mengatur tanggal serta waktu sesuai dengan kapan terjadinya transaksi tersebut. Sama halnya dengan fitur “Kamu Membayar”. Pada fitur ini, pelaku UMKM mengisi nominal yang dikeluarkan yang berhubungan dengan usaha, sebagai contohnya UMKM mengeluarkan uang sebesar Rp150.000 untuk membeli keperluan warung. Setelah pelaku UMKM mengisi fitur ini, pada tahap ketiga pelaku UMKM bisa klik “Simpan dan Keluar” untuk menutup layar fitur dan bisa klik “Simpan dan Lanjutkan” jika pelaku usaha hanya ingin menyimpan pencatatan dan melanjutkan untuk mencatat transaksi atau pengeluaran berikutnya.



Gambar. 2  
Fitur “Kamu Menerima” dan “Kamu Membayar” pada BukuKas

Seperti yang telah dibahas sebelumnya, menurut data tahun 2024 masih terdapat sekitar 35% UMKM di Indonesia masih belum mengoptimalkan teknologi digital dalam operasional usaha mereka. Hal tersebut didukung dengan fakta yang menunjukkan bahwa sebagian dari UMKM masih menghadapi keterbatasan akses terhadap digitalisasi dan keterampilan pemasaran digital. Berdasarkan data diatas, dapat diasumsikan bahwa kendala kedua yang sering dialami oleh beberapa UMKM di Indonesia yaitu akun media sosial yang sudah tersedia tetapi masih belum berjalan dengan optimal (Ibrahim, 2025).

Belum optimalnya akun media sosial pelaku UMKM dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur teknologi di suatu wilayah serta minimnya keterampilan dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif. Akibat kesenjangan ini, membuat daya saing pelaku UMKM semakin lemah. Tidak hanya sampai disitu, tetapi adanya kesenjangan yang terjadi menyebabkan pelaku UMKM yang belum mengoptimalkan media sosial menjadi ketinggalan serta membuat masyarakat yang mengetahui juga terbatas

sehingga menyebabkan yang membeli biasanya hanya pelanggan yang ada disekitar halaman warung saja. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, maka diperlukan satu solusi yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM, yaitu dengan membuat *template* postingan yang akan diunggah di media sosial tetapi dalam rentang waktu yang tidak berdekatan yang dilakukan melalui aplikasi seperti Canva (Ibrahim, 2025).

Canva merupakan suatu *platform* desain grafis yang mudah digunakan untuk membuat materi promosi yang menarik dan profesional walaupun mereka hanya seorang pemula. Dengan kehadiran berbagai fitur yang memadai seperti elemen, *template* dan beberapa fitur lainnya bisa sangat membantu pelaku usaha sehingga desain grafis yang dibuat bisa menjadi lebih menarik. Pemanfaatan aplikasi Canva dalam promosi produk UMKM bisa sangat bermanfaat salah satunya yaitu membuat konten promosi yang menarik dan efektif untuk media sosial. Dengan adanya konten promosi yang menarik dan efektif dapat menjadi sarana bagi pelaku UMKM untuk menarik perhatian masyarakat baik lokal maupun luar negeri serta meningkatkan penjualan (Karim & Asrani, 2024).



Gambar. 3  
Gambaran *template* untuk posting media sosial

Penggunaan media sosial terkhususnya aplikasi Canva sebagai sarana untuk pemasaran suatu produk tentunya memiliki dampak yang sangat besar. Walaupun demikian pengaplikasian media sosial sebagai sarana untuk pemasaran memiliki kelebihan dan kelemahan tersendiri. Dalam solusi ini, penggunaan aplikasi Canva untuk pemasaran produk memiliki kelebihan yaitu penggunaan Canva dapat meningkatkan literasi digital dan efisiensi, mudah diakses, memiliki hasil desain yang estetik dan professional. Dibalik kelebihan yang dimiliki oleh aplikasi Canva, terdapat kekurangan atau kendala yaitu keterbatasan jaringan internet, minimnya literasi digital bagi pelaku UMKM, serta keterbatasan pada fitur gratis yang dianggap membebani usaha kecil (Koiriyah, 2022).

