



## PENGENALAN PEMASARAN DIGITAL DAN LAPORAN KEUANGAN BAGI PELAKU UMKM DI DESA RANCABUNGUR KABUPATEN BOGOR

Yuary Farradia<sup>1\*</sup>, Delta Hadi<sup>2</sup>, Buntoro Heri Prasetyo<sup>3</sup>, Joko Supriyanto<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Pakuan

Email: [yuary.farradia@unpak.ac.id](mailto:yuary.farradia@unpak.ac.id)<sup>1</sup>, [delta.hadi@unpak.ac.id](mailto:delta.hadi@unpak.ac.id)<sup>2</sup>, [buntoro.heriprasetyo@unpak.ac.id](mailto:buntoro.heriprasetyo@unpak.ac.id)<sup>3</sup>,  
[abiyanto32@yahoo.com](mailto:abiyanto32@yahoo.com)<sup>4</sup>

### Abstract

*Managing business of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) needs to balance between the marketing effort and financial management in term of financial report toward MSMEs sustainability. The MSMEs needs to up grade their marketing effort through implementing various digital marketing programs. On the other side, managing business also needs proper financial report. MSMEs at Rancabungur Village, Bogor District still facing problem on both marketing and financial report. A community service was conducted to improve the skill of MSMEs through introduction program of marketing digital and making a simple financial report. About 20 MSMEs participants joined the workshop to understand the marketing digital and financial report at Rancabungur Village. Trough this workshop, participants were educated the best practice in utilizing various social media in digital marketing and also has introduction practice on creating the simple financial report of their particular business. Further workshop recommendation about creating content on socia media marketing as well as creating the profit and loss statement of the business are needed in future workshop series.*

**Keywords:** Marketing Digital, Social Media, Accountancy Report, Ranca Bugur Village, MSMEs

### Abstrak

Mengelola usaha UMKM membutuhkan keseimbangan antara upaya pemasaran dan pengelolaan keuangan khususnya pelaporan keuangan bisnis agar UMKM dapat berkelanjutan. UMKM perlu meningkatkan upaya pemasarannya dengan cara mengimplementasikan berbagai program pemasaran digital. Disisi lain mengelola bisnis UMKM juga membutuhkan pelaporan keuangan yang benar. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat telah dilaksanakan untuk meningkatkan kompetensi para pelaku UMKM dalam bentuk pengenalan program pemasaran digital dan juga pelaporan keuangan sederhana. Sebanyak 20 pelaku MSME di desa Rancabungur mengikuti pelatihan ini untuk memahami pemasaran digital dan pembuatan laporan keuangan sederhana. Melalui pelatihan ini para peserta dilatih untuk memahami praktek terbaik dalam mengaplikasikan berbagai sosial media dalam pemasaran digital dan juga para peserta mendapatkan pemahaman cara membuat laporan keuangan sederhana atas bisnis mereka. Tindak lanjut pelatihan berikutnya yang diperlukan adalah mengenai pembuatan konten media sosial dan juga pembuatan laporan laba rugi keuangan bisnis.

**Kata kunci:** Pemasaran Digital, Media Sosial, Laporan Keuangan, Desa Ranca Bungur, UMKM

## PENDAHULUAN

Rancabungur adalah sebuah desa di kecamatan Rancabungur, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, Indonesia. Di Wilayah Kecamatan Ranca Bungur Kabupaten Bogor terdapat pelaku - pelaku UMKM yang telah memproduksi beragam produk khas unggulan dan memiliki potensi untuk dapat berkembang. Kondisi para pelaku UMKM di Kecamatan Ranca Bungur saat ini masih memiliki keterbatasan dalam mengelola usahanya dikarenakan masih kurangnya pemahaman mengenai pemasaran digital dan bagaimana membuat suatu laporan akuntansi keuangan usahanya. Edukasi

