

## Pendampingan Pencatatan Keuangan dan Digital Marketing pada UMKM Unin Kitchen Sebagai Bentuk Pengabdian Kepada Masyarakat

Dewi Astuti<sup>1\*</sup>, Meisya Wahyuni Adelana<sup>2</sup>, Tuti Alawiyah<sup>3</sup>, Deni Saeful Rizal<sup>4</sup>, Nana Supriana<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam DR KHEZ Muttaqien Jl. Syeikh Baing Yusuf, Ciwareng, Kec. Babakancikao, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat.

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

\* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4109>

### ARTICLE INFO

### ABSTRACT

#### Article history:

Received: 20 Dec 2025

Revised: 26 Dec 2025

Accepted: 01 Jan 2026

#### Kata Kunci:

UKM Toko Roti,  
Efisiensi Operasional,  
Pencatatan Keuangan,  
Strategi Pemasaran  
Digital, Inovasi Produk.

#### Keywords:

Bakery SMEs,  
Operational Efficiency,  
Financial Record-  
keeping, Digital  
Marketing Strategy,  
Product Innovation.

Penelitian ini menganalisis efisiensi operasional, pencatatan keuangan, dan strategi pemasaran digital pada UMKM bakery dengan fokus pada Unin Kitchen. Studi ini meninjau praktik internal seperti manajemen produksi, promosi digital, dan sistem pencatatan keuangan yang mendukung pengambilan keputusan. Hasil penelitian memberikan pemahaman mengenai dinamika UMKM bakery di Indonesia, terutama integrasi produksi dan pemasaran digital. Secara praktis, penelitian ini menawarkan rekomendasi untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat pemasaran digital, dan mendorong inovasi produk agar Unin Kitchen mampu bersaing di pasar lokal maupun digital serta menjadi referensi bagi UMKM lain.

*This study analyzes operational efficiency, financial record-keeping, and digital marketing strategies in bakery SMEs, focusing on Unin Kitchen. It examines internal business practices such as production management, digital promotion, and financial recording systems that support decision-making. The findings provide insights into the dynamics of bakery SMEs in Indonesia, particularly the integration of production and digital marketing. Practically, this research offers recommendations to improve operational efficiency, strengthen digital marketing strategies, and enhance product innovation, enabling Unin Kitchen to compete in both local and digital markets. The results may also serve as a reference for other SMEs facing similar challenges.*



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

**How to Cite:** Dewi Astuti, et al (2025). Pendampingan Pencatatan Keuangan dan Digital Marketing pada UMKM Unin Kitchen Sebagai Bentuk Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(3). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4109>

## PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi global dalam dekade terakhir menunjukkan persaingan dan integrasi yang semakin kuat, terutama akibat pesatnya inovasi teknologi, digitalisasi, dan mobilitas pasar. Dalam dinamika tersebut, UMKM tetap menjadi pilar penting perekonomian Indonesia karena perannya sebagai penyerap tenaga kerja terbesar sekaligus penggerak ekonomi domestik. Pada tahun 2025, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 65,5 juta unit, berkontribusi 61,9% terhadap PDB, serta menyerap lebih dari 119 juta tenaga kerja. Meskipun demikian, kontribusi ekspor UMKM masih rendah, yaitu hanya 15,7%, yang menunjukkan adanya tantangan pada aspek daya saing, kualitas produk, akses pasar, dan pemanfaatan teknologi.

Upaya pemerintah melalui berbagai program seperti UMi, KUR, PNM Mekaar, KITE, dan digitalisasi pembayaran menggunakan QRIS yang hingga Semester I 2025 telah digunakan oleh 57 juta pengguna dan 39,3 juta merchant membuka peluang bagi UMKM untuk meningkatkan inklusi keuangan dan akses pasar berbasis digital. Selain pemerintah, sektor e-commerce juga berperan besar dalam memperluas jangkauan pemasaran UMKM. Namun, hambatan seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan pemanfaatan platform online, dan infrastruktur teknologi yang belum merata masih menjadi tantangan bagi banyak pelaku UMKM.

