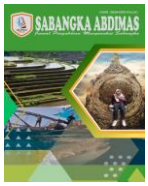
SABANGKA ABDIMAS: Volume 4 (No.06) 2025 Pp 1094-1103 e-ISSN: 2828-4208 (Online)



SABANGKA ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka

http://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/sabangkaabdimas/index
DOI: https://doi.org/10.62668/sabangkaabdimas.v4i06.1848
Email : info@azramediaindonesia.com

Check for updates

Open Access

PENDAMPINGAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA DAN PEMANFAATAN MEDIA PROMOSI PADA UMKM AHYA FOOD DAN AQILA SNACK

Linda Tri Astuti
Universitas Mercubuana Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia
Corresponding Author: lindatriastuti635@gmail.com

Info Article

Received :
12 September 2025
Revised :
09 Oktober 2025
Accepted :
06 November 2025
Publication :
30 November 2025

Keywords:
MSMEs, financial reports, WhatsApp Business, promotional media

Kata Kunci:
UMKM, Laporan Keuangan, WhatsApp Business, Media Promosi

Licensed Under a *Creative Commons Attribution 4.0 International License*

Abstract: *This community service program aims to enhance the financial management skills of MSME actors and their ability to utilize digital promotion strategies. The activity was conducted in response to the low awareness of simple financial reporting and the limited use of digital promotional media among business owners. Assistance was provided to two partners, Ahya Food and Aqila Snack, through initial interviews, educational sessions, financial record-keeping practice, and training on WhatsApp Business and promotional banner design. The results indicate significant improvements in partners' ability to record transactions systematically and use WhatsApp Business as a communication and promotional tool. Partners also gained a better understanding of the role of visual media, such as banners, in strengthening brand identity and attracting customers. Overall, the program contributed positively to improving professionalism, promotional efficiency, and the competitiveness of MSMEs. These findings highlight that structured assistance can strengthen the independence and sustainability of small businesses in the community.*

Abstrak: Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangan dan pemanfaatan strategi promosi digital. Kegiatan dilatarbelakangi oleh rendahnya kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya pencatatan laporan keuangan sederhana serta minimnya penggunaan media promosi digital. Pendampingan diberikan kepada dua mitra, yaitu Ahya Food dan Aqila Snack, melalui wawancara awal, edukasi penyuluhan, praktik penyusunan laporan keuangan, serta pelatihan penggunaan WhatsApp Business dan pembuatan banner promosi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan mitra dalam mencatat transaksi secara sistematis serta memanfaatkan fitur WhatsApp Business sebagai sarana komunikasi dan promosi usaha. Mitra juga mulai memahami peran media visual, seperti banner, dalam memperkuat identitas merek dan menarik pelanggan. Secara keseluruhan, program ini berkontribusi positif terhadap peningkatan profesionalitas, efisiensi promosi, dan daya saing UMKM. Temuan ini menegaskan bahwa pendampingan terstruktur mampu mendorong kemandirian dan keberlanjutan usaha kecil di masyarakat.

INTRODUCTION

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM, atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, adalah usaha ekonomi yang menguntungkan yang dijalankan oleh perorangan atau badan usaha kecil yang memenuhi persyaratan tertentu. UMKM diklasifikasikan menjadi tiga tingkatan utama: usaha mikro, kecil, dan menengah. Perbedaan antar tingkatan ini dapat dilihat dari bentuk dan struktur kepemilikan perusahaan, jumlah aset bersih, dan total omzet atau hasil penjualan tahunan (Mustikawati, 2024).

Karena kontribusinya yang signifikan terhadap berbagai bidang perekonomian nasional, UMKM memegang peranan penting sebagai fondasi perekonomian Indonesia (Santi & As'ari, 2023). Lebih dari 64 juta UMKM beroperasi di Indonesia, mencakup berbagai industri seperti perdagangan, pertanian, seni kuliner, dan sektor kreatif, menurut data Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkeu, 2023).

Lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) negara ini berasal dari sektor UMKM yang menunjukkan perannya yang signifikan dalam menjaga stabilitas ekonomi negara. Selain itu, UMKM mampu menyerap hampir 97% tenaga kerja, UMKM berkontribusi secara signifikan terhadap penurunan pengangguran dan peningkatan kesejahteraan manusia di berbagai wilayah Indonesia. Tidak hanya itu, UMKM turut memperkuat perekonomian nasional dengan kontribusi sekitar 15,7% terhadap total ekspor Indonesia. Pemerintah terus berupaya memperluas peran ekspor UMKM melalui program pendampingan, digitalisasi, serta pembukaan akses pasar global. Upaya yang dilakukan diharapkan menjadi langkah strategis untuk mencapai pertumbuhan ekspor sebesar 9% dalam lima tahun mendatang. Dengan potensi dan kontribusinya yang besar, UMKM menjadi faktor penting dalam menjaga ketahanan ekonomi nasional, memperkuat sektor riil, serta mengupayakan pemerataan pertumbuhan ekonomi di seluruh daerah Indonesia. (Kemenko, 2025).

Namun demikian, terdapat sejumlah permasalahan yang masih dihadapi oleh UMKM di lapangan. Salah satu permasalahan utama adalah kurangnya kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya penyusunan laporan keuangan sederhana. Masih terdapat sejumlah pemilik usaha yang menganggap pencatatan keuangan sebagai hal yang kurang penting padahal laporan keuangan sangat membantu dalam mengukur kinerja usaha dan mengambil keputusan bisnis yang tepat (Wijanarko & Budiantara, 2025). Laporan keuangan sederhana berfungsi untuk mencatat secara sistematis seluruh transaksi keuangan dalam periode tertentu, sehingga pelaku usaha dapat mengetahui kondisi

keuangan, kinerja usaha, dan arus kas secara jelas (Bude & Budiantara, 2023). Dengan laporan yang tertata, UMKM dapat melakukan evaluasi dan perencanaan keuangan yang lebih akurat di masa depan.

Selain itu, permasalahan lain yang sering muncul adalah kurangnya pemanfaatan media promosi. Selain memberi informasi kepada konsumen tentang barang dan jasa, media promosi penting untuk memperkenalkan produk, meningkatkan penjualan, dan menjangkau khalayak lebih luas (Fitriana et al., 2025). Media promosi dapat berupa media digital seperti WhatsApp Business dan media cetak seperti banner. WhatsApp Business adalah aplikasi pesan berbasis WhatsApp dengan fitur khusus untuk mendukung aktivitas bisnis dan pelayanan pelanggan, WhatsApp Business memungkinkan UMKM untuk berinteraksi dengan pelanggan secara langsung, mempromosikan produk atau layanan, dan menerima pesanan melalui platform tersebut (Slahanti, 2022). Sedangkan banner adalah media informasi atau promosi berbentuk spanduk, poster, atau standing display yang berisi tulisan, gambar, dan desain grafis untuk menyampaikan pesan tertentu kepada masyarakat (Bhaskara Gautama & Rahmani Putri, 2019) Namun, banyak UMKM belum memanfaatkannya secara maksimal karena keterbatasan pengetahuan atau anggapan bahwa promosi memerlukan biaya besar. Padahal, dengan strategi yang tepat, promosi melalui media sosial justru dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM secara signifikan dengan biaya yang relatif rendah.

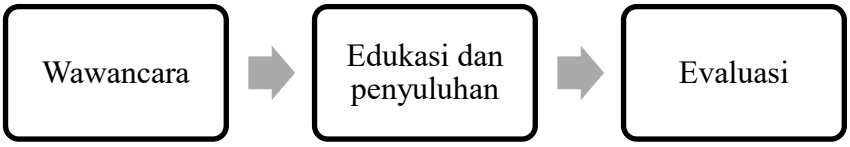
Berdasarkan latar belakang tersebut, dilakukan pendampingan penyusunan laporan keuangan sederhana serta pemanfaatan media promosi melalui WhatsApp Business dan banner kepada Mbak Siti pemilik Ahya Food di Karangwuni, Bangunkerto, Turi, yang memproduksi berbagai olahan tahu seperti tahu bakso, tahu belah, dan keripik tahu, serta Mbak Yuyun pemilik Aqila Snack di Mlangi, Nogotirto, Gamping, yang menjual berbagai jajanan pasar dan nasi box. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam pengelolaan keuangan sederhana dan pemanfaatan media promosi digital.

