



JURNAL ABDI INSANI

Volume 13, Nomor 2, Februari 2026

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



OPTIMALISASI MANAJEMEN KEUANGAN DAN *DIGITAL MARKETING* UMKM JAMUR TIRAM BERBASIS ASTACITA DESA URUTSEWU

*Optimization of Financial Management and Digital Marketing of Oyster Mushroom Smes
Based on Astacita Urutsewu Village*

**Arif Wahyu Wirawan^{1*}, Rediana Setiyani², Iva Sofi Gunawati², Muhammad Akbar
Hidayat², Radika Rizky Ramadhan²**

¹Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Universitas Negeri Semarang,

²Program Studi Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Semarang

Jalan Gambuyong II Blok F20 Kel. Pudakpayung, Kec. Banyumanik, Semarang, Jawa Tengah

*Alamat Korespondensi : arifwahyu@mail.unnes.ac.id

(Tanggal Submission: 20 November 2025, Tanggal Accepted : 26 Februari 2026)



Kata Kunci :

*Jamur Tiram,
Manajemen
Keuangan,
Digital
Marketing,
Astacita,
UMKM*

Abstrak :

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan manajemen keuangan dan strategi digital marketing pada UMKM Jamur Tiram di Desa Urutsewu melalui penerapan program Astacita. Kegiatan dilaksanakan selama Oktober hingga November dengan pendekatan pendampingan partisipatif yang melibatkan pelatihan, konsultasi, dan praktik langsung. Fokus utama kegiatan mencakup peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam pencatatan keuangan sederhana berbasis aplikasi digital serta pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan signifikan dalam literasi keuangan, efisiensi manajemen modal, dan kreativitas promosi digital. Pelaku UMKM mulai mampu membuat laporan keuangan dasar dan mengelola akun pemasaran daring secara mandiri. Dampak nyata terlihat dari meningkatnya penjualan dan kepercayaan konsumen terhadap produk jamur tiram lokal. Program Astacita terbukti efektif sebagai model pemberdayaan UMKM berbasis teknologi dan kolaborasi, serta mendukung pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs). Kegiatan ini diharapkan menjadi inspirasi replikasi di desa lain untuk mendorong kemandirian ekonomi berbasis potensi lokal.

Key word :

*Oyster
Mushrooms,
Financial
Management,*

Abstract :

This community service program aims to optimize financial management and digital marketing strategies for oyster mushroom MSMEs in Urutsewu Village through the implementation of the Astacita program. The program was conducted from October to November using a participatory mentoring



<i>Digital Marketing, Astacita, MSMEs</i>	approach involving training, consultation, and hands-on practice. The main focus of the program included improving the capabilities of MSMEs in simple financial recording based on digital applications and utilizing social media to expand market reach. The results of the community service program showed significant improvements in financial literacy, capital management efficiency, and digital promotional creativity. MSMEs began to be able to create basic financial reports and manage online marketing accounts independently. The tangible impact was seen in the increase in sales and consumer trust in local oyster mushroom products. The Astacita program has proven effective as a model for empowering MSMEs based on technology and collaboration, and supports the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs). This activity is expected to inspire replication in other villages to encourage economic independence based on local potential.
---	--

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

Wirawan, A. W., Setiyani, R., Gunawati, I. S., Hidayat, M. A., & Ramadhan, R. R. (2026). Optimalisasi Manajemen Keuangan dan *Digital Marketing* UMKM Jamur Tiram Berbasis Astacita Desa Urutsewu. *Jurnal Abdi Insani*, 13(2), 1259-1270. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v13i2.3593>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam menopang perekonomian nasional karena berkontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja dan distribusi pendapatan masyarakat. Namun, sebagian besar UMKM di pedesaan masih menghadapi kendala dalam manajemen keuangan dan pemasaran produk secara digital (Sulistyowati, 2017). Hal ini juga terjadi pada kelompok UMKM Jamur Tiram di Desa Urutsewu, Boyolali, yang memiliki potensi besar dari sisi produksi tetapi belum diimbangi dengan kemampuan manajemen keuangan yang baik dan strategi pemasaran digital yang optimal.

UMKM Jamur Tiram di Desa Urutsewu memiliki potensi ekonomi yang besar karena didukung oleh kondisi lingkungan yang mendukung budidaya jamur, ketersediaan bahan baku lokal, serta meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pangan sehat dan organik. Produk jamur tiram memiliki nilai jual yang baik dan permintaan pasar yang stabil, baik di tingkat lokal maupun regional. Namun, potensi tersebut belum diikuti dengan kemampuan manajerial dan pemasaran yang memadai. Sebagian besar pelaku UMKM masih mengelola usaha secara tradisional, dengan sistem pencatatan keuangan sederhana bahkan tanpa pembukuan yang teratur. Akibatnya, mereka kesulitan dalam memantau arus kas, menentukan harga pokok produksi, serta mengukur keuntungan usaha secara akurat (Nurgesang & Dzirkullah, 2022; Sagaf *et al.*, 2023).

