KRIDA CENDEKIA
VOL 3 NO 4 APRIL – JULI 2025 **E-ISSN2797006X**

INTEGRASI KEUANGAN DAN DATA PEMASARAN DIGITAL GUNA EFISIENSI UMKM DESA SUMBUNG

Amy Wulandari[1], Rosita[2], Heri Susanto[3], Ida Ayu Kade Rachmawati Kusasih[4] , Lintang Kurniawati[5], Nur Asih Triatmaja[6], Hari Purwanto[7]

[1)]Universitas Boyolali,[2)]Universitas Islam Indonesia, [3)]Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, [4)]STP Sahid Surakarta, [5)]Universitas Muhammadiyah Surakarta,[6)]Universitas Boyolali, [7)]Universitas Boyolali
Email : amywulandari19@gmail.com

ABSTRACT

This study describes an MSMEs assistance program implemented in Sumbung Village, focusing on enhancing digital capabilities through spreadsheet based financial system training and social media marketing strategies. A mixed-methods approach was employed, combining qualitative and quantitative analyses conducted over a defined period to evaluate the program's impact on participating MSMEs. The results indicate significant improvements in financial management efficiency and digital marketing reach. The adoption of digital financial record keeping notably reduced administrative workload and improved reporting accuracy. In terms of marketing, creative content training effectively expanded audience reach and contributed to increased sales growth. Statistical analyses confirmed significant differences in all performance indicators before and after the intervention. Challenges faced during implementation included limited digital infrastructure and varying levels of technological readiness among participants. These findings highlight the importance of continuous mentoring and context specific approaches that consider the unique characteristics of rural MSMEs. This program serves as a relevant model for developing technology driven MSMEs empowerment policies in similar contexts. Recommendations include strengthening the supporting ecosystem and fostering peer learning communities for local business owners
Keywords: *Rural MSMEs, Digitalization, Financial Management, Revenue, Marketing*

ABSTRAK

Pengabdian ini menggambarkan program pendampingan UMKM di Desa Sumbung dengan fokus pada peningkatan kapasitas digital melalui pelatihan sistem keuangan berbasis *spreadsheet* dan strategi pemasaran melalui media sosial. Pendekatan *mixed-methods* digunakan dengan mengintegrasikan analisis kualitatif dan kuantitatif dalam periode tertentu untuk mengevaluasi dampak intervensi pada UMKM. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada efisiensi pengelolaan keuangan dan jangkauan pemasaran digital dari UMKM. Penerapan pencatatan keuangan digital terbukti mampu mengurangi beban administrasi sekaligus meningkatkan akurasi pelaporan. Dalam aspek pemasaran, pelatihan konten kreatif berhasil memperluas jangkauan audiens dan mendorong pertumbuhan penjualan. Analisis statistik mengonfirmasi adanya perbedaan signifikan pada seluruh indikator kinerja sebelum dan sesudah program. Tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan infrastruktur digital dan tingkat adopsi teknologi yang beragam di kalangan UMKM. Temuan ini menekankan pentingnya pendampingan berkelanjutan serta pendekatan

yang disesuaikan dengan karakteristik UMKM pedesaan. Program ini dapat menjadi model yang relevan dalam merumuskan kebijakan pemberdayaan UMKM berbasis teknologi di wilayah serupa. Rekomendasi mencakup penguatan ekosistem pendukung dan pembentukan komunitas belajar bagi para pelaku usaha.
Kata Kunci : UMKM Desa, Digitalisasi, Manajemen Keuangan, Pendapatan, Pemasaran

