



JURNAL ABDI INSANI

Volume 12, Nomor 9, September 2025

<http://abdiinsani.unram.ac.id>. e-ISSN : 2828-3155. p-ISSN : 2828-4321



PENDAMPINGAN UMKM DALAM PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN DAN PENINGKATAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL

Assistance for MSMEs in Financial Report Preparation and Enhancing Digital Marketing Strategies

Dita Nabila, Erika Nurainisa, Muhammad Lutfi, Nabila Nursyifa, Nadifa Nisrina, Sabrina Nurani Azzahro, Elis Mediawati*

Program Studi Akuntansi Universitas Pendidikan Indonesia

Jl. Dr. Setiabudi No. 229 Bandung 40154

*Alamat Korespondensi : elis.mediawati@upi.edu

(Tanggal Submission: 5 Mei 2025, Tanggal Accepted : 20 September 2025)



Kata Kunci : **Abstrak :**

Laporan Keuangan, Pemasaran Digital, Pendampingan, UMKM Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, namun masih banyak yang menghadapi tantangan dalam penyusunan laporan keuangan yang terstruktur serta pemasaran produk secara optimal. Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk membantu mitra UMKM dalam meningkatkan kemampuan pencatatan keuangan menggunakan aplikasi Excel dan mengoptimalkan strategi pemasaran digital melalui platform Instagram. Metode kegiatan yang digunakan meliputi observasi, wawancara, pelatihan, serta pendampingan secara langsung dan daring selama dua bulan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra berhasil mengalihkan pencatatan transaksi keuangan dari sistem manual ke digital berbasis Excel dengan membuat jurnal umum, buku besar, dan laporan laba rugi. Selain itu, media sosial Instagram mitra kembali aktif digunakan untuk promosi melalui pembuatan konten poster yang konsisten. Dengan demikian, kegiatan ini berhasil meningkatkan kapasitas pengelolaan keuangan dan efektivitas pemasaran UMKM, mendorong kemandirian dalam pengelolaan usaha secara berkelanjutan.

Key word : **Abstract :**

Financial Statements, Digital Marketing, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in Indonesia's economy, yet many still face challenges in structured financial reporting and optimal product marketing. This community service activity aims to assist MSME partners in improving their financial recording skills using the Excel application and optimizing digital marketing strategies through the Instagram



Open access article under the CC-BY-SA license.

Copy right © 2025, Nabila et al., **5006**

platform. The methods employed included observation, interviews, training, and both direct and online mentoring conducted over two months. The results showed that partners successfully transitioned their financial transaction records from manual systems to digital records using Excel by creating general journals, ledgers, and income statements. Additionally, the partners' Instagram accounts were reactivated for promotional activities through consistent poster content creation. Thus, this activity successfully enhanced the financial management capacity and marketing effectiveness of MSMEs, fostering greater independence in sustainable business operations.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Nabila, D., Nurainisa, E., Lutfi, M., Nursyifa, N., Nisrina, N, Azzahro, S. N. & Mediawati, E. (2025). Pendampingan UMKM dalam Penyusunan Laporan Keuangan dan Peningkatan Strategi Pemasaran Digital. *Jurnal Abdi Insani*, 12(9), 5006-5016. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i9.2557>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM merupakan kegiatan ekonomi yang dijalankan oleh perorangan, rumah tangga, atau badan usaha dengan skala kecil (Sudrartono *et al.*, 2022). Selain memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) setiap tahunnya, UMKM juga berperan penting dalam penyediaan lapangan kerja (Sudrartono *et al.*, 2022). UMKM mampu menjadi motor penggerak ekonomi lokal yang tangguh menghadapi berbagai kondisi, termasuk krisis ekonomi. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM, 2023), jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2023 mencapai lebih dari 65 juta unit, dengan kontribusi 61,07% terhadap PDB dan penyerapan 97% tenaga kerja nasional. Melihat perannya yang besar, penguatan kapasitas UMKM menjadi prioritas untuk meningkatkan daya saing ekonomi Indonesia. Kehadiran UMKM bertujuan untuk membuka peluang usaha, menyediakan produk yang ekonomis, dan mempercepat penyebaran usaha di berbagai daerah (Thanan & Dhamayanti, 2020).

Meskipun memiliki peran besar, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam literasi keuangan dan manajemen usaha. Menurut Silvera *et al.* (2024), literasi keuangan penting untuk keberlanjutan UMKM karena membantu pelaku usaha mengelola keuangan secara terstruktur dan rasional. Literasi keuangan yang baik memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih tepat dalam pengeluaran, pendapatan, dan penyusunan anggaran. Selain itu, pemahaman mengenai pengelolaan utang dan kredit yang bijak menjadi faktor krusial dalam menjaga stabilitas usaha. Salah satu bentuk penerapan literasi keuangan adalah kemampuan dalam pencatatan dan pelaporan keuangan. Laporan keuangan, sebagai hasil sistem informasi akuntansi, menyajikan kondisi keuangan usaha secara menyeluruh dan berperan penting dalam pengambilan keputusan serta akses terhadap pembiayaan (Mediawati *et al.*, 2023).