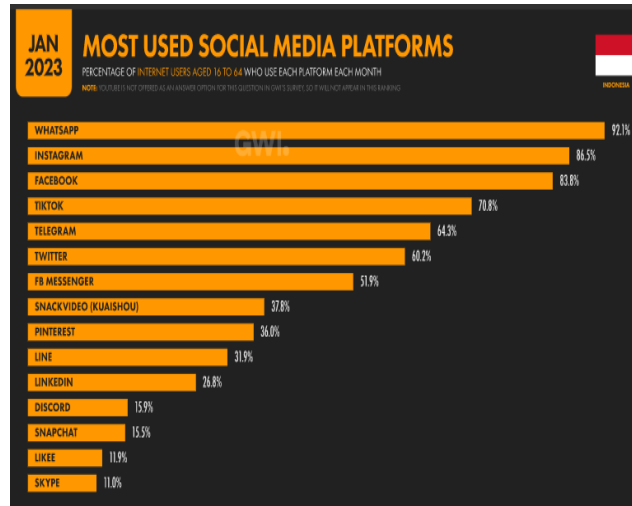
pengenalan pemasaran digital dan cara pembuatan laporan akuntansi yang diharapkan mampu membuka wawasan dan pengetahuan para pelaku UMKM sehingga dapat mendukung percepatan pengembangan usaha dan pengelolaan yang lebih sistematis.

Berdasarkan hasil observasi awal tim Pengabdian Kepada Masyarakat, para pelaku UMKM desa Rancabungur memiliki produk makanan yang bervariasi baik dalam jenis makanan dan juga kemasan produk. Produk Rengginang, Keripik Pisang dan Singkong *Frozen* merupakan produk UMKM yang telah siap dipasarkan menggunakan pemasaran *digital*. Salah satu produk yaitu Singkong Frozen sudah dipasarkan melalui saluran *ecommerce* Tokopedia, namun demikian masih belum dirasakan optimal, sehingga masih memiliki permasalahan dalam penggunaan pemasaran digital.



Gambar 1. Aneka Produk UMKM Desa Rancabungur yang siap dipasarkan secara digital

Pemasaran digital merupakan aktivitas pemasaran yang dibantu dengan penggunaan teknologi internet melalui platform media sosial, *website*, blog dan pemasaran melalui email yang bertujuan untuk mempromosikan produk dan menjangkau konsumen yang luas. Saat ini sudah ada beberapa platform media sosial di Indonesia diantaranya Tiktok, Instagram, Facebook, Whatsapp, Twitter, Youtube dan sebagainya. Data hasil survey We Are Social & Meltware (2023) di terbitkan di website datareportal menyatakan bahwa platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia yaitu Whatsapp, Instagram, Tiktok, Youtube, dst.



Gambar 2. Media Sosia yang paling sering digunakan  
Sumber: We Are Social & Meltware (2023)

Faktor penunjang keberhasilan UMKM tidak cukup hanya dalam hal pemasaran, tetapi tata kelola dalam hal keuangan juga berperan penting bagi keberlanjutan bisnis UMKM. Kinerja suatu entitas usaha dapat dilihat dari laporan keuangan, oleh karena itu dibutuhkan kemampuan bagi setiap entitas usaha untuk menyusun laporan keuangan yang baik (mudah dipahami), akuntabel, dan dapat diandalkan yaitu dengan proses akuntansi. Tujuan utama akuntansi adalah menyajikan informasi ekonomi (*economic information*) dari suatu kesatuan ekonomi (*economic entity*) kepada pihak-pihak yang berkepentingan (Soemarso, 2020). Adanya pencatatan akuntansi yang baik maka pengusaha UMKM dapat memenuhi persyaratan dalam pengajuan kredit, yaitu membuat laporan keuangan (Warsono dkk, 2010).

