

Pemberdayaan UMKM Melalui Digital Marketing dan Penerapan Akuntansi Melalui Sistem Informasi Aplikasi Pencatatan Keuangan “SIAPIK”

Rini Astuti¹, Sindy Aulia Rochim², Salma Salsabilla Daega Putri³, Muhammad Ilham Habibi⁴, Hasna Khoirunnisa⁵, Tita Nurfitria⁶, Lintang Ayu Anggaradinar⁷, Buri Dyah Ayu Ma’rifatul Janah⁸, Gatot Rizky Al Aufar Syamsu⁹, Muhammad Fajar Rizki¹⁰, Nanik Eka Nurdiana¹¹, Abi Suryono¹²

1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12 Universitas Alma Ata, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Rini Astuti

E-mail: 222300216@almaata.ac.id

Abstrak

UMKM adalah motor penggerak ekonomi Indonesia, tetapi banyak pelaku usaha yang masih kesulitan menerapkan teknologi, terutama dalam promosi dan pengelolaan keuangan. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan kemampuan UMKM di Kelurahan Tegalsari, Kota Tegal, melalui pelatihan pemasaran digital dan aplikasi akuntansi SIAPIK yang mudah digunakan. Pelatihan dilaksanakan melalui sosialisasi mengenai dasar-dasar akuntansi, praktik penggunaan aplikasi, serta pendampingan pembuatan akun media sosial untuk keperluan promosi. Enam UMKM yang bersedia berpartisipasi penuh mengikuti kegiatan ini. Hasilnya menunjukkan peningkatan kesadaran UMKM akan pentingnya pemasaran digital dan pencatatan keuangan. Sebanyak 67% (empat dari enam UMKM) mulai memanfaatkan media sosial untuk promosi, dan 50% (tiga UMKM) mulai mencatat keuangan dengan SIAPIK. Meskipun ada kendala seperti keterbatasan waktu, kemampuan digital, dan jumlah peserta, program ini telah memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan literasi digital dan keuangan UMKM. Tindak lanjut berupa pendampingan dan pelatihan lanjutan diharapkan dapat memperluas manfaat dan memastikan penerapan pemasaran digital serta akuntansi berbasis aplikasi yang berkelanjutan pada UMKM.

Kata kunci - UMKM, akuntansi dasar, digital marketing, SIAPIK.

Abstract

UMKM are the driving force of Indonesia's economy, but many business owners still find it difficult to apply technology, especially in promotion and financial management. This community service program aims to improve the capabilities of UMKMs in Tegalsari Village, Tegal City, through training in digital marketing and the easy-to-use SIAPIK accounting application. The training was conducted through socialization on the basics of accounting, practical use of the application, and assistance in creating social media accounts for promotional purposes. Six UMKM agreed to participate fully in this activity. The results showed an increase in UMKM's awareness of the importance of digital marketing and financial record-keeping. A total of 67% (four out of six UMKM) began to utilize social media for promotion, and 50% (three UMKM) began to record their finances using SIAPIK. Despite challenges such as time constraints, digital capabilities, and the number of participants, this program has made a positive contribution to improving the digital and financial literacy of UMKM. Follow-up support and further training are expected to expand the benefits and ensure the sustainable implementation of digital marketing and application-based accounting in UMKM.

Keywords - UMKM, basic accounting, digital marketing, SIAPIK.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu roda penggerak perekonomian yang sangat berpengaruh. Menurut data dari djpb.kemenkeu.go.id (Djpb.kemenkeu.go.id, 2023) UMKM telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, yaitu sebesar 60,5% dari Produk Domestik Bruto (PDB) menyerap 96,9% dari total tenaga kerja dan menyumbang 15,65% terhadap ekspor di luar sektor minyak dan gas. UMKM telah menjadi pendorong ekonomi penting dengan kemampuan besar untuk berkontribusi dalam mengurangi kemiskinan. Selama beberapa dekade terakhir, UMKM di Indonesia menunjukkan perkembangan yang pesat, menghasilkan peluang kerja baru, dan mendukung pertumbuhan ekonomi nasional (Ramadhan, 2023).

