

## PENDAMPINGAN PEMASARAN DAN PENCATATAN KEUANGAN PADA UMKM DOELOER COFFEE

Elis Mediawati<sup>1\*</sup>, M. Hernanda Zaki M<sup>2</sup>, Ade Ulya<sup>3</sup>, Rahmat Hidayat<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Pendidikan Ekonomi, Universitas Pendidikan Indonesia  
e-mail: elis.mediawati@upi.edu

### Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) seringkali menghadapi kendala dalam hal pemasaran dan pencatatan keuangan. Di zaman yang serba digital ini masih banyak UMKM yang belum paham cara memanfaatkan teknologi yang canggih. Salah satunya UMKM Doeloer Coffee yang belum memanfaatkan pemasaran dan pencatatan keuangan digital secara optimal. Pendampingan UMKM ini bertujuan untuk memberikan bantuan yang berkelanjutan dalam pengelolaan kegiatan usaha, terutama dalam hal pemasaran dan pencatatan keuangan. Metode yang dilakukan dalam pendampingan ini adalah dengan melakukan kunjungan observasi dan wawancara terkait aktivitas usahanya. Selain itu, proses pendampingan juga dilakukan melalui grup WhatsApp sebagai alternatif diskusi yang efektif tanpa kunjungan secara langsung. Hasil dari pendampingan ini, yaitu mitra sudah dapat mengetahui pemasaran yang sesuai dengan tren jaman dan sudah mampu memanfaatkan fitur iklan penjualan yang ada di sosial media, mitra sudah mengetahui pembuatan konten promosi di Instagram yang menarik perhatian konsumen, dan mitra sudah mampu merapikan pencatatan keuangan secara otomatis menggunakan Microsoft Excel. Pendampingan UMKM dapat membantu mitra dalam menentukan target pemasaran yang tepat dan pengelolaan pencatatan keuangan yang efisien serta membuka insight baru terkait penggunaan platform digital dan aplikasi pencatatan keuangan.

**Kata kunci:** Pendampingan; Pemasaran; Keuangan; Kedai Kopi; UMKM

### Abstract

Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) often face obstacles in terms of marketing and financial records. In this all-digital era, there are still many MSMEs who don't understand how to take advantage of sophisticated technology. One of them is Doeloer Coffee MSME that hasn't utilized digital financial marketing and recording optimally. This MSMEs mentoring aims to provide sustainable assistance in managing business activities, especially in terms of marketing and financial records. The method carried out in this mentoring is to conduct observation visits and interviews related to business activities. In addition, the mentoring process is also carried out through WhatsApp groups as an effective alternative to discussion without direct visits. The result of this mentoring, partner can already know marketing in accordance with the trends of the times and have been able to take advantage of sales advertising features on social media, partners already know the creation of promotional content on Instagram that attracts consumers attention, and partners have been able to tidy up financial records automatically using Microsoft Excel. MSMEs mentoring can help partners determine the right marketing targets and manage efficient financial statements as well as open new insights related to the use of digital platforms and financial recording applications

**Keywords:** Mentoring; Marketing; Financial; Coffee Shop; MSMEs

### PENDAHULUAN

Di era digitalisasi ini, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam memperkuat fondasi perekonomian Indonesia. Sudrartono et al., (2022) berpendapat bahwa UMKM adalah kegiatan usaha yang dilakukan oleh perorangan, usaha kecil, atau usaha rumah tangga, dan dikategorikan berdasarkan masa kerja, jumlah karyawan, dan aset yang dimiliki. UMKM merupakan motor penggerak untuk pemerataan pembangunan ke seluruh wilayah yang ada di Indonesia (Mediawati et al., 2024). Namun, UMKM di Indonesia masih banyak menghadapi berbagai macam tantangan, di antaranya adalah pemasaran dan pencatatan keuangan. Kegagalan UMKM dalam pemasaran seringkali terjadi karena pemilik usaha tidak tepat dalam menentukan strategi pemasaran yang sesuai dengan era digitalisasi. Pemasaran di era digitalisasi biasa dikenal dengan digital marketing. Menurut Hendriadi et al., (2019), digital marketing adalah salah satu cara untuk melakukan pemasaran atau promosi produk melalui media digital dengan tujuan menjangkau pelanggan dan calon pelanggan secara efisien. Selain itu, pencatatan keuangan menjadi hal yang perlu diperhatikan untuk

keberlangsungan usaha. Salah satu bentuk kesalahan dalam pencatatan keuangan adalah pemilik usaha hanya melakukan pencatatan berupa pengeluaran dan pemasukkan saja. Pemilik usaha biasanya menganggap bahwa UMKM yang mereka jalankan masih bersifat sederhana sehingga tidak memerlukan pencatatan yang lebih detail.

