

EDUKASI LAPORAN KEUANGAN DAN PROMOSI DIGITAL PADA USAHA AYAM GEPREK SAMBAL PETIR DI SERANG BARU KABUPATEN BEKASI

Sindik Widati¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa
email: sindikwidati@pelitabangsa.ac.id

Dede Puspa Pujia²

Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Tangerang Raya
email: dede.puspa@untara.ac.id

Dheni Muhammad Mahendra³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa
email: dhenieka18@gmail.com

Windi⁴

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa
email: windi@pelitabangsa.ac.id

Syalsabilla⁵

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa
email: syalsabilla@mhs.pelitabangsa.ac.id

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role in a country's economy, including Indonesia. However, MSMEs often face challenges in increasing their competitiveness during increasingly fierce global competition, especially after the Covid-19 pandemic which made people build businesses in the culinary field. Things that can help MSMEs increase their competitiveness are the use of information technology or social media. The community service partner is the Ayam Geprek Sambal Petir business in Bekasi Regency. The obstacles include limited knowledge in calculating and preparing financial reports and not understanding how to promote their business using social media. The solution to these problems is to provide education about financial reports and business promotion using social media. The implementation method is in the form of lectures, discussions, simulations and implementation of financial reports and the use of social media. The activity results show that partners can compile financial reports independently with the help of the Sepran application and can create promotional content using social media.

Keywords: *financial statements, promotion, social media.*

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara, termasuk di Indonesia. Namun, UMKM sering menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing mereka di tengah persaingan global yang semakin ketat apa lagi setelah terjadinya pandemi Covid-19 yang membuat masyarakat membangun usaha dalam bidang kuliner. Hal yang dapat membantu UMKM dalam meningkatkan daya saingnya adalah pemanfaatan teknologi informasi atau media sosial. Mitra pengabdian kepada masyarakat adalah

usaha Ayam Geprek sambal Petir di Kabupaten Bekasi. Kendala-kendala tersebut meliputi keterbatasan pengetahuan dalam perhitungan dan penyusunan laporan keuangan serta belum memahami cara promosi usaha menggunakan media sosial. Solusi atas permasalahan tersebut dengan memberikan edukasi mengenai laporan keuangan dan promosi usaha menggunakan media sosial. Metode pelaksanaan berupa ceramah, diskusi, simulasi dan implementasi atas laporan keuangan dan pemanfaatan media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra mampu menyusun laporan keuangan secara mandiri dengan bantuan aplikasi Sepran dan mampu membuat konten promosi menggunakan media sosial.

Keywords: *laporan keuangan, promosi, media sosial.*

1. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) memiliki peran penting dalam memajukan ekonomi Indonesia karena pengelolaannya yang sederhana dan membutuhkan modal relatif kecil. UMKM menjadi pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan hidup masyarakat dan menawarkan fleksibilitas tinggi dalam operasinya. Meskipun jenis barang atau komoditi yang dihasilkan dapat berubah dari waktu ke waktu, serta lokasi usaha bisa berpindah-pindah sesuai kebutuhan, mayoritas UMKM di Indonesia umumnya hanya beroperasi secara komersial kurang dari 10 tahun (Suhariyanto, 2018).

Pemerintah Indonesia berupaya mendorong perkembangan UMKM melalui berbagai program seperti penawaran pinjaman dengan bunga rendah, penyediaan jaminan modal kerja, dan insentif pajak. Harapannya, langkah-langkah ini akan memotivasi pelaku UMKM untuk lebih aktif dalam mengembangkan bisnis mereka dan memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat (Yahya et al., 2024).

Tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM yaitu kurangnya pemahaman mengenai pentingnya pelaporan keuangan. Kurangnya pemahaman pelaporan keuangan pada UMKM menghambat digitalisasi bisnis karena laporan yang tidak rapi dan akurat membuat implementasi sistem digital menjadi

sulit. Digitalisasi membutuhkan data terstruktur untuk berfungsi optimal, sehingga tanpa pemahaman yang baik, UMKM tidak bisa memanfaatkan efisiensi operasional, analisis data, dan strategi pemasaran berbasis data, yang mengakibatkan mereka tertinggal dalam persaingan.

Laporan keuangan ini penting bagi pihak-pihak seperti kreditor, investor, dan bank pemberi pinjaman untuk mengevaluasi kondisi keuangan (Nurhasanah et al., 2022). Meskipun tersedia aplikasi berbasis Android untuk penyusunan laporan keuangan (Permatasari et al., 2023), namun banyak pemilik usaha yang masih tidak terbiasa dengan penggunaan teknologi tersebut (Nurastuti et al., 2022).

