

## PENDAMPINGAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL DAN PENCATATAN KEUANGAN PADA UMKM WARUNG OLIS

Muhammad Rafhael Lazuardy<sup>1\*</sup>, Maulana Yusuf<sup>2</sup>, Mohammad Faishal<sup>3</sup>, Elis Mediawati<sup>4</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia  
*e-mail: elis.mediawati@upi.edu*

### Abstrak

Di zaman perkembangan teknologi yang kian pesat saat ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghadapi berbagai kendala dalam menjalankan usaha. Kendala utama yang sering kali dialami adalah dalam bidang pencatatan keuangan dan pemasaran secara digital. Tidak sedikit UMKM yang belum paham sepenuhnya mengenai pentingnya pencatatan keuangan dan pemasaran melalui pemanfaatan teknologi. Salah satunya adalah UMKM Warung Olis yang masih melakukan pencatatan keuangan secara manual dan belum memanfaatkan sepenuhnya media sosial untuk melakukan pemasaran secara optimal. Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk membantu UMKM Warung Olis dalam meningkatkan efisiensi pencatatan keuangan dan mengoptimalkan pemasaran melalui media sosial. Metode pendampingan dilakukan melalui observasi awal, persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Ruang lingkup pembahasan berisi mengenai pemahaman penggunaan aplikasi OlisApp dan pembuatan konten promosi di Instagram. Hasil dari kegiatan pendampingan memberikan dampak yang positif bagi Warung Olis dalam meningkatkan pemahaman akuntansi terutama dengan hadirnya aplikasi OlisApp dan mengetahui cara membuat konten promosi di Instagram yang efektif untuk menarik pelanggan dari mana pun melalui media sosial. Proyek ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara tim pelajar dan UMKM dapat menghasilkan manfaat timbal balik antara kedua belah pihak, serta berkontribusi terhadap penguatan kapasitas UMKM secara berkelanjutan

**Kata kunci:** Pendampingan, UMKM, Pencatatan Keuangan, Pemasaran, Media Sosial

### Abstract

In today's era of rapid technological advancement, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) face various challenges in running their businesses. Two of the most common issues are inadequate financial record-keeping and underutilization of digital marketing. Many MSME actors lack a full understanding of the importance of accurate financial documentation and effective marketing through technology. One such case is Warung Olis, an MSME that still relies on manual bookkeeping and has yet to fully leverage social media for optimal promotion. This assistance project aimed to help Warung Olis improve the efficiency of its financial recording and optimize its marketing strategy through social media platforms. The mentoring process was conducted through four stages: initial observation, preparation, implementation, and evaluation. The scope of the program included introducing the use of the OlisApp application for financial record-keeping and training on promotional content creation for Instagram. The results demonstrated a positive impact on Warung Olis, particularly in enhancing its accounting understanding through OlisApp and developing effective Instagram marketing content to attract customers across a wider reach. This project highlights the value of collaboration between student teams and MSMEs, showing mutual benefits for both parties and contributing to the sustainable capacity development of small enterprises

**Keywords:** Mentoring, MSMEs, financial recording, marketing, social media

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah bisnis yang dijalankan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, atau rumah tangga yang memenuhi syarat sebagai usaha mikro dan dikelompokkan berdasarkan jumlah omzet tahunan, total aset atau kekayaan, serta jumlah tenaga kerja (Rahmadani Dyah Rannu & Subroto Tjipto Wasposito, 2022). UMKM di Indonesia memiliki peranan yang penting sebagai penggerak perekonomian negara. Selain sebagai penggerak perekonomian negara, UMKM juga memiliki peranan penting lainnya, yaitu sebagai pilar utama dalam menciptakan jumlah lapangan kerja di Indonesia. Menurut data terbaru dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 64,2 juta unit. UMKM ini tersebar pada berbagai sektor, mulai dari kuliner, *fashion* hingga teknologi digital. Kontribusi yang diberikan UMKM terhadap PDB di Indonesia dapat dibilang cukup besar, yaitu mencapai 61,07%. Kontribusi

penting lainnya yang diberikan oleh UMKM adalah penyerapan terhadap tenaga kerja sebesar 97% dari total tenaga kerja yang ada.

Pada era digital saat ini, UMKM yang memegang peranan penting bagi negara Indonesia perlu terus berkembang dari waktu ke waktu terutama dalam memperoleh keuntungan (Mediawati Elis, Wijaya Aditya, et al., 2024). Meskipun UMKM memegang beberapa peranan penting, tidak dapat dipungkiri bahwa yang terjadi di lapangan masih terdapat beberapa kendala yang dialami langsung oleh pihak pengelola UMKM itu sendiri. Kendala utama yang dialami oleh pihak pengelola UMKM di Indonesia salah satunya ada pada bagian pencatatan keuangan. Penelitian yang dilakukan oleh (Mediawati Elis, M Zaki Hernanda M., et al., 2024) menyebutkan bahwa alasan pihak pengelola UMKM tidak mencatat seluruh transaksi dengan lengkap karena dianggap tidak berpengaruh terhadap pencatatan keuangan yang ada. Kendala lain yang dialami oleh pihak pengelola UMKM adalah dalam melakukan pemasaran produk. Penelitian yang dilakukan oleh (Mediawati Elis, Pujianie Cindy, et al., 2024) menyebutkan bahwa alasan pihak pengelola UMKM hanya mengandalkan tanggapan dari mulut ke mulut terkait produk yang dijual dan tidak melakukan pemasaran produk secara *online* karena dianggap belum dibutuhkan. Akan tetapi, pihak pengelola UMKM itu sendiri memiliki keinginan untuk dapat meningkatkan jumlah omzet dari penjualan produk serta ingin memperluas jangkauan usahanya. Kedua penelitian yang telah dilakukan tersebut memiliki kesamaan dari pihak pengelola UMKM, yaitu kurangnya kesadaran akan pentingnya melakukan pencatatan keuangan dengan baik dan benar serta tata cara pemasaran produk yang dapat menjangkau pelanggan dengan lebih luas.