Kurniawan et al., (2023) mendefinisikan keuangan adalah catatan informasi yang dibuat selama periode akuntansi yang menunjukkan kinerja suatu perusahaan. Dalam hal ini, UMKM termasuk kategori perusahaan yang sederhana. Oleh karena itu, pencatatan keuangan yang tepat dapat mengetahui suatu kinerja dan mengukur keberhasilan dari UMKM tersebut. Menurut Hary, pelaporan keuangan merupakan proses akuntansi yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan informasi keuangan dan operasional suatu perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan sehingga tercapai tujuan dari pelaporan keuangan, yaitu melaporkan secara terbuka dan transparan sesuai dengan prinsip umum penerimaan posisi keuangan dan hasil usaha (Widiastoeti & Sari, 2020). Namun, masyarakat umum dari pemilik usaha masih belum menyadari pentingnya pengelolaan keuangan yang sehat berdasarkan standar yang telah ditetapkan (Rayyani et al., 2020). Keberadaan UMKM ini dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia dengan memberikan peluang besar dalam mendongkrak kegiatan perekonomian dan menciptakan lapangan kerja sehingga mengurangi pengangguran (Suarjana & Musmini, 2020).

Mitra pendampingan kami adalah salah satu kedai kopi yang berada di Kota Bandung, yaitu Doeloe Coffee. Menurut Adiningrum et al., (2022), bisnis kedai kopi atau yang lebih dikenal dengan coffee shop adalah kelompok usaha kecil dan menengah yang berkembang pesat dan menarik perhatian pemerintah dan pemilik bisnis di Indonesia. Saat ini, kedai kopi sudah menjadi tempat yang populer di kalangan masyarakat, bukan hanya tempat untuk minum kopi, tetapi juga untuk kepentingan pekerjaan. Tempat-tempat ini berfungsi sebagai pusat sosial dengan menyediakan lingkungan yang ramah di mana orang dapat berkumpul, terhubung, dan bersantai. Kedai kopi membantu orang menjadi kreatif, produktif, dan terlibat dalam komunitas. Doeloe Coffee menjadi salah satu kedai kopi untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan preferensi, baik sebagai tempat yang nyaman untuk melakukan pertemuan, atau tempat santai untuk berkumpul dengan teman. Doeloe Coffee berdiri sejak 2019 yang di mana telah mengalami beberapa tantangan dalam bisnis, salah satunya adalah ketika pandemi Covid-19. Kedai kopi yang masih terbilang sederhana ini memiliki tantangan dalam pemasaran dan pencatatan keuangan.

Doeloe Coffee memiliki permasalahan dalam pemasaran dan pencatatan keuangan. Saat ini pemasaran yang dilakukan oleh usaha ini masih kurang menarik perhatian konsumen karena terlalu monoton. Selain itu, banyak transaksi yang belum dicatat karena dianggap tidak mempengaruhi pencatatan keuangan usaha. Oleh karena itu, tujuan pendampingan ini adalah untuk memberikan bantuan yang berkelanjutan dalam pengelolaan kegiatan mereka, terutama dalam pemasaran yang lebih menarik perhatian konsumen dan pencatatan keuangan dengan memperhatikan detail transaksi. Aminah et al., (2023) mengatakan bahwa salah satu aktivitas bisnis yang tidak kalah penting dengan mencapai target penjualan dan keuntungan adalah penyusunan laporan keuangan. UMKM akan dibantu untuk membuat strategi pemasaran yang efektif, memahami perilaku konsumen, dan meningkatkan kualitas produk dan layanan dengan menggunakan pendekatan yang terarah. Pendampingan ini juga memiliki target, yaitu pemilik usaha dapat memahami pentingnya pencatatan keuangan yang akurat, pemantauan kinerja finansial yang tepat, dan membuat keputusan yang lebih baik berdasarkan analisis data yang sistematis. Selain itu, pendampingan ini akan membantu UMKM bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