METHOD

Wawancara dengan pemilik usaha untuk menggali permasalahan yang dihadapi serta mencari solusi yang tepat. Edukasi dan pelatihan tentang konsep laporan keuangan sederhana. Kegiatan ini bertujuan melatih pelaku usaha untuk mencatat transaksi harian, mengelola arus kas, dan menghasilkan laporan laba-rugi sederhana (Purwati &

Budiantara, 2023). Metode pelatihan dilakukan secara langsung dengan pelaku usaha agar mereka dapat menerapkan pencatatan keuangan dengan benar serta mengukur sejauh mana materi dapat dipahami. Selain itu, diberikan pula penjelasan mengenai penggunaan WhatsApp Business, termasuk fitur-fitur yang dapat dimanfaatkan untuk promosi, pelayanan pelanggan, dan peningkatan profesionalitas usaha. Di samping itu, kegiatan ini juga mencakup pembuatan banner promosi, yang dirancang berdasarkan ide serta masukan dari mitra.

Evaluasi untuk menilai tingkat keberhasilan kegiatan berdasarkan pemahaman pelaku usaha sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan (Budiantara et al., 2023). Tujuannya untuk mengetahui sejauh mana pemahaman dan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola uang serta memanfaatkan media promosi.



Gambar 1. Metode

RESULTS AND DISCUSSION

Wawancara

Tahap awal dilakukan wawancara untuk mengetahui permasalahan pada Ahya Food dan Aqila Snack. Wawancara ini bertujuan untuk memahami proses operasional pelaku usaha sehingga dapat menyajikan uraian yang jelas mengenai langkah-langkah yang akan dilakukan pada tahap berikutnya. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, ditemukan bahwa kedua UMKM masih menghadapi beberapa permasalahan dalam menjalankan usahanya, terutama dalam aspek pengelolaan keuangan dan strategi promosi.

UMKM Ahya Food dan Aqila Snack belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang teratur. Belum ada pencatatan yang teratur untuk semua transaksi, baik yang pemasukan maupun yang pengeluaran. dan penggunaan uang pribadi masih tercampur dengan uang usaha. Akibatnya, pelaku usaha kesulitan untuk mengetahui kondisi keuangan secara pasti, termasuk dalam menentukan apakah usaha yang dijalankan memperoleh keuntungan atau mengalami kerugian. Dari sisi promosi, keduanya juga masih terbatas karena hanya mengandalkan status WhatsApp saja, sehingga jangkauan pemasarannya masih sempit dan kurang efektif untuk menarik pelanggan baru.