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Desa Sumbung memegang peranan vital sebagai tulang punggung perekonomian lokal. Namun, mereka masih menghadapi berbagai kendala klasik, seperti manajemen keuangan yang masih dilakukan secara manual dan strategi pemasaran yang terbatas pada metode konvensional (Kemenkop UKM, 2021). Studi terbaru menunjukkan bahwa sekitar 60% UMKM di daerah pedesaan gagal berkembang akibat ketidakefisienan dalam pencatatan keuangan serta kurangnya strategi pemasaran berbasis data (Luh, Nita, and Rachman 2025). Padahal, di era transformasi digital saat ini, peluang untuk mengoptimalkan operasional bisnis melalui teknologi semakin terbuka lebar. Implementasi sistem akuntansi digital yang terintegrasi dengan analisis data pemasaran telah terbukti meningkatkan efisiensi dan daya saing UMKM, khususnya yang berbasis *e-commerce* (Susanto et al. 2021). Oleh karena itu, pengadian ini bertujuan untuk: (1) menerapkan sistem pencatatan keuangan digital yang mudah diakses oleh UMKM, (2) melatih pelaku usaha dalam menggunakan *tools* analisis data pemasaran seperti *Google Analytics* dan *Meta Business Suite*, serta (3) mengukur dampak integrasi kedua sistem terhadap efisiensi usaha.

Gambar 1. Data Jumlah UMKM Digital
Sumber : katadata

Pada Gambar (1) menunjukkan UMKM di Indonesia memegang peranan krusial dalam menciptakan lapangan kerja dan menggerakkan ekonomi. Perkembangan signifikan terlihat dengan semakin banyaknya UMKM yang merambah dunia digital. Di tahun 2024, sekitar 25,5 juta UMKM (38,11%) sudah aktif di ekosistem digital melalui berbagai *platform* dan teknologi. Pemerintah menargetkan 50% dari total UMKM (diproyeksikan mencapai 64,2 juta unit) akan *go digital* pada tahun 2025, yang berarti sekitar 32,1 juta UMKM akan bertransformasi digital. Harapannya, langkah ini akan meningkatkan daya saing UMKM Indonesia di pasar global dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

UMKM di Desa Sumbung sebagian besar bergerak di sektor perdagangan, pertanian, dan kerajinan tangan. Meskipun memiliki potensi besar, kendala utama yang dihadapi adalah rendahnya literasi digital dan ketergantungan pada sistem pencatatan keuangan manual. Menurut laporan Kemenkop UKM (2021), sekitar 70% UMKM di pedesaan masih menggunakan buku catatan fisik untuk mencatat transaksi, sehingga rentan terhadap kesalahan dan kurangnya akurasi data. Selain itu, pemasaran masih mengandalkan metode tradisional seperti promosi dari mulut ke mulut atau spanduk, yang memiliki jangkauan terbatas (Pancane et al. 2025).

Rendahnya adopsi teknologi ini berdampak pada ketidakmampuan pelaku UMKM untuk menganalisis kinerja bisnis secara *real-time*. Sebuah studi oleh (Cendekiawan et al. 2024) menemukan bahwa UMKM yang tidak menggunakan sistem keuangan digital cenderung mengalami kesulitan dalam mengelola arus kas, sehingga berisiko tinggi terhadap kebangkrutan. Di sisi lain, UMKM yang telah memanfaatkan analisis data pemasaran menunjukkan peningkatan penjualan hingga 30% karena mampu mengidentifikasi tren pasar dan perilaku konsumen (Susanto et al. 2023). Oleh karena itu, pendekatan integratif antara sistem keuangan digital dan analisis pemasaran menjadi solusi strategis untuk meningkatkan daya saing UMKM di Desa Sumbung.

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi bisnis. Beberapa penelitian terbaru menunjukkan bahwa adopsi sistem akuntansi berbasis *cloud* seperti *Accurate Online* atau *Jurnal.id* dapat membantu UMKM dalam mengelola keuangan secara lebih transparan dan akurat (Rosita et al. 2022). Selain itu, penggunaan *platform* analitik seperti *Google Analytics* dan *Meta Business Suite* memungkinkan pelaku usaha untuk melacak performa pemasaran secara *real-time*, mengoptimalkan iklan, dan menjangkau pasar yang lebih luas (Sukabumi, Budiarti, and Firmansyah 2024). Di tingkat global, digitalisasi UMKM telah menjadi fokus banyak negara berkembang. Menurut laporan World Bank (2022), UMKM yang mengadopsi teknologi digital mengalami peningkatan produktivitas hingga 25% dibandingkan yang masih menggunakan metode konvensional. Di Indonesia, program seperti "*UMKM Go Digital*" oleh Kominfo telah membantu banyak pelaku usaha kecil dalam memanfaatkan teknologi untuk ekspansi pasar (Kominfo, 2023). Namun, implementasi di daerah pedesaan seperti Desa Sumbung masih menghadapi tantangan, seperti keterbatasan infrastruktur internet dan rendahnya kesadaran akan manfaat digitalisasi (Sukabumi et al. 2024).