Pihak pengelola UMKM perlu untuk membuat laporan keuangan agar dapat melihat sejauh mana profit yang diperoleh. Pembuatan laporan keuangan menjadi salah satu faktor terpenting selain kemampuan dalam mengelola bisnis. Pembuatan laporan keuangan tidak terlepas dari kegiatan catat-mencatat, menganalisis transaksi, dan menyajikannya dalam bentuk laporan keuangan. Dari laporan ini, UMKM dapat mengetahui kondisi keuangannya apakah saat ini sedang dalam kondisi laba atau rugi sehingga dapat dijadikan acuan untuk pengambilan strategi ke depannya. Pihak pengelola UMKM juga perlu untuk memperhatikan strategi pemasaran agar dapat menjangkau pelanggan dengan lebih luas. Strategi pemasaran yang tepat merupakan salah satu kunci untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Selain itu, peningkatan jumlah pelanggan akan berdampak terhadap peningkatan penjualan produk. Strategi pemasaran yang baik akan menjadi keunggulan bagi UMKM itu sendiri untuk bisa bersaing dengan yang lain.

Mitra pendampingan tim adalah salah satu kedai makanan yang berada di Kota Bandung, yaitu Warung Olis. Warung Olis merupakan UMKM yang bergerak di bidang kuliner dan dikelola pemiliknya secara langsung yang merupakan pasangan suami istri, yaitu Monica dan Rudi. Usaha ini baru didirikan pada bulan Desember tahun 2024 dan berlokasi di Jl. Cipaku Indah VIII No. 53, Ledeng, Kec. Cidadap, Kota Bandung. Menu makanan yang disediakan diantaranya terdiri dari bakmi, nasi ayam goreng, nasi telur dadar, dan varian Indomie. Adapun menu minuman yang disediakan diantaranya terdiri dari varian Good Day, kopi Kapal Api, Milo, teh tarik, dan PoP Ice. Saat ini, kedai makanan seperti Warung Olis menjadi tempat yang sedang naik daun karena tidak hanya dijadikan sebagai tempat makan saja, tetapi juga dijadikan sebagai tempat untuk mengerjakan tugas terutama bagi kalangan mahasiswa. Warung Olis telah menjadi kedai makanan yang nyaman dan dapat memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan, baik sebagai tempat untuk makan maupun melakukan aktivitas lainnya seperti mengadakan rapat atau sekadar untuk berbincang santai dengan teman.

Warung Olis memiliki beberapa permasalahan yang dihadapi, seperti dalam bidang pemasaran dan pencatatan keuangan. Di bidang pemasaran, upaya promosi melalui media sosial belum dimanfaatkan secara maksimal sehingga aktivitas pemasaran masih cenderung pasif dan belum bisa menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, pencatatan transaksi masih dilakukan secara manual sehingga hal ini masih merepotkan pengelolanya. Kondisi ini juga dapat menyebabkan pengelola tidak mengetahui secara pasti pendapatan yang diterima karena masih terdapat potensi kesalahan dalam pencatatan, seperti data yang hilang, data yang salah, dan data yang tidak lengkap. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Achadiyah Nur Bety, 2019) yang menyatakan bahwa penerapan pencatatan akuntansi secara digital masih jarang dilakukan, terutama dalam unit bisnis kecil seperti UMKM. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim mengusulkan sebuah pendampingan kepada Warung Olis dalam hal pencatatan keuangan dan pemasaran secara digital di media sosial Instagram. Pendampingan ini diharapkan dapat membuat pihak pengelola Warung Olis lebih sadar mengenai betapa pentingnya pencatatan keuangan secara digital dan strategi pemasaran yang baik agar usahanya

dapat bersaing dengan usaha sekitar yang serupa dan terus berkembang, serta meningkatkan kemampuan dalam berbisnis terutama dalam hal pencatatan keuangan dan pemasaran. Kegiatan pendampingan UMKM dapat menciptakan simbiosis mutualisme, yaitu kondisi yang saling menguntungkan antara dua belah pihak, yaitu UMKM dan mahasiswa sebagai pendamping. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa pendampingan yang dilakukan oleh tim tidak hanya memberikan keuntungan untuk UMKM saja, tetapi juga memberikan manfaat bagi tim sebagai pendamping berupa pengetahuan dan pengalaman yang berharga dalam berbisnis, khususnya pada skala UMKM.

