


Peningkatan Usaha UMKM Kantin Yen Yen melalui Digital Marketing dan Pencatatan Keuangan

Santi Rimadias¹, Andrew², Valent Tansuri^{3*}, Nicho Febrianto⁴, Aaron Christian⁵, Kevin Timothy⁶

¹Program Studi Manajemen, STIE Indonesia Banking School

^{2,3,4,5,6}Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara

E-mail: andrew7@student.umn.ac.id

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i2.223>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 18 Desember 2023

Revised: 19 Desember 2023

Accepted: 20 Desember 2023

Kata Kunci: UMKM, Digital Marketing, Pencatatan Keuangan

Keywords: MSMEs, Digital Marketing, Financial Recording



ABSTRACT

Digital marketing dan pencatatan keuangan memiliki peran penting dalam meningkatkan UMKM. Banyak UMKM yang memiliki produk dan jasa yang berkualitas bagus, tetapi usaha mereka tidak mendapatkan keuntungan. Hal itu disebabkan kurangnya penerapan digital marketing dan masih melakukan pencatatan keuangan secara tradisional dalam usaha mereka. Salah satu UMKM yang tim pengabdian kepada masyarakat amati yaitu Kantin Yen Yen memiliki masalah itu. Oleh sebab itu, tim pengabdian kepada masyarakat melakukan pengabdian dengan membantu membuat sosial media dan mengajarkan pencatatan keuangan berbasis aplikasi. Setelah tim pengabdian masyarakat melakukan pengabdian ini, Kantin Yen Yen jadi memiliki sosial media beserta kontennya dan melakukan pencatatan keuangan melalui aplikasi.

Digital marketing and financial recording play an important role in improving MSMEs. Many MSMEs have good quality products and services, but their businesses are not profitable. This is due to the lack of application of digital marketing and still doing traditional financial records in their business. One of the MSMEs that we observed, namely the Yen Yen Canteen, had this problem. Therefore, our group conducted a service by helping to create social media and teaching application-based financial recording. After we did this service, the Yen Yen Canteen had social media and its content and made financial records through the application.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Tansuri et al. (2023). Peningkatan Usaha UMKM Kantin Yen Yen melalui Digital Marketing dan Pencatatan Keuangan, 2 (2) 134-138. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i2.223>

PENDAHULUAN

UMKM memiliki dampak yang baik bagi perekonomian negara, khususnya untuk masyarakat mengengah ke-bawah karena dapat membantu dalam memperbesar lapangan pekerjaan, mengurangi angka pengangguran, dan memperbesar pendapatan negara. Seperti yang kita ketahui, UMKM sudah menjadi penyumbang pendapatan negara Indonesia sebesar 60,5%. Hal ini menunjukkan, bahwa UMKM memiliki peran penting dalam menggerakkan roda perekonomian negara. Maka agar ekonomi Indonesia dapat lebih berkembang, pemerintah harus terus membina UMKM agar dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan perekonomian yang lebih besar bagi negara Indonesia. Selain itu, Pemerintah dapat memberikan kemudahan dalam memberikan kredit pinjaman ke para pelaku usaha UMKM (DJPB, 2023).

Dari hasil pelatihan yang pernah dilakukan di Desa Busung oleh Afriyadi dkk tentang pelaksanaan kegiatan pembukuan secara manual dan digital, bersamaan dengan pemasaran berbasis digital, telah memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelaku UMKM di Desa Busung. Sebanyak 10% dari total peserta pelatihan, yaitu enam orang, memberikan penilaian rata-rata yang

sangat baik dengan nilai 4,2. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tersebut berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pelaksanaan pembukuan secara manual dan digital, serta pemasaran berbasis digital. Para pelaku UMKM puas dengan kegiatan ini, yang dapat dianggap sebagai indikator positif terhadap penerimaan dan pemahaman mereka terhadap penggunaan teknologi digital dalam perencanaan keuangan kelompok UMKM di Desa Busung (Afriyadi et al., 2023).

Perkembangan teknologi melibatkan banyak aspek dalam hidup kita tak terkecuali dalam dunia bisnis dan pemasaran. Agar pelaku UMKM dapat terus mengembangkan bisnisnya di era teknologi ini, dibutuhkan pengetahuan tentang digital marketing. agar dapat mempromosikan bisnis kita ke banyak orang secara online. Digital marketing sendiri merupakan evolusi dari pemasaran sebelumnya, yang sebelumnya menggunakan koran, majalah, radio, dll berubah menjadi digital yang menggunakan media sosial dan media online lainnya (Mubarok & Setiawan, 2023). Perubahan ini dilakukan karena pemasaran secara online memiliki manfaat yang banyak dan lebih efisien, seperti mudah dijangkau banyak orang, lebih murah dalam mempromosikannya, dan dapat membangun nama brand secara luas. Media sosial ini dapat digunakan oleh pemilik bisnis, organisasi, pemerintah, hingga lembaga agar dapat berkomunikasi dan terkoneksi langsung secara langsung dengan masyarakat luas.

