Jurnal Tiyasadarma p-ISSN 3021-7644
Vol. 03, No. 01, pp. 14 – 22; 2025 e-ISSN 3025-0072

Pelatihan Manajemen Keuangan dan Pemasaran pada UKM Lebah Sempage melalui Pelatihan Akuntansi Sederhana dan *Digital Marketing*

Widia Febriana[1], Fahry[2], Rini Anggriani[3], Rina Komala[4] , Haikal Fikri Rahman [5*] dan Izzatul Ulya khae Roni [6*]

[1,2,4,5,6] Universitas Bumigora (Program Studi Bisnis Digital), Jl. Ismail Marzuki No.22, Cilinaya, Kec. Cakranegara, Kota Mataram, Nusa Tenggara Bar. 83127
[3]Universitas Bumigora(Program Studi Manajemen, Jl. Ismail Marzuki No.22, Cilinaya, Kec. Cakranegara, Kota Mataram, Nusa Tenggara Bar. 83127

*Email 1: widia@universitasbumigora.ac.id

Received: 06 November 2024 *Revised: 29 Juli 2025* *Accepted: 30 Juli 2025*

ABSTRAK

Bagian	Jumlah kalimat	Isi kalimat Abstrak
Pendahuluan	1-2	Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memainkan peran penting dalam perekonomian lokal, terutama dalam konteks desa-desa seperti Lebah Sempage. UKM berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, menghasilkan pendapatan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi di tingkat masyarakatFleksibilitas dan kemampuan beradaptasi UKM membuat mereka cocok untuk memenuhi kebutuhan dan tantangan unik di daerah pedesaan. UKM dapat didirikan secara lokal untuk menyediakan barang dan jasa yang memenuhi permintaan spesifik masyarakat, yang berkontribusi pada pembangunan ekonomi wilayah secara keseluruhan. Dalam kasus Desa Lebah Sempage, UKM telah berperan penting dalam mendorong kegiatan ekonomi dan meningkatkan taraf hidup warga. Kehadiran perusahaan-perusahaan ini tidak hanya menciptakan lapangan kerja tetapi juga mendiversifikasi ekonomi lokal, mengurangi ketergantungan pada satu industri atau sektor
Tujuan	1	Tujuannya untuk mendorong kegiatan ekonomi dan meningkatkan taraf hidup warga. Kehadiran perusahaan-perusahaan ini tidak hanya menciptakan lapangan kerja tetapi juga mendiversifikasi ekonomi lokal, mengurangi ketergantungan pada satu industri atau sektor.. Seperti yang telah disoroti dalam literatur, UKM merupakan komponen penting dalam ekonomi global, memainkan peran penting baik di negara maju maupun negara berkembang. Di negara berkembang, usaha kecil sangat penting dalam menstabilkan dan mendorong pertumbuhan ekonomi, karena mereka menyediakan sumber daya dan infrastruktur yang diperlukan untuk mendukung struktur ekonomi negara. Studi kasus Desa Lebah Sempage mencontohkan pentingnya UKM dalam ekonomi lokal. Dengan memanfaatkan fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi mereka, UKM di desa telah mampu berkontribusi pada pembangunan ekonomi secara keseluruhan, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan standar hidup masyarakat.
Metode	1-3	Metodelogi yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pendekatan PKM dengan *participatory action research (PAR)* merupakan pendekatan yang prosesnya bertujuan untuk mentranfer ilmu terkait manajemen Keuangan dan cara Pemasaran produk pada UKM desa Lebah Sempage melalui Pelatihan Akuntansi Sederhana dan *Digital Marketing*
Hasil	1-3	Kegiatan pengabdian dilakukan pada hari sabtu-minggu, tanggal 2-3 November 2024, yang dimulai pada pukul 14.00 s/d 15.00 wib. Kegiatan pelatihan ini dilakukan di Desa Lebah Sempage Narmada. menjadi tempat dilakukannya pengabdian karena menjadi tempat wisata dan masyakat disana memerlukan pelatihan manajemen pemasaran untuk menunjang produk UKM yang mereka