## METODE

Pendampingan ini dilakukan di Warung Olis yang berlokasi di Jl. Cipaku Indah VIII No. 53, Ledeng, Kec. Cidapad, Kota Bandung. Pendampingan dilaksanakan selama 2 bulan, terhitung dari bulan Februari sampai dengan bulan Maret 2025. Dalam hal ini, pendampingan yang dilakukan adalah penggunaan media sosial untuk pemasaran produk dan aplikasi untuk pencatatan keuangan yang telah dibuat oleh tim, yaitu OlisApp sebagai upaya untuk mengoptimalkan pemasaran dan pencatatan keuangan Warung Olis ini.

Tim pendamping menyusun tahapan kegiatan pendampingan yang meliputi 4 tahapan utama, yaitu observasi awal, persiapan, pelaksanaan pendampingan, dan evaluasi.

### 1. Observasi awal

Tahapan pertama merupakan tahapan sebelum pelaksanaan pendampingan. Pada tahap ini, tim pendamping melakukan wawancara terkait profil usaha dan permasalahan yang sedang dihadapi oleh Warung Olis.

### 2. Persiapan

Pada tahap ini, tim pendamping mengumpulkan dan mempersiapkan informasi agar dapat dijadikan sebagai solusi yang dapat ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh Warung Olis berdasarkan hasil observasi awal.

### 3. Pelaksanaan pendampingan

Pada tahap ini, Warung Olis menerima pendampingan dari tim secara langsung. Kegiatan pendampingan dilaksanakan di lokasi usaha Warung Olis dengan melibatkan pemilik. Tim memberikan bimbingan dalam mengelola akun Instagram Warung Olis untuk mendukung pemasaran produk. Tim juga membuat aplikasi OlisApp dan mengenalkannya kepada pemilik Warung Olis serta memberikan pelatihan dan bimbingan dalam penggunaan aplikasi tersebut dengan cara menjelaskan fungsi dan berbagai fitur yang ada di aplikasi OlisApp lalu mempraktikkannya secara langsung melalui tablet.

### 4. Evaluasi

Setelah pelaksanaan pendampingan, evaluasi dilakukan melalui wawancara dengan pemilik dari Warung Olis untuk mengukur efektivitas solusi yang ditawarkan dan bagaimana pendampingan yang diberikan oleh tim dapat berdampak terhadap pemasaran dan pencatatan keuangan Warung Olis sehingga tujuan pendampingan ini dapat tercapai. Hasil wawancara digunakan sebagai dasar untuk menyusun rekomendasi pengembangan dan menyempurnakan pendekatan pendampingan agar ke depannya bisa mencapai hasil yang lebih optimal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Tahap Observasi Awal

Tahap pertama yang dilakukan adalah melaksanakan observasi berupa wawancara dengan pemilik Warung Olis. Hasil wawancara yang didapatkan adalah mengenai keadaan dan permasalahan yang dialami oleh Warung Olis selama menjalankan usaha. Pertanyaan wawancara mencakup kendala yang selama ini belum teratasi dengan baik. Selama melakukan observasi awal, tim memperoleh informasi bahwa pencatatan transaksi yang dilakukan selama ini masih dilakukan secara manual melalui buku tulis. Hal ini akan berdampak terhadap kurangnya efisiensi dan efektivitas serta rawannya kekeliruan dalam proses pencatatan transaksi. Situasi ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mediawati Elis, Pujanie Cindy, et al., 2024) yang menjelaskan bahwa alasan pihak pengelola UMKM mengalami kesulitan dalam pencatatan keuangan salah satunya disebabkan karena belum mempunyai pemahaman yang memadai dalam menyusun laporan keuangan yang sederhana dan efektif. Maka dari itu pemakaian aplikasi pencatatan keuangan yang mudah untuk dipahami dan digunakan bagi pengelola unit bisnis kecil, seperti UMKM akan mendukung dalam penyederhanaan

pencatatan setiap transaksi, meningkatkan keakurasian data yang ada, dan mengurangi potensi kesalahan. Selain itu, tim memperoleh informasi bahwa akun Instagram Warung Olis tidak dikelola secara maksimal untuk melakukan pemasaran produk dan usahanya. Pada kasus ini, tim kami merencanakan untuk merancang sebuah aplikasi pencatatan transaksi keuangan yang bernama “OlisApp” untuk Warung Olis dengan harapan bahwa aplikasi ini dapat membantu pengelola unit bisnis dalam mencatat transaksi-transaksi yang terjadi serta membimbing dan mengelola akun Instagram Warung Olis agar bisa digunakan secara optimal.

### Tahap Persiapan

Setelah mengidentifikasi kondisi dan kendala yang dialami Warung Olis melalui tahap observasi awal, maka tim pendamping melakukan tahap persiapan yang berfokus pada pembuatan aplikasi OlisApp yang direncanakan untuk dijadikan sebagai solusi dalam menyelesaikan permasalahan pencatatan keuangan serta memberikan bimbingan untuk mengelola media sosial Instagram sebagai alat untuk memasarkan produk. Proses pembuatan aplikasi ini mencakup pengumpulan informasi untuk fitur yang akan diadopsi dalam aplikasi OlisApp, cara pembuatan aplikasi, proses penginstalan, registrasi, dan cara menggunakannya untuk menunjang proses bisnis sehari-hari.