Pendampingan UMKM diharapkan akan memberikan sejumlah manfaat yang signifikan dan utamanya adalah UMKM dapat bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Pendampingan ini juga diharapkan akan membantu UMKM meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola bisnis, terutama dalam hal pemasaran dan pencatatan keuangan. UMKM memiliki potensi untuk mengembangkan model bisnis yang lebih berkelanjutan dan tahan lama jika mereka menerima bantuan pembinaan yang tepat. Pendampingan UMKM dapat menciptakan sinergi yang saling menguntungkan antara mitra UMKM, mahasiswa, dan masyarakat. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa pendampingan ini tidak hanya menguntungkan UMKM, tetapi juga memberikan manfaat bagi tim pendamping berupa pengalaman dan membantu kami memahami tantangan serta peluang yang ada di dunia bisnis UMKM, khususnya usaha kedai kopi atau coffee shop.

## METODE

Pendampingan ini dilaksanakan di 2 cabang yaitu Jl. Cipamokolan, Cipamokolan, Kec. Rancasari, Kota Bandung, Jawa Barat dan Jl. Madtasan No.8, RT.02/RW.09, Sukamaju, Kec. Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat. Objek penelitian ini adalah sebuah usaha coffee shop bernama Doeloer Coffee yang sudah dirintis. Pendampingan ini dilaksanakan selama 4 bulan dari bulan Maret hingga bulan Juni 2024. Metode pendampingan yang digunakan yaitu interview dan observasi dengan perlengkapan dan peralatan berupa laptop, ATK, dan handphone.

Tim pendampingan merancang aktivitas pendampingan melalui 3 tahapan utama, yaitu *planning*, *actuating*, dan *evaluating*.

1. *Planning*

Tahap pertama yang dilakukan tim yaitu mengenali proses, struktur, dan lingkungan bisnis mitra dampingan, mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra dampingan, mempersiapkan proses pendampingan, hingga menyampaikannya dengan metode yang mudah dipahami. Pada tahap ini, langkah pertama yang dilakukan tim adalah interview terkait bagaimana proses bisnis mitra. Setelah itu, dilakukan proses *brainstorming* untuk mengetahui permasalahan dan kebutuhan mitra. Kemudian tim memfokuskan bidang pendampingan, yakni masalah pencatatan keuangan dan strategi pemasaran hingga merumuskan solusi-solusi yang dapat diimplementasikan oleh mitra untuk memenuhi kebutuhan usahanya.

2. *Actuating*

Dengan metode pendampingan secara tatap muka, tim menyiapkan bahan-bahan berisi pengenalan bagaimana strategi pemasaran yang cocok untuk sejenis usaha coffee shop seperti bagaimana menerapkan promosi dan discount bagi customer, ekspansi penjualan, rebranding produk, cara menarik minat customer, dan lain sebagainya. Selain itu, dari segi pencatatan keuangan, tim pendamping mendemonstrasikan cara kerja rumus-rumus Microsoft excel untuk mempermudah pencatatan.

3. *Evaluating*

Setelah tahapan tersebut, tim pendamping melakukan proses pemantauan dan evaluasi agar tujuan pendampingan ini tercapai. Tim juga membantu menanggulangi dan menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang ditemukan mitra ketika menerapkan rumus-rumus Microsoft Excel dan strategi-strategi pemasaran.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Tahap Perencanaan Pendampingan (*Planning*)

Sebagaimana tujuan dari pendampingan UMKM, dalam tahap ini tim pendamping menyusun rencana pendampingan yang akan dilakukan untuk membantu mitra dalam pengelolaan usahanya. Tentunya perencanaan yang tim pendamping susun berdasarkan pengamatan terhadap masalah yang terdapat di mitra pendampingan. Adapun perencanaan pendampingan yang tim pendamping susun melalui beberapa tahapan khusus untuk menyusun perencanaan pendampingan. Berikut tahapan khusus tim pendamping dalam menyusun perencanaan pendampingan:

1. Tahap Komunikasi dengan Mitra

Dalam tahap ini, tim pendamping berkomunikasi terlebih dahulu dengan pihak mitra yang ditargetkan, yaitu mitra Doeloer Coffee melalui pesan Whatsapp untuk meminta izin melakukan pendampingan dengan melampirkan surat permohonan izin pendampingan. Setelah mendapatkan konfirmasi izin pendampingan dari mitra dampingan, tim pendamping membuat grup Whatsapp khusus dengan mitra untuk berkomunikasi mengenai pendampingan yang akan dilakukan.

