



PELATIHAN PEMBUKUAN SEDERHANA DAN PROSES PROMOSI PRODUK UMKM FRIED CHIKKEN DI KOTAGEDE BANTUL YOGYAKARTA

Linda Sari^{1*}, Ika Wulandari²

¹Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

²Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

*E-mail: lindasari83058@gmail.com

ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan pemahaman mengenai pembukuan sederhana sehingga dapat mendapatkan pengetahuan yang pada akhirnya membantu dalam mengelola keuangan usaha dengan lebih baik dan efisien dan melakukan promosi atau mengenalkan produk UMKM kepada konsumen untuk mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan. Pengabdian ini dilakukan selama satu bulan, yaitu dari tanggal 7 Februari sampai dengan 7 Maret 2025, dengan metode yang melibatkan survei, wawancara, pretest, pelatihan, evaluasi dan monitoring dan posttes. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan pelaku UMKM memahami tentang pembukuan sederhana sehingga dapat mengelola keuangannya dengan baik sementara strategi promosi terbukti meningkatkan daya jangkau konsumen dan volume penjualan. Dengan demikian, integrasi antara pencatatan keuangan dan promosi produk menjadi faktor penting dalam pengembangan UMKM yang berkelanjutan.

Kata kunci: UMKM, pembukuan sederhana, promosi produk, pengabdian masyarakat.

SIMPLE BOOKKEEPING TRAINING AND PROMOTION PROCESS OF FRIED CHIKKEN MSME PRODUCTS IN KOTAGEDE BANTUL YOGYAKARTA

ABSTRACT

This service aims to provide education and understanding of simple bookkeeping so that they can gain knowledge that ultimately helps in managing business finances better and efficiently and promoting or introducing MSME products to consumers to support sustainable business development. This service was carried out for one month, from February 7 to March 7, 2025, with methods involving surveys, interviews, pretests, training, evaluation and monitoring and posttests. The results of this service show that MSME actors understand simple bookkeeping so that they can manage their finances well while promotional strategies are proven to increase consumer reach and sales volume. Thus, the integration between financial recording and product promotion is an important factor in the sustainable development of MSMEs.

Keywords: MSMEs, simple bookkeeping, product promotion, community service.

PENDAHULUAN

Salah satu kegiatan bisnis yang dapat dilakukan oleh semua lapisan masyarakat yaitu membuka usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan jenis usaha yang dapat menjadi salah satu pilihan yang dapat digunakan oleh pemerintah untuk mengatasi masalah ekonomi di lapisan masyarakat. Selain itu UMKM dapat mengatasi dari pengangguran karena dapat menyerap tenaga kerja di Indonesia. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai keterkaitan dengan aktivitas pembukuan yang dapat membantu untuk menunjukkan perkembangan serta keadaan keuangan UMKM sehingga dapat dijadikan alat bantu untuk pengambilan keputusan.

Pembukuan menjadi solusi praktis yang dapat membantu UMKM dalam mengelola keuangan mereka secara lebih terstruktur dan transparan. Dengan melakukan pencatatan sederhana seperti pemasukan, pengeluaran, dan laba-rugi, pelaku usaha dapat memantau kinerja usaha mereka secara efektif. Namun, di balik kontribusi besarnya, banyak pelaku UMKM menghadapi tantangan dalam mengelola usahanya, terutama dalam keuangan. Salah satu kelemahan utama UMKM adalah minimnya pencatatan keuangan atau pembukuan usaha. Pelaku usaha cenderung mengandalkan



ingatan dan catatan tidak formal, sehingga kondisi keuangan usahanya tidak tergambar dengan baik. Hal ini berdampak langsung pada kesulitan dalam pengambilan keputusan, perencanaan keuangan.

Masalah ini diperparah oleh rendahnya literasi pencatatan keuangan atau pembukuan di kalangan pelaku UMKM, yang menyebabkan mereka kesulitan memisahkan antara keuangan pribadi dan usaha. Kondisi ini tidak hanya menghambat pengembangan usaha, tetapi juga membuat UMKM rentan terhadap kerugian dan ketidakmampuan untuk bersaing secara berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan upaya pelatihan dan pendampingan yang khusus untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam bidang ini.