Sebelum mengembangkan aplikasi berbasis *AppSheet*, diperlukan beberapa tahapan persiapan untuk memastikan sistem dapat berjalan dengan optimal. Langkah pertama adalah mendefinisikan kebutuhan bisnis dan fitur yang akan diimplementasikan dalam aplikasi. Dalam konteks sistem manajemen UMKM ini, fitur utama yang harus dipersiapkan meliputi *Point of Sales (POS)*, Daftar Menu, *Purchasing*, *Stock Opname*, dan *Dashboard*. Setiap fitur harus dirancang dengan struktur data yang jelas agar mudah diintegrasikan ke dalam *AppSheet*. Data yang diperlukan, seperti daftar menu, harga produk, daftar *supplier*, dan transaksi keuangan harus dikumpulkan dan disusun dalam format yang kompatibel dengan *AppSheet*, seperti *Google Sheets* atau *SQL Database*.

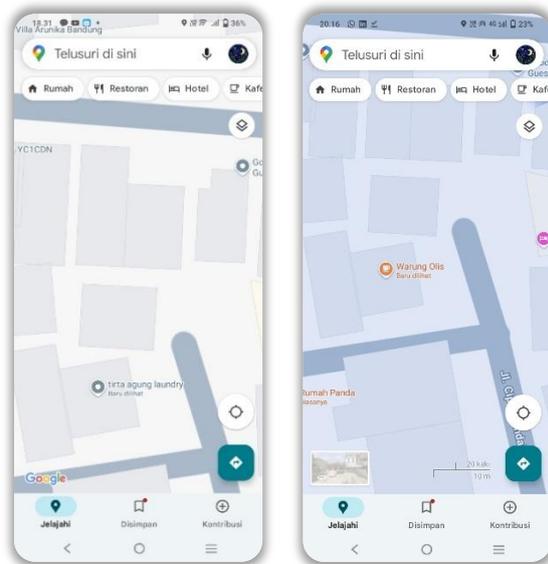
Selanjutnya, tahap kedua adalah perancangan *workflow* dan integrasi antar fitur. Misalnya, fitur *Stock Opname* harus dapat memperbarui data secara *real-time* berdasarkan transaksi yang dicatat dalam fitur *POS* dan *Purchasing*. Selain itu, fitur *Dashboard* perlu dirancang agar dapat menampilkan analisis penjualan berdasarkan data yang diperoleh dari berbagai sumber dalam aplikasi. Proses ini membutuhkan perancangan relasi antar tabel dan pengaturan otomatisasi dalam *AppSheet*, seperti pemicu (*triggers*) dan aksi (*actions*) yang memastikan bahwa setiap perubahan data langsung tercermin di seluruh sistem. Dengan persiapan yang matang, aplikasi berbasis *AppSheet* ini dapat membantu UMKM dalam mengelola operasional dengan lebih efektif dan efisien.

### Tahap Pelaksanaan Pendampingan

Dalam upaya mendukung pengelolaan dan pengembangan Warung Olis, pendampingan dirancang secara sistematis untuk memberikan solusi yang sesuai dengan kendala dan kebutuhan bisnis ini. Setiap tahapan pelaksanaan pendampingan disusun untuk memastikan bahwa langkah-langkah yang diambil mampu memberikan dampak positif yang nyata, baik dari segi pemasaran maupun pencatatan keuangan. Berikut adalah tahapan-tahapannya:

#### 1. Pembuatan Profil Bisnis di Google Maps

Langkah pertama adalah membantu Warung Olis agar lebih mudah ditemukan oleh pelanggan. Tim mendampingi pemilik usaha dalam mendaftarkan bisnisnya di Google Maps dengan detail seperti nama usaha, alamat usaha, jam operasional, kategori bisnis, dan foto terkait Warung Olis yang menarik. Profil ini tidak hanya memudahkan pelanggan untuk menemukan Warung Olis, tetapi juga memberikan informasi yang kredibel mengenai bisnis tersebut. Pada tahap ini tim juga memberikan wawasan mengenai fitur-fitur yang dapat membantu meningkatkan kredibilitas dan nama baik usaha, seperti adanya fitur *rating* yang bisa digunakan oleh pengguna akun Google.



Gambar 1. Penampakan Google Maps Sebelum dan Sesudah Pendaftaran Profil Bisnis  
 Sumber: Dokumen Pribadi

2. Pemasaran Secara Digital di Instagram

Tahapan berikutnya adalah mendukung pemasaran secara digital melalui media sosial. Tim membantu Warung Olis untuk mengurus dan mengoptimalkan akun bisnis di Instagram. Proses ini meliputi pengisian profil bisnis yang informatif, pembuatan unggahan foto dan video, serta *caption* yang menarik, hingga pemanfaatan fitur Instagram seperti Instagram *story*. Langkah ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan.