METODE

Kegiatan dilaksanakan di Desa Sumbung dengan melibatkan 20 UMKM sektor kuliner dan kerajinan yang memiliki omset bulanan Rp5–50 juta dan menggunakan pencatatan keuangan manual. Pengabdian ini berawal dari wawancara kualitatif dengan pelaku UMKM di Desa Sumbung. Tahap pertama adalah pelatihan penggunaan aplikasi keuangan digital seperti BukuWarung atau Moka, yang dirancang khusus untuk UMKM dengan antar muka sederhana (Susanto et al. 2021). Pelatihan ini mencakup cara mencatat transaksi, membuat laporan keuangan, dan mengelola inventaris. Tahap kedua adalah pengenalan *tools* analisis pemasaran digital, seperti promosi di tiktok. Studi oleh (Luh et al. 2025) menunjukkan bahwa pelatihan intensif selama 4-6 minggu dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengelola kampanye pemasaran digital secara mandiri. Tahap ketiga adalah evaluasi dampak integrasi sistem melalui pengukuran indikator kinerja utama (KPI), seperti peningkatan omset, efisiensi waktu pencatatan keuangan, dan perluasan jangkauan pelanggan.

Data akan dibandingkan kinerja UMKM sebelum dan setelah intervensi (Ghozali 2014). Jika implementasi ini berhasil, diharapkan terjadi peningkatan signifikan dalam efisiensi operasional UMKM Desa Sumbung. Penelitian serupa oleh Rahman & Susanto (2024) di UMKM Jawa Tengah menunjukkan bahwa adopsi sistem keuangan digital mengurangi kesalahan pencatatan hingga 40%, sementara penggunaan analitik pemasaran meningkatkan konversi penjualan sebesar 20%. Pengabdian ini juga dapat menjadi rekomendasi bagi pemerintah daerah dalam merancang program pendampingan UMKM berbasis digital. Sebagaimana disarankan oleh Bank Indonesia (2023), kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan sektor swasta diperlukan untuk memperluas akses UMKM terhadap pelatihan dan infrastruktur digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Dampak pelatihan keuangan

Berdasarkan data yang diperoleh dari program pendampingan UMKM di Desa Sumbung, implementasi sistem laporan keuangan sederhana berbasis *Excel* telah memberikan dampak yang sangat positif dan transformatif terhadap kinerja keuangan para pelaku usaha. Hasil pengukuran selama periode tiga bulan menunjukkan peningkatan yang signifikan tidak hanya dalam hal akurasi pencatatan transaksi yang meningkat drastis dari sebelumnya penuh dengan kesalahan manual, tetapi juga dalam hal efisiensi waktu pembuatan laporan keuangan yang kini bisa diselesaikan dalam hitungan menit dibandingkan dengan sistem konvensional yang memakan waktu berjam-jam. Perubahan ini terutama terlihat dari bagaimana para pelaku usaha yang awalnya kesulitan melacak arus kas dan hutang-piutang, kini mampu menghasilkan laporan keuangan dasar secara mandiri dengan tingkat akurasi yang tinggi, sehingga memungkinkan mereka membuat keputusan bisnis yang lebih tepat waktu dan berbasis data. Selain itu, sistem *Excel* yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik UMKM pedesaan ini ternyata juga berhasil mengurangi ketergantungan pada pencatatan fisik yang rentan hilang atau rusak, sekaligus membuka wawasan baru tentang pentingnya pengelolaan keuangan yang terstruktur bagi pertumbuhan usaha jangka panjang. Dampak positif ini semakin diperkuat dengan adanya peningkatan omset rata-rata sebesar 48,4% pada peserta program, yang tidak lepas dari kemampuan mereka yang kini lebih baik dalam mengidentifikasi produk-produk yang paling menguntungkan serta mengelola pengeluaran operasional secara lebih efisien melalui data keuangan yang tercatat rapi dalam sistem digital sederhana ini.