2. Tahap Observasi ke Lokasi Mitra

Setelah berkomunikasi dengan mitra melalui grup Whatsapp, tim pendamping melakukan kunjungan secara langsung ke lokasi mitra pendampingan sesuai dengan jadwal pertemuan yang telah disepakati bersama. Kunjungan ini bertujuan untuk melihat secara langsung bagaimana proses bisnis yang dijalankan oleh Doeloer Coffee. Tim pendamping melakukan pengamatan secara menyeluruh mengenai kondisi usaha Doeloer Coffee dan memeriksa secara umum komponen-komponen yang ada dalam usaha mitra dampingan, seperti produk penjualan, perlengkapan, peralatan, pembayaran, pelayanan, pemasaran, dan pencatatan keuangan. Tim pendamping juga melakukan observasi lain yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh mitra.

### 3. Tahap Wawancara dengan Pemilik Usaha

Pada saat kunjungan untuk survei dan observasi dilakukan, tim pendamping juga melakukan wawancara dengan pemilik usaha serta karyawan yang bekerja di Doeloer Coffee. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui informasi-informasi yang berkaitan dengan usaha ini khususnya tentang permasalahan yang dihadapi selama usaha ini berjalan. Tim pendamping meminta izin kepada pemilik usaha untuk melihat pencatatan keuangan yang telah dilakukan oleh mitra. Selain itu, tim pendamping juga menanyakan beberapa pertanyaan mengenai pemasaran yang telah dilakukan dan tingkat keberhasilan dari pemasaran yang telah dilakukan. Setelah mendengar pendapat pemilik usaha dan melihat pencatatan keuangan mitra, tim pendamping menemukan permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra, yaitu pemasaran dan pencatatan keuangan.

### 4. Tahap Penyusunan Perencanaan Pendampingan

Setelah melakukan komunikasi, observasi, dan wawancara, tim pendamping menyusun rencana pendampingan untuk empat bulan ke depan sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Tim pendamping membuat rencana untuk mengatasi permasalahan mitra dalam pemasaran dan pencatatan keuangan. Selain itu, tim pendamping juga menyusun lembar kerja pendampingan yang berisi tentang informasi dari usaha mitra, yaitu identifikasi profil dan karakteristik usaha serta identifikasi permasalahan dan kebutuhan pendampingan. Setelah menyusun lembar kerja pendampingan, tim pendamping juga membuat jadwal pendampingan setiap satu atau dua minggu sekali selama empat bulan ke depan.



Gambar 1. Kunjungan ke Lokasi dan Wawancara Mitra  
Sumber: Dokumen Pribadi

### Tahap Pelaksanaan Pendampingan (Actuating)

Pada tahap ini, tim pendamping melakukan implementasi dari aktivitas yang sudah direncanakan sebelumnya. Berikut beberapa hal yang tim pendamping lakukan untuk pelaksanaan pendampingan UMKM Doeloer Coffee.