Pemasaran media sosial adalah strategi pemasaran tidak langsung atau langsung yang digunakan untuk meningkatkan pengetahuan merek, memori, pengakuan, dan tindakan untuk perusahaan, barang, individu, merek, atau organisasi lain (Rimadias et al., 2021). Beberapa media sosial yang sering dipakai, seperti Instagram dan Tik Tok sering digunakan sebagai sarana efektif untuk mempromosikan produk ke publik. Hal ini dikarenakan, Instagram dan Tik Tok memiliki jumlah pengguna yang banyak dan memiliki beberapa fitur yang dapat membantu pelaku usaha meningkatkan bisnisnya (Wahyuni et al., 2023).

UMKM perlu menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan dengan mengembangkan kapasitas kemampuan kinerja mereka (Rimadias, 2023). Selain dari meningkatkan UMKM melalui digital marketing, para pelaku UMKM juga dapat meningkatkan UMKM nya dengan mempelajari pengetahuan tentang pencatatan keuangan agar dapat mengetahui ketika bisnisnya untung atau rugi. Salah satu masalah yang sering ditemukan di dalam UMKM adalah para pelaku UMKM tidak mencatat pengeluaran dan pemasukan mereka, sehingga mereka tidak mengetahui apakah penjualan mereka untung atau rugi (Hasibuan et al., 2023). Hal ini disebabkan, para pelaku UMKM menganggap pencatatann keuangan merupakan sesuatu yang sulit, rumit, dan memakan banyak waktu dalam melakukannya. Untuk mengatasi hal ini diperlukan pelatihan dalam mengelola keuangan melalui aplikasi secara langsung (Rohmayanti et al., 2023).

Oleh karena itu, tim pengabdian kepada masyarakat melakukan kontribusi dengan membantu Kantin Yen Yen dalam mempromosikan usaha mereka melalui sosial media dan mengajarkan mereka bagaimana cara mengelola keuangan usaha melalui aplikasi secara langsung. tim pengabdian masyarakat mengharapkan dengan kontribusi ini dapat membantu Kantin Yen Yen meningkatkan usahanya dan menjadi tempat makan lokal favorit di gading serpong.

METODE

Pengabdian masyarakat ini dilakukan di tempatnya secara langsung di Kantin Yen Yen sendiri. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan tujuan meningkatkan awareness dan menarik costumer melalui digital marketing dan meningkatkan efisiensi dengan memakai aplkasi pencatatan keuangan. Pengabdian ini dilakukan setiap rabu dari 15 November - 29 November yang isi kegiatannya meliputi pembuatan logo brand dan instagram agar dapat melakukan digital marketing melalui media sosial, melakukan pembuatan konten yang menarik agar dapat menarik costumer potensial, dan mengajarkan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan.

Pendekatan yang dilakukan dalam proses pengabdian ini meliputi diskusi dan pendampingan secara langsung. Berikut prosedur pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan setiap rabu dari 15 November - 29 November:

1. 15 November : Berdiskusi dengan pemilik tempat tentang pembuatan logo brand dan instagram sebagai media digital marketing dan menekankan pentingnya dibuatnya media sosial. Dimulai dari jam 15.00-16.30 kita menentukan logo yang cocok dan membuat instagram.

- 22 November : Berdiskusi tentang ide konten yang dibuat agar dapat lebih menarik dan tepat sasaran dalam membidik konsumen. Dari jam 15.00-17.00 melakukan pengambilan video dan gambar, setelah itu melakukan editing yang menarik.
- 29 November : Mengajarkan cara menggunakan pencatatan keuangan melalui aplikasi agar dapat memudahkan pelaku usaha dalam menganalisa bisnisnya. Dimulai dari jam 15.00-17.00 kita mengajarkan dengan cara yang mudah dipahami dan melakukan praktek secara langsung.