Sayangnya, masih banyak UMKM yang belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang terstruktur dan berkelanjutan. Hal ini menghambat analisis kinerja usaha, perhitungan laba-rugi yang akurat, serta penyusunan strategi pengembangan berbasis data (Sari & Wibowo, 2020). Ketidakrapikan pencatatan keuangan juga memperkecil peluang UMKM untuk mengakses pembiayaan formal (Fitriani & Rahmawati, 2021). Oleh karena itu, penguasaan manajemen keuangan perlu ditingkatkan agar pelaku UMKM mampu mengelola transaksi bisnis secara efektif dan efisien (Muttaqien, Cahyaningati, Rizki & Abrori, 2022).

Di samping tantangan keuangan, aspek pemasaran juga menjadi kendala yang banyak dihadapi UMKM. Dalam era digital, pemanfaatan media sosial untuk promosi menjadi keharusan. UMKM yang



terhubung dengan media sosial dan mengembangkan kemampuan digital marketing dapat meraih pertumbuhan pendapatan, inovasi, dan daya saing yang lebih baik (Jannatin, Wardhana, Haryanto & Pebryanto, 2020). Namun, banyak pelaku UMKM yang belum optimal menggunakan platform digital untuk memperluas pasar dan memperkenalkan produk (Prasetyo & Susanti, 2022).

Instagram dan TikTok menjadi dua media yang populer digunakan dalam pemasaran digital. Instagram menawarkan fitur akun bisnis yang mendukung pengelolaan aktivitas usaha secara profesional, seperti akses data analitik dan layanan promosi berbayar. TikTok, dengan format video pendek yang kreatif, juga efektif untuk menjangkau konsumen muda. TikTok for Business menyediakan alat promosi yang membantu meningkatkan brand awareness dan keterlibatan pelanggan (Rachmawati, 2018).

Salah satu UMKM yang menghadapi permasalahan tersebut adalah Max Cleanic. Usaha ini bergerak di bidang jasa perawatan dan pencucian sepatu sejak 2021, didirikan oleh Muhammad Naufal Arya, mahasiswa bisnis Universitas Bina Nusantara Bandung. Max Cleanic memulai usahanya dengan inovasi layanan antar-jemput sepatu selama pandemi COVID-19. Berlokasi di rumah pribadi di Jalan Pelindung Hewan No 42C, Kota Bandung, Max Cleanic telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan beroperasi aktif dari Senin hingga Sabtu. Modal awal usaha ini sebesar Rp200.000 berasal dari pemilik dan seorang rekannya.

Walaupun menunjukkan pertumbuhan stabil, Max Cleanic menghadapi kendala serius dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran. Pencatatan transaksi masih dilakukan manual menggunakan buku tulis tanpa klasifikasi akun yang jelas, berisiko kehilangan data dan kesulitan dalam evaluasi usaha. Laporan keuangan dasar seperti laporan laba rugi dan arus kas belum tersedia. Di bidang pemasaran, meskipun memiliki akun Instagram dan TikTok, aktivitas promosi tidak dikelola secara konsisten, dan konten yang dipublikasikan terbatas pada momen-momen khusus.

Permasalahan ini menjadi latar belakang pelaksanaan program pendampingan yang berfokus pada edukasi akuntansi dan pengembangan strategi promosi digital berbasis kebutuhan mitra. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan literasi keuangan Max Cleanic melalui pelatihan pembuatan laporan keuangan berbasis Excel, serta mengoptimalkan pemasaran digital dengan pemanfaatan media sosial.

Secara umum, kegiatan ini difokuskan pada tiga aspek utama: (1) pelatihan dasar manajemen keuangan meliputi pembuatan laporan laba rugi dan pencatatan transaksi harian, (2) implementasi sistem pencatatan berbasis Excel untuk meningkatkan efisiensi keuangan, dan (3) pendampingan strategi promosi digital melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Google Business.

Dengan program ini, diharapkan Max Cleanic dapat meningkatkan kinerja usaha secara berkelanjutan, memperkuat daya saing, dan mengelola keuangan usaha dengan lebih baik. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan UMKM lainnya. Kegiatan ini sejalan dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam mengimplementasikan ilmu dan keterampilan akademik untuk kesejahteraan masyarakat.