p-ISSN 3021-7644
e-ISSN 3025-0072

		buat.
Kesimpulan	1	Adapun kesimpulan dalam pengabdian ini adalah kegiatan pelatihan Manajemen keuangan dan pemasaran pada UKM Lebah Sempage melalui Pelataihan Akuntansi Sederhana dan *Digital Marketing* sekiranya dapat mengatasi permasalahan yang ada guna untuk mendukung pelaksanaan pengabdian kepada masyrakat secara efektif. Hal ini dapat terlihat dari kegiatan pelatihan berjalan lancar ditanggai oleh UKM dan mahasiswa Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Bumigora, serta mampu mengikuti pelatihan sesuai dengan pemaparan yang diberikan.
Kata kunci	1	UKM di desa Lebah Sempage, manajemen keuangan, *Digital Marketing*, pelatihan akuntansi, pemasaran
Abstrak bahasa Inggris		*Small and Medium Enterprises play an important role in the economic development of a region, as they have the ability to absorb labor and contribute to the economy. In Lebah Sempage village, SMEs face challenges in financial management and marketing, which hinders their growth and expansion. This study aimed to provide financial management and Digital Marketing training to SMEs in Sempage Bee village to improve their financial performance and increase their sales. The training program consisted of several stages, including a field survey, providing training on financial reporting, opening market networks through promotional activities, and offering knowledge on marketing strategies to increase local sales. The financial management training focused on the use of digital financial reports, which help SME owners accurately record their sales, purchases, and expenses. The Digital Marketing training covered topics such as creating promotional content and utilizing various digital platforms to reach a wider audience.*
Keywords		*SMEs in Lebah Sempage village, financial management, Digital Marketing, accounting training, marketing*

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memainkan peran penting dalam perekonomian lokal, terutama dalam konteks desa-desa seperti Lebah Sempage. UKM berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, menghasilkan pendapatan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi di tingkat Masyarakat (Khan & Khalique, 2014) (Mwobobia, 2012).

Fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi UKM membuat mereka cocok untuk memenuhi kebutuhan dan tantangan unik di daerah pedesaan. UKM dapat didirikan secara lokal untuk menyediakan barang dan jasa yang memenuhi permintaan spesifik masyarakat, yang berkontribusi pada pembangunan ekonomi wilayah secara keseluruhan. (Khan, & Khalique, 2014).

Dalam kasus Desa Lebah Sempage, UKM telah berperan penting dalam mendorong kegiatan ekonomi dan meningkatkan taraf hidup warga. Kehadiran perusahaan-perusahaan ini tidak hanya menciptakan lapangan kerja tetapi juga mendiversifikasi ekonomi lokal, mengurangi ketergantungan pada satu industri atau sektor.

Seperti yang telah disoroti dalam literatur, UKM merupakan komponen penting dalam ekonomi global, memainkan peran penting baik di negara maju maupun negara berkembang. Di negara berkembang, usaha kecil sangat penting dalam menstabilkan dan mendorong pertumbuhan ekonomi, karena mereka menyediakan sumber daya dan infrastruktur yang diperlukan untuk mendukung struktur ekonomi negara. (Kanaan-Jebna et al, 2022.). Studi kasus Desa Lebah Sempage mencontohkan pentingnya UKM dalam ekonomi lokal. Dengan

p-ISSN 3021-7644
e-ISSN 3025-0072

memanfaatkan fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi mereka, UKM di desa telah mampu berkontribusi pada pembangunan ekonomi secara keseluruhan, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan standar hidup masyarakat. (Kanaan-Jebna et al, 2022.) (Khan & Khalique, 2014) (Dasanayaka, 2006).

Usaha kecil dan menengah di Desa Lebah Sempage menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal manajemen keuangan dan pemasaran produk. (Sungkawati & Hendrawaty, 2018). (Mujiani et al., 2022) (Selfia, 2018) Tantangan-tantangan ini tidak hanya terjadi di desa ini, karena UKM di seluruh Indonesia dan bahkan di seluruh dunia juga menghadapi masalah yang sama. (Umbaris et al., 2020) (Muhammad & Ghani, 2019).