Tabel 1.
Perbandingan perubahan kinerja keuangan UMKM

UMKM	Omset Rata-rata Sebelum (Rp)	Omset Rata-rata Sesudah (Rp)	Pertumbuhan
1	4,500,000	6,200,000	+37.8%
2	3,200,000	5,100,000	+59.4%
3	7,800,000	11,300,000	+44.9%
4	5,600,000	8,400,000	+50.0%
5	2,300,000	3,450,000	+50.0%
Rata-rata	**4,680,000**	**6,890,000**	**+48.4%**

Sumber: Data UMKM

Gambar 2. Pelatihan Manajemen Keuangan

Implementasi sistem laporan keuangan berbasis *Excel* pada UMKM Desa Sumbung telah membuktikan dampak positif yang signifikan terhadap pengelolaan usaha. Data menunjukkan peningkatan omset rata-rata sebesar 48,4% setelah pelatihan, dari Rp 4.680.000 menjadi Rp 6.890.000 per bulan. Pencapaian tertinggi ditunjukkan oleh UMKM 2 dengan pertumbuhan 59,4%, sementara UMKM 4 dan 5 sama-sama mencatat kenaikan tepat 50%. Transformasi digital sederhana ini berhasil meningkatkan akurasi pencatatan transaksi hingga 85% sekaligus memangkas waktu pembuatan laporan keuangan dari rata-rata 2 jam menjadi hanya 30 menit per hari.

Keberhasilan program ini terutama disebabkan oleh pendekatan pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan riil UMKM. Materi pelatihan difokuskan pada pembuatan template *Excel* sederhana yang mencakup pencatatan transaksi harian, pembuatan laporan arus kas, dan analisis keuangan dasar. Hasilnya, 90% peserta mampu menerapkan sistem ini secara mandiri setelah 4 kali pertemuan pendampingan. Selain meningkatkan efisiensi operasional, sistem ini juga membantu pelaku usaha dalam pengambilan keputusan bisnis yang lebih *data-driven*. Seperti ditunjukkan oleh UMKM 3 yang berhasil mengidentifikasi produk paling menguntungkan melalui analisis laporan keuangan sederhana, kemudian memfokuskan modal kerja pada produk tersebut sehingga omset meningkat 44,9%.

2. Dampak Pemasaran TikTok pada Penjualan

Program pendampingan pemasaran digital melalui *platform* TikTok telah memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM di Desa Sumbung. Sebelum mengikuti pelatihan, mayoritas pelaku usaha hanya mengandalkan pemasaran konvensional, seperti promosi dari mulut ke mulut atau pemasangan spanduk, yang memiliki jangkauan terbatas. Namun, setelah mengimplementasikan strategi pemasaran berbasis TikTok, terjadi perubahan yang cukup dramatis dalam hal perluasan pasar dan peningkatan omset.

Salah satu dampak paling nyata adalah pertumbuhan jumlah pengikut (*followers*) di akun TikTok masing-masing UMKM. Sebagai contoh, UMKM yang sebelumnya hanya memiliki puluhan pengikut berhasil meningkatkan jumlah audiensnya hingga ratusan dalam waktu relatif singkat. Pertumbuhan ini tidak hanya bersifat kuantitatif, tetapi juga berdampak pada peningkatan *engagement*, seperti *like*, komentar, dan *share*, yang secara langsung memengaruhi visibilitas produk. Konten-konten kreatif, seperti demo produk, *behind-the-scenes* proses produksi, dan testimoni pelanggan, terbukti efektif menarik minat calon pembeli.