Selain aspek keuangan, persoalan lain yang dihadapi UMKM jamur tiram adalah lemahnya strategi pemasaran. Promosi produk masih mengandalkan cara konvensional seperti penjualan langsung ke pasar atau melalui mulut ke mulut. Padahal, di era digital saat ini, pemanfaatan media sosial dan *platform e-commerce* merupakan kunci untuk memperluas jangkauan pasar dan membangun citra produk yang kompetitif (Lidyana, 2022; Rahim & Quraisyin, 2023). Minimnya literasi digital dan keterampilan promosi daring menyebabkan pelaku UMKM belum mampu memanfaatkan peluang pemasaran yang lebih luas melalui teknologi digital. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya daya saing dan keterbatasan peningkatan pendapatan pelaku usaha.

UMKM Kelurahan Urutsewu telah memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal, baik melalui penyerapan tenaga kerja maupun peningkatan pendapatan masyarakat. Boyolali sendiri tercatat memiliki lebih dari 900 UMKM pada tahun 2023, dan sektor pertanian, termasuk budidaya jamur, menjadi salah satu klaster unggulan yang diidentifikasi pemerintah daerah. Produksi

jamur tiram mencapai sekitar 200 kg per hari dengan harga stabil Rp10.000 per kg, dan produksi baglog sekitar 6.000 unit per bulan dengan harga Rp2.000 per baglog. Potensi ini menjanjikan kontribusi nyata bagi perekonomian lokal.

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, Tim Pengabdian Universitas Negeri Semarang melakukan kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan tujuan utama untuk menguatkan kapasitas pelaku UMKM jamur tiram di Kelurahan Urutsewu dalam aspek manajemen keuangan dan strategi pemasaran guna meningkatkan daya saing dan profitabilitas usaha. Manajemen keuangan yang lebih baik diharapkan dapat membantu pelaku usaha dalam menyusun laporan keuangan yang terstruktur, mengelola arus kas secara efektif, dan memisahkan keuangan pribadi dan usaha sehingga pengambilan keputusan bisnis menjadi lebih terarah dan berkelanjutan (Handayani *et al.*, 2020; Setiadi *et al.*, 2019). Di sisi lain, optimalisasi strategi pemasaran akan difokuskan pada pelatihan pemanfaatan platform digital dan penguatan jaringan distribusi. Dengan memanfaatkan media sosial dan *platform e-commerce*, pelaku usaha diharapkan mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan nilai jual produk jamur tiram. Peningkatan kapasitas ini diharapkan dapat mendorong pertumbuhan usaha yang lebih stabil dan berkelanjutan, sekaligus memperkuat kontribusi sektor agribisnis terhadap perekonomian lokal di Kelurahan Urutsewu.

Kegiatan ini mendukung *Sustainable Development Goals* (SDGs) 8 (Pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi) dengan membuka peluang kerja dan meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha, SDGs 9 (Industri, inovasi, dan infrastruktur) melalui penerapan strategi pemasaran inovatif, dan SDGs 12 (Konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab) dengan manajemen usaha yang efisien dan ramah lingkungan. Program ini selaras dengan IKU 3 (Mahasiswa mendapat pengalaman di luar kampus) dan IKU 5 (Hasil kerja dosen digunakan oleh masyarakat), mendukung Astacita dalam penguatan sektor agribisnis, serta sejalan dengan Rencana Induk Riset Nasional (RIRN) dalam pengembangan teknologi dan inovasi di sektor pertanian dan agribisnis. Program ini diharapkan menjadi model pemberdayaan ekonomi yang dapat direplikasi di wilayah lain.

Program pendampingan bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi digital untuk pemasaran. Pendampingan dalam digital marketing akan mengajarkan UMKM jamur tiram untuk memanfaatkan media sosial, marketplace, dan website sebagai sarana untuk memperkenalkan produk mereka kepada pasar yang lebih luas. Dengan demikian, diharapkan produk jamur tiram dapat lebih mudah ditemukan oleh konsumen yang berada di luar pasar tradisional. Pendampingan ini juga mencakup strategi *branding* yang akan membantu UMKM untuk membedakan produk mereka dengan pesaing lainnya. Dengan memanfaatkan strategi digital marketing yang tepat, UMKM jamur tiram dapat menciptakan citra yang kuat dan menarik bagi konsumen, sehingga meningkatkan daya tarik dan permintaan terhadap produk mereka. Program Astacita diharapkan dapat memperkenalkan UMKM jamur tiram pada berbagai teknik pemasaran *digital* yang dapat meningkatkan penjualan dan mengembangkan pasar.