Bagian metode pelaksanaan ini memberikan informasi yang lengkap bagaimana kegiatan dilakukan, mulai dari waktu, lama, tempat, penggunaan alat dan bahan. Cara kerja dan analisa data ditulis secara jelas dan ringkas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

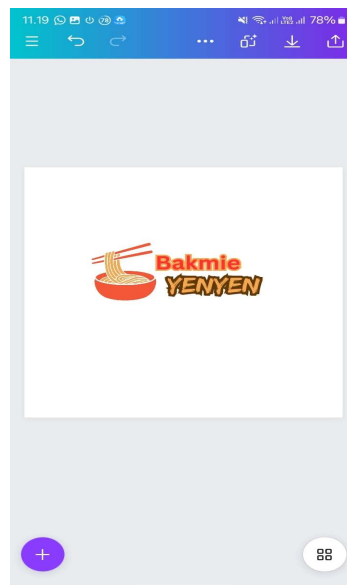
Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat, sudah sesuai dengan apa yang sudah tim pengabdian masyarakat inginkan. Dampak dari kegiatan pengabdian yang tim pengabdian masyarakat lakukan, tim pengabdian masyarakat berhasil memperkenalkan kepada lebih banyak konsumen untuk kantin Yen-Yen karena tim pengabdian masyarakat melakukan promosi lewat sosial media dan mempromosikannya lewat ads.

Di hari pertama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini tim pengabdian masyarakat melakukan kunjungan ke kantin Yen-Yen, tim pengabdian masyarakat membuat instagram dan daftar harga untuk kantin Yen-Yen karena mereka belum memiliki sosial media, dan juga tim pengabdian masyarakat mendesain logo untuk kantin yen-yen, hal tersebut bertujuan agar kantin Yen-Yen memiliki identitas brand tersendiri karena pada jaman sekarang pemasaran digital tentunya memerlukan identitas tersendiri agar mudah dikenal orang lain.

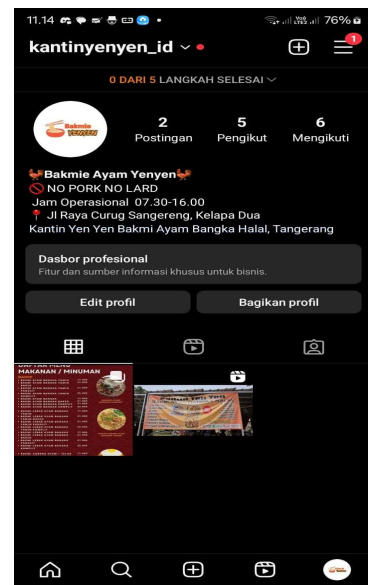
Pemasar digital di sosial media ini sangat penting dilakukan untuk memperkenalkan produk dan brand yang kita miliki. Pada jaman sekarang banyak brand dan produk yang mulai bersaing dengan mengadu strategi pemasaran mereka di sosial media. dalam pembuatan desain logo dan instagram, tim pengabdian masyarakat menyesuaikan dengan produk yang dijual oleh kantin Yen-Yen, karena disana lebih dominan menjual bakmi, maka tim pengabdian masyarakat membuat logo berbentuk mie, pengeditan desain logo ini menggunakan aplikasi canva.



Gambar 1. List Menu Kantin Yen Yen



Gambar 2. Logo Kantin Yen Yen

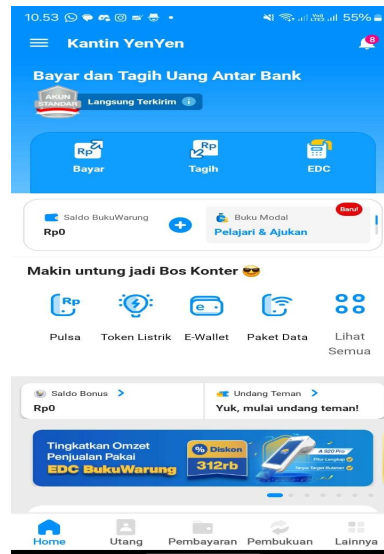


Gambar 3. Pembuatan Instagram

Pada pelaksanaan kegiatan hari kedua, tim pengabdian masyarakat melakukan kunjungan lagi untuk pembuatan konten video yang akan digunakan untuk dipost di instagram. tim pengabdian masyarakat memikirkan konten video tersebut dipost di instagram karena menurut tim pengabdian masyarakat pada jaman sekarang instagram sangat ramai digunakan oleh masyarakat, sehingga

diharapkan dengan adanya konten video yang tim pengabdian masyarakat posting di instagram, maka tim pengabdian masyarakat dapat membantu kantin Yen-Yen untuk memperkenalkan brand ke calon customer potensial karena hasil postingan konten video tersebut dapat dijangkau dan dilihat oleh banyak orang.

