

## Digitalisasi Pemasaran dan Penguatan Pembukuan Sebagai Upaya Pengembangan UMKM Dodol Kareueut

Deby Apriyani<sup>1\*</sup>, Adelia Putri Nur'aini<sup>2</sup>, Sendri Nurlina<sup>3</sup> Yulianto Hadi<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam DR KHEZ Muttaqien Jl. Syekh Baing Yusuf, Ciwareng, Kec. Babakancikao, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat.

E-mail: [yulianto Hadi32@gmail.com](mailto:yulianto Hadi32@gmail.com)

\* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.3801>

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received: 20 Dec 2025

Revised: 26 Dec 2025

Accepted: 01 Jan 2026

#### Kata Kunci:

UMKM, Dodol,  
Pemasaran Digital,  
Pembukuan Sederhana.

#### Keywords:

UMKM, Dodol, Digital  
Marketing, Basic  
Bookkeeping.



### ABSTRACT

UMKM Dodol Kareueut di Desa Tanjungsari, Kecamatan Pondoksalam, Kabupaten Purwakarta merupakan usaha makanan tradisional yang telah berdiri sejak 1994. Meskipun memiliki nilai budaya dan pasar lokal yang stabil, UMKM ini masih menghadapi sejumlah kendala, terutama dalam pemasaran digital, pencatatan keuangan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas UMKM melalui pelatihan digital marketing, pendampingan penyusunan pembukuan sederhana. Metode pelaksanaan meliputi observasi, wawancara, pelatihan, praktik langsung, dan monitoring. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku usaha dalam penggunaan media sosial untuk promosi, kemampuan mengelola buku kas berbasis Excel. Output kegiatan ini berkontribusi pada penguatan daya saing dan keberlanjutan UMKM Dodol Kareueut.

*UMKM Dodol Kareueut in Tanjungsari Village, Pondok Salam District, Purwakarta Regency is a traditional food business that has been established since 1994. Although it carries cultural value and maintains a stable local market, this UMKM still faces several challenges, particularly in digital marketing and financial recording. This community service program is designed to strengthen the capacity of the business through digital marketing training and assistance in preparing simple bookkeeping. The implementation methods include observation, interviews, training sessions, hands-on practice, and monitoring. The results show an increase in the business owner's understanding of using social media for promotion and the ability to manage a cash book using Excel. The output of this activity contributes to enhancing the competitiveness and sustainability of UMKM Dodol Kareueut.*



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

**How to Cite:** Deby Apriyani, et al (2025), Digitalisasi Pemasaran dan Penguatan Pembukuan Sebagai Upaya Pengembangan UMKM Dodol Kareueut, 4(3). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.3801>

## PENDAHULUAN

Masalah pengentasan kemiskinan merupakan tantangan besar yang dihadapi hampir seluruh negara, terutama negara berkembang seperti Indonesia. Kemiskinan tidak hanya terkait pendapatan rendah, tetapi juga keterbatasan akses pendidikan, kesehatan, dan peluang ekonomi. Karena itu, penanggulangannya memerlukan strategi komprehensif yang tidak hanya bersifat bantuan, tetapi juga pemberdayaan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pemerintah menempuh beragam langkah, seperti peningkatan kapasitas masyarakat, perluasan akses permodalan, dan penciptaan lapangan kerja produktif. Salah satu kebijakan yang terbukti efektif dan berkelanjutan dalam menurunkan kemiskinan adalah pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM berperan penting dalam menyerap tenaga kerja, memperkuat ekonomi lokal, serta membuka peluang usaha bagi masyarakat berpendapatan rendah. Dengan fleksibilitas dan kemampuan adaptasinya, UMKM menjadi instrumen strategis dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat dan menekan angka kemiskinan (Harahap et al. 2025)

Selain menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi, UMKM juga memiliki peran besar dalam penciptaan lapangan kerja, inovasi produk, dan pengisian celah pasar yang tidak tersentuh oleh perusahaan besar. Dengan karakteristik usaha yang fleksibel dan kemampuan adaptasi yang tinggi, UMKM mampu memenuhi kebutuhan pasar lokal dan regional secara lebih efisien (Fresiliarsari, 2024). Data menunjukkan bahwa sektor UMKM menyumbang lebih dari setengah Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja produktif. Selain aspek ekonomi, UMKM juga memiliki fungsi sosial karena berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendorong kemandirian ekonomi rumah tangga.

Salah satu UMKM yang memiliki potensi untuk terus berkembang adalah UMKM Dodol Kareueut yang berlokasi di Kampung Karajan, Desa Tanjungsari, Kecamatan Pondoksalam, Kabupaten Purwakarta. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 1994 dan dikelola secara turun-temurun dengan mempertahankan resep tradisional berbahan dasar beras ketan, gula, dan santan. Karakteristik rasa manis legit dan tekstur kenyal menjadikan Dodol Kareueut sebagai salah satu kuliner khas Purwakarta yang masih diminati hingga saat ini.