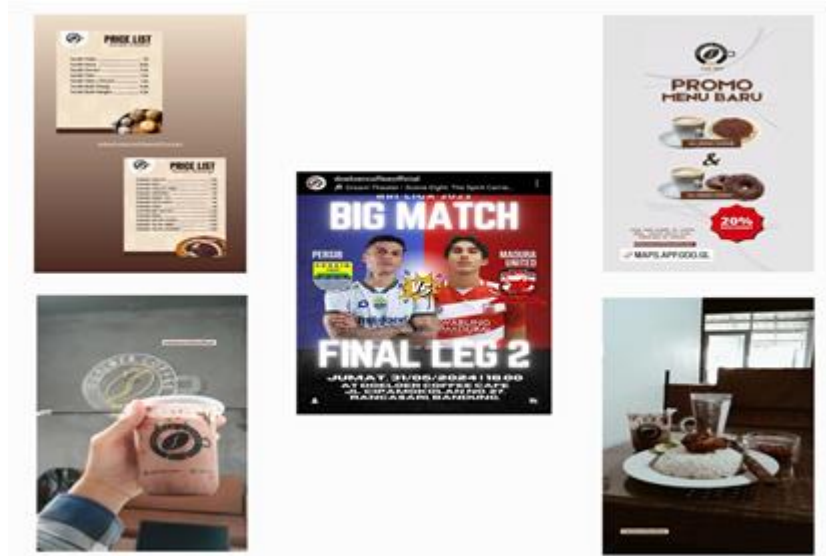
#### 1. Analisis Pemasaran

Selain melakukan analisis terhadap pencatatan keuangan, tim pendamping juga melakukan analisis strategi pemasaran yang sebelumnya telah dilakukan oleh Doeloer Coffee. Saat ini pemasaran yang dilakukan oleh usaha ini cukup banyak, seperti pemasaran di akun Instagram, YouTube, Facebook, dan Whatsapp. Namun, strategi pemasaran yang dilakukan oleh Doeloer Coffee sebelumnya menunjukkan kurangnya produk pemasaran yang menarik. Pemasaran di Instagram yang kurang konsisten dan hanya mengandalkan poster yang tidak menjangkau banyak orang. Ketika membuat konten di YouTube juga belum dapat menarik perhatian konsumen karena tidak menganalisis tren yang sedang berlangsung saat ini. Oleh karena itu, kami memberikan saran untuk mengikuti tren dan perkembangan minat konsumen dengan memanfaatkan pemasaran melalui platform TikTok. Platform tersebut dapat menjangkau konsumen secara lebih luas. Selain itu, kami memberikan saran untuk memanfaatkan Instagram secara lebih efektif dengan membuat konten yang menarik dan dilakukan secara konsisten.

#### 2. Monitoring Pemasaran

Setelah melakukan analisis pemasaran dan memberikan saran pemasaran yang harus dilakukan, tim pendamping membantu melakukan pemasaran di akun media sosial milik

pribadi setiap kegiatan pendampingan. Kami juga ikut menyebarkan informasi tentang Doeloer Coffee kepada jaringan tim untuk meningkatkan visibilitas usaha. Monitoring yang kami lakukan adalah memastikan saran perbaikan yang kami berikan dapat diimplementasikan oleh Doeloer Coffee. Selama monitoring dilakukan, saran strategi pemasaran yang kami berikan masih sulit diimplementasikan semua secara konsisten. Beberapa implementasi pemasaran yang sudah dilakukan selama pendampingan adalah promosi produk baru di sosial media, promosi potongan harga ketika ada event khusus, seperti di nonton bola bareng dan lainnya. Doeloer Coffee melakukan kolaborasi dengan influencer lokal untuk memperkenalkan usahanya kepada audiens influencer tersebut. Rencana pemanfaatan platform TikTok masih menjadi pekerjaan rumah yang perlu dipertimbangkan secara matang dan memerlukan waktu karena harus memikirkan konsep konten video yang menarik untuk bisa menjangkau audiens yang lebih banyak.



Gambar 2. Implementasi Strategi Pemasaran

Sumber: Dokumen Pribadi

### 3. Analisis Pencatatan Keuangan

Tim pendamping melakukan analisis terhadap pencatatan keuangan yang sebelumnya sudah dimiliki oleh Doeloer Coffee. Pencatatan keuangan sebelumnya masih menunjukkan beberapa kekurangan, seperti pencatatan transaksi yang berantakan dan tidak sistematis, belum mencatat aset-aset milik usaha, kesalahan dalam pengelompokan akun, dan kurangnya dokumentasi pendukung transaksi. Kesalahan tersebut kami berikan beberapa saran perbaikan, yaitu membuat buku kas harian di aplikasi Microsoft Excel untuk pencatatan transaksi harian secara rinci. Pada saat ini Doeloer Coffee melakukan pencatatan menggunakan aplikasi kasir digital dan hanya mengandalkan informasi kas masuk dari pembayaran pelanggan. Namun, penggunaan kas untuk pengeluaran belum tercatat secara konsisten setiap harinya. Kami juga memberikan saran agar Doeloer Coffee melampirkan dan menyimpan bukti transaksi dalam pencatatan pengeluaran kas.