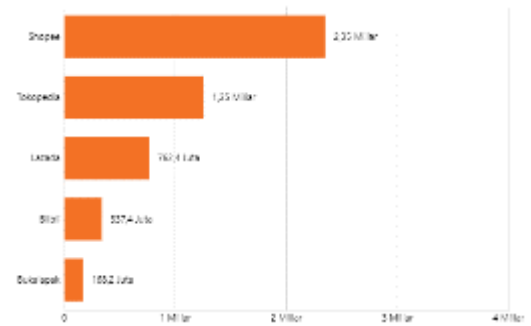
Usaha mikro dan kecil yang berada di wilayah Kabupaten Bekasi, masih menggunakan pencatatan keuangan manual. Selain itu, kesadaran akan pentingnya pencatatan dan pelaporan keuangan juga masih rendah di kalangan pemilik UMKM (Sindik et al., 2024). Hal ini mengakibatkan kesulitan dalam menyajikan informasi keuangan yang akurat dan dapat berdampak pada kerugian bagi usaha. Untuk mengetahui laba rugi suatu usaha pelaku UMKM harus memahami terlebih dahulu klasifikasi biaya yang menjadi dasar bagi usaha yang membutuhkan pengolahan bahan mentah menjadi barang jadi. Klasifikasi tersebut terdiri dari pemetaan bagian dari biaya produksi yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead*

pabrik (Yahya, 2023). Salah satu permasalahan yang dialami mitra usaha Ayam Geprek Sambal Petir yaitu kurangnya pemahaman mengenai penyusunan biaya produksi dan laporan keuangan. Kurangnya pemahaman mengenai laporan keuangan disebabkan karena latar belakang pendidikan serta ketidaktahuan mitra mengenai manfaat dari laporan keuangan.

Peran digitalisasi dalam UMKM dapat diimplementasikan melalui strategi pemasaran dengan menggunakan *marketplace* dan komputerisasi pengelolaan bisnis. Digitalisasi mempengaruhi berbagai aspek, di antaranya adalah terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan. Efektivitas adalah kemampuan untuk mencapai target yang telah ditetapkan sebelumnya (Maulida et al., 2021). Saat ini, perkembangan teknologi informasi semakin memudahkan masyarakat, terutama dalam pengembangan aplikasi untuk pengelolaan keuangan (Heriyanto et al., 2023).

Pengelolaan keuangan yang baik dapat mewujudkan tujuan dari bentuknya usaha yaitu mendapatkan keuntungan, begitu pula tujuan dari usaha mitra. Agar dapat meningkatkan keuntungan tentunya didukung oleh peningkatan penjualan. Untuk meningkatkan penjualan mitra, dibutuhkan strategi pemasaran di antaranya melalui promosi. Perkembangan teknologi mengubah tren konsumen.

Konsumen saat ini dimanjakan dengan berbagai kemudahan teknologi yang menyebabkan perubahan pasar dari *offline* menjadi *online*. Hal tersebut dibuktikan dengan peningkatan jumlah konsumen dalam pembelian di *e-commerce*. Berdasarkan data dari databoks.katadata.co.id, data pengunjung *e-commerce* di Indonesia sepanjang tahun 2023 sebagai berikut (Ahdiat, 2024):

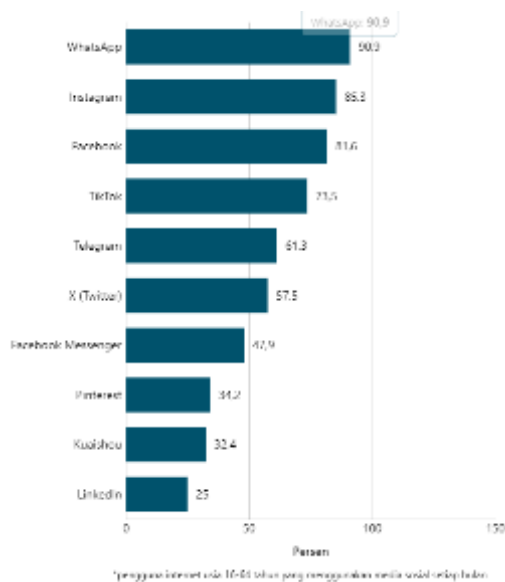


Gambar 1. Jumlah kunjungan *e-commerce* tahun 2023

Sumber: (Ahdiat, 2024).

Menurut Gambar 1, selama tahun 2023 aplikasi belanja Shopee masih mempertahankan dominasi di pasar *e-commerce* Indonesia. Sementara itu, dominasi *e-commerce* di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat.