Edukasi dan Penyuluhan

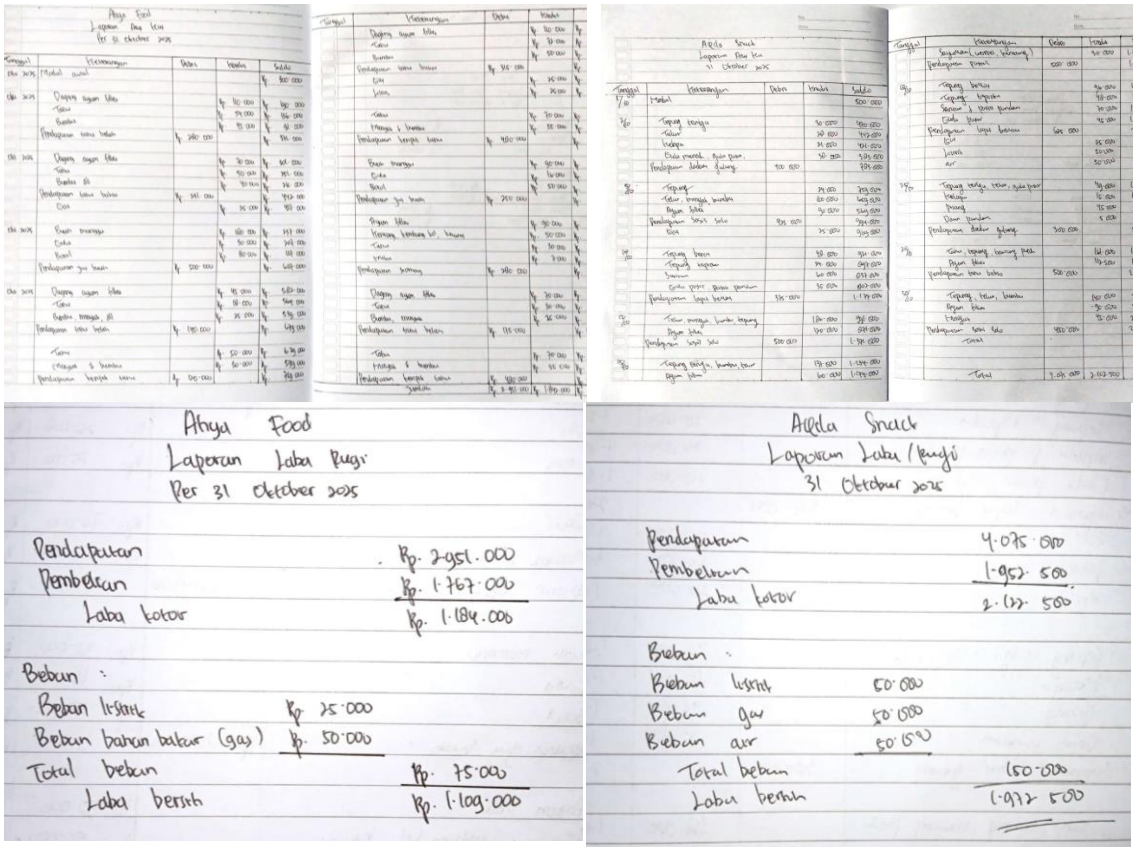
Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan penyuluhan kepada pelaku UMKM Ahya Food dan Aqila Snack mengenai dua aspek penting dalam pengelolaan usaha, yaitu pembukuan sederhana dan pemanfaatan media promosi. Pada aspek pembukuan, materi yang diberikan meliputi pengertian, manfaat, serta langkah-langkah penyusunan laporan keuangan sederhana. Melalui edukasi ini, pelaku UMKM mulai memahami pentingnya melakukan pencatatan transaksi keuangan secara teratur. Laporan keuangan sederhana berfungsi untuk mencatat secara sistematis seluruh transaksi keuangan dalam periode tertentu, sehingga pelaku usaha dapat mengetahui kondisi keuangan, kinerja usaha, serta arus kas secara jelas. Penerapan laporan keuangan sederhana sangat membantu dalam mengukur kinerja usaha dan mengambil keputusan bisnis yang tepat, karena data keuangan yang tersaji dengan baik dapat menjadi dasar dalam menentukan strategi pengembangan usaha dan memastikan keberlanjutan usahanya (Astuti, 2024).

Gambar 2. Edukasi dan penyuluhan Ahya Food (kiri) dan Aqila Snack (kanan)

Selain itu, pelaku UMKM juga diberikan edukasi terkait penggunaan WhatsApp Business sebagai media promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Fitur-fitur seperti katalog produk, pasang iklan, order, label, salam, dan pesan tidak ditempat yang memudahkan UMKM dalam mengelola bisnisnya melalui WhatsApp Business. Dengan demikian, WhatsApp Business menjadi alat penjualan yang efektif bagi UMKM, terutama dalam menghadapi persaingan di pasar digital (Bakti et al., 2024). Berdasarkan hasil kegiatan, diketahui bahwa pelaku UMKM sebelumnya belum memahami perbedaan antara WhatsApp biasa dan WhatsApp Business, serta belum memanfaatkan fitur-fiturnya secara maksimal.

Selanjutnya, diberikan pula penjelasan mengenai pentingnya banner promosi sebagai media pendukung dalam kegiatan pemasaran. Banner memiliki peran strategis

dalam memperkenalkan produk dan menarik perhatian calon pelanggan melalui tampilan visual yang menarik (Salman & Deniaty Sholihah, 2024).