Gambar 2. Implementasi Strategi Pemasaran di Instagram  
 Sumber: Dokumen Pribadi

3. Jasa Konsultasi Rutin Tiap Minggu

Selama pendampingan, tim mengadakan sesi konsultasi rutin tiap minggu pada minggu-minggu awal. Kegiatan ini berfungsi sebagai forum untuk berdiskusi mengenai kendala yang dihadapi oleh pemilik usaha, mencari solusi, serta memberikan saran terkait dengan pengelolaan bisnis. Dalam sesi ini, tim juga melakukan evaluasi pelaksanaan strategi pemasaran dan efektivitas pembuatan profil bisnis untuk menentukan langkah-langkah berikutnya.

4. Pembuatan Aplikasi OlisApp

Tahapan selanjutnya adalah pembuatan aplikasi OlisApp, sebuah aplikasi pencatatan keuangan yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan pencatatan transaksi Warung Olis. Pembuatan aplikasi ini mencakup tahap perancangan fitur, pengujian awal, hingga pelatihan penggunaan aplikasi

kepada pemilik usaha. Aplikasi ini diharapkan dapat memberikan solusi jangka panjang dalam mencatat transaksi dan menyusun laporan keuangan sederhana.

5. Pendampingan Penggunaan Aplikasi OlisApp

Pendampingan dilakukan secara langsung dengan pemilik usaha Warung Olis melalui tablet, pertama-tama tim menjelaskan terlebih dahulu secara singkat mengenai aplikasi OlisApp, selanjutnya tim menjelaskan fitur apa saja yang tersedia dan menjelaskan bagaimana cara menggunakan setiap fitur yang ada dengan cara mendemonstrasikannya di depan pemilik Warung Olis. Selama proses pendampingan penggunaan aplikasi tersebut, pemilik usaha cukup interaktif dengan tim dan memberikan respons yang positif serta bertanya mengenai hal yang masih kurang dimengerti dari fitur yang tersedia. Aplikasi OlisApp menyediakan berbagai fitur yang bermanfaat bagi Warung Olis terutama dalam pencatatan keuangan.

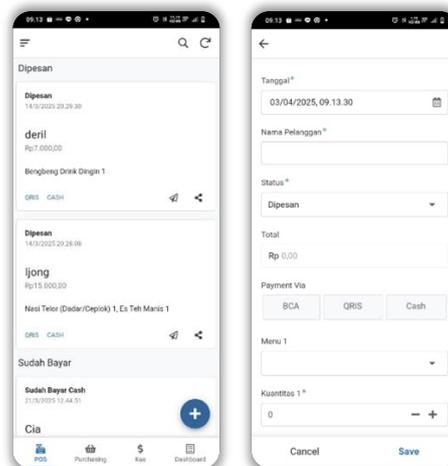


Gambar 3. Pelaksanaan Pendampingan Penggunaan Aplikasi OlisApp  
Sumber: Dokumen Pribadi

Beberapa fitur yang dapat mendukung pencatatan keuangan secara efisien dan efektif meliputi:

- *Point of Sales (POS) System*

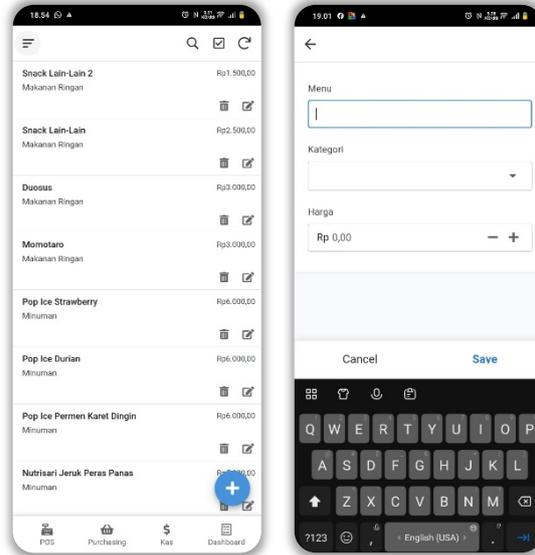
*Point of Sales (POS)* merupakan sistem yang berfungsi sebagai pusat transaksi dalam suatu bisnis. Sistem ini memungkinkan pencatatan penjualan secara *real-time*, mencatat pembayaran yang dilakukan oleh pelanggan dan mengelola berbagai metode pembayaran seperti tunai, kartu kredit, dan dompet digital. Selain itu, POS juga dapat diintegrasikan dengan sistem lain seperti manajemen inventaris dan akuntansi sehingga memungkinkan proses operasional yang lebih terstruktur dan efisien. Dengan adanya sistem POS, UMKM dapat melakukan pencatatan transaksi secara akurat, mengurangi risiko kesalahan pencatatan manual, dan mempermudah dalam penyusunan laporan keuangan.