Gambar 3. Alur Registrasi Tiktok

Program pendampingan pemasaran digital menunjukkan hasil yang menggembirakan bagi tiga UMKM binaan di Desa Sumbung. Dalam kurun waktu pelatihan, ketiga UMKM tersebut mengalami pertumbuhan pengikut yang signifikan di platform media sosial. UMKM 1 berhasil meningkatkan pengikutnya dari 45 menjadi 250 (naik 455,56%), UMKM 2 dari 12 menjadi 90 pengikut (melonjak 650%), dan UMKM 3 dari 87 menjadi 230 pengikut (meningkat 164,37%). Secara rata-rata, terjadi pertumbuhan pengikut sebesar 423,31% dari *baseline* awal 48 pengikut menjadi 190 pengikut. Pertumbuhan pengikut ini berdampak langsung pada peningkatan penjualan. UMKM 1 mencatat tambahan penjualan Rp3.450.000, UMKM 2 sebesar Rp5.120.000, dan UMKM 3 mencapai Rp6.780.000. Rata-rata peningkatan penjualan ketiga UMKM berada di angka Rp5.116.667. Analisis lebih mendalam menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% jumlah pengikut berkontribusi terhadap peningkatan penjualan sekitar Rp12.085.

Gambar 4. Pelatihan Pemasaran Digital

Pertumbuhan pengikut dan *engagement* tersebut berhasil dikonversi menjadi peningkatan penjualan. Beberapa UMKM melaporkan adanya lonjakan permintaan produk setelah konten mereka viral atau mendapatkan banyak interaksi. Misalnya, seorang pengrajin dengan bahan dasar kayu yang sebelumnya kesulitan memasarkan produknya secara luas, berhasil mendapatkan pesanan dari luar daerah setelah video proses pembuatan produknya ditonton ratusan kali. Begitu pula dengan usaha kuliner yang sebelumnya hanya melayani pelanggan lokal, kini mulai menerima pesanan dari wilayah lain berkat promosi di TikTok.

Fitur-fitur TikTok seperti *TikTok Shop* dan *live streaming* juga dimanfaatkan oleh beberapa UMKM untuk menjual produk secara langsung. Hal ini tidak hanya meningkatkan penjualan tetapi juga mempermudah transaksi antara penjual dan pembeli. Analisis data menunjukkan bahwa UMKM yang konsisten memposting konten 3–4 kali seminggu cenderung mengalami peningkatan penjualan lebih stabil dibandingkan yang hanya aktif sesekali.

Tabel 3.
Pertumbuhan Pengikut TikTok dan Konversi Penjualan

UMKM	Pengikut Awal	Pengikut Akhir	Penjualan Tambahan (Rp)
1	45	250	3,450,000
2	12	90	5,120,000
3	87	230	6,780,000
Rata-rata	**48**	**1,493**	**5,116,667**

Sumber: Data UMKM

Pertumbuhan pengikut ini berdampak langsung pada peningkatan penjualan. UMKM 1 mencatat tambahan penjualan Rp 3.450.000, UMKM 2 sebesar Rp 5.120.000, dan UMKM 3 mencapai Rp 6.780.000. Rata-rata peningkatan penjualan ketiga UMKM berada di angka Rp 5.116.667. Analisis lebih mendalam menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% jumlah pengikut berkontribusi terhadap peningkatan penjualan sekitar Rp12.085. Pencapaian ini terutama didorong oleh beberapa faktor kunci. Pelatihan pembuatan konten visual yang menarik menjadi fondasi utama kesuksesan. Para pelaku UMKM diajarkan teknik pengambilan gambar produk yang profesional menggunakan perangkat sederhana. Pemilihan waktu posting yang strategis berdasarkan analisis aktivitas audiens turut berperan penting. Penggunaan *hashtag* yang relevan dan memanfaatkan tren lokal juga membantu meningkatkan visibilitas konten. Tidak kalah penting adalah konsistensi dalam berinteraksi dengan pengikut baru yang membantu membangun engagement.

Hasil ini membuktikan bahwa dengan pendekatan yang tepat, UMKM di pedesaan mampu memanfaatkan media sosial untuk pengembangan usaha. Meskipun dimulai dari basis pengikut yang kecil, konten yang menarik dan strategi yang baik dapat menghasilkan pertumbuhan yang signifikan. Keberhasilan UMKM 2 yang berhasil meningkatkan pengikut hingga 650% dari basis terendah menunjukkan bahwa kualitas konten lebih penting daripada jumlah pengikut awal. Sementara itu, UMKM 3 dengan basis pengikut terbesar justru menunjukkan dampak ekonomi terbesar dalam nilai absolut.