Pada sektor kuliner, industri bakery menunjukkan peluang pertumbuhan yang besar. Nilai pasar bakery dan cereal di Indonesia mencapai US\$4,86 miliar pada 2020 dan diproyeksikan meningkat menjadi US\$6,66 miliar pada 2025. Pertumbuhan ini memberikan ruang bagi UMKM bakery untuk melakukan inovasi produk dan memperluas jaringan pasar. Namun tantangan seperti fluktuasi harga bahan baku, keterbatasan modal, peralatan produksi yang sederhana, pengendalian mutu, serta tingginya persaingan masih menjadi kendala signifikan yang harus dihadapi UMKM bakery (DPO, 2022).

UMKM di Kabupaten Purwakarta terus menunjukkan perkembangan yang signifikan, pada tahun 2024, pemerintah daerah mengeluarkan 36.553 Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah. Angka ini jauh melampaui target awal dari Pemerintah Provinsi Jawa Barat yang hanya 19.529 NIB, menjadikan Purwakarta sebagai posisi kedua tertinggi di antara 27 kabupaten/kota di Jawa Barat dalam hal penerbitan NIB.

Data terbaru menginformasikan bahwa total UMKM yang aktif di Purwakarta mencapai 16.502 unit, tersebar di berbagai sektor seperti makanan dan minuman, fashion, serta kerajinan. Dari angka tersebut, hanya sekitar 31 persen pelaku usaha yang telah mendapatkan sertifikat halal untuk produk mereka, meskipun pemerintah terus memberikan dukungan dalam proses sertifikasi halal agar produk UMKM menjadi lebih kompetitif dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Unin Kitchen sebagai usaha bakery lokal di Purwakarta dihadapkan pada berbagai tantangan operasional dan pemasaran. Usaha ini dipilih sebagai lokasi Kuliah Praktek Bermasyarakat (KPB) karena memiliki potensi untuk berkembang sekaligus relevan sebagai objek pengabdian masyarakat dalam menganalisis produksi, manajemen operasional, pemasaran digital, dan pencatatan keuangan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kinerja UMKM bakery meningkat ketika pemilik memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat serta menerapkan Total Quality Management (TQM) secara konsisten, mulai dari inovasi produk hingga pelatihan karyawan (Liestyana et al., 2021). Namun demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian mengenai integrasi inovasi produk, efisiensi produksi, dan strategi pemasaran digital dalam konteks UMKM bakery.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan implementasi sistem pencatatan keuangan yang lebih terstruktur dan pemanfaatan aplikasi kasir digital sebagai upaya untuk meningkatkan akurasi data, konsistensi pencatatan transaksi, serta efisiensi operasional. Selain itu, laporan ini mengevaluasi pengelolaan strategi pemasaran digital, termasuk konsistensi pengelolaan konten media sosial, peningkatan kualitas unggahan, dan kontribusinya terhadap pembentukan citra profesional dan positif bagi usaha. Selanjutnya, laporan ini diharapkan dapat menjadi dasar penyusunan rekomendasi pengembangan berkelanjutan bagi UMKM, meliputi pemantauan jangka panjang dan optimalisasi manajemen keuangan digital, sehingga mendukung pertumbuhan usaha yang lebih efektif, konsisten, dan berkelanjutan.

## **METODE**

### ***Proses Perencanaan Aksi Bersama Komunitas***

Proses perencanaan aksi bersama komunitas dalam kegiatan PKL di Unin Kitchen dilakukan melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan pemilik usaha secara langsung sebagai mitra utama. Unin Kitchen, yang berlokasi di Ruko Cluster Koba Village, Ciseureuh, Purwakarta, merupakan UMKM bakery yang sedang berkembang dan membutuhkan pendampingan pada peningkatan sistem pencatatan keuangan dan strategi pemasaran digital. Pemilik usaha, Okke Octavia Wiarti, terlibat aktif sejak tahap awal kegiatan untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas PKL sesuai dengan kondisi usaha yang sebenarnya.