Tujuan dari kegiatan ini adalah meningkatkan keterampilan manajerial dan pemasaran Max Cleanic. Manfaat yang diharapkan adalah terciptanya pengelolaan keuangan yang rapi dan efektif, serta promosi usaha yang aktif dan menarik. Dengan demikian, Max Cleanic dapat tumbuh secara mandiri dan menjadi inspirasi bagi pengembangan UMKM lainnya di masa depan.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan selama dua bulan, yakni dari Februari hingga Maret 2025, berlokasi di UMKM Max Cleanic yang berada di Jl. Pelindung Hewan No. 42C, Kelurahan Tegallega, Kecamatan Astanaanyar, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat. Usaha ini beroperasi di bidang jasa perawatan dan pencucian sepatu sejak tahun 2021 dan telah memiliki legalitas berupa Nomor Induk Berusaha (NIB). Pelaku usaha terdiri dari satu pemilik sekaligus pengelola utama dan dua orang karyawan tetap yang juga menjadi peserta aktif dalam program pendampingan. Total anggota mitra



yang terlibat dalam kegiatan ini berjumlah tiga orang. Metode kegiatan dilakukan dengan pendekatan partisipatif dan edukatif yang terbagi dalam tiga tahapan utama, yaitu perencanaan, pelaksanaan, serta pemantauan dan evaluasi. Tahap perencanaan diawali dengan proses identifikasi permasalahan mitra melalui penelusuran informasi awal dari website dan akun media sosial Max Cleanic, kemudian dilanjutkan dengan observasi langsung dan wawancara semi-terstruktur bersama pemilik usaha. Hasil dari tahap ini menunjukkan bahwa pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual menggunakan buku tulis dan kegiatan promosi digital melalui media sosial belum berjalan secara optimal. Berdasarkan temuan tersebut, tim menyusun fokus pendampingan pada dua aspek utama, yaitu pelatihan penyusunan laporan keuangan berbasis Microsoft Excel dan pelatihan pemasaran digital melalui pembuatan konten visual berbasis poster. Untuk mendukung proses pelatihan, tim pendamping menyusun materi ajar, modul praktik, serta menyiapkan template laporan keuangan sederhana yang terdiri atas jurnal umum, buku besar, dan laporan laba rugi, yang disesuaikan dengan kebutuhan dan tingkat pemahaman mitra.

Aktivitas pendampingan terdiri dari 3 tahapan yaitu tahap perencanaan, pelaksanaan, pemantauan dan evaluasi. Berikut adalah penjelasan mengenai masing-masing tahapan.

1. Perencanaan

Tahap perencanaan merupakan tahap awal yang dilakukan oleh tim sebelum melanjutkan ke dua tahap berikutnya. Banyak hal yang harus dipersiapkan oleh tim dalam tahap perencanaan ini. Pertama, tim menentukan jenis pendampingan apa yang akan diberikan oleh tim kepada usaha yang menjadi tujuan pendampingan. Setelah menentukan jenis pendampingan, tim melakukan *research* terhadap usaha tersebut yang dalam hal ini adalah Max Cleanic, *research* dilakukan dengan membuka web dan Instagram Max Cleanic. Setelah melakukan *research* dari media sosial, selanjutnya tim melakukan observasi secara langsung untuk mengenali dan mendapat gambaran tentang proses bisnis yang dilakukan oleh usaha ini. Proses wawancara diantaranya ada perkenalan usaha milik mitra, menanyakan kebutuhan mitra dan menyebutkan tujuan tim dalam pendampingan ini. Setelah mendapatkan hasil dari observasi wawancara tersebut, tim membuat fokus pendampingan yang dibutuhkan oleh mitra, yaitu masalah pencatatan laporan keuangan yang masih manual dan mengenai marketing yang dilanjutkan dengan tim merumuskan solusi apa saja yang bisa diberikan dalam pendampingan untuk memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan mitranya, dan dilanjutkan dengan pembuatan bahan ajar yang akan diberikan selama pendampingan.

2. Pelaksanaan

Pelaksanaan pendampingan dilakukan selama 5 kali pertemuan dalam 2 bulan yang dilakukan tiga kali secara luring dan dua kali secara daring. Pada tahap pelaksanaan ini, tim pendamping memberikan bahan ajar per minggu yang sudah disiapkan dalam tahap perencanaan, materi yang diberikan berupa pencatatan laporan keuangan ke dalam excel yang template laporan keuangannya sudah disiapkan oleh tim pendamping. Setelah materi disampaikan, tim memberikan pelatihan untuk membuat pencatatan laporan keuangan di excel yang sebelumnya dilakukan oleh mitra secara manual pada buku. Ketika berjalan pelatihan, tim mitra juga mengikuti dan mempraktekkan pencatatan laporan keuangan pada excel ini. Setelah pencatatan laporan keuangan dalam excel selesai, tim memberikan pelatihan terkait marketing yaitu dengan dibuatnya poster promosi untuk bahan marketing mitra di media social.