Gambar 4. Tampilan Fitur POS  
Sumber: Dokumen Pribadi

- Daftar Menu

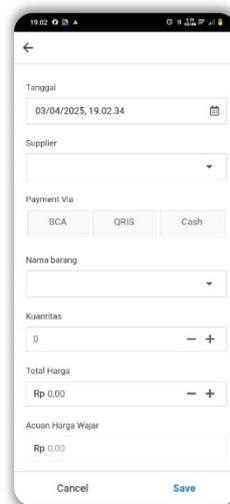
Fitur Daftar Menu menyediakan informasi lengkap mengenai menu yang tersedia di Warung Olis, termasuk nama makanan, harga, dan kategori makanan. Dalam sistem ini, daftar menu telah diotomatisasi dan langsung terhubung dengan fitur POS sehingga setiap pemesanan menu yang dilakukan oleh pelanggan akan langsung tercatat dalam sistem penjualan. Integrasi ini memungkinkan pengelolaan pesanan menjadi lebih efisien, meminimalisir kesalahan dalam pencatatan, serta mempercepat proses transaksi antara pelanggan dan pihak UMKM.



Gambar 5. Tampilan Daftar Menu  
Sumber: Dokumen Pribadi

- *Purchasing*

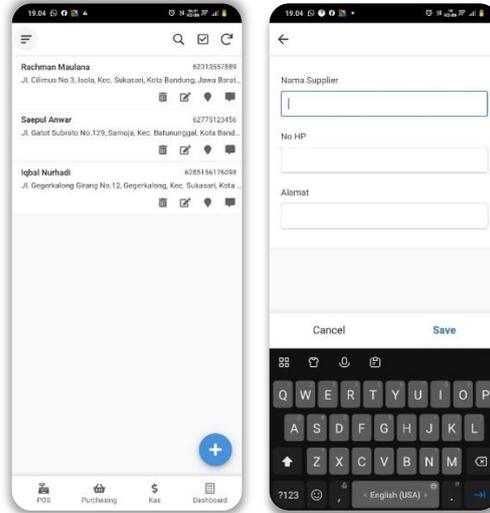
Fitur *Purchasing* bertanggung jawab dalam manajemen pembelian bahan baku dari *supplier*. Melalui fitur ini, UMKM dapat melakukan pencatatan terhadap setiap transaksi pembelian bahan baku, memastikan ketersediaan bahan secara optimal, serta menghindari kekurangan atau kelebihan stok. Salah satu keunggulan dari sistem *Purchasing* ini adalah kemampuannya dalam menilai kewajaran harga bahan baku yang dibeli dari *supplier*. Sistem secara otomatis dapat melakukan perbandingan harga berdasarkan histori pembelian sebelumnya dan menampilkan analisis harga untuk membantu manajemen dalam pengambilan keputusan yang lebih efisien dan ekonomis.



Gambar 6. Tampilan Fitur *Purchasing*  
Sumber: Dokumen Pribadi

- *List Supplier*

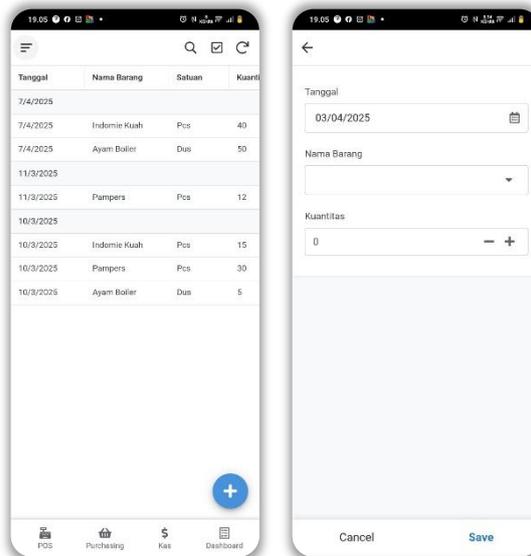
Fitur *List Supplier* berisi daftar nama *supplier* yang menjadi mitra penyedia bahan baku bagi UMKM. Data dalam fitur ini diintegrasikan langsung dengan sistem *Purchasing* sehingga setiap transaksi pembelian bahan baku akan tercatat dengan rapi, termasuk identitas *supplier*, histori pembelian, dan evaluasi kinerja *supplier* berdasarkan ketepatan waktu pengiriman dan kualitas bahan yang disediakan. Dengan adanya sistem ini, UMKM dapat dengan mudah melakukan pengelolaan *supplier* serta memastikan rantai pasokan berjalan dengan baik.



