

Pendampingan Digital Marketing dan Pembukuan Sederhana pada UMKM Sinar Laundry di Jalan Puluhdadi, Seturan

¹⁾Yulita UN*, ²⁾Endang Sri Utami

^{1,2)}Akuntansi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia

Email Corresponding: itamanek767@gmail.com, endang@mercubuana-yogya.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:

Pembukuan
Sederhana
Digital
Marketing
UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sinar Laundry yang berlokasi di Jalan Puluhdadi No. B14, Seturan, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, menghadapi permasalahan internal berupa pencatatan keuangan yang belum tertib serta permasalahan eksternal berupa minimnya pemanfaatan media digital, khususnya Instagram, sebagai sarana pemasaran. Kondisi tersebut semakin kompleks karena pemilik usaha merupakan lanjut usia sehingga membutuhkan pendekatan pelatihan yang sederhana dan mudah dipahami. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan kemampuan mitra dalam melakukan pembukuan sederhana secara manual dan memahami dasar pemasaran digital. Metode yang digunakan meliputi observasi, pelatihan tatap muka berbasis praktik, serta pendampingan intensif selama satu bulan pada tahun 2025. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kerapian pencatatan transaksi dan kemampuan pengelolaan konten Instagram, yang berdampak pada meningkatnya brand awareness dan jumlah pelanggan, sehingga kegiatan ini penting dalam mendukung keberlanjutan UMKM tradisional.

ABSTRACT

Keywords:
Bookkeeping
Simple
Digital
Marketing
MSMEs

Sinar Laundry, a Micro, Small, and Medium Enterprise located at Puluhdadi Street No. B14, Seturan, Depok District, Sleman Regency, Special Region of Yogyakarta, faces internal problems related to unorganized financial record-keeping and external challenges due to limited use of digital media, particularly Instagram, for marketing purposes. These conditions are further complicated by the advanced age of the business owner, requiring a simple and easily understood training approach. This Community Service Program aims to improve partners' skills in manual basic bookkeeping and enhance their understanding of fundamental digital marketing. The methods applied include observation, face-to-face practical training, and intensive assistance for one month in 2025. The results show improved accuracy in daily transaction records and better Instagram content management, leading to increased brand awareness and customer numbers. Therefore, this program plays an important role in supporting the sustainability and independence of traditional MSMEs.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia karena menjadi penggerak utama dalam menyerap tenaga kerja dan juga memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Sholahuddin et al., 2024). Hingga tahun 2024, jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 65 juta unit, dengan sektor jasa sebagai salah satu yang paling berkembang di wilayah perkotaan, termasuk usaha laundry. Meskipun memiliki peluang pasar yang besar, banyak UMKM laundry masih menghadapi permasalahan internal berupa pencatatan keuangan yang belum tertata dengan baik, sehingga menyulitkan pemilik usaha dalam memantau arus kas dan menilai kinerja usahanya. Selain itu, dari sisi eksternal, pemanfaatan media sosial seperti Instagram sebagai sarana promosi dan perluasan pasar masih tergolong rendah, sehingga potensi peningkatan pelanggan belum dapat

dimaksimalkan secara optimal (Khasbulloh et al., 2024)

Kondisi tersebut juga dialami oleh UMKM Sinar Laundry, yang beroperasi sejak tahun 2020. Tantangan yang dihadapi menjadi lebih kompleks karena pemilik usaha telah berusia lanjut, sehingga memiliki keterbatasan dalam mengadopsi sistem pencatatan keuangan maupun teknologi digital yang bersifat modern. Situasi ini menuntut adanya pendekatan pendampingan yang lebih sederhana, praktis, dan konvensional agar materi yang diberikan dapat dipahami dan diterapkan secara berkelanjutan. Berbagai hasil pengabdian masyarakat sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan pembukuan manual sederhana yang dikombinasikan dengan pemasaran digital dasar melalui Instagram mampu membantu UMKM tradisional meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat kesadaran merek (Awaludin et al., 2023). Namun, pada mitra dengan tingkat literasi digital yang rendah, keberhasilan program sangat bergantung pada intensitas pendampingan serta kesesuaian metode dengan karakteristik pelaku usaha (Hidayati, 2024)