Perencanaan kegiatan dimulai dengan melakukan observasi lapangan untuk memahami alur produksi, pengelolaan toko, proses pemasaran, serta kondisi pencatatan keuangan yang berjalan. Tim PKL kemudian melakukan wawancara mendalam dengan pemilik usaha terkait identitas UMKM, legalitas usaha, kondisi pendanaan, dan berbagai permasalahan yang sedang dihadapi. Hasil observasi dan wawancara tersebut menjadi dasar untuk merumuskan isu-isu prioritas yang perlu ditangani selama kegiatan pengabdian. Beberapa kebutuhan utama yang teridentifikasi meliputi kurang optimalnya promosi digital, belum terintegrasinya penggunaan aplikasi kasir, kurangnya SDM operasional, serta perlunya peningkatan tampilan menu dan kualitas konten sebagai media promosi.

Dalam proses pengorganisasian komunitas, pemilik UMKM berperan sebagai informan utama

sekaligus mitra kolaborasi. Diskusi intensif dilakukan untuk menentukan strategi pendampingan yang relevan dan dapat diterapkan secara berkelanjutan. Metode yang digunakan dalam perencanaan mengacu pada pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), yang menekankan kolaborasi antara pelaku UMKM dan tim PKL dalam setiap tahap penyusunan dan pelaksanaan kegiatan. Pendekatan ini diintegrasikan dengan teknik observasi langsung, wawancara semi terstruktur, analisis dokumen, serta partisipasi aktif dalam kegiatan operasional harian.

Rangkaian kegiatan yang dirumuskan mencakup berbagai bentuk pendampingan, seperti keterlibatan langsung dalam proses produksi bakery dan pengelolaan toko, pembuatan konten produk untuk promosi di media sosial, serta pengenalan penggunaan sistem kasir digital melalui aplikasi Griyo POS dengan dukungan perangkat printer termal. Griyo Pos merupakan perangkat lunak kasir (Point of Sale/POS) tanpa biaya yang dirancang khusus untuk bisnis kecil seperti toko ritel, usaha laundry, bakery, dan sejenisnya. Aplikasi ini beroperasi secara offline atau mandiri, yang berarti dapat diakses tanpa perlu koneksi internet, serta informasi disimpan di perangkat milik pengguna.

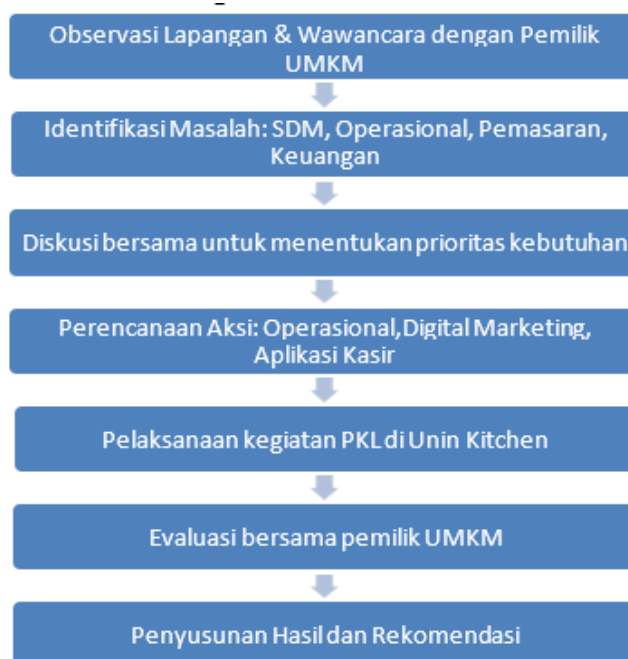
Selain itu, tim PKL membantu menyusun tampilan buku menu baru agar lebih menarik dan sesuai standar pemasaran digital. Seluruh kegiatan ini dilaksanakan melalui koordinasi dan komunikasi rutin bersama pemilik usaha, sehingga rencana aksi yang dibuat tidak hanya bersifat teoritis, tetapi benar-benar menjawab kebutuhan operasional UMKM.