Peningkatan penjualan dapat dilakukan melalui promosi di media sosial. Media sosial telah menjadi platform yang penting bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau pelanggan yang lebih luas. Dengan menggunakan media sosial secara efektif, UMKM dapat menghemat biaya pemasaran dan meningkatkan keuntungan mereka. Hal tersebut didukung dengan data pengguna media sosial per Januari 2024 sebagai berikut (Annur, 2024):



Gambar 2. Jumlah pengguna media sosial Januari 2024

Sumber: (Annur, 2024)

Berdasarkan data yang disampaikan dalam databooks.katadata.co.id (2024), dapat dilihat bahwa pemanfaatan media sosial didominasi oleh *WhatsApp* yaitu sebanyak 90,9% pengguna mayoritas berusia 16-64 tahun. Selain itu *Instagram* dan *Facebook* menduduki peringkat ke dua dan ke tiga. Peluang atas peningkatan penjualan UMKM dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi produk.

Analisis situasi mitra secara keseluruhan mencakup: (1) adanya penurunan omset penjualan; (2) pemanfaatan dari penggunaan media sosial sebagai promosi; (3) mitra belum menguasai penyusunan laporan keuangan.

Untuk dapat mengatasi permasalahan yang dialami mitra, tim pengabdian kepada masyarakat (PkM) melakukan pelatihan dan pendampingan mengenai laporan keuangan dan pemanfaatan media sosial. Pemanfaatan media sosial sebagai alat untuk promosi akan memudahkan pelaku usaha dalam memasarkan produknya.

Pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan laporan keuangan serta

penggunaan media sosial sangat penting untuk UMKM karena membantu mengelola keuangan dengan lebih baik, memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cerdas, memudahkan akses ke pembiayaan, dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi. Di sisi lain, penggunaan media sosial secara efektif meningkatkan visibilitas produk, membangun merek yang kuat, menjalin hubungan dengan pelanggan, serta menyediakan opsi pemasaran yang lebih efisien dan murah. Kombinasi dari kedua aspek ini tidak hanya mendukung operasional dan pertumbuhan bisnis UMKM secara berkelanjutan, tetapi juga memungkinkan mereka bersaing lebih baik di pasar yang semakin kompetitif.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan kepada mitra dalam meningkatkan edukasi mereka mengenai laporan keuangan serta memberikan pendampingan dalam melakukan promosi melalui media sosial. Tujuan kegiatan ini secara umum adalah untuk mengembangkan masyarakat terutama pelaku usaha yang mandiri secara ekonomi.

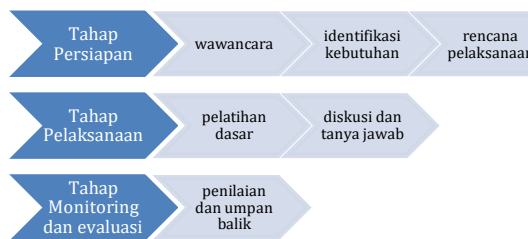
2. METODE PELAKSANAAN

Pengerjaan perhitungan akuntansi biaya pada usaha Ayam Goreng Sambal Petir milik Ibu Ninik dapat dilakukan dengan beberapa langkah yang terstruktur dan melibatkan berbagai metode. Metode pelaksanaan yang diusulkan dimulai dengan tahap wawancara awal bersama pemilik usaha untuk memperoleh informasi rinci dan detail mengenai keuangan usaha milik ibu Ninik. Pada tahap ini, identifikasi dilakukan terhadap modal awal, bahan baku, dan pemasukan yang diterima oleh usaha tersebut. Selain itu, potensi masalah atau tantangan yang dihadapi juga diidentifikasi untuk kemudian dicari

solusinya. Setelah itu, direncanakan kegiatan pembuatan laporan keuangan dengan penggunaan aplikasi akuntansi UKM, serta kegiatan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi produk.

Pada tahap pelaksanaan, diberikan pelatihan mengenai pentingnya laporan keuangan dan pemanfaatan media sosial. Pelatihan ini mencakup simulasi laporan keuangan, mulai dari perhitungan biaya produksi hingga penyusunan laporan keuangan, serta simulasi pembuatan poster dan konten promosi.

Tahap terakhir adalah *monitoring* dan evaluasi, di mana penilaian dan umpan balik diberikan untuk memastikan mitra mampu membuat laporan keuangan secara mandiri dan dapat membuat konten promosi di media sosial sebagai alat promosi.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat (PkM) dilakukan di tempat usaha mitra di Perum. Mega Regency Blok A5 No.9 Serang Baru Kabupaten Bekasi. Waktu pelaksanaan selama bulan Maret 2024. Kegiatan diawali dengan survei ke lokasi mitra, kemudian melakukan observasi atas permasalahan mitra.