3. Pemantauan dan Evaluasi

Setelah tahap pelaksanaan selesai, tim pendamping memberikan kesempatan kepada tim mitra untuk mengimplementasikan dari apa yang sudah tim pendamping berikan. Oleh karena itu tim pendamping melakukan pemantauan yang dilakukan untuk mengukur apakah pendampingan ini sudah tercapai atau belum. Selama pemantauan tim pendamping juga memberikan evaluasi jika masih ada dari tim mitra yang merasa kesulitan dalam mengoprasikan excel untuk pencatatan laporan keuangan.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemahaman Max Cleanic terkait Laporan Keuangan dan Marketing

Sebagai usaha yang telah berdiri dan berkembang sejak 2020, tentunya laporan keuangan dan marketing menjadi hal yang harus di perhatikan oleh Max Cleanic. Pembuatan laporan keuangan yang baik akan membantu dalam berjalannya operasional perusahaan dan juga memperlihatkan kondisi keuangan usaha ini apakah sehat atau tidak. Perkembangan teknologi mempermudah pelaku usaha untuk membuat laporan keuangan sederhana di dalam aplikasi yang bisa di pantau setiap harinya. Perkembangan teknologi juga tidak hanya membantu dalam pembuatan laporan keuangan, tapi juga dalam pemasaran usaha ini. Dari hasil observasi dan wawancara kepada mitra pendampingan Max Cleanic secara langsung di outletnya, diketahui bahwa dalam melakukan pencatatan keuangan masih manual menggunakan buku, juga marketing di Instagram yang kian hari kian jarang melakukan promosi baik di social media maupun secara langsung. Pencatatan laporan keuangan secara manual dapat memperlambat perkembangan usaha karena akan muncul kendala-kendala saat melakukan pencatatan keuangan secara manual, contohnya seperti pendapatan yang kurang karena terlewat dalam mencatat pemasukan saat ada konsumen yang mencuci sepatu. Pun dengan berkurangnya tingkat promosi, akan sangat berpengaruh terhadap tingkat pendapatan usaha dan perkembangan usaha ini kedepannya.

Hasil observasi menunjukkan bahwa owner dan karyawan Max Cleanic pernah mencoba untuk membuat laporan keuangan digital melalui laptop, namun karena keterbatasan pengetahuan mengenai pembuatan laporan keuangan dan pengoperasian aplikasi, mereka lebih memilih untuk melakukannya secara manual pada buku catatan. Terkait masalah marketing, mitra mengaku bahwa dalam satu tahun terakhir, marketing usaha di media social khususnya Instagram dan TikTok tidak mengalami kenaikan yang signifikan karena pembuatan konten yang terbatas pada SDM dan ide. Oleh karena itu, pendampingan pembuatan laporan keuangan melalui aplikasi Excel dan juga pembuatan konten untuk membantu marketing Max Cleanic menjadi solusi atas masalah yang dihadapi mitra. Dalam pendampingan, hal-hal yang dibahas adalah sebagai berikut:

1. Pentingnya pembuatan laporan keuangan dalam usaha.
2. Menjelaskan komponen laporan keuangan.
3. Menjelaskan manfaat laporan keuangan bagi usaha.
4. Menjelaskan strategi marketing yang sedang tren.
5. Demonstrasi pembuatan laporan keuangan pada Excel
6. Pembuatan laporan keuangan.
7. Pembuatan konten marketing.
8. Diskusi dan evaluasi.

Pada saat pendampingan, hal yang difokuskan adalah memberikan pendampingan mengenai pembuatan laporan keuangan di excel serta memberikan edukasi terkait penggunaan excel, juga mengenai strategi marketing tentang bagaimana caranya membuat konten juga membantu mitra dalam melakukan pemasaran di sosial media. Dua hal yang difokuskan dalam pendampingan ini merupakan hal penting untuk keberlanjutan usaha mitra, tanpa pelaporan keuangan yang rapih dan strategi marketing yang baik, usaha akan tetap berada digaris yang sama. Oleh karena itu melalui pendampingan ini Tim Pendamping berharap agar usaha mitra dapat berkembang dan semakin besar.

Penggunaan Aplikasi Excel dalam Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Max Cleanic

Menyusun laporan keuangan bisa menggunakan berbagai aplikasi, aplikasi untuk membuat laporan keuangan ini tersedia dengan berbagai macam fitur yang dapat memudahkan UMKM untuk melakukan penyusunan laporan keuangan sederhana. Dengan beragam aplikasi yang ada saat ini, pemilihan aplikasi yang cocok untuk pencatatan transaksi keuangan UMKM sangat diperlukan. Hal ini dimaksudkan agar para pelaku UMKM dapat melakukan pembukuan dengan mudah dan tepat sesuai jenis usaha yang dijalankannya. Berbagai pertimbangan dilakukan untuk menentukan aplikasi mana



yang memadai dalam menunjang kebutuhan penyusunan laporan keuangan UMKM, di mana sekurang-kurangnya menghasilkan laporan laba rugi dan laporan posisi keuangan (neraca) (Mediawati *et al.*, 2023).