Gambar 7. Tampilan Fitur *List Supplier*  
Sumber: Dokumen Pribadi

- Stock Opname*

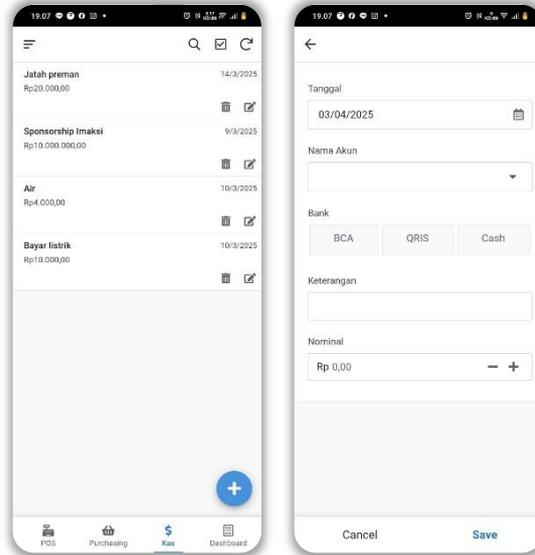
*Stock Opname* merupakan fitur yang berfungsi untuk mencatat dan memonitor ketersediaan stok bahan baku maupun barang lainnya yang digunakan dalam operasional UMKM. Dalam fitur ini, pengguna dapat melihat daftar barang yang masih tersedia serta mencatat barang yang telah habis. *Stock opname* sangat penting dalam menjaga keseimbangan antara permintaan dan persediaan, menghindari pemborosan bahan baku, serta mengoptimalkan perencanaan pembelian. Proses *stock opname* biasanya dilakukan secara berkala untuk memastikan bahwa data inventaris sesuai dengan kondisi fisik yang sebenarnya sehingga mengurangi risiko kehilangan barang akibat pencatatan yang tidak akurat atau penyimpangan lainnya.



Gambar 8. Fitur *Stock Opname*  
Sumber: Dokumen Pribadi

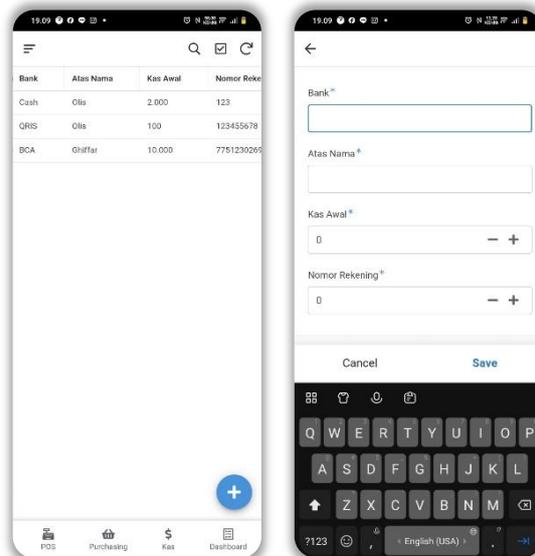
- Kas

Fitur Kas digunakan untuk mencatat seluruh transaksi keuangan yang berkaitan dengan penerimaan maupun pengeluaran dana. Pencatatan dalam fitur ini dilakukan dengan metode basis akrual, yaitu pencatatan yang dilakukan berdasarkan waktu terjadinya transaksi, bukan berdasarkan waktu kas diterima atau dibayarkan. Dengan pendekatan akrual ini, laporan keuangan UMKM dapat disusun dengan lebih akurat, memungkinkan manajemen dalam menganalisis arus kas dan melakukan pengelolaan keuangan secara lebih efektif.



Gambar 9. Tampilan Fitur Kas  
Sumber: Dokumen Pribadi

- **Dompot Olis**  
Fitur Dompot Olis berfungsi sebagai pusat penyimpanan dan pengelolaan berbagai dompet digital yang digunakan oleh UMKM, baik dalam bentuk rekening bank maupun *e-wallet*. Dengan adanya fitur ini, UMKM dapat dengan mudah melacak sumber dana, mengelola transaksi pembayaran elektronik, serta memastikan keamanan dalam setiap proses transaksi digital yang dilakukan. Pengelolaan keuangan berbasis digital ini semakin relevan dalam era modern, di mana metode pembayaran elektronik semakin mendominasi transaksi bisnis.



Gambar 10. Tampilan Fitur Dompot Olis  
Sumber: Dokumen Pribadi

- *Dashboard*

*Dashboard* merupakan fitur yang menyajikan data analitik terkait kinerja penjualan UMKM dalam bentuk visualisasi yang mudah dipahami. Salah satu fitur utama dalam *dashboard* ini adalah laporan penjualan makanan berdasarkan kategori, yang ditampilkan dalam bentuk *chart* histogram. Dengan adanya fitur ini, pemilik UMKM dapat memantau tren penjualan setiap kategori makanan, mengidentifikasi menu yang paling diminati pelanggan, dan melakukan strategi pemasaran yang lebih efektif berdasarkan data yang tersedia.



Gambar 11. Tampilan Fitur *Dashboard*  
Sumber: Dokumen Pribadi

### Tahap Evaluasi

Evaluasi terkait kegiatan pendampingan yang telah dilaksanakan oleh tim dilakukan bersama dengan pemilik Warung Olis melalui wawancara. Pembahasannya mencakup pemahaman mengenai penggunaan aplikasi OlisApp. Selama proses pendampingan penggunaan aplikasi tersebut, pemilik dapat dengan mudah untuk memahami cara kerja dari setiap fitur yang tersedia. Pemilik Warung Olis juga memberikan respons yang positif terhadap aplikasi yang telah dibuat oleh tim. Pemilik mengatakan bahwa fitur yang disediakan cocok dengan kendala yang sedang dihadapi karena sebelumnya pencatatan transaksi yang dilakukan oleh pemilik Warung Olis masih dilakukan secara manual melalui buku tulis sehingga pengenalan dan pendampingan cara menggunakan aplikasi ini selaras dengan kondisi sebenarnya. Terkait pemasaran melalui media sosial, pemilik Warung Olis mendapatkan pengetahuan baru dalam praktik pemasaran di media sosial secara konsisten dan tetap menarik sesuai dengan tren yang ada. Tren pelanggan yang datang ke Warung Olis mengalami peningkatan karena pemasaran dan konten yang disajikan berhasil menarik warga net untuk datang.