Pada pelaksanaan kegiatan hari ketiga tim pengabdian masyarakat melakukan pengecekan akun instagram Kantin Yen-Yen, pada pemantauan akun instagram ini tim pengabdian masyarakat bertujuan untuk mengetahui sudah berapa banyak masyarakat yang sudah menonton dan menjangkau akun sosial media kantin Yen-Yen. Dan ternyata banyak sekali masyarakat yang menonton dan berhasil menjangkau konten video yang dibuat oleh kelompok pengabdian masyarakat tim pengabdian masyarakat. Dan juga tim pengabdian masyarakat juga membantu mengajarkan tentang pencatatan menggunakan aplikasi buku warung. Setelah pengecekan akun instagram dan pencatatan keuangan tersebut selanjutnya tim pengabdian masyarakat melakukan beberapa evaluasi seperti: Sebelumnya penjualan kantin Yen-Yen yang sedikit di sosial media dan tidak aktif di sosial media, makin lama mengalami peningkatan cukup signifikan dan yang sebelumnya tidak mengetahui tentang akun instagram kantin Yen-yen, sekarang mulai banyak masyarakat yang mengetahui tentang instagram kantin Yen-Yen yang sudah aktif. Lalu selanjutnya pemilik kantin Yen-yen ini mengatakan akan terus konsisten dalam membangun dan memperkenalkan produk milik mereka di sosial media Instagram agar lebih banyak menjangkau masyarakat dan mudah dikenal oleh banyak orang.



Gambar 4. Aplikasi Pencatatan Keuangan Kantin Yen Yen

Tabel 1. Tabel Evaluasi UMKM

No	Proses Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat	Capaian
1	Pembuatan Akun Sosial Media	Tercapai
2	Pembuatan Logo Kantin Yen-yen	Tercapai
3	Pembuatan Konten Video Instagram	Tercapai
4	Mengajarkan Tentang Pencatatan Keuangan	Tercapai

KESIMPULAN

Dalam kesimpulan laporan ini, dapat disimpulkan bahwa kontribusi kelompok dalam pengabdian masyarakat kepada Kantin Yen Yen telah memberikan dampak positif. Melalui strategi digital marketing, termasuk pembuatan akun sosial media, logo, dan konten video, Kantin Yen Yen berhasil meningkatkan awareness dan menjangkau lebih banyak konsumen.

Penerapan digital marketing melalui Instagram memberikan hasil positif dengan peningkatan signifikan dalam pemahaman masyarakat terhadap produk dan brand Kantin Yen Yen. Selain itu, pelatihan tentang pencatatan keuangan melalui aplikasi buku warung memberikan manfaat dalam

meningkatkan efisiensi dan pemahaman pemilik usaha terkait performa keuangannya. Dengan adanya upaya ini, diharapkan Kantin Yen Yen dapat terus konsisten dalam membangun dan memperkenalkan produk mereka melalui platform digital, yang pada gilirannya diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan popularitas usaha mereka di Gading Serpong.

REFERENSI

- Afriyadi, A., Putra, A. A., Harianto, B., & ... (2023). Pemberdayaan Umkm Melalui Pembukuan Manual Dan Digital Dengan Penerapan Digital Marketing Pada Masyarakat Desa Busung. *Community ...*, 4(2), 4185–4189. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/15803>
- DJPB, K. (2023). Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia. <https://djp.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikapung/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomian-indonesia.html>
- Hasibuan, R., Situmorang, M., & S, C. G. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Pencatatan Keuangan Berbasis Android Terhadap Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Empiris Pada UMKM Penghasil Opak Di Kelurahan Deli Tua). *JKPI: Jurnal Konseling Pendidikan Islam*, 4(2), 478–483.
- Mubarok, A. Z., & Setiawan, M. D. (2023). Digital Marketing Dan Rebranding UMKM Desa. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1, 62–73.
- Rimadias, S. (2023). Faktor penentu kelangsungan hidup UMKM di Indonesia pasca pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 6(1), 15–28. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.36407/jmsab.v6i1.579>
- Rimadias, S., Alvionita, N., & Amelia, A. P. (2021). Using Social Media Marketing to Create Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty on Tourism Sector in Indonesia. *The Winners*, 22(2), 173–182. <https://doi.org/10.21512/tw.v22i2.7597>
- Rohmayanti, R., Rahmatian, B. Y., Syahrian, R. A., Pitaloka, D. A., Yasmin, S., & Febriyani, P. (2023). Pengembangan Digital Marketing dan Manajemen Keuangan bagi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(2), 432–439. <https://doi.org/10.30653/jppm.v8i2.393>
- Wahyuni, E. D., Febryan, I., Oktaviani, D., Putra, A., Pradana, R., Aulia, A., Rahmayanti, V., & Regata, D. (2023). Peningkatan Perekonomian Desa Melalui Pemberdayaan Umkm Dan Pemanfaatan Digital Marketing. *Communnity Development Journal*, 4(1), 467–474.