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan ini difokuskan pada pendampingan UMKM Sinar Laundry dengan tujuan meningkatkan kemampuan pencatatan keuangan harian secara manual serta memberikan pemahaman dasar mengenai pemanfaatan Instagram sebagai media promosi layanan, seperti cuci pakaian, seprei, dan boneka. Pendekatan yang digunakan meliputi observasi langsung, pelatihan tatap muka berbasis praktik, serta pendampingan intensif selama satu bulan pada tahun 2025. Melalui program ini, diharapkan UMKM mitra mampu mencapai kemandirian dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran sederhana, sekaligus berkontribusi dalam mendukung upaya nasional mendorong UMKM agar lebih adaptif terhadap perkembangan digital tanpa mengabaikan keterbatasan yang dimiliki.

II. MASALAH

Berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi dengan pemilik UMKM Sinar Laundry yang berlokasi di Jalan Puluhdadi No. B14, Seturan. Terdapat beberapa permasalahan utama yang dihadapi mitra dalam menjalankan usahanya. Pertama, mitra belum melakukan pencatatan keuangan secara teratur, baik untuk uang masuk maupun uang keluar, sehingga kesulitan dalam mengetahui kondisi arus kas, menghitung keuntungan usaha, serta mengevaluasi perkembangan usaha secara berkala. Kedua, keterbatasan pemahaman dan keterampilan dalam pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, menyebabkan kegiatan promosi masih sangat terbatas dan belum mampu menjangkau calon pelanggan secara lebih luas. Ketiga, faktor usia pemilik usaha yang telah lanjut menjadi kendala tersendiri dalam menerima dan mengaplikasikan metode pencatatan maupun teknologi digital yang kompleks, sehingga diperlukan pendekatan pelatihan yang sederhana, praktis, dan mudah dipahami. Permasalahan-permasalahan tersebut berdampak pada belum optimalnya pengelolaan usaha dan daya saing UMKM Sinar Laundry di tengah persaingan usaha laundry di lingkungan sekitarnya.



Gambar 1. Kondisi UMKM

III. METODE

Metode dari pelaksanaan kegiatan ini menggunakan pendekatan partisipatif yang disesuaikan dengan

75

karakteristik UMKM Sinar Laundry yang dikelola oleh pemilik lanjut usia, diawali dengan observasi dan wawancara langsung untuk mengidentifikasi kondisi usaha dan permasalahan yang dihadapi, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan tatap muka berbasis praktik yang berfokus pada pembukuan keuangan sederhana secara manual serta pengenalan dasar pemasaran melalui Instagram dengan penyampaian materi menggunakan bahasa yang mudah dipahami, selanjutnya dilakukan pendampingan intensif selama satu bulan pada tahun 2025 melalui monitoring dan evaluasi berkala guna memastikan mitra mampu menerapkan pencatatan keuangan secara tertib dan mengelola konten promosi Instagram secara mandiri, sehingga keterampilan pengelolaan usaha dan daya saing UMKM dapat meningkat secara berkelanjutan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Indikator Keberhasilan

Permasalahan Mitra	Solusi yang Diberikan	Indikator Keberhasilan
Mitra belum melakukan pencatatan keuangan secara tertib sehingga tidak mengetahui arus kas dan laba usaha	Pelatihan dan pendampingan pembukuan keuangan sederhana secara manual menggunakan buku kas harian	Mitra mampu mencatat pemasukan dan pengeluaran harian secara rutin dan konsisten serta dapat menghitung laba sederhana
Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi masih sangat minim	Pelatihan dasar pemasaran digital melalui Instagram meliputi pembuatan akun dan pengunggahan konten sederhana	Mitra memiliki akun Instagram usaha aktif dan mampu mengunggah konten promosi secara mandiri