Secara keseluruhan, melalui Program Astacita pemerintah, diharapkan UMKM jamur tiram tidak hanya mampu memperbaiki manajemen keuangan mereka, tetapi juga dapat memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing mereka. Pendampingan yang dilakukan diharapkan memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas UMKM, sehingga mereka dapat bertahan dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif dan dinamis.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan pada bulan Oktober hingga November 2025 di Desa Urutsewu, Kecamatan Ampel, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah. Desa Urutsewu dipilih karena merupakan salah satu sentra produksi jamur tiram dengan pelaku UMKM yang aktif, namun masih menghadapi kendala dalam manajemen keuangan dan strategi pemasaran digital. Kegiatan dilakukan melalui serangkaian pelatihan, pendampingan, dan evaluasi lapangan yang terencana dan terukur. Sasaran utama kegiatan ini adalah 25 pelaku UMKM jamur tiram yang tergabung dalam

kelompok tani dan wirausaha pengolahan hasil jamur di Desa Urutsewu. Kriteria peserta ditentukan berdasarkan tingkat aktivitas produksi, komitmen untuk mengembangkan usaha, serta kesiapan beradaptasi dengan teknologi digital.



Gambar 1. Alur Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahapan utama sebagai berikut:

1. Analisis Kebutuhan (*Needs Assessment*)

Survei awal dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi aktual UMKM, termasuk kemampuan manajemen keuangan, cara promosi, serta tantangan yang dihadapi dalam penggunaan teknologi digital. Hasil analisis digunakan untuk menyusun materi dan metode pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan peserta.

2. Pelatihan Manajemen Keuangan Digital

Peserta diberikan pelatihan mengenai pencatatan keuangan sederhana berbasis digital menggunakan aplikasi seperti BukuWarung dan Catatan Keuangan Harian. Materi difokuskan pada pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pencatatan arus kas, serta penyusunan laporan laba rugi sebagai dasar perencanaan pengembangan usaha.

3. Pelatihan Digital Marketing

Peserta dibekali keterampilan dasar dalam promosi daring melalui pelatihan pembuatan konten digital. Materi mencakup teknik pengambilan foto dan video produk, pembuatan desain promosi, penulisan caption yang menarik, serta manajemen akun bisnis di platform seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Shopee Marketplace*.

4. Pendampingan dan Evaluasi

Tahap pendampingan dan evaluasi, yang berfungsi memastikan bahwa pengetahuan dan keterampilan yang telah diberikan benar-benar diterapkan dalam aktivitas usaha sehari-hari. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan klinik konsultasi individu atau kelompok, memantau penggunaan buku kas dan laporan keuangan, serta mengamati konsistensi pengelolaan akun media sosial. Evaluasi dilakukan melalui observasi, wawancara, dan *posttest* untuk mengukur peningkatan pemahaman dan perubahan perilaku mitra. Umpan balik diberikan secara berkala agar mitra dapat melakukan perbaikan berkelanjutan terhadap praktik pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran digital.

5. Keberlanjutan Program

Tahap terakhir adalah perumusan keberlanjutan program, yang bertujuan memastikan dampak pengabdian tidak berhenti pada akhir kegiatan formal. Pada tahap ini, tim pengabdian menyerahkan modul, format pembukuan, dan panduan digital marketing kepada mitra dan Pemerintah Desa,

serta memfasilitasi penyusunan rencana tindak lanjut yang terintegrasi dengan Program Astacita. Penguatan kelompok UMKM jamur tiram sebagai forum belajar bersama juga didorong agar terjadi saling berbagi pengalaman dan pengetahuan. Dengan demikian, program pengabdian diharapkan menjadi embrio bagi terbentuknya ekosistem pendampingan yang berkelanjutan dan dapat direplikasi untuk komoditas atau UMKM lain di Desa Urutsewu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Urutsewu, Kabupaten Boyolali, yang dikenal sebagai salah satu desa penghasil jamur tiram dengan potensi ekonomi yang cukup besar. Namun, potensi tersebut belum dikelola secara optimal karena masih rendahnya kemampuan pelaku UMKM dalam manajemen keuangan dan pemasaran digital. Sebelum kegiatan dimulai, tim melakukan survei awal dan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan para pelaku UMKM Jamur Tiram. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang baik dan belum memahami strategi pemasaran berbasis digital. Kegiatan dilaksanakan melalui lima tahapan utama, yaitu:

1. Analisis Kebutuhan (*Needs Assessment*)

Tahap pertama bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi awal, kebutuhan, serta potensi dan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM jamur tiram di Desa Urutsewu. Tim pengabdian melakukan observasi lapangan, wawancara mendalam, serta diskusi kelompok terarah (*Focus Group Discussion/FGD*) yang melibatkan 25 pelaku UMKM Jamur Tiram.

Hasil analisis menunjukkan beberapa permasalahan utama: (1) belum adanya sistem pencatatan keuangan yang terstruktur; (2) pencampuran antara keuangan pribadi dan usaha; (3) minimnya pemahaman tentang manajemen keuangan berbasis digital; dan (4) pemasaran masih konvensional dengan jangkauan terbatas. Dari hasil ini, tim menyusun rancangan kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan mitra dengan dua fokus utama, yaitu penguatan manajemen keuangan dan transformasi *digital marketing*.