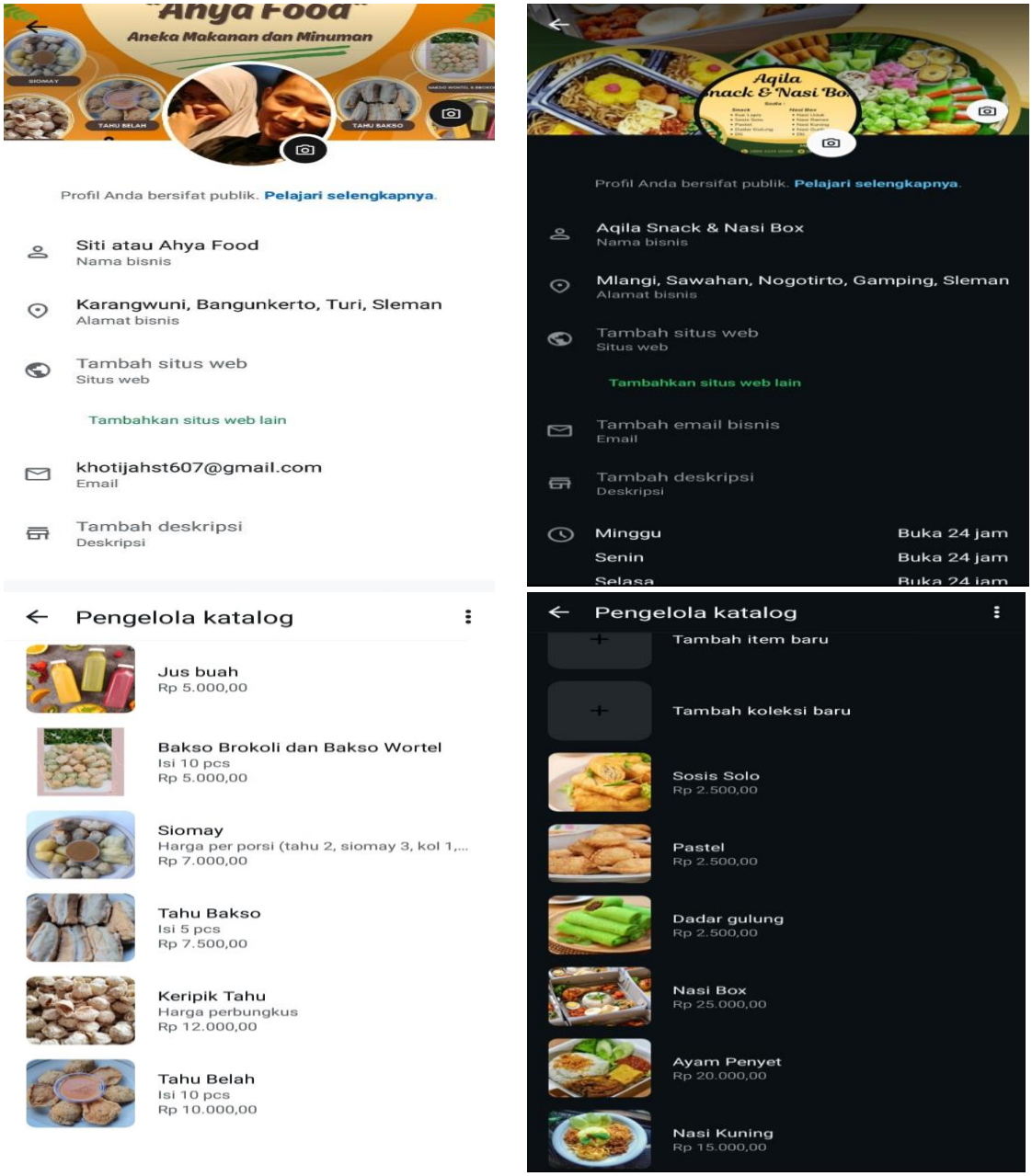
Gambar 3. Laporan Arus Kas dan Laba Rugi Ahya Food dan Aqila Snack

Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan cara mengunjungi langsung lokasi kegiatan untuk meninjau sejauh mana pelaku UMKM memahami dan mampu menerapkan materi yang telah diberikan sebelumnya. Kegiatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa pelaku UMKM tidak hanya memahami konsep, namun juga mampu menerapkannya langsung dalam kegiatan usaha harian mereka.. Berdasarkan hasil peninjauan, diketahui bahwa pelaku UMKM telah mampu menyusun pembukuan sederhana, meliputi pencatatan pemasukan dan pengeluaran kas, penyusunan buku kas utama, serta pembuatan laporan laba rugi.