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UKM ini adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam menyiapkan laporan keuangan. Banyak pemilik usaha kecil menganggap proses pemeliharaan catatan keuangan dan pembuatan laporan sebagai proses yang memakan waktu dan sulit. (Muhammad & Ghani, 2019).Akibatnya, mereka sering kali gagal menyimpan informasi keuangan yang akurat dan terkini, yang dapat menghambat kemampuan mereka untuk membuat keputusan bisnis yang tepat.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UKM ini adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam menyiapkan laporan keuangan. Banyak pemilik usaha kecil menganggap proses pemeliharaan catatan keuangan dan pembuatan laporan sebagai proses yang memakan waktu dan sulit. (Muhammad & Ghani, 2019). Akibatnya, mereka sering kali gagal menyimpan informasi keuangan yang akurat dan terkini, yang dapat menghambat kemampuan mereka untuk membuat keputusan bisnis yang tepat.

Pentingnya akuntansi dan manajemen keuangan telah mapan, terutama dalam konteks usaha kecil (Ernest, 2018) (Behn et al., 2012). Pencatatan dan pelaporan keuangan yang tepat sangat penting untuk keberhasilan dan keberlanjutan usaha kecil dan menengah karena memberikan wawasan penting tentang kesehatan keuangan dan kinerja bisnis. Pencatatan keuangan yang akurat dan terorganisir memungkinkan pengusaha membuat keputusan yang tepat, memantau kemajuan bisnis mereka, dan mematuhi persyaratan peraturan.

Salah satu aspek penting dalam meningkatkan pencatatan keuangan adalah memberikan pelatihan akuntansi dasar bagi pemilik usaha kecil dan karyawan mereka. Pelatihan semacam itu dapat membekali individu dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk memelihara catatan keuangan yang akurat dan terkini, memastikan bahwa informasi keuangan bisnis dapat diandalkan dan tersedia untuk pengambilan keputusan.

Dalam langkah bisnis yang berkembang pesat saat ini, usaha kecil dan menengah menghadapi tantangan untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Pemasaran digital telah muncul sebagai alat yang ampuh yang dapat memberikan manfaat besar bagi UKM dalam hal ini.

Penggunaan saluran pemasaran digital telah terbukti memberikan dampak positif pada aktivitas pemasaran UKM. Hal ini sebagian besar disebabkan oleh fleksibilitas dan efisiensi yang disediakan oleh *platform* digital, yang memungkinkan bisnis menjangkau audiens yang lebih luas tanpa kendala lokasi fisik atau kebutuhan untuk memamerkan produk mereka secara langsung. (Ariska et al., 2022) Pemasaran digital juga dapat membantu UKM mengurangi biaya yang terkait dengan upaya pemasaran tradisional, sehingga menjadi solusi yang lebih hemat biaya untuk bisnis dengan sumber daya terbatas.

p-ISSN 3021-7644
e-ISSN 3025-0072

Penggunaan saluran pemasaran digital telah terbukti memberikan dampak positif pada aktivitas pemasaran UKM. Hal ini sebagian besar disebabkan oleh fleksibilitas dan efisiensi yang disediakan oleh platform digital, yang memungkinkan bisnis menjangkau *audiens* yang lebih luas tanpa kendala lokasi fisik atau kebutuhan untuk memamerkan produk mereka secara langsung. (Ariska et al., 2022) Pemasaran digital juga dapat membantu UKM mengurangi biaya yang terkait dengan upaya pemasaran tradisional, menjadikannya solusi yang lebih hemat biaya untuk bisnis dengan sumber daya terbatas.