Tim pendamping memberikan rekomendasi untuk menggunakan salah satu aplikasi Microsoft yaitu Excel untuk penyusunan laporan keuangan sederhana mitra. Hasilnya, mitra setuju untuk menggunakan Excel sebagai media untuk membantu proses pencatatan laporan keuangan sederhana usaha nya. Pemilihan Excel direkomendasikan Tim Pendamping kepada mitra karena fitur-fitur yang tersedia dalam Excel sederhana dan mudah dipelajari oleh semua kalangan, dan melihat owner serta karyawan yang tergolong masih muda, Excel akan mudah di aplikasikan oleh Tim Mitra, Excel juga sangat membantu untuk pembuatan catatan laporan keuangan sederhana, mulai dari jurnal umum hingga laporan laba rugi, semuanya bisa disimpan dalam satu file yang sama dan di update setiap harinya, selain itu penggunaan Excel tidak mengeluarkan cost sama sekali. Dengan demikian, tim pendamping dan mitra sepakat untuk menggunakan Excel dalam pencatatan laporan keuangan sederhana yang terdiri dari jurnal umum, buku besar, dan laporan laba rugi usaha Max Cleanic. Adapun untuk strategi marketing, tim pendamping sepakat untuk membuat poster menggunakan aplikasi canva dan melanjutkan dengan menggunakan Instagram sebagai media promosi. Pemilihan Instagram didasarkan pada fakta dimana smeua kalangan kan selalu mengakses Instagram setiap waktunya, selain itu promosi di Instagram tidak mengeluarkan cost, dengan demikian tim pendamping dan mitra sepakat untuk memilih Instagram sebagai media promosi yang efisien.

Penggunaan aplikasi Excel ditujukan untuk mencatat laporan keuangan sederhana yang terdiri atas jurnal umum, buku besar atas transaksi sehari-hari dan laporan laba rugi setiap bulan untuk mengetahui kodisi keuangan usaha. Di pekan pertama pendampingan tim pendamping memulai dengan menjelaskan fitur-fitur yang digunakan untuk membuat jurnal umum, buku besar, dan laporan laba rugi di Excel. Setelah itu, Tim Pendamping mulai melakukan simulasi pembuatan jurnal umum yang data keuangannya diperoleh dari catatan manual toko.



Max Cleanic Jurnal Umum Feb-25				
Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit
1-Feb	Kas		Rp 115,000.00	
	Pendapatan Deep Clean			Rp 115,000.00
2-Feb	Beban Sabun		Rp 35,000.00	
	Beban Sikat		Rp 20,000.00	
	Beban Listrik		Rp 50,000.00	
	Beban Plastik		Rp 30,000.00	
	Kas			Rp 135,000.00
3-Feb	Kas		Rp 35,000.00	
	Pendapatan Deep Clean			Rp 35,000.00
5-Feb	Kas		Rp 140,000.00	
	Pendapatan Deep Clean			Rp 140,000.00
7-Feb	Kas		Rp 105,000.00	
	Pendapatan Deep Clean			Rp 105,000.00
9-Feb	Kas		Rp 50,000.00	
	Pendapatan Fast Deep Clean			Rp 50,000.00
11-Feb	Kas		Rp 120,000.00	
	Pendapatan Deep Clean			Rp 120,000.00
13-Feb	Kas		Rp 50,000.00	
	Pendapatan Fast Deep Clean			Rp 50,000.00
15-Feb	Kas		Rp 35,000.00	
	Pendapatan Deep Clean			Rp 35,000.00
17-Feb	Kas		Rp 120,000.00	
	Pendapatan Deep Clean			Rp 120,000.00
19-Feb	Kas		Rp 120,000.00	
	Pendapatan Deep Clean			Rp 120,000.00
21-Feb	Kas		Rp 120,000.00	
	Pendapatan Deep Clean			Rp 120,000.00
23-Feb	Kas		Rp 35,000.00	
	Pendapatan Deep Clean			Rp 35,000.00
25-Feb	Kas		Rp 35,000.00	
	Pendapatan Deep Clean			Rp 35,000.00
27-Feb	Kas		Rp 105,000.00	
	Pendapatan Deep Clean			Rp 105,000.00
28-Feb	Kas		Rp 120,000.00	
	Pendapatan Deep Clean			Rp 120,000.00
28-Feb	Kas		Rp 35,000.00	
	Pendapatan Deep Clean			Rp 35,000.00
	Total		Rp 1,475,000.00	Rp 1,475,000.00

Gambar 1. Pencatatan ke Jurnal Umum

Pembuatan jurnal umum sebagai awal dari pencatatan transaksi keuangan memberikan banyak manfaat bagi usaha mitra. Dengan jurnal umum, setiap transaksi keuangan yang terjadi dapat dicatat secara sistematis dan terperinci, mulai dari pemasukan atas jasa laundry hingga pengeluaran untuk pembelian bahan pembersih dan biaya operasional lainnya. Pencatatan ini menjadi dasar yang penting dalam penyusunan laporan keuangan seperti laporan laba rugi dan neraca. Selain itu, jurnal umum membantu meminimalkan kesalahan pencatatan dan mencegah potensi kecurangan karena memungkinkan pengecekan silang atas setiap transaksi. Data yang tersaji dalam jurnal umum juga sangat bermanfaat sebagai bahan analisis untuk pengambilan keputusan usaha, misalnya dalam mengelola pengeluaran, menilai efisiensi usaha, atau merancang strategi promosi. Pada simulasi penggunaan Excel ini, tim pendamping mencatat untuk transaksi yang terjadi selama bulan Februari, setelah menunjukkan cara nya membuat jurnal umum, tim pendamping mempersilahkan mitra untuk mencoba meneruskan jurnal umum selama bulan Februari. Hasilnya tim mitra bisa membuat jurnal umum dengan arahan tim pendamping selama pendampingan pertama sesuai gambar 1.