Di era digitalisasi saat ini, dampak penerapan teknologi digital pada bisnis sangat memberikan pengaruh pada keberlangsungan bisnis agar tetap bisa bersaing. Kendati demikian, masih banyak usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang menghadapi kendala dalam mengadopsi teknologi digital ke dalam kegiatan bisnis mereka (Muharir, 2024). Presentase pelaku UMKM di Indonesia yang mampu menjalankan pemasaran digital belum mencapai 10%, seringkali dalam bidang bisnis dan teknologi informasi terdapat jurang pemisah yang menghambat integrasi keduanya secara efektif (Juwita & Handayani, 2022).

Selain pemasaran, aktivitas yang berperan penting dalam keberlangsungan UMKM adalah penerapan ilmu akuntansi dalam mengelola keuangan usaha. Sampai saat ini, pelaku UMKM belum memahami seberapa penting informasi akuntansi atau sistem keuangan yang berkaitan dengan pencatatan dan pembukuan dalam mengelola bisnis. Akuntansi memegang peranan yang krusial bagi keberlangsungan bisnis kecil sekalipun. Namun, banyak pelaku UMKM yang belum menyadari seberapa penting penerapan akuntansi yang tercermin dalam laporan keuangan, mulai dari pengelolaan kas, pencatatan keuntungan, hingga penggunaan modal usaha (Hanifah et al., 2023).

Penerapan akuntansi berperan penting sebagai salah satu faktor kunci keberhasilan UMKM dalam operasional usaha. Kinerja keuangan perusahaan merupakan alat ukur subjektif yang menunjukkan sejauh mana efektifitas perusahaan dalam memanfaatkan aset untuk memanfaatkan aktivitas utamanya serta meningkatkan pendapatan. Di sisi lain, dalam mengembangkan UMKM, penilaian setiap aktivitas usaha dapat dilakukan melalui proses pengukuran dan pencatatan (Ulfi Hanifah et al., 2023). Penerapan pencatatan akuntansi berbasis teknologi masih jarang dijumpai khususnya pada usaha berskala menengah ke bawah atau dikenal dengan UMKM. Padahal, pemanfaatan teknologi dapat mempermudah pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan pengetahuan akuntansi, sehingga mereka tidak harus memahami secara detail setiap tahapan siklus akuntansi manual yang dianggap kompleks (Muljanto, 2020). Hal tersebut seharusnya menjadi salah satu solusi bagi para pelaku UMKM dalam menerapkan ilmu akuntansi sederhana dalam mengelola bisnis, BI mencetuskan salah satu sistem akuntansi berbasis aplikasi sederhana yaitu SIAPIK, yang diharapkan dapat mempermudah pelaku UMKM dalam proses pencatatan transaksi, menyusun laporan laba rugi, hingga mengetahui kondisi keuangan usaha dengan tampilan yang mudah dipahami dan user friendly.

Penerapan digital marketing dan ilmu akuntansi sederhana yang diterapkan melalui aplikasi SIAPIK seharusnya dapat berjalan secara beriringan, karena kedua hal tersebut sangat krusial untuk diterapkan dalam mengelola usaha dan dampak dari kegiatan pemasaran dan penerapan akuntansi akan sangat dapat dirasakan jika diterapkan secara baik dan sistematis. SIAPIK sebuah aplikasi yang diluncurkan oleh inisiatif Bank Indonesia karena diharapkan dapat membantu UMKM dalam mengelola transaksi agar lebih transparan dan sistematis (Haasanah et al., 2024). Pada penelitian Rina Andriani & Siti Aminah (2024), studi yang dilakukan mengungkapkan bahwa mengembangkan teknologi untuk memasarkan produk melalui media sosial di masa digital ini sangat sesuai mengingat tingginya jumlah pengguna media sosial.

Kota Tegal yang dikenal sebagai kota yang kaya akan hasil laut khususnya di Kelurahan Tegalsari memiliki kelebihan dalam mengelola hasil laut dan membuka lapangan usaha dari olahan

laut tersebut dan dapat disebut sebagai UMKM hasil pemberdayaan hasil lokal. Sudah banyak produk inovasi olahan laut yang sudah diciptakan oleh para pelaku usaha. Namun, permasalahan belum dapat mengenalkan produk hasil inovasinya secara luas sehingga tingkat penjualan mengalami stagnansi dari waktu ke waktu, penerapan pemahaman literasi keuangan, penerapan ilmu akuntansi dasar, hingga pengelolaan aset juga masih sangat rendah. Para pelaku usaha hanya menjalankan usahanya tanpa ada proyeksi keuangan yang tepat bahkan tidak mengetahui keuntungan bersih yang didapatkan dalam menjalankan usahanya. Kemauan yang tinggi dalam mendirikan usaha sebaiknya diiringi dengan pemahaman yang cukup atas kebutuhan usaha itu sendiri.