2. Tahap Pelatihan Manajemen Keuangan Digital

Tahap kedua adalah pelatihan manajemen keuangan digital, yang dilaksanakan di salah satu tempat rumah peserta UMKM Jamur Tiram Desa Urutsewu dengan melibatkan seluruh peserta UMKM jamur tiram. Tujuan tahap ini adalah untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mencatat, mengelola, dan menganalisis keuangan usaha secara sistematis dengan memanfaatkan teknologi sederhana.

Kegiatan dimulai dengan pengenalan konsep dasar manajemen keuangan, seperti pencatatan transaksi, manajemen arus kas, perhitungan laba rugi, dan pemisahan keuangan pribadi dengan keuangan usaha. Selanjutnya, peserta dilatih menggunakan aplikasi spreadsheet digital seperti *Google Sheets* atau *Microsoft Excel* untuk mencatat transaksi harian dan membuat laporan keuangan sederhana. Tim pengabdian juga memberikan template keuangan yang disesuaikan dengan karakteristik usaha jamur tiram, mencakup kolom pemasukan dari penjualan, pengeluaran bahan baku, serta biaya operasional. Para peserta mempraktikkan langsung cara mengisi template tersebut di laptop dan smartphone mereka.



Gambar 3. Pelatihan Manajemen Keuangan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara selama kegiatan, pelatihan ini terbukti berhasil meningkatkan literasi keuangan para pelaku UMKM jamur tiram di Desa Urutsewu. Sebagian besar peserta yang sebelumnya belum pernah melakukan pencatatan keuangan secara sistematis mulai menyadari pentingnya manajemen keuangan yang terencana dan terdokumentasi dengan baik. Peserta menunjukkan kemampuan baru dalam mencatat transaksi penjualan harian, mengelompokkan pengeluaran berdasarkan jenis biaya, serta menghitung harga pokok produksi (HPP) secara lebih akurat. Selain itu, pemahaman peserta terhadap konsep pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha juga meningkat. Hal ini terlihat dari adanya perubahan kebiasaan dalam manajemen kas, di mana sebagian peserta mulai membuka rekening terpisah untuk keperluan usaha. Penerapan pencatatan digital melalui aplikasi sederhana seperti Google Sheets atau Excel membantu mereka memantau arus kas, laba rugi, dan stok bahan baku secara real time.

3. Tahap Workshop *Digital Marketing*

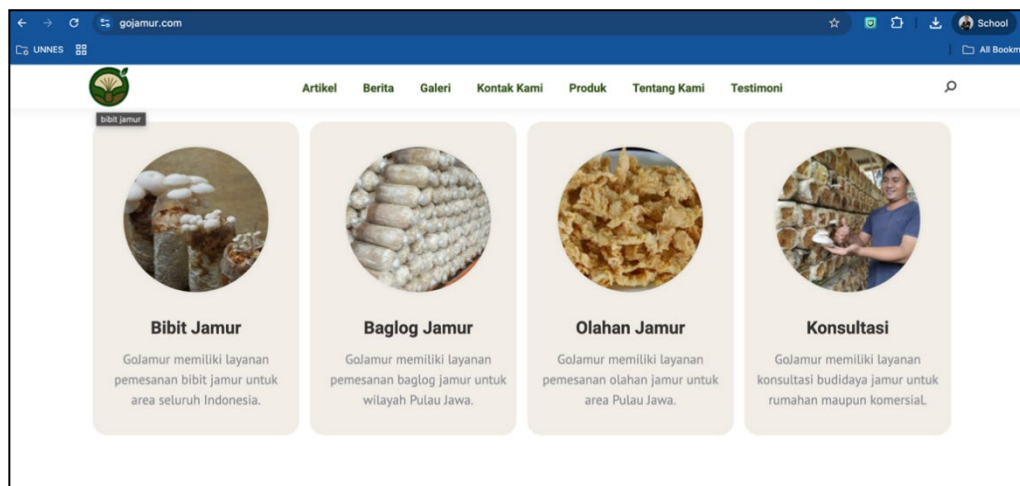
Tahap ketiga merupakan workshop digital marketing yang berfokus pada peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam mempromosikan produk secara online. Workshop ini dilaksanakan selama dua hari dengan pendekatan praktik langsung (*hands-on training*) agar peserta dapat langsung mengimplementasikan materi yang dipelajari. Kegiatan ini bertujuan untuk menjawab permasalahan utama pelaku UMKM di Desa Urutsewu yang masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan belum memanfaatkan potensi media digital secara optimal.