Proses penerapan solusi yang diperlukan oleh UMKM dilakukan melalui pendampingan langsung kepada pelaku usaha. Tahap pertama, pelaku usaha bisa mengunduh aplikasi Canva pada *Google Play Store*. Setelah itu bisa memasukkan akun google yang sedang aktif dan memilih apakah mahasiswa atau kategori lain yang akan memakai canva. Tahap kedua, setelah semua proses pemasukan akun

berhasil, pada tahap ini kemudian pelaku usaha bisa memilih jenis desain apa yang akan mereka ciptakan atau akan mereka buat, seperti poster, infografis ataupun jenis lain. Setelah itu, pelaku usaha juga bisa memilih apakah ingin membuat desain dari awal sesuai dengan imajinasi dan kreatifitas pelaku UMKM atau menggunakan *template* gratis yang sudah tersedia. Aplikasi ini juga didukung dengan fitur *element, text*, fitur yang menyediakan berbagai jenis hiasan yang bisa digunakan untuk menarik perhatian khalayak masyarakat. Tahap ketiga, setelah hasil desain selesai untuk dibuat, selanjutnya bisa mengunduh hasil desain yang bisa diunduh dalam beberapa bentuk seperti *jpg, png, pdf* dan beberapa bentuk lainnya. Dengan demikian, diharapkan bahwa penerapan aplikasi Canva bisa membantu pelaku UMKM untuk lebih berkembang.

Tabel 2  
Keberhasilan Program Pengabdian

No.	Kegiatan	Ketercapaian Indikator
1.	Pendampingan pembuatan <i>cash flow</i>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Pelaku UMKM mampu memahami arti penting <i>cash flow</i>. Terbukti pada pelaku UMKM yang sudah memiliki keinginan untuk menerapkan pencatatan <i>cash flow</i> menggunakan aplikasi pencatatan sederhana berupa BukuKas.</li><li>2. Pelaku UMKM dapat membuat <i>cash flow</i> menggunakan aplikasi sederhana. Terbukti pada Gambar.1 yang memperlihatkan bahwa pelaku UMKM sudah mulai melakukan pencatatan menggunakan aplikasi BukuKas.</li></ol>
2.	Pendampingan pengoptimalan media sosial	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Pelaku UMKM mampu memahami pentingnya media sosial sebagai media pemasaran suatu usaha saat ini. Terbukti pada keinginan pelaku UMKM untuk menerapkan media sosial sebagai media pemasaran usaha mereka dengan menggunakan aplikasi berupa Canva.</li><li>2. Pelaku UMKM bisa memanfaatkan media sosial dalam hal ini yaitu aplikasi Canva yang menjadi sarana bagi pelaku UMKM untuk memasarkan produknya di media sosial yang telah dimiliki. Terbukti pada Gambar. 3 yang memperlihatkan bahwa pelaku UMKM sudah mulai menggunakan aplikasi Canva sebagai alat untuk memasarkan produk di media sosial.</li></ol>

Penilaian keberhasilan program pengabdian dilakukan melalui observasi praktik, tanya jawab serta dokumentasi pengaplikasian teori yang telah diberikan kedalam aplikasi sederhana. Terbukti pada Gambar 1 bahwa pelaku UMKM telah

mengimplementasikan transaksinya ke dalam aplikasi sederhana yaitu BukuKas yang membuktikan bahwa pelaku UMKM telah mengerti teori dan bagaimana cara mengimplementasikannya. Selain itu, terbukti pada Gambar 3 yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM telah mengerti bagaimana cara penggunaan dari aplikasi Canva dan sudah bisa membuat desain sederhana sebagai postingan di media sosial.

Selain itu, berdasarkan tabel keberhasilan program pengabdian, diketahui bahwa hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan kepada pelaku UMKM menunjukkan bahwa terdapat peningkatan yang signifikan dan cukup berkembang. Pencatatan arus kas yang awalnya tidak dilakukan pencatatan oleh pelaku UMKM, sekarang pelaku UMKM sudah menggunakan aplikasi sederhana seperti BukuKas untuk pencatatan arus kas. Hal ini membuktikan bahwa sistem pencatatan sederhana sangat cocok digunakan oleh usaha kecil seperti UMKM yang memiliki transaksi yang tidak terlalu banyak yang hanya digunakan untuk pencatatan pemasukan dan pengeluaran kas. Selain itu, pemanfaatan media sosial yang awalnya pelaku UMKM masih belum menggunakan media sosial dengan optimal, tetapi setelah adanya kegiatan pendampingan yang dilakukan, pelaku UMKM menjadi lebih mengerti dan mulai menggunakan media sosial sebagai sarana untuk memperkenalkan atau memasarkan produk yang diproduksi. Hal tersebut membuktikan bahwa media sosial berperan sebagai salah satu alat utama dalam strategi pemasaran modern terutama bagi pelaku UMKM. Dengan adanya kegiatan pengabdian yang dilakukan kepada pihak UMKM tentunya membuat pelaku usaha UMKM menjadi jauh lebih mengerti lagi dengan apa manfaat penggunaan media sosial dan pencatatan arus kas. Sehingga dengan demikian, tujuan awal dari terjadinya kegiatan pengabdian ini sudah berhasil dicapai dan dapat membantu pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya dengan pesat.