Gambar 3. Lokasi Usaha Mitra

Kegiatan wawancara dilakukan secara langsung kepada pelaku UMKM yaitu ibu ninik sebagai pemilik usaha Ayam Geprek Sambal Petir. Setelah dilakukan melakukan wawancara secara mendalam, koordinasi pelatihan dan pendampingan ditetapkan pada tanggal 26-28 Maret 2024 di kediaman mitra.

Pelatihan berupa edukasi mengenai penyusunan laporan keuangan. Pada kegiatan ini mitra diajak berdiskusi mengenai operasional usaha mencakup nilai penjualan dan besaran biaya yang dikeluarkan. Mitra diajarkan mengenai proses pencatatan keuangan mulai dari mengklasifikasikan biaya sampai dengan pencatatan laporan laba rugi. Mitra dijelaskan juga mengenai penggunaan aplikasi akuntansi Sepran: Catatan Keuangan.



Gambar 4. Proses edukasi laporan keuangan

Aplikasi mengenai pencatatan laporan keuangan menggunakan aplikasi pencatatan yang ada di *google play* yaitu *Sepran: Catatan Keuangan (Buku Kas & Manajemen Keuangan)*. Pendampingan atas penggunaan aplikasi dilakukan setelah tim menjelaskan arti pentingnya pencatatan keuangan bagi suatu usaha. Berikut hasil pendampingan atas usaha mitra:



Gambar 5. Hasil pendampingan aplikasi Sepran

Selanjutnya dalam rangka mendukung peningkatan penjualan, tim memberikan pendampingan mengenai pemanfaatan media sosial yang dimiliki mitra. Saat ini mitra menggunakan platform *Whatsapp* dan *Facebook*. Tim menyarankan kepada mitra untuk bergabung pada komunitas *Facebook* yang berada di lingkungan sekitar agar produk dikenal secara *online* di wilayah sekitar. Adapun beberapa komunitas yang berada di wilayah mitra yaitu komunitas jual beli area Mega Regency.



Bismillah.. READY HR INI:
 AYAM GEPREK SAMBEL PETIR hrg 18rb/2pcs.
 PAKET GEPREK+NASI hrg 13rb/paket.
 YG berminat silahkan.
 Wa:083140395729
 In Syaa Allah star DO Jm 10.
 Trims 😊😊😊



Gambar 5. Komunitas Facebook dan Konten Promosi Produk

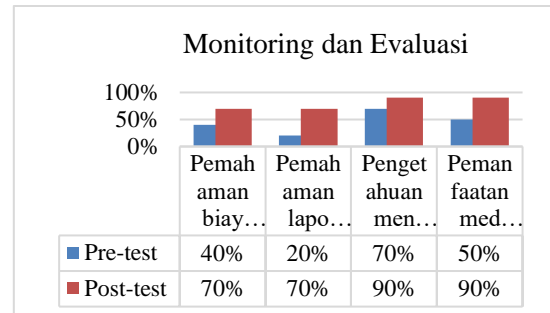
Setelah memberikan cara pemanfaatan media sosial dalam promosi penjualan, tim PKM juga memberikan pendampingan cara membuat poster sebagai konten penjualan di media sosial.



Gambar 6. Pembuatan poster

Edukasi yang diberikan kepada mitra dalam hal pelatihan dan pendampingan mengenai laporan keuangan dan pemanfaatan media sosial menggunakan metode ceramah dan diskusi, kemudian dilakukan simulasi, dan pendampingan intensif atas penyusunan laporan keuangan dan promosi melalui media sosial.

Monitoring dan evaluasi dilakukan pada setiap kegiatan mulai dari awal hingga akhir pendampingan. Berikut data *monitoring* dan evaluasi:



Gambar 7. Monev kegiatan

Perkembangan mitra sebelum mengikuti pelatihan dan pendampingan berdasarkan indikator pemahaman biaya produksi, pemahaman laporan laba rugi, *pengetahuan e-commerce*, dan pemanfaatan media sosial memiliki rata-rata berada pada skala 45%. Hasil pendampingan menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan dengan nilai rata-rata sebesar 80%, atau meningkat sebesar 35%.

Hasil *monitoring* dan evaluasi menunjukkan bahwa sebelum dilakukan pelatihan dan pendampingan, mitra belum memahami mengenai laporan keuangan dan penggunaan media sosial dalam usahanya. Setelah pendampingan mitra memiliki kemampuan dan kepercayaan diri dalam membuat laporan keuangan secara mandiri serta mampu membuat laporan keuangan dan promosi di media sosial.