Selain pendampingan yang dilakukan, tim pendamping juga melakukan *monitoring* terkait penggunaan aplikasi OlisApp agar mengetahui kekurangan dari aplikasi ini ketika dipakai dan supaya fitur yang tersedia dapat digunakan secara optimal. Melalui kegiatan ini, tim pendamping berhasil mengidentifikasi beberapa aspek yang memerlukan penyempurnaan dalam aplikasi OlisApp. Salah satu masukan yang diperoleh adalah perlunya fitur tambahan untuk mendukung fleksibilitas pencatatan transaksi, seperti integrasi dengan pembayaran secara digital yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat. Tim telah melakukan pembaharuan untuk menyempurnakan aplikasi tersebut agar memiliki fitur yang lebih optimal dan disesuaikan dengan kebutuhan pengguna.

### SIMPULAN

Kegiatan pendampingan pada UMKM Warung Olis telah berhasil membantu pemilik UMKM dalam mengatasi kendala mengenai pencatatan keuangan dan pemasaran di media sosial. Selama dua bulan proses pendampingan dilakukan, tim pendamping membantu pemilik UMKM dengan membuat aplikasi OlisApp yang dapat mengelola pencatatan keuangan dengan sistematis dan rapi serta memberikan saran dalam meningkatkan pemasaran di media sosial melalui pembuatan konten yang menarik dan konsisten. Kegiatan pendampingan ini telah mengimplementasikan rencana

pendampingan yang telah disepakati sebelumnya oleh tim dan pemilik UMKM. Rencana pendampingan yang berhasil dilaksanakan, yaitu pencatatan keuangan dan pemasaran melalui media sosial. Kegiatan pendampingan yang dilakukan tim terhadap Warung Olis dilakukan dengan cara mendatangi lokasi secara langsung setiap seminggu sekali selama dua bulan. Pada akhir pendampingan ini, tim melakukan evaluasi mengenai proses pendampingan yang telah dilaksanakan sebelumnya untuk mengukur tercapainya tujuan pendampingan.

Pelaksanaan pendampingan yang melibatkan observasi, pelatihan, dan evaluasi menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan kemampuan pemilik usaha dalam menggunakan teknologi untuk mendukung operasional bisnis. Keberhasilan pendampingan ini menciptakan hubungan simbiosis mutualisme antara tim pendamping dan UMKM, di mana tim mendapatkan pengalaman berharga, sementara pemilik UMKM memperoleh *skill* dan pengetahuan baru untuk bersaing dan berkembang lebih jauh. Pendekatan ini menunjukkan pentingnya adopsi teknologi modern bagi UMKM untuk memperoleh efisiensi dan daya saing yang lebih kuat di era digital.

## SARAN

Dalam kegiatan pendampingan untuk pencatatan keuangan dan pemasaran di media sosial, perlu adanya peningkatan dalam menyusun rencana pendampingan agar kegiatan dapat dieksekusi dengan lebih matang. Selain itu, pendampingan harus dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan agar memberikan dampak yang lebih baik untuk keberlanjutan UMKM serta dapat memperluas wawasan dan meningkatkan keterampilan dalam mengelola bisnis.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Program Studi Akuntansi Universitas Pendidikan Indonesia atas bimbingan dan dukungan finansial yang diberikan dalam pendampingan ini. Bantuan tersebut sangat berperan dalam mendukung tim pendamping dalam menjalankan kegiatan pengabdian

## DAFTAR PUSTAKA

- Achadiyah Nur Bety. (2019). OTOMATISASI PENCATATAN AKUNTANSI PADA UMKM. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(1), 188. <https://doi.org/10.18202/jamal.2019.04.10011>
- Mediawati Elis, M Zaki Hernanda M., Ulya Ade, & Hidayat Rahmat. (2024). PENDAMPINGAN PEMASARAN DAN PENCATATAN KEUANGAN PADA UMKM DOELOER COFFEE. *Communnity Development Journal*, 5(4), 6930–6937. <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i4.30054>
- Mediawati Elis, Pujianie Cindy, Delarosa Angela, Azizah Lies, & Aulya Rizka Raden. (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>
- Mediawati Elis, Wijaya Aditya, Pratama Akbar Gemning Dimar, Matiin Azzam Muhammad, & Yolansyah Ersya Priangga. (2024). Pendampingan Terhadap Pembukuan dan Pemasaran Mitra UMKM Musika Bandung. *E-DIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 15(2), 334–339. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v15i2.16107>
- Rahmadani Dyah Rannu, & Subroto Tjipto Waspodu. (2022). Analisis Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Sidoarjo di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(2), 167–181. <https://doi.org/10.26740/jpap.v10n2.p167-181>