Gambar 3. Informasi Transaksi Aplikasi Kasir Digital  
Sumber: Dokumen UMKM

4. Monitoring Pencatatan Keuangan

Setelah melakukan analisis pencatatan keuangan pada Doeloer Coffee dan telah memberikan saran perbaikan, tim pendamping melakukan monitoring pencatatan harian yang dilakukan oleh Doeloer Coffee untuk melihat kesesuaian dengan saran perbaikan. Selama satu bulan pendampingan, kami mengecek kembali pencatatan keuangan yang sudah dilakukan, kesalahan sebelumnya sudah beberapa yang diperbaiki terutama peningkatan signifikan dalam kerapian pencatatan keuangan. Beberapa kesalahan lainnya masih belum sepenuhnya diperbaiki karena terdapat banyak perubahan dan penambahan menu baru pada coffee shop ini sehingga pengelompokkan akun transaksi dalam pencatatan keuangan juga ikut bertambah. Kemudian aset-aset yang belum tercatat sebelumnya masih belum diperbaiki karena ada beberapa aset terutama aset tetap tidak memiliki bukti transaksi pada saat pembelian karena beberapa sudah ada yang hilang. Jadi, pencatatan keuangan untuk akun aset tetap masih berdasarkan perkiraan pemilik usaha.

PEMASUKAN		PENGELUARAN		REKAP		SI	
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							
23							
24							
25							
26							
27							
28							
29							
30							
31							
32							
33							
34							
35							
36							
37							
38							
39							
40							
41							

Gambar 4. Pencatatan Pemasukan dan Pengeluaran Aplikasi Excel  
Sumber: Dokumen UMKM

**Tahap Evaluasi Pendampingan (Evaluating)**

Hasil dari kegiatan yang dilaksanakan melalui pendampingan UMKM Doeloer Coffee ini khususnya digital marketing telah meningkatkan pengetahuan baru dari mitra dalam membuat konten pemasaran yang konsisten dan menarik sesuai dengan tren jaman untuk meningkatkan penjualan

dengan melakukan pemasaran secara online. Mitra pendampingan telah berhasil meningkatkan penjualan dari hasil pemasaran di Instagram karena adanya penggunaan fitur Booster Instagram Ads dalam mengembangkan engagement dan react dari konten marketing yang dibuat. Konsumen atau pelanggan yang datang ke lokasi mitra pendampingan juga mengalami peningkatan di bulan kedua dan ketiga setelah pendampingan. Terkait efektivitas dan efisiensi dari penerapan saran-saran strategi pemasaran dari tim pendamping, risiko dan hasil yang muncul, serta operasi yang diimplementasikan oleh mitra telah di monitoring dengan baik agar mitra menjalankan proyek pendampingan tetap sejalan dengan tujuan. Namun, rencana strategi pemasaran yang tim pendamping sarankan kepada mitra masih belum sepenuhnya dapat dilakukan selama periode pendampingan. Hal itu karena beberapa saran pemasaran memerlukan waktu yang lebih lama dan persiapan konsep yang lebih matang.

Selain itu, hasil dari kegiatan pendampingan mengenai otomatisasi pencatatan keuangan telah memudahkan cara pengaplikasian dan meningkatkan keakuratan mitra dalam memasukan data-data keuangan. Sebelumnya mitra pendampingan harus menjumlahkan secara manual terlebih dahulu seperti pemasukan dan pengeluaran kas untuk mengetahui total selama satu bulan. Namun, setelah pendampingan dilakukan, mitra dapat mengetahui total pemasukan dan pengeluaran kas secara otomatis tanpa harus menghitung ulang, bahkan kalkulasi dalam satu minggu juga dapat langsung diketahui totalnya. Mitra telah berhasil menggunakan fitur-fitur Microsoft Excel dengan baik meskipun terdapat hambatan dalam pengoperasiannya. Walaupun demikian, tim pendamping selalu melakukan monitoring terkait progres, hasil, dan hambatan dari mitra hingga akurasi pencatatan data-data keuangan berhasil diimplementasikan. Mitra merasa terbantu karena lebih mengetahui jumlah total pemasukan, pengeluaran, dan laba tanpa penghitungan kembali secara manual dari setiap periode. Namun, mitra masih perlu dilakukan monitoring berkelanjutan agar implementasi dari pendampingan pencatatan keuangan dapat dilakukan secara konsisten.