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) pada UMKM Sinar Laundry yang berlokasi di Jalan Puluhdadi No. B14, Seturan, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha mitra. Setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan, mitra telah mampu melakukan pencatatan keuangan harian secara tertib dan konsisten menggunakan metode pembukuan manual sederhana. Pencatatan ini mencakup pemasukan dari berbagai jenis layanan, seperti cuci pakaian, seprei, dan cuci boneka, serta pengeluaran rutin operasional. Dengan adanya pembukuan yang lebih rapi, mitra menjadi lebih mudah memantau arus kas, mengetahui keuntungan harian, dan mengambil keputusan sederhana terkait pengelolaan usaha.



Gambar 2. Pendampingan Pembukuan sederhana

Proses pendampingan tatap muka yang dilakukan secara bertahap memudahkan pemilik usaha dalam memahami alur pencatatan pemasukan dan pengeluaran. Selain itu, mitra juga menunjukkan peningkatan pemahaman dalam pemanfaatan Instagram sebagai media promosi, terlihat dari kemampuan mengunggah konten layanan laundry secara mandiri. Proses pendampingan ini dilakukan selama satu bulan yang nantinya menjadikan pelaku usaha memahami mengenai pembukuan sederhana.

Selain aspek keuangan, hasil kegiatan juga terlihat pada peningkatan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi. Dari pengenalan dan pendampingan yang telah dilakukan memperoleh hasil bahwa mitra telah mampu membuat dan mengelola akun Instagram usaha secara mandiri, mengunggah konten sederhana namun informatif, serta menampilkan layanan yang ditawarkan dengan lebih menarik. Aktivitas promosi ini berdampak pada meningkatnya kesadaran pelanggan terhadap keberadaan Sinar Laundry, yang ditunjukkan oleh bertambahnya jumlah pelanggan baru dan meningkatnya frekuensi penggunaan layanan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa meskipun dilakukan secara sederhana, pemasaran digital tetap dapat memberikan dampak nyata apabila disesuaikan dengan kapasitas mitra dan didukung oleh pendampingan yang berkelanjutan.