Meskipun memiliki kualitas produk yang baik dan sejarah yang panjang, UMKM Dodol Kareueut masih menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaan usaha. Permasalahan utama mencakup pemasaran yang masih bergantung pada cara-cara tradisional, minimnya pemanfaatan media digital, pencatatan keuangan yang tidak terstruktur, serta desain kemasan yang kurang kompetitif dibandingkan produk sejenis. Kondisi ini menyebabkan upaya pengembangan usaha tidak berjalan secara optimal, terutama pada aspek pemasaran dan manajemen keuangan.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, Pelaksanaan kegiatan pendampingan yang difokuskan pada peningkatan pemasaran digital, penerapan pembukuan sederhana. Upaya pendampingan ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM Dodol Kareueut di tengah persaingan industri pangan yang semakin kompetitif.

Secara teoretis, Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 juga menegaskan pentingnya pengelolaan UMKM yang profesional berdasarkan kategori aset dan omzet. Dari sisi pemasaran menurut (Kotler & Keller, 2021) menjelaskan bahwa manajemen pemasaran adalah proses menentukan pasar sasaran serta membangun hubungan jangka panjang melalui penciptaan dan penyampaian nilai kepada pelanggan. Pada era digital, pemasaran berbasis media sosial menjadi instrumen penting bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang lebih efisien. Dengan Model bauran pemasaran (7P) (Produk, Harga, Tempat, Promosi, orang, Proses, dan Bukti Fisik (Physical Evidence)) dan strategi media sosial berperan penting untuk memperluas jangkauan konsumen.

Dari aspek keuangan, (Musyafa et al. 2025) menekankan bahwa analisis keuangan, termasuk analisis modal kerja, pendanaan, dan evaluasi kelayakan, sangat penting bagi UMKM dalam memastikan efisiensi pengelolaan sumber daya. Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) juga memudahkan pelaku usaha dalam menyusun laporan keuangan yang sederhana namun tetap informatif. Walaupun dirancang dalam bentuk yang sederhana, standar ini tetap memberikan informasi yang handal untuk kebutuhan penyajian laporan keuangan serta menjadi dasar pertanggungjawaban pemilik usaha dan penilaian kinerja perusahaan. Melalui pembukuan yang ringkas, pelaku UMKM dapat memahami struktur biaya, menghitung keuntungan, dan mengambil keputusan bisnis secara lebih efektif, sehingga SAK EMKM menjadi pedoman penting dalam pencatatan keuangan (MUKOFFI et al. 2018).

Selain itu, dodol sebagai produk pangan tradisional memiliki karakteristik fisik dan komposisi tertentu yang telah diatur dalam Standar Nasional Indonesia (SNI). Dodol termasuk dalam kategori Pangan Semi Basah (PSB) dengan tekstur kenyal dan kadar air tertentu dibuat dari tepung beras ketan, santan, dan gula, dengan atau tanpa penambahan bahan lain yang diizinkan. (Koswara et al., 2017) Pemahaman terhadap standar produk penting untuk mendukung peningkatan kualitas dan keberterimaan pasar.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM Dodol Kareueut sebagai subjek pendampingan, dengan melibatkan pemilik usaha serta dua orang pegawai yang terlibat dalam proses produksi. UMKM yang berlokasi di Kampung Karajan, Desa Tanjungsari, Kecamatan Pondoksalam, Kabupaten Purwakarta ini memproduksi dodol tradisional berbahan dasar beras ketan,

gula, dan santan, yang diolah melalui proses produksi manual dengan mempertahankan cita rasa khas turun-temurun. Produk yang dihasilkan dipasarkan secara konvensional melalui toko sekitar, pesanan langsung dari pelanggan, serta penjualan musiman pada momen-momen tertentu. Meskipun memiliki kualitas produk yang baik, pola pemasaran yang masih sederhana membuat jangkauan pasar UMKM belum berkembang secara optimal.

Perencanaan kegiatan dilakukan dengan pendekatan partisipatif, di mana pemilik usaha terlibat langsung dalam mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan utama, khususnya yang berkaitan dengan pemasaran digital dan pencatatan keuangan. Proses ini diawali dengan diskusi informal untuk memahami kondisi usaha secara menyeluruh, kemudian dilanjutkan dengan pemetaan masalah untuk menentukan prioritas pendampingan yang paling mendesak. Strategi pendampingan dirumuskan berdasarkan hasil diskusi tersebut agar intervensi yang diberikan benar-benar sesuai dengan kebutuhan nyata UMKM.