Pemberdayaan pada UMKM di Kelurahan Tegalsari diharapkan dapat merubah pola kegiatan usaha yang telah didirikan menjadi lebih baik dengan menerapkan ilmu akuntansi sederhana melalui pencatatan keuangan berbasis aplikasi dan menerapkan digital marketing agar tidak tertinggal oleh kemajuan teknologi saat ini. Sehingga memberikan dampak baik bagi usaha secara berkelanjutan. Pelatihan pemasaran digital diselenggarakan tidak hanya upaya memperkuat UMKM, tetapi juga demi memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis kepada para pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran (Vicky Yoga Satria et al., 2025).

METODE

Metode pelaksanaan yang dilakukan berupa sosialisasi secara langsung kepada beberapa pelaku UMKM dan praktek langsung menggunakan aplikasi SIAPIK, serta memperkenalkan proyeksi pendapatan dan pengelolaan aset usaha dengan baik. Adapun metode yang digunakan dalam mengukur keberhasilan kegiatan ini diukur secara deskriptif dengan indikator keberhasilan berupa tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap akuntansi dasar dan penggunaan aplikasi SIAPIK

1. Metode Sosialisasi Langsung

Dengan metode ini team pengabdian menjelaskan kepada pelaku UMKM mengenai akuntansi dasar, bagaimana mengelola pendapatan yang baik, hingga cara mengetahui laba atau rugi usaha tersebut. Kegiatan ini dilaksanakan dengan cara mendatangi satu persatu UMKM untuk diberikan edukasi bagi UMKM yang berkenan, karena waktu yang terbatas dan kesibukan pelaku UMKM sehingga tidak memungkinkan untuk dilaksanakan melalui forum diskusi bersama. Setelah menjelaskan tentang akuntansi dasar, dilanjutkan dengan memperkenalkan aplikasi akuntansi SIAPIK kepada pelaku UMKM dengan menjelaskan fitur-fitur yang ada dan kegunaannya.

2. Metode Praktik

Dengan metode praktik secara langsung, team pengabdian memberi kesempatan kepada pelaku UMKM untuk menggunakan aplikasi SIAPIK secara langsung dan latihan memproyeksikan aset dan modal usaha. Diharapkan dengan praktik ini mampu meningkatkan pemahaman terhadap apa yang telah dijelaskan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat merupakan upaya dalam menyebarluaskan ilmu. Melalui hasil luaran kegiatan masyarakat terdapat indikator yang dicapai, adapun dalam pelaksanaan pemberdayaan UMKM terkait penerapan akuntansi sederhana dan pengenalan aplikasi SIAPIK adalah sebagai berikut :

Tabel 1.
Indikator Capaian

UMKM di Tegalsari			
No	Sub Kegiatan	Target Luaran	Indikator Capaian
1.	Pembukuan UMKM	Pemahaman ilmu dasar akuntansi dan penerapan pembukuan oleh pelaku UMKM	Jumlah UMKM yang menerapkan pembukuan di usahanya
2.	Digital Marketing	Mengelola bisnis dan aktif di sosial media guna memasarkan produk	Jumlah UMKM yang memasarkan produknya di media sosial
3.	Praktik Penggunaan Aplikasi SIAPIK	Penerapan pembukuan menggunakan aplikasi	Jumlah UMKM yang ingin menggunakan aplikasi SIAPIK