Gambar 3. Pembuatan Akun Instagram



Gambar 4. Akun Instagram yang Telah Dibuat Oleh Mitra

Secara keseluruhan, hasil kegiatan PkM ini membuktikan bahwa pendekatan pelatihan yang sederhana, berbasis praktik, dan mempertimbangkan faktor usia mitra mampu meningkatkan kemandirian UMKM dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran usaha. Pendampingan intensif menjadi faktor kunci keberhasilan karena membantu mitra beradaptasi secara bertahap tanpa merasa terbebani oleh metode yang kompleks.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian yang dilakukan pada UMKM Sinar Laundry yang berlokasi di Jalan Puluhdadi No. B14, Seturan, dapat disimpulkan bahwa pendampingan yang dilakukan melalui pelatihan pembukuan manual sederhana dan pemasaran dasar melalui Instagram dengan pendekatan tatap muka dan praktik langsung mampu meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola keuangan serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, meskipun mitra memiliki keterbatasan usia dan literasi digital, sehingga pembukuan menjadi lebih tertib, promosi usaha berjalan lebih efektif, dan jumlah pelanggan mengalami peningkatan, yang menunjukkan bahwa metode pendampingan yang sederhana, kontekstual, dan berkelanjutan efektif dalam mendorong kemandirian serta memperkuat daya saing UMKM laundry tradisional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada pemilik UMKM Sinar Laundry atas kerja samanya dan partisipasi aktifnya selama pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan, kami juga berterima kasih kepada pihak kampus serta dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, dukungan, dan fasilitasi sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar dan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Awaludin, Devina Delta Maharani, Dwi Epty Hidayaty, & Santi Pertiwi Hari Sandi. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kedai Cakwei' in Karawang, Jawa Barat. *Journal of Management and Social Sciences*, 2(3), 110–120. <https://doi.org/10.55606/jimas.v2i3.383>
- Ariyanti, O., & Sujud, F. A. (2024). Strategi Pemasaran Digital UMKM dengan Pendekatan Kegiatan Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Legoksayem. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Al-Ghobi*, 1(1), 50–60. <https://ejurnal.staitangho.ac.id/index.php/jpmag/article/view/5>
- Hartono, R., Sudiarjo, A., Supriatman, A., & Perjuangan Tasikmalaya, U. (2024). Pemanfaatan Social Media Marketing Untuk Pemasaran Digital Bagi Umkm Tanaman Hias. *PROFICIO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1). <https://ejournal.utp.ac.id/index.php/JPF/article/view/3129>
- Ichsan, O. A. N., Setiadi, D., & Syahri, R. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengenalan Produk Olahan Ubi Kayu dan Digital Marketing Pada Pelaku UMKM. *Surya Abdimas*, 8(3), 449–454. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v8i3.5020>
- Istiqomah, A., Kartika, D., & Safira, O. P. (2024). Pengabdian Masyarakat Melalui Pelatihan Pemasaran Digital Menggunakan Ecommerce Shopee Pada UMKM Majun Jaya Di Kp. Pasir Pogor Rt/Rw 009/005 Ds. Nagacipta Kec. Serang Baru Kab. Bekasi. *Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 10–16. <https://doi.org/10.56457/dinamika.v2i1.552>
- Kartika Sari, Ekawaty, M., & Badriyah, N. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing pada UMKM untuk Pertumbuhan Ekonomi Lokal di Desa Kerjen, Kabupaten Blitar. *KAIBON ABHINAYA : JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 6(2), 153–156. <https://doi.org/10.30656/ka.v6i2.7723>
- Khasbulloh, M. W., Khasanah, M., Wiliyanto, W., & Al Qusaeri, M. A. (2024). Pengenalan Digital Marketing Untuk Pelaku Usaha UMKM Diwilayah Kecamatan Pangkah. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(1), 1–5. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i1.528>
- Kurniawati, N. K., Widayastuti, N. W., Alifi, M. I., Pratiwi, M., Nisa, H., & Maulana, I. C. (2022). Penerapan Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Terhadap Komunikasi Pemasaran Kerajinan Tangan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(9), 347–353. <https://www.jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/1797>
- Mochamad Sirojudin, & Sudarmiatin Sudarmiatin. (2023). Implementasi Digital Marketing Oleh UMKM Di Indonesia: A Scoping Review. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 20–35. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i2.783>
- Rezzi Hidayati, & Zaenal Wafa. (2024). Optimalisasi Penjualan dan Pengelolaan Keuangan UMKM Pedagang Melalui Pengenalan Fintech dan Pemanfaatan Facebook Market Place. *Harmoni Sosial: Jurnal Pengabdian Dan Solidaritas Masyarakat*, 1(4), 158–166. <https://doi.org/10.62383/harmoni.v1i4.714>
- Sholahuddin, M., Wiyadi, W., Abas, N. I., Rahmawati, S. D., & Rahmawati, R. Y. (2024). Strategi Digital Marketing untuk Peningkatan Usaha UMKM Binaan PCIM Malaysia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 4147–4161. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

- Tertiaavini, T., Hertati, L., Yulius, Y., & Saputra, T. S. (2024). Pelatihan Digital Marketing Dan Inovasi Produk Guna Meningkatkan Daya Saing Umkm Ikan Pedo Serbuk. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(2). <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i2.21836>
- Trisandi Seuk, N. Z. W. (2023). Impelmentasi Aida Pada Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Pada Umkm. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(12), 1429–1437. <https://doi.org/10.59188/jcs.v2i12.560>
- Utarindasari, D., Saing, D., & Digital, S. (2023). Transformasi Digital Untuk Peningkatan Daya Saing Umkm Cileungsi : Pengabdian Dalam Implementasi Solusi Inovatif. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhakti Yustisia*, 1(1). <https://journal.pascasarjana-unpas.web.id/index.php/bhayu/article/view/47%0Ahttps://journal.pascasarjana-unpas.web.id/index.php/bhayu/article/download/47/35>