Pelaksanaan dalam membuat laporan keuangan tersebut merupakan hal yang sulit bagi UMKM karena keterbatasan pengetahuan mengenai akuntansi, rumitnya proses akuntansi, dan anggapan bahwa laporan keuangan bukanlah hal yang penting bagi UMKM. Berbagai macam keterbatasan lain yang dihadapi UMKM adalah latar belakang pendidikan para pelaku UMKM yang rendah dan kurang disiplin dalam melaksanakan pembukuan akuntansi, serta tidak adanya dana yang cukup untuk mempekerjakan akuntan atau membeli *software* akuntansi untuk mempermudah pelaksanaan pembukuan akuntansi (Rudiantoro dan Siregar, 2012).

Tujuan penyajian laporan keuangan oleh sebuah entitas dapat dirinci sebagai berikut (Rudianto, 2012) :

1. Untuk memberikan informasi keuangan yang dapat dipercaya mengenai sumber-sumber ekonomi dan kewajiban serta modal perusahaan.
2. Untuk memberikan informasi yang dapat dipercaya mengenai perubahan sumber-sumber ekonomi perusahaan yang timbul dalam aktivitas usaha demi memperoleh laba.

3. Untuk memberikan informasi keuangan yang membantu para pemakai laporan untuk mengestimasi potensi perusahaan dalam menghasilkan laba di masa depan.
4. Untuk memberikan informasi keuangan yang membantu para pemakai laporan ketika mengestimasi potensi perusahaan dalam menghasilkan laba.
5. Untuk memberikan informasi penting lainnya mengenai perubahan sumber-sumber ekonomi dan kewajiban, seperti informasi tentang aktivitas pembiayaan dan investasi.
6. Untuk mengungkapkan sejauh mungkin informasi lain yang berhubungan dengan laporan keuangan yang relevan untuk kebutuhan pemakai laporan, seperti informasi mengenai kebijakan akuntansi yang dianut perusahaan.

### **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi pemasaran digital dan penyusunan laporan keuangan UMKM bertempat di ruang aula kantor Kecamatan Ranca Bungur, di Jl. Raya Cagak, Rancabungur, Kec. Ranca Bungur, Kabupaten Bogor . Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 19 Juni 2024. Sebanyak 20 pelaku UMKM dan masyarakat setempat menghadiri kegiatan ini. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ceramah-partisipatif, diskusi dan dilanjutkan dengan pendampingan pemilihan media sosial serta pelatihan secara langsung tentang pembuatan laporan keuangan.

Secara lebih rinci pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat diuraikan dalam tabel 1 berikut:

Tabel 1. Kegiatan dan Metode

No.	Kegiatan	Metode	Alat/bahan
1	Pemaparan mengenai materi Pemasaran Digital	Ceramah, diskusi, Tanya jawab	Slide powerpoint, laptop dan infocus
2	Pengenalan berbagai Jenis Pemasaran menggunakan media sosial, macam-macamnya dan keunggulan serta manfaat penggunaan media sosial	Ceramah, diskusi, Tanya jawab	laptop , infocus, Video Youtube, Instagram dan Tik Tok
3	Pelatihan pembuatan laporan akuntansi sederhana	Ceramah, diskusi, Tanya jawab	Slide powerpoint, laptop dan infocus
4	Pendampingan pembuatan laporan akuntansi untk semua peserta UMKM menggunakan format pelaporan yang telah disediakan.	Demonstrasi, praktek dan Tanya jawab	Dokumen/boring pelaporan

## PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan dukungan pengembangan usaha bagi para pelaku UMKM di Desa Rancabungur, Kabupaten Bogor. Kegiatan dilakukan dalam dua sesi dengan empat tahapan yaitu:

### A. Sesi Pertama

1. Sosialisasi strategi Pemasara Digital
2. Pendampingan tahapan pembuatan tiga media sosial yaitu Facebook for Business, Instagram for Business dan Tik Tok for business.