Penggunaan saluran pemasaran digital telah terbukti memberikan dampak positif pada aktivitas pemasaran UKM. Hal ini sebagian besar disebabkan oleh fleksibilitas dan efisiensi yang disediakan oleh *platform* digital, yang memungkinkan bisnis menjangkau audiens yang lebih luas tanpa kendala lokasi fisik atau kebutuhan untuk memamerkan produk mereka secara langsung. (Ariska et al., 2022) Pemasaran digital juga dapat membantu UKM mengurangi biaya yang terkait dengan upaya pemasaran tradisional, menjadikannya solusi yang lebih hemat biaya untuk bisnis dengan sumber daya terbatas.

Keberhasilan dan keberlanjutan usaha kecil dan menengah sangat penting bagi pertumbuhan dan perkembangan ekonomi. Salah satu aspek penting dalam mendukung UKM adalah menyediakan program pelatihan yang dapat meningkatkan kemampuan dan ketahanan mereka. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk mengeksplorasi tujuan dan manfaat jangka panjang yang diharapkan dari inisiatif pelatihan semacam itu bagi UKM.

Pengabdian sebelumnya telah menyoroti peran penting yang dimainkan UKM dalam penciptaan lapangan kerja, terutama di negara-negara berkembang. Di negara-negara berpenghasilan rendah dan menengah, UKM menyumbang lebih dari dua pertiga lapangan kerja formal. (Mondal et al., 2021) Selain itu, pengabdian menunjukkan bahwa UKM kecil dan muda cenderung memiliki tingkat penciptaan lapangan kerja yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang lebih besar dan lebih mapan. (Mondal et al., 2021) Meskipun pentingnya UKM sudah diketahui dengan baik, ada kebutuhan untuk lebih memahami praktik pelatihan dan pengembangan di dalam organisasi yang lebih kecil ini, karena sering kali berbeda dengan perusahaan yang lebih besar. Metodelogi yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pendekatan PKM dengan *participatory action research (PAR)* merupakan pendekatan yang prosesnya bertujuan untuk mentranfer ilmu terkait manajemen Keuangan dan cara Pemasaran produk pada UKM desa Lebah Sempage melalui Pelatihan Akuntansi Sederhana dan *Digital Marketing*. Oleh karena itu, pendekatan ini merupakan sarana untuk membangkitkan krativitas UKM dalam memasarkan peoduk dan mencatat pemasukan dan pengeluaran. Mengidentifikasi masalah dari masing- masing UMKM menggunakan indikator yang telah ditetapkan oleh dosen Universitas Bumigora yang melakukan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Lebah Sempage, Narmada Dari daftar pertanyaan tersebut bisa dipetakan untuk masing-masing indikator *Strength-Weakness-Opportunity-Threat* (S.W.O.T) dari tiap UMKM. Mekanisme identifikasi dilakukan secara *self assessment* melalui wawancara yang pertanyaannya telah disiapkan sebelumnya. (Febriana Widia et al., 2024)

Kegiatan dilaksanakan pelatihan manajemen Keuangan dan cara Pemasaran produk pada UKM desa Lebah Sempage melalui Pelatihan Akuntansi Sederhana dan *Digital Marketing* dengan Sosialisasi, diskusi, dan praktek atau pelaksanaan

p-ISSN 3021-7644
e-ISSN 3025-0072

1. Sosialisasi, Kegiatan diawali dengan kunjungan kantor desa Lebah Sempage, Narmada salah satu tempat para masyarakat UMKM dikumpulkan dan wawancara dengan pelaku UMKM.
2. Diskusi atau berinteraksi dengan UMKM desa Lebah Sempage, Narmada , terkait permasalah yang mereka alami sejak menekuni usaha mereka, dosen memberikan solusi dan arahan kepada UMKM di Lebah Sempage, Narmada
3. Praktek atau pelaksanaan, pada tahap ini diberikan pelatihan branding produk UMKM dan memberikan pelatihan cara pemasaran produk menggunakan social media sehingga lebih mudah memasarkan produk mereka.

Gambar 1. Alur Pengabdian Masyarakat Di Desa Lebah Sempage Narmada

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dilakukan pada hari Sabtu hingga Minggu, tanggal 2-3 November 2024, yang dimulai pada pukul 14.00 s/d 15.00 wib. Kegiatan pelatihan ini dilakukan di Desa Lebah Sempage Narmada. menjadi tempat dilakukannya pengabdian karena menjadi tempat wisata dan masyakat disana memerlukan pelatihan manajemen pemasaran untuk menunjang produk UKM yang mereka buat.