Metode pelaksanaan mencakup observasi lapangan, pengumpulan data primer dan sekunder, serta sesi pelatihan yang dirancang sesuai dengan kapasitas mitra. Data primer diperoleh melalui wawancara, dokumentasi, dan pengamatan langsung terhadap proses produksi untuk memahami alur kerja, sistem pengelolaan usaha, serta tantangan yang dihadapi. Sementara itu, informasi pendukung dari literatur, data internal UMKM, dan dokumen administratif digunakan sebagai dasar dalam merumuskan materi pelatihan. Kegiatan pendampingan meliputi pelatihan pemasaran digital, pembuatan konten promosi, penerapan pembukuan sederhana, sehingga UMKM dapat meningkatkan kapasitas manajerial dan daya saingnya secara bertahap.



**Gambar 1.** Kunjungan langsung ke tempat UMKM

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pendampingan pada UMKM Dodol Kareueut menunjukkan adanya peningkatan kapasitas usaha pada beberapa aspek utama, terutama pemasaran digital, pencatatan keuangan. Temuan ini diperoleh melalui observasi, evaluasi hasil pelatihan, serta umpan balik dari pemilik UMKM selama proses pendampingan berlangsung. Secara keseluruhan, kegiatan yang dilakukan memberikan dampak nyata dan dapat langsung diterapkan oleh pelaku usaha dalam pengelolaan bisnisnya.

Sebelum program pendampingan dilaksanakan, UMKM Dodol Kareueut belum memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. Seluruh aktivitas promosi masih bergantung pada metode konvensional, seperti pelanggan tetap dan penjualan langsung, sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas dan kurang optimal. Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pelatihan dan pendampingan dirancang untuk membantu UMKM memahami dan memanfaatkan media digital sebagai strategi pemasaran yang lebih efektif dan sesuai dengan perkembangan zaman.

Pada aspek pemasaran digital, kegiatan diawali dengan pembuatan akun media sosial sebagai saluran promosi utama, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan teknik fotografi produk serta proses editing visual menggunakan Canva dan CapCut untuk menghasilkan konten yang lebih menarik dan profesional. Pendampingan juga mencakup penyusunan konten promosi yang kreatif, penggunaan caption yang persuasif, serta optimalisasi branding melalui penataan profil dan pemanfaatan Linktree untuk memperluas jangkauan digital UMKM.



**Gambar 2.** Pelatihan Digital Marketing

Setelah pelatihan diterapkan, terlihat adanya perubahan signifikan dalam strategi pemasaran UMKM. Pemilik usaha kini telah memiliki akun Instagram sebagai kanal promosi resmi dan mampu menghasilkan foto maupun video produk yang lebih estetik melalui teknik fotografi sederhana menggunakan smartphone. Selain itu, kemampuan dalam mengelola akun semakin meningkat, mulai dari menyusun caption informatif, mengatur jadwal unggahan, hingga merancang konten promosi yang lebih konsisten dan sistematis. Identitas merek yang sebelumnya belum kuat kini menjadi lebih konsisten, mudah dikenali, dan memiliki daya tarik yang lebih tinggi. Perubahan ini secara langsung memperkuat posisi UMKM di pasar dan meningkatkan potensi penjualan produk.

Selain dari sisi pemasaran ada dari Pendampingan pembukuan keuangan yang mencakup penyusunan format buku kas berbasis Excel, pencatatan pemasukan dan pengeluaran secara teratur, penyusunan laporan laba rugi bulanan, serta simulasi analisis biaya pokok produksi (HPP) berdasarkan data operasional UMKM.



**Gambar 3.** Pendampingan Pembukuan Keuangan

Dari aspek pengelolaan keuangan, hasil pendampingan menunjukkan peningkatan kemampuan pemilik UMKM dalam menyusun pembukuan yang lebih sistematis. Pencatatan kini mencakup buku kas harian, rekap pemasukan dan pengeluaran, laporan laba rugi sederhana, serta perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) setiap bulan. Sebelumnya, pencatatan keuangan dilakukan secara tidak teratur sehingga pemilik usaha sulit mengetahui jumlah keuntungan bersih dan biaya produksi secara pasti. Setelah diberikan format pencatatan berbasis Excel, UMKM dapat memantau arus kas secara rutin dan memahami margin keuntungan dengan lebih akurat. Sistem pembukuan yang lebih rapi ini menjadi dasar penting dalam pengambilan keputusan, terutama terkait penentuan harga jual dan evaluasi performa usaha.