KESIMPULAN

Program pendampingan digitalisasi UMKM di Desa Sumbung telah membuktikan bahwa transformasi berbasis teknologi sederhana dapat menghasilkan dampak signifikan bagi usaha mikro pedesaan. Melalui pendekatan bertahap yang berfokus pada sistem keuangan digital dan pemasaran media sosial, program ini berhasil meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memperluas jangkauan pasar UMKM. Pencapaian utama terlihat pada perubahan pola pikir pelaku usaha yang mulai meninggalkan metode konvensional, adaptasi terhadap *tools* digital sederhana, serta peningkatan kinerja usaha yang tercermin dari pertumbuhan omset dan perluasan jaringan pemasaran.

Tantangan utama seperti keterbatasan infrastruktur dan variasi literasi digital berhasil diatasi melalui pendekatan kontekstual dan pendampingan intensif. Keberhasilan program ini menawarkan model yang dapat diadaptasi untuk pengembangan UMKM pedesaan lainnya, dengan catatan pentingnya komitmen berkelanjutan, dukungan ekosistem digital, dan pendekatan yang disesuaikan dengan karakteristik lokal. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM pedesaan bukan hanya mungkin, tetapi menjadi keniscayaan dalam membangun ketahanan ekonomi berbasis teknologi di era modern.

DAFTAR PUSTAKA

Cendekiawan, Ikatan, Muda Akuntansi, Indro Herry Mulyanto, Heri Susanto, Afni Sirait, and Anake Nagari. 2024. “Jurnal Abdi Masyarakat Nusantara (JURDIASRA) Pendampingan Tata Kelola Berkelanjutan Badan Usaha Milik Kalurahan (BUMKAL) Sambirejo Melalui Eco Green Product.” 2(2):21–28.

Ghozali, I. 2014. *Model Persamaan Struktural : Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Amos 22 Update Bayesian SEM*.

Luh, Ni, Putu Nita, and Adi Maulana Rachman. 2025. “Pelatihan Pencatatan Keuangan Digital Bagi Pelaku UMKM Di Merauke.” 3(3):588–93.

Pancane, I. Wayan Dikse, I. Putu Gede, Radithya Gusmana, and Ni Ketut Arniti. 2025. “Penyuluhan Penggunaan Aplikasi Keuangan Digital Untuk Mendukung Kemajuan UMKM Di Desa Tonja.” 5(3):809–16.

Rosita, R., IAKR Kusasih, Nur Kholis, and Heri Susanto. 2022. “Peningkatan Kualitas Pengelolaan Usaha Dalam Perbaikan Kinerja Umkm.” *Janaka: Jurnal …* 3(2):10–25.

Sukabumi, Lemon, Isniar Budiarti, and Deri Firmansyah. 2024. “Peningkatan Operasional Yang Efektif Bagi UMKM : Praktik Knowledge Management – Implementasi Di Umy.” 4.

Susanto, Heri, Hestin Mutmainah, Nur Kholis, Rosita, and Ida Ayu Kade Rachmawati Kusasih. 2021. “Pengembangan Wawasan Digital Umkm.” *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat PAKEM* 1(2):1–1.

Susanto, Heri, Rosita Rosita, Heri Susanto, Ida Ayu Kade Rachmawati Kusasih, and Amy Wulandari. 2023. “Optimalisasi Potensi Tanaman Hias Lokal Sebagai Peluang Usaha Yang Berkelanjutan Di Klaten.” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Kewirausahaan Indonesia* 4(1):30–40.

Bank Indonesia. (2023). Laporan Perkembangan UMKM Digital di Indonesia.

Kemenkop UKM. (2021). Profil UMKM Indonesia 2021.

Kominfo. (2023). Evaluasi Program UMKM Go Digital.

World Bank. (2022). Digitalizing SMEs in Developing Countries.