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat atas pelatihan dan pendampingan laporan keuangan dan pemanfaatan media sosial dapat disimpulkan bahwa mitra mendapatkan tambahan edukasi mengenai laporan keuangan dengan memanfaatkan aplikasi Sepran. Sedangkan

dalam pemanfaatan media sosial, setelah kegiatan ini mitra dapat membuat konten promosi dan masuk ke dalam komunitas jual beli *online* di daerah sekitarnya guna meningkatkan penjualan. Kemudian mitra dapat memanfaatkan dengan baik media sosial yang dimilikinya sebagai ajang promosi.

Adapun saran masukan terkait kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat diharapkan pendampingan dapat dilakukan secara terus menerus akan kebutuhan yang harus dimiliki oleh pelaku UMKM seperti pemanfaatan *artificial intelligence*, foto produk, membangun relasi dan jaringan bisnis, serta kemampuan lainnya yang dapat membantu pelaku UMKM untuk terus maju dan naik kelas.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam bentuk pemikiran, dana, dan waktu, sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dan laporan kegiatan ini dapat diselesaikan. Terima kasih kepada Rektor dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa atas izin dan surat penugasan yang diberikan, Direktur DPPM Universitas Pelita Bangsa atas bantuan pedoman dan *template* mulai dari pengajuan proposal hingga pelaporan kegiatan, Ibu Ninik Purwanti sebagai mitra kegiatan, serta semua pihak yang telah mendukung terselenggaranya pengabdian masyarakat ini.

6. REFERENSI

Ahdiat, A. (2024). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Januari-Desember 2023)**. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan->

[pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024)
Annur, C. M. (2024). *Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>

Heriyanto, Mendari, A. S., Kewal, S. S., Putranto, Y. A., Widyartono, A., & Yevira. (2023). Pelatihan Perencanaan Keuangan: Kesehatan Keuangan Keluarga. *Jurnal Abdimas Musi Charitas (JAMC)*, 7(1), 56–70. <https://journal.ukmc.ac.id/index.php/jpm/article/view/844>

Maulida, A., Farida, I., & Karunia, A. (2021). Efektivitas dan Efisiensi Penggunaan Aplikasi Akuntansi UKM Terhadap Penyusunan Laporan Keuangan UMKM (Studi Kasus pada Usaha Mikro Kecil Menengah Sektor Kuliner di Kota Tegal). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 9(2), 194–199. <https://doi.org/10.30871/Jaemb.V9i2.3439>

Nurastuti, P., Dasman, S., Yahya, A., & Wirjawan, T. W. (2022). Pendampingan Implementasi Manajerial Dan Aplikasi Akuntansi UMKM Pada Komunitas Umkm Beken Di Kabupaten Bekasi. *Ikraith-Abdimas*, 5(3), 79–82.

Nurhasanah, S., Setiaji, B. W., Saputra, B., & Darni. (2022). Penerapan Aplikasi Akuntansi UKM Pada Perusahaan/UMKM. *Jurnal Ilmu Siber (JIS)*, 1(6), 331–337. <http://jurnal.unsia.ac.id/index.php/jis/article/view/315>

Permatasari, M. D., Yahya, A., & Muslim, A. B. (2023). *Implementasi Laporan Keuangan Digital melalui Akuntansi UKM di Resto Olin 's Café Bekasi*. 43–49.

Sindik, W., Neng, A., Kamela, H., Permatasari, M. D., & Lisa, K. (2024). Pelatihan Pencatatan Keuangan dan Pelaporan SPT Tahunan bagi UMKM Ciketingudik. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 6(2), 462–468.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.32493/j.pdl.v6i2.37935>
- Suhariyanto. (2018). Usaha mikro kecil. In *Pengelolaan Keuangan Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru*.
https://se2016.bps.go.id/umkumb/files/umkumb/00_Pusat/00_booklet_SE2016Lanjutan_01_Potensi_UMK.pdf
- Yahya, A. (2023). *Sistem Akuntansi Biaya*. PT Mafy Media Literasi Indonesia.
<https://penerbitmafy.com/product/sistem-akuntansi/>
- Yahya, A., Hidayat, T., Saputera, D., Muhsoni, R., & Ramdani, C. (2024). Pendampingan Pembuatan Proposal Bisnis “Mak Enjoeh.” *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana Mengabdikan Untuk Negeri*, 6(2), 456–461.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32493/j.pdl.v6i2.37934>