Setelah tim pendamping memastikan mitra bisa membuat jurnal umum di pendampingan pekan pertama, tim pendamping mulai melanjutkan pembuatan laporan keuangan yaitu dengan memasukkan pemasukan dan pengeluaran bulan Februari dalam buku besar di pendampingan pekan kedua.

Akun Kas				
Tanggal	Keterangan	Debit	Kredit	Saldo
1-Feb	Pendapatan Deep Clean	Rp 115,000.00		Rp 115,000.00
2-Feb	Pembelian Bahan		Rp 135,000.00	-Rp 20,000.00
3-Feb	Pendapatan Deep Clean	Rp 35,000.00		Rp 15,000.00
5-Feb	Pendapatan Deep Clean	Rp 140,000.00		Rp 155,000.00
7-Feb	Pendapatan Deep Clean	Rp 105,000.00		Rp 260,000.00
9-Feb	Pendapatan Fast Deep Clean	Rp 50,000.00		Rp 310,000.00
11-Feb	Pendapatan Deep Clean	Rp 120,000.00		Rp 430,000.00
13-Feb	Pendapatan Fast Deep Clean	Rp 50,000.00		Rp 480,000.00
15-Feb	Pendapatan Deep Clean	Rp 35,000.00		Rp 515,000.00
17-Feb	Pendapatan Deep Clean	Rp 120,000.00		Rp 635,000.00
19-Feb	Pendapatan Deep Clean	Rp 120,000.00		Rp 755,000.00
21-Feb	Pendapatan Deep Clean	Rp 120,000.00		Rp 875,000.00
23-Feb	Pendapatan Deep Clean	Rp 35,000.00		Rp 910,000.00
25-Feb	Pendapatan Deep Clean	Rp 35,000.00		Rp 945,000.00
27-Feb	Pendapatan Deep Clean	Rp 105,000.00		Rp 1,050,000.00
28-Feb	Pendapatan Deep Clean	Rp 155,000.00		Rp 1,205,000.00

Akun Pendapatan Deep Clean				
Tanggal	Keterangan	Debit	Kredit	Saldo
1-Feb	Penjualan		Rp 135,000.00	Rp 135,000.00
3-Feb	Penjualan		Rp 35,000.00	Rp 170,000.00
5-Feb	Penjualan		Rp 140,000.00	Rp 310,000.00
7-Feb	Penjualan		Rp 105,000.00	Rp 415,000.00
11-Feb	Penjualan		Rp 120,000.00	Rp 535,000.00
15-Feb	Penjualan		Rp 35,000.00	Rp 570,000.00
17-Feb	Penjualan		Rp 120,000.00	Rp 690,000.00
19-Feb	Penjualan		Rp 120,000.00	Rp 810,000.00
21-Feb	Penjualan		Rp 120,000.00	Rp 930,000.00
23-Feb	Penjualan		Rp 35,000.00	Rp 965,000.00
25-Feb	Penjualan		Rp 35,000.00	Rp 1,000,000.00
27-Feb	Penjualan		Rp 105,000.00	Rp 1,105,000.00
28-Feb	Penjualan		Rp 155,000.00	Rp 1,260,000.00



Akun Pendapatan Fast Deep Clean				
Tanggal	Keterangan	Debit	Kredit	Saldo
9-Feb	Penjualan		Rp 50,000.00	Rp 50,000.00
13-Feb	Penjualan		Rp 50,000.00	Rp 100,000.00

Akun Beban Sabun				
Tanggal	Keterangan	Debit	Kredit	Saldo
2-Feb	Pembelian Sabun	Rp 35,000.00		Rp 35,000.00

Akun Beban Sikat				
Tanggal	Keterangan	Debit	Kredit	Saldo
2-Feb	Pembelian Sikat	Rp 20,000.00		Rp 20,000.00

Akun Beban Listrik				
Tanggal	Keterangan	Debit	Kredit	Saldo
2-Feb	Biaya Listrik	Rp 50,000.00		Rp 50,000.00

Akun Beban Plastik				
Tanggal	Keterangan	Debit	Kredit	Saldo
2-Feb	Pembelian Plastik	Rp 30,000.00		Rp 30,000.00

Gambar 2. Pencatatan ke Buku Besar

Buku besar memiliki peran penting dalam sistem pencatatan akuntansi, tim pendamping membuat buku besar untuk usaha mitra dengan tujuan agar mitra bisa mengelola keuangannya secara lebih tertib dan terstruktur. Setelah transaksi dicatat dalam jurnal umum, buku besar menjadi tempat pengelompokan akun-akun berdasarkan jenisnya, seperti kas, piutang, pendapatan, dan beban. Melalui buku besar, tim mitra dapat dengan mudah memantau saldo setiap akun serta mengetahui perkembangan posisi keuangan usahanya secara real time. Hal ini sangat membantu dalam proses penyusunan laporan keuangan, karena data dalam buku besar menjadi dasar utama dalam pembuatan neraca dan laporan laba rugi. Tim pendamping memberikan arahan selama pembuatan buku besar kepada tim mitra agar tim mitra bisa paham dan bisa membuat buku besar untuk transaksi bulab-bulan berikutnya. Hasilnya tim mitra bisa sedikit demi sedikit membuat buku besar dengan meneruskan pencatatan buku besar bulan Februari terlebih dahulu namun masih dalam pantauan tim pendamping, dna selama pekan kedua juga tim pendamping terus memberikan arahan dan berkomunikasi agar tim mitra benar-benar bisa membuat buku besar.