Gambar 4. Pendampingan Manajemen Website www.Gojamur.com dan *Digital Marketing*

Materi yang diberikan meliputi pemahaman dasar tentang konsep digital marketing dan perilaku konsumen digital, strategi membangun brand image dan identitas produk, serta teknik

pembuatan konten promosi yang menarik seperti foto, video, dan caption yang persuasif. Selain itu, peserta juga dilatih dalam penggunaan media sosial bisnis seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *TikTok*, serta optimalisasi toko daring di *Shopee* dan *Tokopedia*. Melalui kegiatan ini, peserta difasilitasi untuk membuat akun media sosial bisnis, mendesain logo dan banner menggunakan aplikasi *Canva*, dan mengunggah konten promosi produk jamur tiram secara mandiri.



Gambar 5. Tampilan Website www.GoJamur.com

Dari hasil observasi dan wawancara, workshop ini memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kemampuan peserta dalam mengenali strategi promosi digital yang efektif. Sebagian besar peserta menunjukkan antusiasme tinggi dalam membuat konten dan mempelajari cara menjangkau *audiens* yang lebih luas melalui fitur iklan berbayar. Peserta juga mulai memahami pentingnya interaksi digital atau engagement strategy untuk membangun loyalitas pelanggan.

4. Tahap Pendampingan dan Evaluasi

Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah memiliki dan mengoperasikan akun digital khusus usaha secara lebih terarah setelah pelatihan. Peserta mulai memisahkan komunikasi pribadi dan komunikasi bisnis, memanfaatkan katalog untuk menampilkan varian produk jamur, dan secara berkala mengunggah konten promosi. Secara kualitatif, peserta melaporkan adanya peningkatan interaksi dengan pelanggan melalui pesan dan tanggapan pada unggahan, serta mulai muncul pelanggan baru yang mengetahui usaha mereka melalui kanal digital. Hal ini mengindikasikan bahwa digital marketing dapat menjadi pelengkap strategis bagi pola penjualan konvensional yang sudah lebih dahulu berjalan.

Tabel 1. Hasil Pretest dan Posttest Peserta UMKM Jamur Tiram Desa Urutsewu

No	Aspek	Nilai Rata-Rata		TCR (%)		Kategori	
		Pretest	Posttest	Pretest	Posttest	Pretest	Posttest
A. Manajemen Keuangan							
1	Pemahaman konsep keuangan	2,6	4,2	52	84	Cukup Baik	Baik Sekali
2	Pencatatan transaksi keuangan	1,9	3,3	38	66	Kurang Baik	Baik
3	Pemisahan keuangan pribadi usaha	1,8	3,7	36	74	Kurang Baik	Baik
4	Analisis hasil usaha	2,5	4,2	50	84	Cukup Baik	Baik Sekali

No	Aspek	Nilai Rata-Rata		TCR (%)		Kategori	
		Pretest	Posttest	Pretest	Posttest	Pretest	Posttest
B. Digital Marketing							
5	Pengetahuan dasar pemasaran digital	2,4	4	48	80	Cukup Baik	Baik Sekali
6	Keterampilan promosi digital	2,5	4,2	50	84	Cukup Baik	Baik Sekali
7	Strategi branding digital	1,8	3,5	36	70	Kurang Baik	Baik
8	Penggunaan platform digital	1,5	3,4	30	68	Kurang Baik	Baik
C. Sikap dan Motivasi Wirausaha							
9	Sikap terhadap perubahan digital	2,7	4	54	80	Cukup Baik	Baik Sekali
10	Komitmen inovasi usaha	2,4	3,5	48	70	Cukup Baik	Baik
11	Konsistensi manajemen usaha	2,7	4	54	80	Cukup Baik	Baik Sekali
D. Dampak Terhadap Usaha							
12	Perubahan omzet / pelanggan	2,8	4,4	56	88	Cukup Baik	Baik Sekali
13	Implementasi digitalisasi	2,7	4,3	54	86	Cukup Baik	Baik Sekali

Berdasarkan hasil TCR, program pengabdian kepada UMKM Jamur Tiram Desa Urutsewu menunjukkan peningkatan kemampuan yang sangat nyata pada hampir seluruh aspek yang diukur. Secara umum, seluruh indikator yang pada awalnya berada pada kategori “Kurang Baik” dan “Cukup Baik” mengalami peningkatan menjadi “Baik” hingga “Baik Sekali” setelah pendampingan. Hal ini tampak jelas dari kenaikan nilai rata-rata dan persentase TCR pada setiap aspek, yang mencerminkan perbaikan pengetahuan, keterampilan, sikap, dan dampak langsung terhadap usaha mitra.

Pada aspek Manajemen Keuangan, seluruh indikator mengalami lonjakan yang signifikan. Pemahaman konsep keuangan meningkat dari nilai rata-rata 2,6 (TCR 52%, kategori “Cukup Baik”) menjadi 4,2 (TCR 84%, kategori “Baik Sekali”), menunjukkan bahwa peserta semakin mampu memahami dasar-dasar pengelolaan keuangan usaha. Pencatatan transaksi keuangan dan pemisahan keuangan pribadi-usaha yang semula berada pada kategori “Kurang Baik” (TCR 38% dan 36%) naik menjadi kategori “Baik” dengan TCR masing-masing 66% dan 74%. Ini menandakan bahwa kebiasaan administrasi keuangan yang semula lemah mulai terbentuk lebih tertib dan terstruktur. Sementara itu, kemampuan analisis hasil usaha juga menguat dari TCR 50% menjadi 84%, mengindikasikan bahwa pelaku UMKM mulai mampu membaca keuntungan dan kinerja usahanya dengan lebih baik.