### B. Sesi Kedua

1. Penjelasan laporan keuangan.
2. Pendampingan cara pembuatan laporan keuangan.

Pada sesi pertama, peserta kegiatan dapat memahami apa itu pemasaran digital dan berbagai saluran yang termasuk didalam pemasaran digita sebagai salah satu strategi dalam memasarkan produk-produk UMKM. Selain itu para peserta juga mendapatkan pemahaman dengan melihat beberapa video penayangan implementasi pemasaran yang menggunakan berbagai jenis media sosial.

Pada sesi kedua, peserta mendapatkan pemahaman fungsi pelaporan keuangan usaha. Peserta juga diberikan contoh format pelaporan sederhana yang dapat langsung digunakan untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran bisnis UMKM mereka.

Detil pembahasan atas hasil dari tiap kegiatan ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Pemaparan mengenai materi Pemasaran Digital

Pada kegiatan ini dimulai dengan penjelasan definisi dan konsep pemasaran digital, fungsi dan tujuannya. Peserta memahami 12 cara pemasaran digital yaitu *Website design, email marketing, Youtube, Social Media, SEO, Blogging, Display Ads, On line PR, Viral, Podcasting, Pay Per Click Ads, Website Content*.

Peserta juga diberikan pemahaman mengenai 8 strategi pemasaran digital bagi pelaku UMKM yaitu:

- a. Konten pemasaran yang berfokus pada kebutuhan pelanggan bukan hanya konten penjualan.
- b. *Search Engine Optimization* (SEO) yaitu menggunakan iklan berbayar seperti Google Ads untuk meningkatkan visibilitas dan lalu lintas melalui hasil pencarian mesin pencari.
- c. *Influencer marketing dengan cara menggunakan endorse marketing*.
- d. Memanfaatkan saluran media sosial seperti Youtube, Linked in, Tik Tok, Whats app, Line, Instagram, Telegram, Facebook, Twitter, Pinterest dan lain-lain.
- e. *Podcast marketing*
- f. *Video marketing* dengan cara menggunakan video yang menarik untuk mempromosikan merek, produk, atau layanan.

- g. KOL (Key Opinion Leaders) Marketing, yaitu dengan cara menggunakan tokoh terkenal yang lebih kredibel di *platform digital* untuk mempengaruhi dan mempromosikan merek atau produk.
- h. Affiliate Marketing, yaitu memperoleh komisi dengan mempromosikan produk orang lain dan mendapatkan penghasilan dari setiap penjualan atau tindakan yang dilakukan melalui tautan afiliasi.



Gambar 2. Pemaparan Laporan Akuntansi.



Gambar 3. Pemaparan Pemasaran Digital



Gambar 4. Diskusi dan Tanya Jawab Pemasaran Digital

## 2. Pendampingan Pembuatan Media Sosial

Setelah mendapatkan penerangan mengenai pemasaran digital, para peserta mendapatkan penjelasan lebih teknis mengenai tiga model media sosial yang terkini yaitu Facebook for Business, Instagram dan Tiktok - Tokopedia.

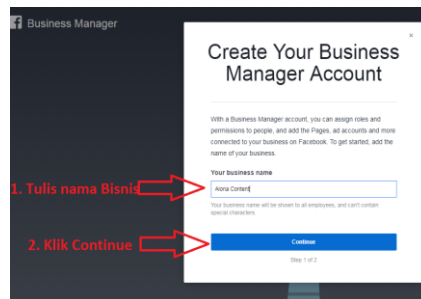
### a. Pembuatan akun facebook for business.

- 1) Klik tautan link <https://business.facebook.com/> .
- 2) Muncul tampilan halaman “Business Manager” lalu klik “Create Account”.