A. HASIL

Tabel 2.
Hasil Luaran Sebelum dan Sesudah

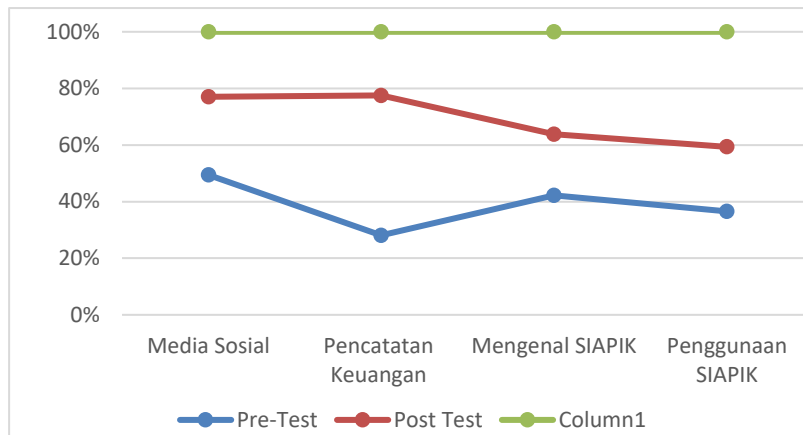
Sebelum dilaksanakan Kegiatan	Sesudah dilaksanakan Kegiatan
Para pelaku UMKM di Tegalsari belum bisa menerapkan pembukuan sederhana pada usahanya dan memproyeksikan aset dan modalnya.	Pelaku UMKM ingin belajar dan praktek menggunakan aplikasi SIAPIK untuk melakukan pembukuan, walaupun belum bisa menerapkan secara langsung karena masih kurangnya pemahaman dalam menggunakan aplikasi.
Para pelaku UMKM di Tegalsari belum memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar.	Pelaku UMKM di Tegalsari mulai membuat akun pemasaran di media sosial dimulai dari Instagram, facebook hingga membuat google maps untuk mempermudah konsumen.

B. PEMBAHASAN

Program pendampingan UMKM di Kelurahan Tegalsari melibatkan enam pelaku usaha di bidang olahan laut, makanan ringan, dan produk rumah tangga. Pemilihan peserta mempertimbangkan komitmen penuh mereka, karena sebagian besar pelaku UMKM lain terkendala waktu akibat kesibukan aktivitas usahanya yang menghambat partisipasi penuh mereka. situasi seperti ini tentunya menjadi tantangan karena hanya sedikit UMKM yang berkenan untuk dimintai waktu dalam kegiatan ini.

Program ini terdiri dari dua tahap yaitu sosialisasi dan praktik, sosialisasi mencakup materi tentang pentingnya pembuatan akun media sosial, pemanfaatan Google Maps untuk promosi dan praktik input data transaksi keuangan menggunakan aplikasi SIAPIK. Keberhasilan program diukur berdasarkan dua indikator. Pertama, keberhasilan pemasaran digital dinilai jika lebih dari setengah peserta menggunakan media sosial untuk memasarkan produk. Hasilnya, empat dari enam UMKM (67%) berhasil membuat akun Facebook dan Instagram usaha serta rutin memposting produk. Kedua, keberhasilan akuntansi dasar dinilai jika minimal 50% peserta mampu mencatat transaksi sederhana menggunakan pembukuan manual, tetapi jika dalam pengaplikasian SIAPIK, para pelaku UMKM sebagian besar masih kebingungan dalam alur dan tampilannya. Sehingga, hanya satu dari enam UMKM (16,6%) yang memiliki kemauan dan ketertarikan untuk menggunakan SIAPIK dalam

pencatatan keuangan di UMKM nya, sementara lainnya masih membutuhkan pendampingan dan pelatihan lebih lanjut an memilih menggunakan pencatatan manual.



Gambar 1.
Hasil Pre-Test dan Post-Test

Program ini ditujukan untuk memberikan manfaat berupa kemudahan penggunaan aplikasi SIAPIK bagi UMKM dengan pengetahuan akuntansi yang terbatas, serta efektivitas dan keterjangkauan media sosial sebagai sarana pemasaran yang sesuai dengan tren konsumen. Dengan demikian, program ini relevan dengan kondisi masyarakat Kelurahan Tegalsari yang belum familiar dengan aplikasi pencatatan dan pemasaran digital, walaupun mereka belum dapat menerapkan secara sepenuhnya setidaknya mereka mengenal dan mengetahui adanya aplikasi yang dikenalkan.

Namun, beberapa kekurangan juga ditemukan. Tidak semua UMKM langsung mahir menggunakan SIAPIK karena keterbatasan kemampuan teknologi, dan waktu pelatihan yang singkat mengingat waktu yang diberikan para pelaku UMKM juga tidak banyak. Kesibukan pelaku UMKM juga membatasi jangkauan program ini. Meski demikian, program ini tetap dilaksanakan dan memberikan dampak positif. Pengembangan program di masa depan sangat diharapkan dengan dukungan lingkungan dan pemangku kepentingan sekitar termasuk pendampingan berkelanjutan, pelatihan pembuatan konten digital, integrasi dengan marketplace, dan pembentukan komunitas UMKM berbasis digital melalui kerja sama dengan pemerintah kelurahan, untuk mendukung pertumbuhan bersama.