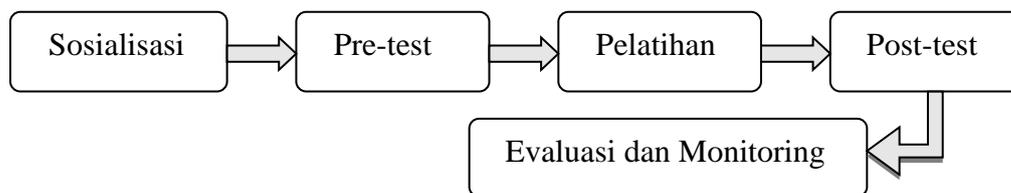
Selain pembukuan, promosi produk juga menjadi faktor penting dalam mendukung pertumbuhan UMKM. Perkembangan teknologi di era digital ini sangat memberikan berbagai kemudahan bagi kehidupan manusia, terutama dalam membentuk efektifitas media sosial dalam mempromosikan melalui strategi-strategi yang ada. Media Sosial telah didefinisikan sebagai situs web yang memungkinkan pembuatan profil dan visibilitas hubungan antara pengguna; aplikasi berbasis web yang menyediakan fungsionalitas untuk berbagi, hubungan, grup, percakapan, dan profil. Media sosial telah disebut sebagai "situs media sosial", atau seperangkat teknologi informasi yang memfasilitasi interaksi dan jaringan. Hasilnya, menjadikan berbagai macam bisnis harus berlomba lomba agar bisa dilirik oleh calon konsumen, khususnya para pelaku UMKM.

Hadirnya Media sosial ini seakan menjadi harapan bagi para pelaku UMKM, namun dalam praktiknya masih ada kendala dalam mengimplementasikan upaya digitalisasi tersebut, yaitu masih banyaknya pelaku UMKM yang belum terintegrasi dengan media sosial dan pasar digital melalui platform-platform yang ada dan masih banyak pelaku usaha yang belum melakukan digitalisasi pada bisnis mereka, salah satunya yaitu UMKM Fried Chikken Ibu Lima.

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendidikan dan pemahaman dasar akuntansi pada UMKM Fried Chikken Ibu Lima agar dapat mengelola keuangan usahanya dengan baik. Diharapkan pelaku usaha dapat menerapkan pembukuan sederhana ini dalam aktivitas bisnis sehari-hari agar dapat mengetahui keuntungan dan kerugian yang terjadi dalam usaha. Selain itu, pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan tentang cara memanfaatkan media sosial dan platform digital dalam promosi produk, guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Dengan demikian, pelaku UMKM dapat lebih siap menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital, yang pada akhirnya akan mendukung kelangsungan dan daya saing usaha mereka di era digital.

METODE

Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut



1. Sosialisasi

Pengabdian masyarakat diawali dengan melakukan survei terhadap UMKM Fried Chikken Ibu Lima yang berlokasi di Kotagede, Bantul, Yogyakarta, pada tanggal 7 Februari 2025. Pada tahap ini, dilakukan penjelasan mengenai tujuan dan alur kegiatan pengabdian masyarakat serta mengenalkan pentingnya pelatihan yang akan diberikan.

2. Pre-test

Sebelum pelatihan dimulai, dilakukan pre-test kepada pelaku UMKM untuk mengukur sejauh mana pemahaman awal mereka mengenai pembukuan sederhana dan strategi promosi melalui media sosial. Pre-test ini penting untuk menjadi tolok ukur peningkatan pengetahuan setelah mengikuti pelatihan



3. Pelatihan

Selanjutnya, dilakukan pelatihan pembukuan sederhana sebagai pertemuan pertama. Kegiatan ini diawali dengan memberikan edukasi dan pemahaman kepada pemilik UMKM mengenai seberapa pentingnya membuat pembukuan keuangan. Setelah itu, penulis melakukan pendampingan dalam penyusunan kas masuk dan keluar, lalu dilanjut dengan penyusunan laporan keuangan yang terdiri dari laporan laba rugi dan laporan perubahan modal. Setelah itu, mengenalkan cara promosi produk secara efektif, melalui media sosial, agar meningkatkan daya jangkau konsumen dan volume penjualan.