## SIMPULAN

Kegiatan pendampingan UMKM Doeloe Coffee telah membantu UMKM dalam mengatasi permasalahan kurangnya pemahaman tentang pemasaran dan pencatatan keuangan. Selama empat bulan pendampingan UMKM ini, tim pendamping membantu mitra dalam memberikan saran untuk menentukan target dan meningkatkan pemasaran, pengelolaan pencatatan keuangan yang sistematis dan rapi serta membuka insight baru terkait penggunaan platform digital untuk pemasaran yang sedang tren dan aplikasi pencatatan keuangan Microsoft Excel. Pada pendampingan UMKM ini kami telah mengimplementasikan rencana pendampingan yang sudah disusun sebelumnya. Namun, pada pelaksanaannya masih terdapat rencana yang belum bisa kami implementasikan selama pendampingan. Adapun rencana pendampingan yang berhasil kami implementasikan hanya pendampingan pemasaran dan pencatatan keuangan. Kami melakukan analisis terhadap pemasaran dan pencatatan keuangan yang sudah dilakukan oleh UMKM sehingga kami dapat memberikan saran perbaikan dan melakukan monitoring setiap melakukan pendampingan. Kegiatan pendampingan UMKM ini kami lakukan secara offline dengan melakukan kunjungan ke lokasi setiap satu atau dua minggu sekali selama empat bulan. Pada akhir pendampingan UMKM ini, kami melakukan evaluasi selama kegiatan pendampingan untuk menilai dan mengukur pendampingan yang berhasil dilaksanakan dan belum berhasil dilaksanakan. Kami berharap pendampingan yang belum berhasil dilaksanakan dapat diimplementasikan oleh UMKM sesuai dengan saran yang telah kami berikan sehingga kegiatan pendampingan ini dapat memberikan manfaat kepada UMKM untuk jangka panjang.

## SARAN

Dalam pelaksanaan pendampingan pemasaran dan pencatatan keuangan perlu ditingkatkan lagi dalam persiapan membuat perencanaan pendampingan. Selain itu, pendampingan harus dilaksanakan secara konsisten agar dampak pendampingan tersebut lebih baik dan meningkatkan pengetahuan serta kemampuan yang signifikan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Akuntansi Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan bimbingan dan dukungan finansial terhadap pendampingan ini. Bimbingan dan dukungan tersebut sangat membantu tim pendampingan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adiningrum, L., Yunanda, F., Angelita, T., Mulyaningsih, S., & Puspa, T. (2022). Analisis Strategi Bisnis Kedai Kopi Coffee Latar. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 391-404. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14360>
- Aminah, N. H. S., Salmawinata, I., Safira, M., Nurriszqa, R. R., Linuhung, T. S., & Mediawati, E. (2023). Pendampingan Pelaporan Keuangan Melalui Platform Digital. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 9(1), 35-43. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v9i1.14827>
- Hendriadi, A. A., Padilah, T. N., & others. 2019. Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika*. Vol 4(2). <https://core.ac.uk/download/pdf/276549073.pdf>
- Kurniawan, A., Fadhillah, I. H., Natalia, L., Rahma, T. M., & Mediawati, E. (2023). Pencatatan Keuangan Umkm Dengan Aplikasi Mobile Dan Strategi Pemasaran Dengan Pembuatan Konten Visual. *ABDIMASKU: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 6(3), 922-929. <https://doi.org/10.62411/ja.v6i3.1549>
- Mediawati, E., Pujianie, C., Delarosa, A., Azizah, L., & Aulya, R. R. (2024). Pendampingan UMKM Toko Pakaian Ibu Indrawati dalam Pemasaran dan Pengelolaan Keuangan. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 9(1), 289-296. <https://doi.org/10.30653/jppm.v9i1.585>
- Rayyani, W. O., Abdi, M. N., Winarsi, E., & Warda, W. (2020). Peningkatan daya saing umkm melalui optimalisasi penyusunan laporan keuangan. *Jurnal Dedikasi Masyarakat*, 3(2), 97-105. <https://doi.org/10.31850/jdm.v3i2.537>
- Suarjana, I. W., & Musmini, L. S. (2020). Pencatatan dan Pelaporan Akuntansi Keuangan Pada Home Industry Kain Tenun Endek Mastuli Sari Arta. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 11(2), 1-12. <https://doi.org/10.23887/jimat.v11i2.24928>
- 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/>
- Widiastoeti, H., & Sari, C. A. E. (2020). Penerapan Laporan Keuangan Berbasis Sakemkm Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Umkm Kampung Kue Di Rungkut Surabaya. *Jurnal Ekbis*, 21(1), 1-15. <https://doi.org/10.30736/ekbis.v17i1>