Gambar 2.
Pembuatan Akun SIAPIK



Gambar 3.
Pembuatan Akun Sosmed



Gambar 4.
Sosialisasi Digital Marketing dan SIAPIK

KESIMPULAN

Program pemberdayaan UMKM di Kelurahan Tegalsari membuktikan bahwa pemanfaatan digital marketing dan pencatatan keuangan sederhana berkontribusi positif dalam peningkatan kualitas pengelolaan bisnis. Pelaksanaan program ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM mulai memahami arti penting pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan pelanggan, meskipun masih ada kendala dalam penggunaan aplikasi SIAPIK, mereka menunjukkan minat untuk belajar dan menerapkan pencatatan keuangan dasar. Kondisi ini mencerminkan peningkatan pemahaman mengenai keuangan dasar dan kesadaran akan digitalisasi, meski belum sepenuhnya berjalan lancar. Untuk memastikan keberlanjutan program, diperlukan pendampingan berkala bagi pelaku UMKM, terutama terkait pemahaman akuntansi dasar dan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan. Selain itu, pelatihan digital marketing yang lebih komprehensif, mencakup pembuatan konten yang menarik, pengelolaan media sosial yang efektif, dan pemanfaatan platform penjualan daring, sangat penting agar produk UMKM dapat bersaing di pasar yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami haturkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Alma Ata Yogyakarta atas dukungan pendanaan kegiatan KKN Tematik. Kami juga berterima kasih kepada para pelaku UMKM di Kelurahan Tegalsari atas kesediaan waktu dalam partisipasinya pada pelaksanaan kegiatan ini, serta rekan-rekan tim yang turut membantu kelancaran kegiatan. Semoga kerja sama dan dukungan yang diberikan dapat menjadi amal kebaikan serta memberi manfaat berkelanjutan dan berdampak bagi UMKM di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Djpb.kemenkeu.go.id. (2023). *Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia*. Djpb.Kemenkeu.Go.Id. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/purwakarta/id/data-publikasi/berita-terbaru/2891-peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia.html>
- Haasanah, H., Daurrohmah, E. W., Terbuka, U., Terbuka, U., Cabe, P., & Selatan, T. (2024). *Jambura Accounting Review*. 5(1), 40–49.
- Hanifah, R. U., Rizkiana, C., & Riyanto, S. (2023). Pemberdayaan Umkm Dalam Penerapan Akuntansi Umkm Berbasis Aplikasi Sederhana. *Tematik*, 3(2), 107. <https://doi.org/10.26623/tmt.v3i2.7365>
- Juwita, D., & Handayani, A. N. (2022). Peluang dan Tantangan Digitalisasi UMKM Terhadap Pelaku Ekonomi di Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, 2(5), 249–255. <https://doi.org/10.17977/um068v2i52022p249-255>
- Muharrir. (2024). Transformasi Digital: Implikasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Era Teknologi. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 6(2), 251–266.

<https://doi.org/10.24090/mabsya.v6i2.10445>

- Muljanto, M. A. (2020). Pencatatan dan Pembukuan Via Aplikasi Akuntansi UMKM di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(1), 40–43. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i1.6926>
- Ramadhan, Y. M. (2023). Peran UMKM dalam Penanggulangan Kemiskinan di Indonesia. *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 1(2), 99–108.
- Rina Andriani, & Siti Aminah. (2024). Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan UMKM Di Kelurahan Wonorejo Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(4), 4498–4503.
- Ulfi Hanifah, R., G Agustine, M., & WIDYAKTO, A. (2023). Peran Akuntansi Pada Era Society 5.0 Sebagai Anteseden Terhadap Pertumbuhan Kinerja Umkm Dan Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi. *Owner*, 7(2), 1732–1751. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1485>
- Vicky Yoga Satria, Al-Fikri, M. S., Nabillah, S. Q., Prasetyo, D., & Abror, S. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk di Desa Dukuh Menanggal Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3), 1066–1078. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i3.2360>