4. Post-test

Setelah pelatihan, dilakukan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM Fried Chikken dalam hal pembukuan dan promosi. Hasil post-test dibandingkan dengan pre-test untuk mengetahui efektivitas pelatihan. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam penguasaan materi.

5. Evaluasi dan Monitoring

Evaluasi kegiatan yang sudah dilakukan untuk menilai sejauh mana pelaku UMKM telah memahami dan menerapkan materi yang diberikan. Monitoring dilakukan melalui kunjungan lapangan dan komunikasi daring untuk mendampingi proses implementasi. Berdasarkan hasil evaluasi dan monitoring, diketahui bahwa pelaku usaha mulai mampu mencatat transaksi keuangan dan memanfaatkan promosi untuk menjangkau konsumen lebih luas, yang berdampak positif terhadap pertumbuhan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM Fried Chikken di Kotagede Bantul Yogyakarta selama 1 bulan dengan total 10 kali kunjungan yang dimulai pada tanggal 7 Februari hingga 7 Maret 2025. Proses pelaksanaan dilakukan secara bertahap, melalui tahapan survei awal, wawancara, pelatihan, hingga evaluasi akhir. Kegiatan ini difokuskan pada dua permasalahan utama yang sedang dihadapi UMKM tersebut, yaitu belum adanya pencatatan keuangan dan belum dilakukannya promosi produk secara khusus.

A. Hasil Pengabdian

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa pelaku usaha belum pernah melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran, sehingga sulit untuk mengetahui kondisi keuangan usaha secara menyeluruh. Ketidakteraturan pencatatan ini juga berdampak pada ketidaktahuan terhadap laba atau rugi yang diperoleh. Melalui pelatihan yang dilakukan, pelaku usaha dibekali dengan pemahaman dasar tentang pembukuan sederhana. Pendampingan dilakukan secara langsung, dengan praktik pencatatan transaksi harian dan penyusunan laporan keuangan sederhana. Setelah beberapa kali pertemuan, pelaku usaha mulai dapat mencatat keuangan secara mandiri, teratur, dan teratur.

Dalam aspek promosi, sebelumnya usaha belum memiliki strategi yang jelas. Promosi hanya dilakukan secara terbatas, melalui komunikasi langsung dengan pelanggan tetap. Melalui pelatihan yang diberikan, pelaku usaha diajarkan cara mengenalkan produknya ke khalayak yang lebih luas menggunakan media sosial. Salah satu upaya yang dilakukan adalah membuat akun Instagram dan WhatsApp Business khusus untuk usaha.