Melalui kegiatan evaluasi ini, terlihat adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya pencatatan keuangan yang sistematis. Mereka mulai menyadari bahwa pembukuan tidak hanya berfungsi untuk mencatat transaksi, tetapi juga menjadi dasar penting dalam menilai kinerja keuangan usaha. Dengan adanya pembukuan, pelaku UMKM dapat mengetahui posisi keuangan secara lebih akurat, termasuk laba atau rugi yang diperoleh, sehingga informasi tersebut dapat dijadikan

acuan dalam pengambilan keputusan bisnis, seperti pengendalian biaya, perencanaan investasi, dan pengembangan usaha ke depan.



Gambar 4. Profil WhatsApp Business dan Katalog Produk Ahya Food dan Aqila Snack

Selain aspek keuangan, evaluasi juga mencakup penerapan WhatsApp Business sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Hasil monitoring menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia, seperti profil bisnis, katalog produk, pasang iklan, order, label, salam, dan pesan tidak ditempat. Penggunaan WhatsApp Business membantu pelaku usaha tampil lebih profesional, memperluas jangkauan pemasaran, serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan (Hafifillah et al., 2025). Dengan strategi komunikasi yang lebih terarah,

UMKM dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen dan memperkuat citra merek.

Selanjutnya, dalam evaluasi juga dilakukan peninjauan terhadap pemanfaatan banner promosi yang digunakan oleh pelaku UMKM. Melalui kegiatan ini, pelaku usaha mulai memahami pentingnya banner sebagai media visual untuk memperkenalkan produk dan menarik perhatian pelanggan. Keberadaan banner membantu meningkatkan brand awareness, memberikan informasi yang jelas tentang produk atau layanan, serta menciptakan citra usaha yang lebih profesional. Dengan adanya banner, UMKM dapat memperkuat identitas bisnis dan memudahkan pelanggan dalam mengenali produk yang ditawarkan, baik melalui media offline seperti tempat usaha, maupun secara digital.

Kegiatan pendampingan penyusunan laporan keuangan sederhana dan pemanfaatan media promosi digital pada UMKM Ahya Food dan Aqila Snack menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku usaha dalam mengelola keuangan dan memanfaatkan media promosi. Pelaku UMKM yang sebelumnya belum melakukan pencatatan kini mampu menyusun laporan keuangan sederhana secara mandiri. Hal ini mendukung pendapat (Bude & Budiantara, 2023) bahwa pembukuan sederhana membantu pelaku usaha dalam menilai kinerja dan mengambil keputusan bisnis yang tepat.

Dari aspek promosi, penggunaan WhatsApp Business dan banner terbukti efektif memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan citra profesional usaha, sejalan dengan temuan (Bakti et al., 2024) tentang pentingnya digitalisasi bagi UMKM. Proses pendampingan ini juga menimbulkan perubahan sosial, di mana pelaku usaha menjadi lebih mandiri, adaptif terhadap teknologi, dan berorientasi pada pengelolaan usaha yang berkelanjutan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan peningkatan kemampuan teknis, tetapi juga memperkuat pemberdayaan sosial ekonomi masyarakat.

Gambar 4. Baner Ahya Food dan Aqila Snack

CONCLUSION

Kegiatan pendampingan penyusunan laporan keuangan sederhana dan pemanfaatan media promosi digital pada UMKM Ahya Food dan Aqila Snack menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan usaha dapat dicapai melalui pelatihan praktis dan pendampingan langsung. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM mampu memahami dan menerapkan pencatatan keuangan yang sistematis, sehingga lebih mudah dalam menilai kinerja serta mengambil keputusan bisnis. Selain itu, pemanfaatan WhatsApp Business dan banner promosi terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan memperkuat citra profesional usaha. Program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya manajemen keuangan dan promosi yang berkelanjutan. Ke depan, kegiatan serupa dapat dikembangkan dengan menambahkan pendampingan digital marketing lanjutan agar UMKM semakin adaptif terhadap perkembangan teknologi dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas

REFERENCES

Astuti, R. (2024). PELATIHAN PENCATATAN LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA PADA UMKM DI KECAMATAN NANGGULAN. Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan, 4(6). https://doi.org/10.59818/jpm.v4i6.955

Bakti, J., Bangsa, B., Alfiyyani, E. F., Berry, Y., & Marginingsih, R. (2024). PENERAPAN PROGRAM DIGITALISASI PADA. 3, 78–88.