Gambar. 4  
Pendampingan UMKM

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, bisa ditarik kesimpulan bahwa pencatatan arus kas dengan menggunakan aplikasi sederhana serta dengan adanya pemanfaatan media sosial agar lebih optimal menjadi salah satu hal yang penting dalam suatu usaha UMKM. Dengan diberlakukannya kegiatan pengabdian masyarakat, diharapkan hal tersebut bisa membawakan dampak yang baik sehingga bisa lebih berkembang dalam aspek digitalisasi administrasi keuangan dan kemandirian dalam penggunaan media sosial untuk pemasaran produk. Hasil pengabdian yang didapatkan membuktikan bahwa kegiatan yang dilakukan ini sudah berhasil dan sudah sesuai dengan tujuan awalnya. Kondisi

UMKM yang awalnya masih belum melakukan pencatatan arus kas secara tertata, dan belum menggunakan media sosial secara optimal, tetapi adanya kegiatan pengabdian yang dilakukan secara langsung dapat membuat usaha UMKM menjadi jauh lebih berkembang. Diharapkan kontribusi pemerintah daerah ataupun pengabdian lainnya untuk melakukan monitoring secara berkelanjutan sehingga keberlanjutan pencatatan arus kas secara sederhana serta pemanfaatan media sosial bisa berjalan dengan baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman (2024). PENDEKATAN ABCD (ASSET-BASED COMMUNITY DEVELOPMENT) DALAM PENGEMBANGAN PENDIDIKAN ISLAM. *Jurnal Tinta*, 6(1), 185-196.  
<https://ejournal.alqolam.ac.id/index.php/jurnaltinta/article/view/1298>
- Anastasya, A. (2023). Data UMKM, Jumlah dan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Menengah di Indonesia.  
<https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia>
- Antolis, A. C., Alexander, S. W., Gerungai, N. Y. T. (2022). Analisis Laporan Arus Kas Sebagai Salah Satu Alat Dalam Pengambilan Keputusan Manajemen Pada Hotel Sintesa Peninsula Manado. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*, 6(1), 629-638.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v2/index.php/lppmekosobudkm/article/download/43755/38395>
- Astuti, R., Rochim, S. A., Putri, S. S. D., Habibi, M. I., Khoirunnisa, H., Nurfitriya, T., Anggaradinar, L. A., Janah, B. D. A. M., Syamsu, G. R. A. A., Rizki, M. F., Nurdiana, N. E., Suryono, A. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Digital Marketing dan Penerapan Akuntansi Melalui Sistem Informasi Aplikasi Pencatatan Keuangan "SIAPIK". *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(8), 3950-3956.  
<https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmmba/index>
- Febriansyah, A., Adiansyah, F., Berliana, S., Grace, K. N. (2021). PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI BUKU KAS UNTUK UMKM. *Pengabdian Kepada Masyarakat Sistem Informasi Akuntansi (ABDIKAMSIA)*, 1(2), 37-42.  
<https://ojs.unikom.ac.id/index.php/abdikamsia>
- Galla, W. Y. A. E., Astuti, T. D. (2025). Meningkatkan Penjualan pada UMKM Warung Makan Lesehan Mas Roni. *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi (JREA)*, 3(4), 163-171. doi: <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v3i4.3702>
- Herawati, H., Wulandari, A., Yulpani, N. S., Alifani, F. (2025). Sistem Pencatatan Keuangan Sederhana Yang Efektif Bagi UMKM Donat (Donat Dedek) Dikota Bengkulu. *Jurnal Dividen*, 1(2), 121-126.  
<https://ejournal.stebisigm.ac.id/index.php/dividen/article/download/1736/727/11555>
- Ibrahim (2025). Tantangan dan Harapan Pelaku UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Modern. *JURNAL ECONOMINA*, 4(1), 27-34, doi: <https://doi.org/10.55681/economina.v4i1.1525>
- Juwita, D. R., Handayani, A. N. (2022). Peluang dan Tantangan Digitalisasi UMKM Terhadap Pelaku Ekonomi di Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Teknologi*