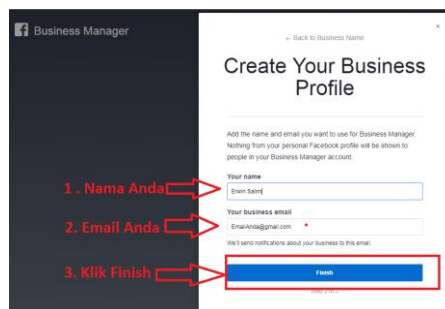
Gambar 5. Pembuatan Akun Business Manajer pada Facebook-“Create Account”

- 3) Muncul tampilan pembuatan akun bisnis manajer, lalu masukkan nama bisnis Anda, kemudian jika sudah selesai, klik continue.



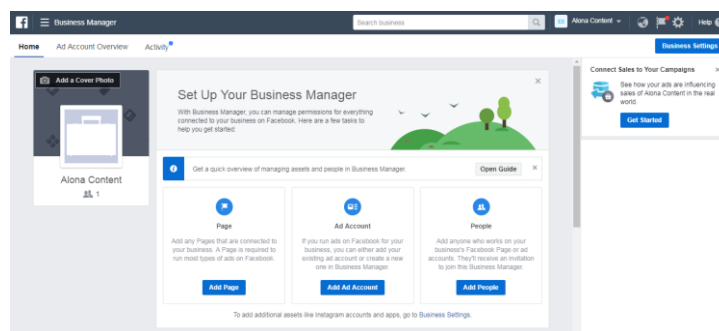
Gambar 6. Pembuatan Akun Business Manager pada Facebook-“Pengisian Nama”

- 4) Membuat profile bisnis untuk akun manager.



Gambar 7. Pembuatan Akun Business Manager pada Facebook-“Pengisian Profil Bisnis”

- 5) Tampilan akun Bisnis Manajer yang sudah selesai dibuat



Gambar 4. Tampilan Akun Facebook for Business

- b. Penggunaan Instagram sebagai media pemasaran

- 1) Menggunakan akun instagram bisnis

2) Mengoptimasi profil bisnis

Memilih username yang mudah dikenali, memakai foto profil brand, dan mencantumkan bio yang informatif serta menarik. Menambahkan CTA atau Call to Action, misalnya tulisan “Klik untuk menikmati penawaran!”.

3) Mengoptimasi feed Instagram

Beberapa konten yang bisa diunggah yaitu: gambar edukasi, behind the scene, gambar hari peringatan, foto dari follower, video yang menghibur, video testimoni, dan konten menarik lainnya.

4) Mengetahui jenis postingan

Jenis postingan di Instagram saat ini ada empat, yaitu feed, Instagram Story, Instagram TV, dan Instagram Live. Feed adalah keseluruhan foto atau video yang di posting di akun Instagram.

5) Kerjasama dengan *influencer*.

c. Penggunaan Tik Tok sebagai media pemasaran

1) Membuat akun pada Tik Tok for business

2) Menyiapkan konten yang dapat dibantu oleh *content creator* maupun *influencer*

3) Memasang iklan resmi di Tik Tok

4) Membuat *hashtag challenges* sebagai salah satu strategi untuk memasarkan merek produk.

3. Pendampingan pembuatan laporan keuangan

Dalam menyusun laporan keuangan diperlukan tahapan-tahapan atau langkah-langkah yang harus dilakukan. Langkah-langkah tersebut antara lain yaitu:

a. Membuat Daftar Akun dan Neraca Saldo Awal Bulan/ Tahun

b. Mencatat transaksi harian kedalam Buku Jurnal

c. Memindahkan (posting) jumlah akhir setiap kolom di Buku jurnal kedalam Buku Besar

d. Menyusun Neraca Saldo Akhir Bulan/ Tahun

e. Menyusun Laporan Keuangan



Gambar 9. Narasumber Menjelaskan Tahapan-tahapan dalam Pembuatan Laporan Keuangan

Tabel 1. Buku Penjualan dan Penerimaan Kas  
**BUKU PENJUALAN dan PENERIMAAN KAS**

Tanggal	No. Bukti	Keterangan	Debit		Kredit		
			Kas	Piutang Dagang	Penjualan	Piutang Dagang	Lain-lain
2023							
		jumlah	0	0	0	0	0