**Tabel 1.** Tolak Ukur Pelaksanaan

<b>Tujuan</b>	<b>Indikator Capaian</b>	<b>Tolak Ukur</b>
Meningkatkan kemampuan membuat konten promosi yang menarik.	UMKM mampu membuat desain promosi sendiri dengan Canva.	Minimal 2-3 desain promosi berhasil dibuat.
Mengoptimalkan media sosial sebagai sarana pemasaran.	UMKM memiliki akun Instagram/WA Business aktif.	Minimal 2–4 postingan baru selama pendampingan.
Meningkatkan keterampilan pencatatan keuangan	UMKM mampu menyusun buku kas di Excel.	Tersusunnya catatan pemasukan–pengeluaran secara rutin.
Menghasilkan identitas visual berupa logo yang lebih kompetitif.	UMKM memiliki desain logo baru.	Minimal 1 desain logo berhasil dibuat.

Adapun Dari segi legalitas, UMKM Dodol Kareueut telah memiliki dokumen dasar yang penting untuk mendukung operasional dan meningkatkan kepercayaan konsumen, yaitu Nomor Induk Berusaha (NIB), Surat Pernyataan Pengelolaan Lingkungan (SPPL), serta Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT). Melalui kegiatan pendampingan, pemilik usaha memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya pengelolaan untuk memperluas peluang pemasaran, serta mendukung keberlanjutan bisnis di masa depan.

### SIMPULAN

Pelaksanaan Kegiatan Pendampingan pada UMKM Dodol Kareueut berhasil memberikan dampak positif dalam meningkatkan kapasitas usaha yang sebelumnya menghadapi berbagai masalah dan tantangan, seperti promosi yang masih konvensional, belum adanya pemasaran digital, pencatatan keuangan yang tidak sistematis, serta desain kemasan yang kurang kompetitif. Melalui potensi yang dimiliki UMKM dan kegiatan pelatihan yang dilaksanakan, program ini mencapai beberapa capaian penting.

Peningkatan kemampuan promosi dan branding melalui pelatihan Canva telah membantu UMKM beralih dari promosi konvensional menuju tampilan visual yang lebih menarik dan profesional. Penguatan pemasaran digital membuat UMKM mulai memahami cara memanfaatkan media sosial dan platform online untuk memperluas jangkauan pasar. Perbaikan sistem pencatatan keuangan melalui pelatihan Excel meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengelola pemasukan, pengeluaran, serta melakukan analisis keuangan dasar. Peningkatan kualitas desain kemasan memberikan nilai tambah pada produk dan membuatnya lebih kompetitif di pasar.

UMKM disarankan untuk terus mengembangkan kreativitas desain serta melakukan pembaruan konten promosi secara berkala agar branding tetap konsisten dan menarik. Pemilik UMKM perlu mengikuti pelatihan lanjutan pemasaran digital, seperti strategi konten, pengelolaan akun bisnis, dan penggunaan marketplace untuk meningkatkan efektivitas penjualan online. UMKM perlu mempertahankan konsistensi dalam pencatatan keuangan, melakukan evaluasi keuangan bulanan, dan bila memungkinkan melanjutkan pendampingan dengan kampus untuk memastikan pembukuan tetap berjalan baik. UMKM sebaiknya terus melakukan inovasi kemasan dan pengembangan variasi produk, termasuk pembaruan desain label dan eksplorasi cita rasa baru agar daya saing semakin meningkat.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada UMKM Dodol Kareueut yang telah memberikan kesempatan dan kerja sama selama kegiatan pendampingan berlangsung. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Dr. Khez Muttaqien yang telah mendukung pelaksanaan program Pelaksanaan Kegiatan Pendampingan ini. Tidak lupa, penulis berterima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga kegiatan dan penyusunan artikel ini dapat terlaksana dengan baik.

#### REFERENSI

- Harahap, Lokot Muda et al. 2025. "Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi | JIMBE <https://MalaqbiPublisher.Com/Index.Php/JIMBE>." 3(1):70–77.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2021. *Marketing Management*. 16th ed. Person Education.
- Mukoffi, Ahmad Et Al. 2018. *Penerapan Standar Akuntansi Keuangan (Sak) Entitas Mikro Kecil Dan Menengah (Emkm) Dalam Penyajian Laporan Keuangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*.
- Musyafa, Fadhil et al. 2025. "Peran Aspek Keuangan Dalam Studi Kelayakan Bisnis Start-Up Di Era Digital." *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak (JIERAP)* 2(1):62–75. <https://ejournal.areai.or.id/index.php/JIEAP/article/view/781>.
- Sutrisno Koswara, Mauizzati Purba, Dyah Sulistyorini, Anita Nur Aini. 2017. *Produksi Pangan Untuk Industri Rumah Tangga : Dodol Ketan*. BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM.
- Data UMKM Dodol Kareueut (2025) – Diambil dari dokumen PKL.