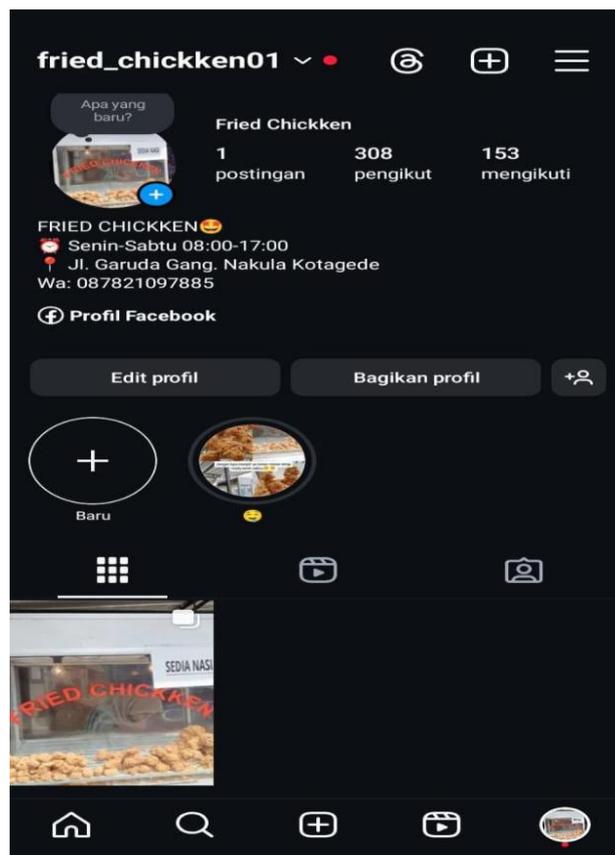
Instagram digunakan untuk menampilkan konten visual seperti foto produk, dan testimoni pelanggan. Pelatihan meliputi cara mengambil foto produk yang menarik, menulis caption yang menggugah, dan mengatur jadwal unggahan agar lebih konsisten. WhatsApp Business digunakan untuk mempermudah komunikasi dengan pelanggan, menampilkan katalog produk, serta memberikan respon yang cepat terhadap pesanan dan pertanyaan. Pelaku usaha juga dilatih membuat pesan otomatis untuk menyambut pelanggan baru yang menghubungi lewat WhatsApp. Hasil dari pelatihan promosi ini menunjukkan adanya peningkatan interaksi dari konsumen, baik melalui komentar di media sosial maupun pesan masuk melalui WhatsApp. Dalam waktu satu bulan, usaha mulai dikenal oleh konsumen baru di luar pelanggan sebelumnya.

Pada tahap evaluasi akhir, pelaku usaha menunjukkan perkembangan positif baik dalam pencatatan keuangan maupun aktivitas promosi. Pencatatan keuangan dilakukan secara lebih rapi dan berkala, sementara promosi melalui media sosial memperluas jangkauan konsumen dan memperkuat

hubungan dengan pelanggan. Kedua hal ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha dan memperluas peluang penjualan.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Pembukuan Sederhana di UMKM Fried Chickken



Gambar 2. Media Promosi UMKM Fried Chickken

**B. Pembahasan**

Tabel. Ketercapaian kegiatan pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana pada UMKM Fried Chicken.

No	Keterangan	Skor Sebelum Pelatihan	Penjelasan Sebelum Pelatihan	Skor sesudah Pelatihan	Penjelasan Sesudah Pelatihan
1	Tingkat pemahaman tentang pembukuan.	40	Pelaku UMKM mengetahui pentingnya laporan keuangan, tetapi belum memahami isi dan fungsinya.	80	Sudah memahami fungsi dan struktur dasar laporan keuangan sederhana (laba rugi, arus kas).
2	Kemampuan dalam pembukuan.	30	Tidak ada pencatatan keuangan yang sistematis masih mengandalkan ingatan.	80	Telah mampu mencatat transaksi harian secara tertib
3	Ketepatan pencatatan transaksi.	30	Sering terjadi kesalahan dalam jumlah atau waktu pencatatan transaksi.	85	Transaksi dicatat dengan teliti dan sesuai waktu kejadian, mengurangi kesalahan pencatatan.
4	Implementasi pembukuan dalam kegiatan usaha	20	Belum menggunakan pencatatan untuk menganalisis kinerja usaha.	80	Sudah mulai menggunakan pembukuan sebagai dasar evaluasi dan perencanaan usaha.

Tabel. Ketercapaian kegiatan pelatihan promosi produk UMKM Fried Chicken.