Memasuki pekan ketiga, setelah memastikan bahwa tim mitra bisa membuat pencatatan buku besar ke dalam Excel, tim pendamping melanjutkan pendampingan dengan membuat laporan keuangan terakhir yaitu laporan laba rugi bulan Februari.

Max Cleanic	
Laba Rugi	
Feb-25	
Keterangan	Jumlah
Pendapatan Usaha	
Deep Clean	Rp 1,260,000.00
Fast Deep Clean	Rp 100,000.00
Total Pendapatan	Rp 1,360,000.00
Beban Usaha	
Beban Sabun	Rp 35,000.00
Beban Sikat	Rp 20,000.00
Beban Listrik	Rp 50,000.00
Beban Plastik	Rp 30,000.00
Total Beban	Rp 135,000.00
Laba Bersih	Rp 1,225,000.00

Gambar 3. Pencatatan Laba Rugi

Pencatatan laporan laba rugi merupakan siklus akuntansi terakhir yang diberikan selama pendampingan Excel kepada tim mitra. Hal ini dilakukan karena pencatatan dan juga transaksi yang



ada di usaha Max Cleanic tidak lengkap untuk diteruskan dalam laporan neraca. Namun, laporan laba rugi ini memberikan manfaat untuk keberlanjutan usaha tim mitra, Laporan ini mencerminkan kinerja keuangan usaha dalam periode Februari sesuai dengan siklus akuntansi yang dibuat yaitu bulan Februari dengan menunjukkan secara jelas total pendapatan yang diperoleh serta beban atau biaya yang dikeluarkan. Melalui pencatatan laba rugi, tim mitra dapat mengetahui apakah usaha ini berada dalam kondisi untung atau rugi, serta mengidentifikasi komponen biaya yang paling banyak menyerap pendapatan. Informasi ini sangat penting sebagai dasar evaluasi dan pengambilan keputusan strategis, misalnya dalam menetapkan harga, mengendalikan biaya operasional, atau menentukan arah pengembangan usaha ke depan. Hasilnya, yang semula tim mitra tidak mengetahui dengan jelas berapa laba yang didapatkan setiap bulan, akhirnya mengetahui berapa laba yang mereka peroleh di setiap bulan nya. Pada pekan ketiga ini tim pendamping terus memastikan bahwa tim mitra bisa membuat siklus akuntansi seperti yang sudah tim pendamping edukasi kan yaitu jurnal umum, buku besar, dan laporan laba rugi. Meskipun belum bisa dan menguasai sepenuhnya, namun tim mitra berusaha untuk mempelajari dan tim pendamping juga selalu mengontrol tim mitra setiap minggu nya.

Melanjutkan pada pendampingan minggu keempat, setelah pendampingan laporan keuangan selesai namun tetap dikontrol setiap minggunya oleh tim pendamping, dilanjutkan dengan pendampingan mengenai marketing kepada tim mitra. Karena pada saat pertemuan awal masalah tim mitra menyebutkan bahwa dalam proses marketing atau pemasaran ini usaha tim mitra memiliki kendala dalam kekurangan SDM sehingga tim mitra dan tim pendamping sepakat untuk membuat satu poster dan setelah itu poster di share melalui media Instagram usaha tim mitra dan media sosial tim pendamping.



Gambar 4. Poster Marketing

Poster merupakan media yang tim pendamping dan tim mitra gunakan dengan tujuan untuk menghidupkan kembali media sosial Instagram usaha tim mitra. Manfaat poster ini bagi media sosial tim mitra adalah agar tim mitra kembali melakukan promosi baik secara online maupun offline. Hasilnya, media sosial usaha tim mitra kembali hidup dengan terus mengunggah poster ini dan berharap *engagement* Instagram tim mitra bisa naik setelah adanya poster ini, dan bisa menggaet



Open access article under the CC-BY-SA license.

Copy right © 2025, Nabila et al., 5014

costumer baru. Tim pendamping terus memantau perkembangan pemasaran dan tim mitra terus mengunggah poster ini di media sosial dengan dibantu tim pendamping di media sosial masing-masing.