Pada aspek *Digital Marketing*, peningkatan juga tampak sangat menonjol. Pengetahuan dasar pemasaran digital dan keterampilan promosi digital yang semula berada pada kategori “Cukup Baik” (TCR 48% dan 50%) naik menjadi “Baik Sekali” dengan TCR masing-masing 80% dan 84%. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai memahami pentingnya pemanfaatan kanal

digital dan lebih percaya diri dalam melakukan promosi secara daring. Indikator strategi branding digital dan penggunaan platform digital yang semula “Kurang Baik” (TCR 36% dan 30%) telah meningkat ke kategori “Baik” (TCR 70% dan 68%), yang berarti peserta tidak hanya mengenal platform digital seperti website dan media sosial, tetapi juga mulai mampu menggunakannya secara lebih terarah untuk membangun citra usaha dan menjangkau konsumen.

Pada aspek Sikap dan Motivasi Wirausaha, perubahan juga cukup kuat. Sikap terhadap perubahan digital yang sebelumnya berada pada kategori “Cukup Baik” (TCR 54%) meningkat menjadi “Baik Sekali” (TCR 80%), menunjukkan penerimaan yang lebih positif terhadap transformasi digital dalam pengelolaan usaha. Komitmen inovasi usaha yang naik dari TCR 48% (Cukup Baik) menjadi 70% (Baik) memperlihatkan bahwa peserta semakin terdorong untuk mencoba cara-cara baru dalam produksi, pemasaran, maupun pelayanan. Konsistensi manajemen usaha pun mengalami peningkatan dari TCR 54% menjadi 80% dengan kategori “Baik Sekali”, menandakan bahwa peserta mulai menjaga kesinambungan praktik manajerial yang telah dipelajari selama pendampingan.

Pada aspek Dampak Terhadap Usaha, hasilnya juga sangat menggembirakan. Indikator perubahan omzet/pelanggan mengalami peningkatan dari nilai rata-rata 2,8 (TCR 56%, “Cukup Baik”) menjadi 4,4 (TCR 88%, “Baik Sekali”), yang menunjukkan adanya indikasi peningkatan kinerja usaha baik dari sisi penjualan maupun jumlah pelanggan setelah penerapan manajemen keuangan dan digital marketing. Implementasi digitalisasi dalam usaha yang semula berada pada TCR 54% (Cukup Baik) naik menjadi 86% (Baik Sekali), yang berarti digitalisasi tidak lagi sekadar wacana, tetapi sudah mulai diterapkan secara nyata dalam aktivitas usaha mitra, misalnya melalui pencatatan berbasis aplikasi dan pemanfaatan website atau media sosial. Secara keseluruhan, data TCR ini memperlihatkan bahwa program pengabdian berhasil meningkatkan kapasitas pengetahuan, keterampilan, dan sikap pelaku UMKM sekaligus memberikan dampak praktis yang terukur terhadap perkembangan usaha jamur tiram di Desa Urutsewu.

5. Tahap Keberlanjutan Program

Hasil pelaksanaan kegiatan pendampingan mengindikasikan bahwa pendekatan integratif antara penguatan manajemen keuangan dan digital marketing, yang dibingkai dalam kerangka Program Astacita, efektif dalam mendorong peningkatan kapasitas UMKM jamur tiram. Program tidak hanya memberikan dampak pada level individu pelaku usaha, tetapi juga berpotensi memperkuat ekosistem ekonomi desa melalui praktik usaha yang lebih tertib, transparan, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Capaian ini menjadi dasar argumentasi bahwa model intervensi serupa dapat direplikasi pada komoditas dan wilayah lain dengan penyesuaian konteks, serta dapat dikembangkan lebih lanjut dalam bentuk kolaborasi jangka panjang antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan komunitas UMKM.



Gambar 6. Tahap Keberlanjutan Program Pengabdian Kepada Masyarakat

Tahapan keberlanjutan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) pada prinsipnya dimulai dari proses handover dan internalisasi program kepada mitra. Pada tahap ini, seluruh perangkat yang telah dikembangkan baik berupa modul, instrumen, aplikasi, maupun media digital diserahkan secara resmi kepada mitra disertai penjelasan ulang mengenai tujuan, manfaat, dan cara penggunaannya. Tahap berikutnya adalah pendampingan lanjutan dan monitoring pasca-program. Pada fase ini, tim pengabdian tidak lagi hadir secara intensif seperti pada masa pelaksanaan utama, tetapi tetap menyediakan ruang konsultasi berkala, baik secara luring maupun daring (misalnya melalui grup *WhatsApp*, pertemuan bulanan, atau coaching jarak jauh). *Monitoring* difokuskan pada pemantauan konsistensi penerapan materi yang telah diberikan, seperti keberlanjutan pencatatan keuangan, pemanfaatan aplikasi, atau konsistensi penggunaan kanal digital untuk promosi.