Tahapan perencanaan dan pelaksanaan disusun secara sistematis mulai dari observasi, identifikasi masalah, penentuan prioritas kebutuhan, penyusunan strategi pendampingan, implementasi kegiatan, hingga evaluasi akhir bersama untuk menilai efektivitas program PKL. Evaluasi dilakukan untuk melihat perubahan pada aspek operasional, penggunaan aplikasi kasir, kualitas konten pemasaran, serta peningkatan manajemen usaha secara keseluruhan. Keseluruhan proses ini divisualisasikan dalam flowchart sebagai representasi alur kegiatan PKL yang terstruktur, kolaboratif, dan berorientasi pada pemecahan masalah nyata yang dihadapi Unin Kitchen.

#### ***Jadwal Pelaksanaan Kegiatan***

Jangka waktu yang digunakan dalam pelaksanaan pengerjaan penelitian ini adalah 2 (dua) bulan, termasuk dalam koordinasi penyusunan proposal.

#### ***Flowchart Proses Perencanaan dan Strategi/Metode***



**Gambar 1.** Proses Perencanaan dan Strategi/Metode

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### ***Peningkatan Sistem Pencatatan Keuangan***

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di UMKM Unin Kitchen menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan pada aspek pencatatan keuangan setelah

serangkaian pelatihan, konsultasi, dan pendampingan teknis dilakukan. Pada awalnya, sistem pencatatan keuangan yang diterapkan oleh pemilik usaha masih bersifat manual, tidak terorganisir, dan belum sesuai dengan prinsip dasar akuntansi. Hal ini mengakibatkan informasi keuangan yang dihasilkan tidak mencerminkan keadaan usaha secara akurat dan menyeluruh. Pemilik UMKM juga belum memisahkan antara biaya produksi, biaya operasional, dan biaya pribadi, sehingga perhitungan harga pokok produksi (HPP), laba bersih, dan arus kas tidak dapat ditentukan dengan tepat. Keadaan ini berdampak pada rendahnya kapasitas usaha untuk mengevaluasi kinerja finansial, merencanakan strategi pengembangan, serta mengambil keputusan bisnis yang rasional dan terukur.

Melalui kegiatan edukasi, pemilik usaha mulai memahami pentingnya pencatatan keuangan yang akurat sebagai dasar dalam pengendalian biaya, penetapan harga jual, dan perencanaan usaha jangka panjang. Pendampingan ini juga memperkenalkan pemilik usaha kepada penggunaan aplikasi kasir digital, yaitu Griyo POS, sebagai alat bantu pencatatan yang lebih terstruktur. Penerapan aplikasi ini memungkinkan semua transaksi penjualan terdokumentasi secara otomatis dan real-time, sehingga mengurangi risiko kehilangan data dan kesalahan pencatatan. Selain itu, aplikasi tersebut menyediakan fitur yang mampu menghasilkan laporan keuangan sederhana yang mencakup rekapitulasi penjualan, perhitungan laba kotor, pemantauan stok bahan baku, dan estimasi keuntungan secara berkala.

Setelah penerapan sistem pencatatan digital, pemilik UMKM mulai menunjukkan konsistensi dalam mencatat transaksi harian, melakukan rekonsiliasi keuangan secara rutin, serta mengevaluasi biaya produksi dan operasional dengan lebih terukur. Perubahan ini berdampak langsung pada peningkatan kualitas informasi keuangan yang diperoleh, sehingga pemilik usaha memiliki kemampuan yang lebih baik dalam merencanakan strategi bisnis, menetapkan harga jual berdasarkan analisis HPP, dan menentukan prioritas pengeluaran yang sesuai dengan kebutuhan usaha. Dengan demikian, peningkatan sistem pencatatan keuangan yang dilakukan tidak hanya memperbaiki tata kelola internal

UMKM, tetapi juga memperkuat dasar manajemen keuangan yang diperlukan untuk menjamin kelangsungan usaha dalam jangka panjang.