Tabel 2. Neraca Saldo Awal Bulan

Kode Akun	Nama Akun	Saldo	
		Debit (Rp)	Kredit (Rp)
1.01.01	Kas Tunai		
1.01.02	Kas Di Bank		
1.01.03	Piutang Dagang		
1.01.04	Persediaan Barang		
1.01.06	Perlengkapan Atk		
1.02.01	Peralatan Dapur		
1.02.02	Akumulasi Penyusutan Peralatan Dapur		
1.02.03	Mesin Freezer		
1.02.04	Akumulasi Penyusutan Mesin Freezer		
1.02.05	Kendaraan		
1.02.06	Akumulasi Penyusutan Kendaraan		
1.02.07	Bangunan		
1.02.08	Akumulasi Penyusutan Bangunan		
1.02.09	Tanah		
2.01.01	Utang Usaha		
2.01.02	Utang Gaji/ Upah		
2.02.01	Utang Kepada Bank		
3.01.01	Modal Pemilik		
3.01.02	Tambahan Setoran Modal		
3.02.01	Prive		
3.03.01	Laba/ Rugi Periode Berjalan		
3.03.02	Laba Ditahan		

Kode Akun	Nama Akun	Saldo	
		Debit (Rp)	Kredit (Rp)
3.05.01	Ikhtisar Laba Rugi		
4.01.01	Pendapatan Penjualan		
4.01.02	Pendapatan Penjualan Lainnya		
5.01.01	Pembelian Bahan Baku		
5.01.02	Beban Transportasi Dan Konsumsi		
5.01.03	Beban Gaji/ Upah		
5.01.04	Beban Bahan Habis Pakai		
5.01.05	Beban Listrik, Air, Telepon		
5.01.06	Beban Pemeliharaan Kendaraan		
5.01.07	Beban Penyusutan		
5.01.08	Beban Operasional Lainnya		
	Total	Rp.....	Rp.....

## KESIMPULAN

Dari hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang berjudul. “Pengenalan Pemasaran Digital dan Laporan Keuangan Bagi Pelaku UMKM di Desa Rancabungur Kabupaten Bogor dapat ditarik beberapa kesimpulan diantaranya yaitu:

1. Para pelaku UMKM mendapatkan edukasi tentang pemasaran digital serta praktek terbaik dalam menggunakan sosial media bagi usaha pemasaran mereka.
2. Mendorong para pelaku UMKM untuk lebih mengenal berbagai jenis pemasaran digital khususnya sosial media yang bisa mereka gunakan untuk mengembangkan usaha mereka.
3. Para pelaku UMKM perlu mengaplikasikan laporan keuangan

Praktik terbaik penggunaan sosial media pada para pelaku UMKM Rancabungur memerlukan tambahan pelatihan dalam membuat konten dan video yang menarik sesuai dengan perkembangan terkini. Pelatihan mengenai penyusunan laporan laba dan rugi secara lebih intensif masih diperlukan agar pelaku UMKM dapat lebih memantau kinerja bisnisnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- We Are Social & Meltware (2023). Digital 2023 Deep-Dive: Is Social Media Really Dying?. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-deep-dive-the-worlds-top-social-media-platforms?rq=most%20used%20social%20media%20>
- Rudianto. (2012). *Pengantar Akuntansi. Konsep dan Teknik Penyusunan Laporan Keuangan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Rudiantoro, Rizki. Sylvia Veronica Siregar. (2012). Kualitas Laporan Keuangan UMKM Serta Prospek Implementasi SAK ETAP. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*. Volume 9. No. 1.
- Soemarso (2020). *Akuntansi Suatu Pengantar*. Edisi 6. Jakarta :Penerbit Salemba Empat

Warsono, Sony dkk. (2010). *Akuntansi UMKM Ternyata Mudah Dipahami dan Dipraktikkan*.  
Yogyakarta: Asgard Chapter.