Penguatan kelembagaan dan jejaring kemitraan keberlanjutan program PKM akan lebih terjamin apabila praktik baik yang sudah berjalan dilembagakan dalam bentuk aturan internal, struktur organisasi sederhana, atau pembagian tugas yang jelas di antara anggota mitra UMKM Jamur Tiram Desa Urutsewu. Selain itu, tim pengabdian dapat menjembatani mitra dengan pemangku kepentingan lain, seperti pemerintah desa, dinas terkait, lembaga keuangan, komunitas UMKM, maupun perguruan tinggi lain untuk membuka akses dukungan lanjutan. Melalui penguatan jejaring ini, mitra tidak hanya bergantung pada satu program PKM, tetapi memiliki peluang untuk mengembangkan usaha dan kapasitasnya melalui berbagai sumber daya eksternal yang lebih luas dan berkelanjutan.

Hasil pendampingan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta mengelola keuangan, tercermin dari kenaikan skor rata-rata *posttest*. Perubahan ini mengindikasikan pemahaman yang lebih baik atas pemisahan keuangan pribadi usaha, pencatatan transaksi harian, dan penyusunan arus kas serta laba rugi sederhana (Dewi, 2023; Siregar *et al.*, 2025). Konsistensi pencatatan pasca pelatihan memperkuat akuntabilitas dan kedisiplinan finansial UMKM, selaras dengan temuan bahwa literasi keuangan berkontribusi pada ketahanan dan keberlanjutan usaha kecil (Molosiwa & Holland, 2025).

Aspek *digital marketing* mencatatkan peningkatan yang signifikan menunjukkan pergeseran dari pemasaran konvensional ke pemanfaatan *platform* digital untuk promosi dan penjualan (Sari *et al.*, 2022; Sharabati *et al.*, 2024). Pelatihan konten foto, video, dan konsistensi identitas merek mendorong peningkatan visibilitas dan jangkauan pasar (Gao *et al.*, 2023). Kesiapan transformasi digital terbukti menjadi faktor penentu akselerasi kinerja UMKM di Indonesia. Integrasi praktik pemasaran berbasis teknologi memperluas kanal akuisisi pelanggan dan mempercepat konversi penjualan produk lokal. Dampak ini memperlihatkan bahwa pembelajaran berbasis praktik langsung efektif meningkatkan kapabilitas pemasaran dan daya saing UMKM desa di ranah digital (Anatan & Nur, 2023).

Literasi keuangan yang lebih baik berkorelasi dengan peningkatan motivasi serta kualitas pengambilan keputusan usaha kecil. Integrasi literasi keuangan dan adopsi digital memperkuat komitmen peserta untuk berinovasi dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan (Affandi *et al.*, 2024). Peningkatan kemampuan memanfaatkan platform digital juga menumbuhkan pola pikir proaktif dalam merespons dinamika pasar. Perubahan *mindset* ini diperkuat oleh model pendampingan berbasis praktik yang mendorong profesionalisme dan disiplin kerja harian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program Optimalisasi Manajemen Keuangan dan *Digital Marketing* UMKM Jamur Tiram Berbasis Astacita di Desa Urutsewu telah memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas dan kemandirian pelaku usaha. Dari sisi manajemen keuangan, para peserta menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam melakukan pencatatan keuangan sederhana, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta memahami konsep arus kas dan laba rugi. Kemampuan ini menumbuhkan kesadaran akan pentingnya akuntabilitas serta manajemen modal yang efisien sebagai

fondasi pengembangan usaha. Pada aspek *digital marketing*, peserta mampu memanfaatkan media sosial secara lebih efektif untuk promosi produk, membuat konten yang menarik, serta membangun identitas merek secara konsisten. Hal ini berdampak pada peningkatan jangkauan pasar dan penjualan jamur tiram, sekaligus membuka peluang kolaborasi antarpelaku UMKM melalui *platform* digital. Integrasi antara literasi keuangan dan transformasi digital terbukti mampu memperkuat daya saing UMKM desa serta membentuk pola pikir wirausaha yang adaptif, kreatif, dan berorientasi pada keberlanjutan.