No	Keterangan	Skor Sebelum Pelatihan	Penjelasan Sebelum Pelatihan	Skor Sesudah Pelatihan	Penjelasan Sesudah Pelatihan
1	Pemahaman tentang fungsi promosi di Instagram	10	Pelaku UMKM belum mengetahui bahwa Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media promosi bisnis.	80	Menyadari bahwa Instagram bisa digunakan untuk menjangkau pelanggan dan meningkatkan penjualan.
2	Kemampuan membuat konten promosi yang menarik	10	Belum pernah membuat konten promosi digital.	75	Sudah mampu membuat konten promosi sederhana yang menarik dengan gambar, caption, dan tagar.
3	Interaksi dengan pelanggan melalui Instagram	10	Belum pernah menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan pelanggan.	80	Mampu membalas pesan/komentar dan menggunakan fitur seperti story untuk interaksi pelanggan.
4	Implementasi hasil pelatihan dalam promosi		Belum ada aktivitas promosi online atau tidak pernah mencoba memasarkan produk via Instagram.	85	Sudah mulai memposting produk, menggunakan hashtag, dan mengukur respons sebagai tindak lanjut pelatihan.



Diskusi

Fried Chikken Ibu Lima merupakan salah satu UMKM yang masih memerlukan pendampingan, khususnya dalam hal pengelolaan keuangan dan pemasaran. Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan, ditemukan bahwa selama menjalankan usahanya, pelaku UMKM belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang cara melakukan pembukuan. Selama ini, seluruh transaksi keuangan dilakukan tanpa pencatatan yang jelas, sehingga pelaku UMKM tidak mengetahui secara pasti jumlah pemasukan, pengeluaran, maupun keuntungan dan kerugian yang dihasilkan. Hal ini berisiko menghambat pengambilan keputusan yang tepat dalam pengembangan usaha.

Pencatatan keuangan atau pembukuan merupakan hal penting yang harus ada pada sebuah usaha apabila ingin bertahan dalam jangka panjang. Kegiatan pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan tentang cara pencatatan pembukuan dan pengelolaan keuangan bisnis agar usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat cepat berkembang, yang pada akhirnya diharapkan akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan keluarga dan masyarakat.

Pencatatan keuangan atau pembukuan pada sebuah UMKM maupun bisnis besar merupakan suatu hal yang penting dan harus ada bagi suatu perusahaan. Apabila, suatu bisnis ini ingin tetap bertahan dalam waktu yang cukup panjang. Pencatatan pembukuan, untuk mengolah pemasukan suatu (UMKM) hal ini juga dapat dengan cepat berkembang pada pemilik usaha, dengan memberikan pelatihan terkait pembukuan yang bertujuan memberi pemahaman penting bagi pebisnis terkait pemasukan dan pengeluaran pada suatu bisnis tersebut. Karena dengan melakukan pencatatan ini pemilik (UMKM) bisa lebih tahu akan keuntungan yang didapat dari bisnis yang dijalani.

Selain itu, masalah lain yang ditemukan pada UMKM Fried Chikken, belum pernah melakukan promosi produk secara khusus. Penjualan selama ini hanya mengandalkan pelanggan yang datang langsung atau informasi dari mulut ke mulut, tanpa adanya strategi promosi yang terarah. Kurangnya promosi menyebabkan produk sulit dikenal lebih luas oleh calon konsumen. Kedua masalah tersebut menjadi hambatan utama dalam pengelolaan dan pengembangan usaha Fried Chikken Ibu Lima.