Bhaskara Gautama, I. M., & Rahmani Putri, D. (2019). PERANCANGAN LABEL KEMASAN ANEKA KUE DAN BANNER SEBAGAI MEDIA PROMOSI. Widyabhakti Jurnal Ilmiah Populer, 1(2), 14–20. https://doi.org/10.30864/widyabhakti.v1i2.44

Bude, E. C. G., & Budiantara, M. (2023). PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA PADA UMKM NASI UDUK DAN UMKM CILOR MAKLOR DI SEDAYU BANTUL YOGYAKARTA. KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(3), 131–134. https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/KARYA_JPM/article/view/556

Budiantara, M., Paramitalaksmi, R., Rochmad Bayu Utomo, Putri Nurmalasari, & Stefanus, C. D. (2023). PELATIHAN PEMBUATAN DAN PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI KRIPIK PISANG KALURAHAN TRIDADI, YOGYAKARTA. J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(10), 6667–6674. https://doi.org/10.53625/jabdi.v2i10.5191

Fitriana, M. C., Supron, S., Hidayat, I., Nofiana, T., Sukandar, R. S., Sinaga, L., & Damayanti, I. (2025). OPTIMALISASI PEMASARAN UMKM MELALUI PEMBUATAN MEDIA PROMOSI BANNER DI DESA JAWILAN. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa, 3(6), 3036–3042. https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i6.2909

Hafifillah, M. G., Fransiska, P. R., Wahyuni, L. S., Saputra, A., Solihin, M., Rahman, R. K., Wahidawati, I., & Furqani, A. (2025). OPTIMALISASI PELATIHAN KONTEN MEDIA SOSIAL (IG, TIK TOK, WA BUSINESS) DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UD. RAHMA DESA KERTASADA KABUPATEN SUMENEP. Jurnal Abdimas Sosek, 5(2), 9–14. https://journalpdmi.org/index.php/jas/article/view/97

Kemenkeu. (2023). UMKM HEBAT, PEREKONOMIAN NASIONAL MENINGKAT. Djpb.Kemenkeu. https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4133-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html

Kemenko. (2025). PEMERINTAH DORONG UMKM NAIK KELAS, TINGKATKAN KONTRIBUSI TERHADAP EKSPOR INDONESIA. https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia

Mustikawati, A. I. (2024). PENINGKATAN PENGETAHUAN STRATEGI MARKETING PADA UMKM. 2(1).

Purwati, D., & Budiantara, M. (2023). PENDAMPINGAN DAN PELATIHAN PEMBUKUAN SEDERHANA PADA. 4(4), 3974–3981.

Salman, S., & Deniaty Sholihah, D. (2024). PEMANFAATAN DESAIN BANNER GUNA MENINGKATKAN KETERTARIKAN KONSUMEN PADA UMKM KELURAHAN GUNUNG ANYAR TAMBAK. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, 5(2), 2179–2184. https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.2536

Santi, V. L., & As'ari, H. (2023). SOSIALISASI PENCATATAN LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA MELALUI APLIKASI TOKO KU PADA UMKM DI DESA PEKUWON. Jurnal Pendidikan Tambusai, 7(3), 25390–25397. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/10645/8523

Slahanti. (2022). MEDIA SOSIAL WHATSAPP BISNIS SEBAGAI MEDIA PROMOSI GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN BAKMI JOWO DENBAGUS. Multidisciplinary Journal, 1(1), 74.

Wijanarko, A. A., & Budiantara, M. (2025). PENINGKATAN DAN SOSIALISASI PEMBUKUAN SEDERHANA UNTUK MENCATAT TRANSAKSI UMKM DI PANTAI DEWARUCI PURWOREJO. Jurnal Pengabdian Masyarakat Inovasi Indonesia, 3(1), 9–16. https://doi.org/10.54082/jpmii.480