**Gambar 1.** Pendampingan Operasional dengan Aplikasi Griyo Pos  
*Sumber:* Dokumentasi Pengabdian, 2025

### ***Peningkatan Strategi Pemasaran Digital***

Kegiatan pengabdian pada UMKM Unin Kitchen menunjukkan adanya perkembangan positif dalam penerapan strategi pemasaran digital setelah diberikan pendampingan. Pada kondisi awal, media sosial telah digunakan sebagai sarana promosi produk, namun tampilannya masih sederhana dan belum sepenuhnya mencerminkan identitas merek secara konsisten. Konten yang tersedia telah menampilkan produk, tetapi masih terdapat kebutuhan untuk meningkatkan kualitas visual dan penyampaian informasi agar lebih menarik bagi calon konsumen serta mendukung pembentukan citra usaha yang profesional dan terpercaya.

Pendampingan yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengelolaan media sosial oleh pemilik UMKM secara lebih efektif. Kegiatan ini mencakup pemilihan jenis konten yang sesuai dengan tujuan promosi agar pesan dapat tersampaikan secara jelas dan menarik. Pendekatan ini menegaskan bahwa media sosial berfungsi tidak hanya sebagai sarana promosi produk, tetapi juga sebagai media strategis untuk membangun citra positif dan meningkatkan daya tarik usaha di mata konsumen. Dengan penerapan praktik-praktik yang diperoleh selama pendampingan, pemilik usaha

menjadi lebih terampil dalam mengelola konten secara terarah, sehingga interaksi dengan calon konsumen dapat berjalan lebih efektif dan mendukung profesionalisme usaha secara keseluruhan.



**Gambar 2.** Membuat konten dan tampilan media sosial Tiktok  
*Sumber:* Dokumentasi Pengabdian, 2025

Hasil dari pelaksanaan kegiatan menunjukkan peningkatan yang nyata pada kualitas konten di media sosial. Tampilan unggahan menjadi lebih terencana, sistematis, dan informatif, sehingga konsumen dapat memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai produk Unin Kitchen. Pendekatan yang lebih terstruktur ini juga berkontribusi pada pembentukan kesan profesional dan kredibel. Pemilik usaha menunjukkan peningkatan partisipasi dalam mengelola konten, menyesuaikan unggahan dengan kebutuhan promosi, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi yang lebih efektif dengan konsumen.

Secara keseluruhan, penguatan strategi pemasaran digital memberikan dampak positif terhadap kemampuan promosi dan perluasan jangkauan informasi produk Unin Kitchen. Dukungan yang diberikan memungkinkan pemilik UMKM memanfaatkan media digital secara optimal tanpa mengubah karakter usaha yang telah berjalan. Pengembangan ini diharapkan dapat mendukung keberlanjutan strategi promosi, sekaligus memperkuat keberadaan Unin Kitchen di ranah digital secara bertahap, konsisten, dan berkesinambungan.



**Gambar 3.** Produk Akhir Siap dipasarkan **Gambar 4.** Penyerahan Cendera mata untuk UMKM  
*Sumber:* Dokumentasi Pengabdian, 2025      *Sumber:* Dokumentasi Pengabdian, 2025

**Tabel 1.** Tolok Ukur Pelaksanaan

<b>Tujuan</b>	<b>Indikator Capaian</b>	<b>Tolok Ukur</b>
Memberikan edukasi aplikasi kasir Griyo POS	Pemilik memahami fitur dasar aplikasi	User dapat input transaksi digital menggunakan aplikasi
Menerapkan praktik penggunaan aplikasi kasir dalam transaksi	Transaksi berhasil terekam digital	Aplikasi digunakan minimal 1 hari operasional Data kas tercatat otomatis
Membuat konten promosi digital	Tersedianya konten sebagai bentuk penguatan brand awareness	Minimal 1 konten diunggah ke TikTok/Instagram

Pendampingan ini tidak hanya memperbaiki metode pembukuan keuangan dan strategi pemasaran online, tetapi juga menumbuhkan semangat kewirausahaan pada pemilik UMKM. Interaksi mendalam antara tim pendamping dan pelaku usaha telah memunculkan perspektif baru tentang pentingnya mengatur waktu, mendistribusikan tugas dalam kegiatan operasional bisnis, dan menetapkan sasaran realistis untuk masa depan.