- dan Edukasi Teknik, 2(5), 249-255.  
<https://journal3.um.ac.id/index.php/ft/article/view/3496>
- Karim, A. , Asrani, D. (2024). Pemanfaatan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Promosi Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *urnal Pengabdian Masyarakat (JPM)*, 4(3), 279-285.  
<https://djournals.com/jpm/article/download/1582/921>
- Koiriyah (2022). TAHAP PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN APLIKASI CANVA MENGGUNAKAN MODEL FOUR-D PADA PEMBELAJARAN JARAK JAUH. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial (INSPIRASI)*, 19(2), 650-658.  
<https://jurnal.stkipgritlungagung.ac.id/index.php/inspirasi/article/download/2690/1427>.
- Lestari, A. H. (2023). Kemenko PM Jangkau 35% UMKM yang Belum Optimal Gunakan Teknologi. <https://www.metrotvnews.com/read/NgxCDpxo-kemenko-pm-jangkau-35-umkm-yang-belum-optimal-gunakan-teknologi>
- Merion, S. A. M. A., Mitan, W., Goo, E. E. K. (2025). ANALISIS SISTEM PENCATATAN AKUNTANSI BERBASIS DIGITAL PADA UMKM DI KOTA MAUMERE (Studi Komparasi Pada Online Shop DaskinBeauty dan Habib Store). *Jurnal Accounting UNIPA*, 4(4),15-36.  
<https://jurnal.nusanipa.ac.id/index.php/accounting/article/view/1060>
- Nuryana, R. S., Jatnika, D. C., Firsanty, F. P. (2025). EFEKTIVITAS SOSIALISASI SEBAGAI PENDEKATAN PARTISIPATIF DALAM PROGRAM SOSIAL : TINJAUAN SISTEMATIS LITERATUR. *SHARE SOCIAL WORK JURNAL*, 15(1), 35-47. doi: <https://doi.org/10.40159/share.v15i1.63487>
- Putri, M. C. K. , Rabbani, A. A. , Surbakti, A. B. , Sa'diya, H. , Adiyanto, M. R. (2024). PENTINGNYA PENCATATAN ARUS KAS MASUK DAN KELUAR PADA UMKM (Studi Kasus Café Sakera UTM). *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(6).  
<https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/529>
- Rosyidi, R. A. , Dito, M. D. , Fianto, B. A. (2025). Peran Media Sosial dalam Strategi Pemasaran Produk UMKM. *SANTRI : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 3(3) 113-128.  
<https://journal.areas.or.id/index.php/SANTRI/article/view/1461>
- Salker, F. K. , Sentosa, S. , Tilotama, A. R. , Ramli, R. M. , Sunaryo, I. (2025). PERAN CANVA DALAM Mendukung Penyusunan Rencana Bisnis Yang Sistematis dan Kreatif. *Jurnal Kreativitas dan Inovasi (Kreanova)*, 5(3), 99-109.  
<https://ejournal.stiesia.ac.id/kreanova/article/view/7286>
- Sarifiyono, A.P. , Purnama, S. ,Saberina, S. , Alfarizy, M. D. , Aninda, R.D. (2025). PENDAMPINGAN DIGITALISASI BAGI UMKM DALAM OPTIMALISASI E-COMMERCE UNTUK PENINGKATAN DAYA SAING. *Jurnal Pengabdian dan Edukasi Sekolah (JUBAEDAH)*, 5(1), 99-108.  
<http://jubaedah.lppmbinabangsa.id/index.php/home>
- Sihombing, R. A., Natsir, F., Anggraeni, N. K. P. (2022). Pengabdian Masyarakat Pemanfaatan Aplikasi Buku Kas dalam Pengelolaan Keuangan pada Dasawisma RT 10 RW 02 Tj. Barat. *Kumpulan Artikel Pengabdian Masyarakat (KAPAS)*, 133-137. <https://www.bukukas.co.id/>
- Susena, K. C. , Herlin, Efendi, B. , Zoniarti, Syahputra, P. A. (2025). Penerapan Aplikasi Pencatatan Keuangan Digital Berbasis Aplikasi Buku Kas Harian

pada UMKM Super Bubur Bang Jay di Kota Bengkulu. *Jurnal Dehasen Mengabdi*,4(2),183-188.

<https://jurnal.unived.ac.id/index.php/jdm/article/download/8587/6483>

Susilawati, S., Samukri, Suryaningsih, M., Saleh, R., Darodjatun, M. A. S. S., Fauzi, M. H. (2025). Penerapan Aplikasi Digital untuk Pencatatan dan Pengelolaan Keuangan yang Efisien. *Room of Civil Society Development*, 4(4), 588-597.

<https://www.rcsdevelopment.org/index.php/rcsd/article/view/673>