Minggu terakhir pendampingan yaitu minggu kelima, tim pendamping masih melakukan pemantauan dan evaluasi kepada tim mitra. Tim pendamping menanyakan apakah tim mitra menemukan kendala saat mulai membuat laporan keuangan sendiri di excel dan selama proses marketing di Instagram berlangsung. Hasilnya tim mitra sudah mulai bisa membuat laporan keuangan di excel dan juga tidak ada masalah dalam proses pemasaran di Instagram. Selama proses evaluasi juga, tim pendamping masih memberikan arahan dan masukkan kepada tim mitra agar tim mitra bisa membuat laporan keuangan yang baik.

Berdasarkan hasil kegiatan pendampingan selama lima pekan mengenai penyusunan laporan keuangan dan marketing kepada UMKM yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa manfaat yang didapatkan oleh mitra sebagai berikut :

1. Pencatatan laporan keuangan usaha tim mitra lebih tertata. Dengan melakukan pencatatan keuangan di Excel, laporan keuangan tim mitra lebih tertata dan teratur yang memudahkan tim mitra dalam mengontrol pemasukan dan pengeluaran.
2. Mengetahui laba yang dihasilkan setiap bulan. Dengan membuat laporan laba rugi, tim mitra yang awalnya tidak mengetahui laba rugi usaha, kini mengetahui berapa laba yang dihasilkan selama satu bulan penjualan, hal ini juga memudahkan tim mitra untuk melihat kondisi keuangan usaha dan menjadi dasar dalam pengambilan keputusan.
3. Mempermudah tim mitra dalam melakukan kontrol keuangan. Dokumen laporan keuangan di Excel bisa dengan mudah di akses oleh tim mitra, oleh karena itu tim mitra bisa mengontrol keuangan usaha setiap waktu untuk melihat perkembangan usaha.
4. Dalam hal marketing, sosial media Instagram tim mitra kembali hidup. Setelah mendapatkan pendampingan, Instagram usaha tim mitra yang tadinya pasif kembali menjadi aktif dengan terus mempromosikan usaha tim mitra melalui poster yang dibuat di Instagram.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih saya ucapan kepada tim mitra UMKM Max Cleanic, tim pendamping, dan semua pihak yang telah berkontribusi dalam kegiatan ini. Berkat kerja sama yang baik, pendampingan selama lima minggu dapat berjalan lancar, menghasilkan pencatatan laporan keuangan yang lebih tertata menggunakan Excel serta mengaktifkan kembali media sosial sebagai sarana pemasaran usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, N. H. S., Salmawinata, I., Safira, M., Nurrizqa, R. R., Linuhung, T. S., & Mediawati, E. (2023). Pendampingan pelaporan keuangan melalui platform digital. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 9(1), 35-43
- Fitriani, Y., & Rahmawati, D. (2021). Analisis Manajemen Keuangan UMKM dan Permasalahannya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(1), 45–56.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). Data UMKM Indonesia 2023. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Muttaqien, F., Cahyaningati, R., Rizki, V. L., & Abrori, I. (2022). Pembukuan Sederhana Bagi UMKM. *Indonesia Berdaya*, 3(3), 671-680.
- Mediawati, E., Widaningsih, M., Muntashofi, B., Aminah, N. H. S., & Triyono, B. (2023). Pelatihan Entrepreneurship Era Digital Pada Pekerja Migran Indonesia Di Johor Bahru-Malaysia. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(5), 11191-11196.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Prasetyo, A., & Susanti, I. (2022). Strategi Digital Marketing untuk Peningkatan Daya Saing UMKM di Era Industri 4.0. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 9(2), 88–95.
- Rahma, D. D., Putri, R. F., & Hermawan, A. (2023). Pelatihan Strategi Manajemen untuk Perkembangan



Open access article under the CC-BY-SA license.

Copy right © 2025, Nabila et al., 5015

- Sari, R. N., & Wibowo, A. (2020). Pentingnya Digitalisasi Pencatatan Keuangan pada UMKM. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 8(2), 123–130.
- Silvera, D. L., Heriyani, N., & Suri, N. P. I. (2024). Peningkatan Literasi Keuangan Pada UMKM Lapis Angso Duo Jambi Melalui Pelatihan dan Pendampingan Pembukuan Sederhana Menggunakan Aplikasi UKM. *Deleted Journal*, 1(1), 24–30. <https://doi.org/10.62194/nz3rr717>
- Sudrartono, T., Nugroho, H., Irwanto, I., Agustini, I. G. A. A., Yudawisastra, H. G., Amaria, H., ... & Sudirman, A. (2022). Kewirausahaan UMKM Di Era Digital. CV Widina Bhakti Persada. Tersedia dari <https://repository.penerbitwidina.com/publications/515239/>
- Tanan, C. I. & Dhamayanti, D. (2020). Pendampingan UMKM dalam pengelolaan keuangan usaha guna peningkatan ekonomi masyarakat di Distrik Abepura Jayapura. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(2), 173–185.
- UMKM di Era Digital dengan Memanfaatkan Pemasaran di Media Sosial secara Hard Selling dan Soft Selling. *Bhinneka Tunggal Ika: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(02), 93-98.



Open access article under the CC-BY-SA license.

Copy right © 2025, Nabila et al., **5016**