Program pengabdian ini juga membuktikan bahwa metode partisipatif mampu mempercepat adaptasi teknologi di kalangan UMKM. Hal ini terlihat dari kemandirian pemilik serta karyawan Unin Kitchen dalam menggunakan aplikasi kasir setelah adanya edukasi dari tim pendamping. Selain itu, kemampuan menganalisis laporan keuangan dari aplikasi meningkat, sehingga pemilik dapat mengetahui kapan penjualan tertinggi, produk dengan penjualan tertinggi, dan pos biaya yang bisa diefisiensikan.

Dalam hal pemasaran online, kemampuan membuat konten yang lebih baik juga memengaruhi interaksi di media sosial. Selama program berlangsung, interaksi di TikTok dan Instagram Unin Kitchen naik setelah menerapkan strategi konten visual yang baru. Ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang berfokus pada data dan cerita visual dapat memperkuat identitas merek dan meningkatkan kesetiaan pelanggan.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat pada UMKM Unin Kitchen, pendampingan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas usaha, khususnya pada pencatatan keuangan dan pemasaran digital. Penerapan sistem pencatatan yang lebih terstruktur dan penggunaan aplikasi kasir digital memungkinkan pemilik usaha dan tim SDM mencatat transaksi secara konsisten, mengevaluasi biaya, serta menghasilkan data keuangan yang akurat untuk pengambilan keputusan dan penetapan harga jual. Penguatan strategi pemasaran digital meningkatkan kemampuan pengelolaan media sosial secara konsisten, memperluas jangkauan promosi, dan mendukung pembentukan citra profesional yang positif.

Secara keseluruhan, kedua aspek ini memperkuat fondasi manajerial, efisiensi operasional, dan daya saing UMKM, sekaligus mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Meskipun demikian, pengabdian ini masih memiliki beberapa keterbatasan, seperti durasi pelaksanaan yang relatif singkat sehingga belum memungkinkan untuk memonitor dampak jangka panjang dari penerapan teknologi dan strategi pemasaran yang telah diperkenalkan. Selain itu, pendampingan belum mencakup evaluasi mendalam terkait pertumbuhan laba, efektivitas promosi digital, dan pengembangan kapasitas SDM dalam jangka berkelanjutan. Untuk pengabdian selanjutnya, disarankan adanya program lanjutan yang berfokus pada monitoring dan evaluasi, pendampingan intensif terkait manajemen keuangan digital, pelatihan pemasaran berbasis data, serta pengembangan inovasi produk dan branding. Kolaborasi berkelanjutan antara perguruan tinggi dan UMKM diharapkan dapat menciptakan transformasi usaha yang lebih stabil, terukur, dan berorientasi pada keberlanjutan.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih disampaikan kepada UMKM Unin Kitchen atas dukungan dan kerja sama yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Keterlibatan aktif pihak UMKM memungkinkan koordinasi yang efektif antara tim pendamping dan tim pelaksana, sehingga seluruh rangkaian kegiatan dapat dilaksanakan secara sistematis dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

### **REFERENSI**

- Agustina, N. Iaras. (2020). Manajemen Pemasaran. In Media Sains Indonesia.
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). Manajemen Pemasaran & Perilaku Konsumen.
- DPO. (2022). Market Trends <https://dpointernational.com/id/XXXXX>
- Institute, O. (2025). UMKM Mendunia: Strategi Peningkatan Skala Bisnis Menembus Pasar Nasional [https://institute.ojk.go.id/ojkdanInternasional.OJK.institute/id/capacitybuilding/upcoming/4941/umkm-mendunia-strategi peningkatan-skala-bisnis-](https://institute.ojk.go.id/ojkdanInternasional.OJK.institute/id/capacitybuilding/upcoming/4941/umkm-mendunia-strategi%20peningkatan-skala-bisnis-)