Untuk menjaga keberlanjutan hasil pendampingan, diperlukan pendampingan lanjutan dan sistem monitoring terhadap praktik keuangan serta promosi digital yang telah diterapkan. Pemerintah desa bersama perguruan tinggi dapat membentuk komunitas digital UMKM Jamur Tiram sebagai wadah berbagi pengalaman, pelatihan berkelanjutan, dan promosi terpadu. Dukungan pemerintah daerah dan lembaga keuangan mikro juga penting untuk memperluas akses pembiayaan, pelatihan kewirausahaan, dan penguatan infrastruktur digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan Terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DPP) Kemdiktisaintek Tahun 2025 atas pendanaan pengabdian melalui Skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) dengan Kontrak Nomor: 15.11.9/UN37/PPK.11/2025. Terima kasih disampaikan juga kepada LPPM Universitas Negeri Semarang yang telah membantu kelancaran kegiatan pengabdian, UMKM Jamur Tiram Desa Urutsewu Boyolali yang telah menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, Y., Ridhwan, M. M., Trinugroho, I., & Hermawan Adiwibowo, D. (2024). Digital Adoption, Business Performance, and Financial Literacy in Ultra-micro, Micro, and Small Enterprises in Indonesia. *Research in International Business and Finance*, 70, 102376. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2024.102376>
- Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia. *Economies*, 11(6), 156. <https://doi.org/10.3390/economies11060156>
- Dewi, N. Y. S. (2023). Manajemen Keuangan dan Pemasaran UMKM Dalam Perspektif Islam Sebagai Upaya Menekan Angka Kemiskinan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2504. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9002>
- Gao, J., Siddik, A. B., Khawar Abbas, S., Hamayun, M., Masukujjaman, M., & Alam, S. S. (2023). Impact of E-Commerce and Digital Marketing Adoption on the Financial and Sustainability Performance of MSMEs during the COVID-19 Pandemic: An Empirical Study. *Sustainability*, 15(2), 1594. <https://doi.org/10.3390/su15021594>
- Handayani, T. D., Harni, M., Violalita, F., & Tazar, N. (2020). Diversifikasi Pengolahan Jamur Tiram Pada Kelompok Tani Saraso, Kenagarian Batu Balang, Kecamatan Harau, Kabupaten Lima Puluh Kota. *Warta Pengabdian Andalas*, 27(4), 263–269. <https://doi.org/10.25077/jwa.27.4.263-269.2020>
- Lidyana, N. (2022). Strategi Pemasaran Jamur Tiram di Kabupaten Probolinggo. *Akuntabilitas Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 14(2), 10–20. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v14i2.1806>
- Molosiwa, T., & Holland, J. (2025). The Impact of Financial Literacy on the Performance of Small and Medium-sized Enterprises (SMEs): A Review of Literature. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 14(3), 320–332. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v14i3.4157>
- Nurgesang, F. A., & Dzikrullah, A. A. (2022). Program Pemberdayaan Budidaya Jamur Tiram di Desa Tamanwinangun Kabupaten Kebumen. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(4), 47–53. <https://doi.org/10.54099/jpma.v1i4.364>

- Rahim, A., & Quraisyin, Muh. I. (2023). Analisis Kelayakan Dan Peluang Usaha Jamur Tiram Frozen di Kota Parepare (Studi Kasus Sahabat Jamur). *Agrovital Jurnal Ilmu Pertanian*, 8(2), 209. <https://doi.org/10.35329/agrovital.v8i2.4739>
- Sagaf, M., Setiyowati, D., Kusumodestoni, R. H., & Hidayat, S. (2023). Pendampingan UMKM Jamur Tiram Crispy ‘Roompy’ Dalam Upaya Peningkatan Penjualan. *Resona Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 54. <https://doi.org/10.35906/resona.v7i1.1318>
- Sari, A. E., Abdallah, Z., Siswadhi, F., Maryanto, M., & Haryono, G. (2022). Improving Financial and Marketing Management Based Digital Application on SMEs Batik Tulis Incung Kerinci. *International Journal of Engagement and Empowerment (Ije2)*, 2(3), 233–245. <https://doi.org/10.53067/ije2.v2i3.75>
- Setiadi, H., Saptono, R., & Widyo, P. (2019). Implementasi Free Open Source E-Commerce (Fose) Untuk Mendukung Pemasaran Digital Pada UMKM Jamur Tiram. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 2, 83–88. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v2i0.469>
- Sharabati, A.-A. A., Ali, A. A. A., Allahham, M. I., Hussein, A. A., Alheet, A. F., & Mohammad, A. S. (2024). The Impact of Digital Marketing on the Performance of SMEs: An Analytical Study in Light of Modern Digital Transformations. *Sustainability*, 16(19), 8667. <https://doi.org/10.3390/su16198667>
- Siregar, M. A. P., Kayo, A. S., Amalia, D., Gusmiarni, G., Ibrahim, I. M., Budiman, M., Barus, Y. P., Haryanto, P., Wati, N. R., & Kartika, D. A. (2025). Financial Bookkeeping Training for MSMEs in South Cipinang Besar Flats, East Jakarta. *Journal of Community Service and Empowerment*, 6(2), 80–88. <https://doi.org/10.22219/jcse.v6i2.35790>
- Sulistyowati, Y. (2017). Pencatatan Pelaporan Keuangan UMKM (Study Kasus di Kota Malang). *Referensi Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 5(2), 49. <https://doi.org/10.33366/ref.v5i2.831>