Dalam beberapa kurun waktu belakangan ini, perkembangan teknologi berkembang dengan sangat cepat, terlebih untuk media sosial. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan sampai saat ini adalah Instagram dan sebagian besar digunakan sebagai media promosi dari banyak pemilik usaha bisnis, baik dari perusahaan besar maupun kecil. Oleh karena itu, melalui kegiatan ini diberikan pelatihan dan pendampingan agar pelaku UMKM dapat memahami pentingnya pembukuan sebagai dasar pengelolaan keuangan, serta mampu melakukan promosi produk secara digital dan langsung, sehingga usaha dapat berkembang secara lebih berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat pada pelaku usaha UMKM Fried Chikken Ibu Lima, mendapatkan dampak positif untuk pengembangan usahanya. Pelaku UMKM mendapatkan pemahaman mengenai penyusunan pembukuan sederhana dan pentingnya pengelolaan keuangan usaha. Kedua pelaku UMKM telah menerapkan pemahaman tersebut pada kegiatan usaha sehari-hari dengan baik. Pencatatan transaksi harus dilakukan secara teratur. Oleh karena itu, diharapkan kedua pelaku UMKM konsisten untuk terus melakukan pembukuan sederhana agar usahanya dapat berkembang. Secara keseluruhan, implementasi hasil pelatihan menunjukkan bahwa pelaku UMKM Fried Chikken tidak hanya mengalami peningkatan pengetahuan, tetapi juga berhasil menerapkannya dalam praktik usaha sehari-hari. Ini menjadi fondasi kuat untuk pengembangan usaha di era digital.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam pengabdian masyarakat yang telah membimbing kegiatan ini sehingga dapat berjalan dengan lancar. Selain itu penulis juga mengucapkan terimakasih kepada pelaku usaha UMKM Fried Chikken bu lima yang telah berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Diharapkan dengan adanya kegiatan ini, bisa membantu UMKM dalam mengelola keuangan usahanya serta menerapkan strategi promosi yang diajarkan dalam pelatihan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Angelica, I., Gunawan, A. R., Hayati, S. N., Yulianto, A. G., Sunu, A. K., Gunawan, M. A., & Pritalia, G. L. (2023, June). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Social Engagement pada Koin Design Yogyakarta. In *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 1, No. 1, pp. 327-334).
- Bhakti, D. S., & Wulandari, I. (2024). Pelatihan Laporan Keuangan Sederhana dan Pemasaran Produk Clay & Powder Melalui Media Sosial Pada Barbershop. *Beujroh: Jurnal Pemberdayaan Dan Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(3), 625-634.
- Donoriyanto, D. S., Indiyanto, R., AR, N. R. J., & Syamsiah, Y. A. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Online Store pada Pelaku UMKM di Kota X. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 42-50.
- Dwijayanti, A., Komalasari, R., Harto, B., Pramesti, P., & Alfaridzi, M. W. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran pada UMKM Sablon Anggi Screen di Era Digital. *Ikra-Ith Abdimas*, 6(2), 68-75.
- Herdiyani, S., Barkah, C. S. A., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan media sosial dalam mengembangkan suatu bisnis: Literature review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103-121..
- Khallossa, A., & Wulandari, I. (2023). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana pada Pelaku UMKM Omah Jamu Jati Husada Mulya Sedayu Bantul Yogyakarta. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(3), 983-988.
- Nilasari, B. M., Risqiani, R., Angraini, S. I., & Alisa, I. A. (2021). pelatihan pembukuan bagi pelaku umkm yang tergabung dalam forum umkm ikm kecamatan tajur halang-bogor. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMIN)*, 3(1).
- Putri, M. C. K., Rabbani, A. A., Surbakti, A. B., Sa'diya, H., & Adiyanto, M. R. (2024). PENTINGNYA PENCATATAN ARUS KAS MASUK DAN KELUAR PADA UMKM (Studi Kasus Cafe Sakera UTM). *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(6).
- Rahman, A., & Aisanafi, Y. (2022). Pencatatan Keuangan Sederhana (Penerimaan Kas) bagi Usaha Mikro Kecil Menengah di Kelurahan Pasir Gunung Selatan, Cimanggis, Depok. *Jurnal Masyarakat Siber (JMS)*, 1(1), 23-26.
- Sudirwo, S., Nurriqli, A., & Risanta, M. (2021). Pemanfaatan Instagram bagi Pengembangan Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Banjarbaru. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 50-57.
- Verliana, D., Lesti, A. T., Herawati, H., Chelomitha, I., & Saputra, A. D. (2024). PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PEMBUKUAN SEDERHANA PADA PABRIK KERUPUK. *Jurnal Pengabdian Bukit Pengharapan*, 4(3), 56-64.
- Wende, M. E., & As'ari, H. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana UMKM. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 3(3), 129-132.