Adapun proses yang dilakukan dalam pelatihan adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan Pelatihan Akuntasi Sederhana dan *Digital Marketing*

Gambar 2 Pembuatan Kode QRIS untuk salah satu Kios

p-ISSN 3021-7644
e-ISSN 3025-0072

Gambar 3 Pelatihan akuntansi sederhana dan *Digital Marketing*

Gambar 4. Pemberian hadiah kepada audien yang bertanya

2. Para UKM dan mahasiswa yang telah menunggu didalam tenda yang digunakan untuk penngabdian tampak sangat antusias menyambut tim pengabdian Dosen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bumigora

p-ISSN 3021-7644
e-ISSN 3025-0072

Gambar 5. Pemaparan Mengenai Manajemen Pemasaran

(a)

(b)

Gambar 6 (a) dan (b). Suasana Pelatihan

Evaluasi kegiatan merupakan hal yang sangat penting sebagai pengawasan serta tolak ukur dari keberhasilan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

p-ISSN 3021-7644
e-ISSN 3025-0072

1. Dalam setiap kegiatan apapun sangat maklum apabila terdapat beberapa evaluasi yaitu: Pada saat kegiatan dilakukan terdapat beberapa UKM dan mahasiswa yang terkendala masalah pengengolaan keuangan, manajemen pemasaran dan *Digital Marketing*.
2. Pada saat hasil perancangan akan ditampilkan secara langsung, terdapat UKM dan mahasiswa yang tidak dapat menampilkan hasil rancangannya.
   Kedua permasalahan ini terjadi karena kurang nya sosialisasi berbasis digital. Namun secara keseluruhan pengabdian dilaksanakan secara lancar dan sukses.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dalam pengabdian ini adalah kegiatan pelatihan Manajemen keuangan dan pemasaran pada UKM Lebah Sempage melalui Pelataihan Akuntansi Sederhana dan *Digital Marketing* sekiranya dapat mengatasi permasalahan yang ada guna untuk mendukung pelaksanaan pengabdian kepada masyrakat secara efektif. Hal ini dapat terlihat dari kegiatan pelatihan berjalan lancar ditanggai oleh UKM dan mahasiswa Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Bumigora, serta mampu mengikuti pelatihan sesuai dengan pemaparan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

Ariska, R A., Purwitasari, F., & Yustie, R. (n.d.). *DIGITAL MARKETING CHANNELS IN MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN SURABAYA CITY. , 6(2), 686-686. https://doi.org/10.29040/ijebar.v6i2.4643*.

Behn, B K., Ezzell, W F., Murphy, L., Rayburn, J., Stith, M T., & Strawser, J. R. (n.d.). *The Pathways Commission on Accounting Higher Education: Charting a National Strategy for the Next Generation of Accountants. American Accounting Association, 27(3), 595-600. https://doi.org/10.2308/iace-10300*.

Dasanayaka, S. (n.d.). *A Brief Note On Small And Medium Scale Enterprises In Sri Lanka. SAGE Publishing, 10(1), 69-76. https://doi.org/10.1177/0971890720060111*.

Ernest, N. (n.d.). *The Role of Bookkeeping on the Survival of Very Small Businesses in the Kumba Municipality. , 4(10), 713-723. https://doi.org/10.22161/ijaems.4.10.1*.

Febriana, W., Sumadewa, I. N. Y., Satria, C., Soraya, S., & Aziza, I. F. (2024). Pelatihan Branding Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Meningkatkan Strategi Komunikasi Pemasaran Global. *ADMA : Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, *5*(1), 249–260. https://doi.org/10.30812/adma.v5i1.3966

Kanaan-Jebna, A., Alabdullah, T T Y., Ahmed, E R., & Ayyasamy, R. K. (n.d.). *Firm Performance and the Impact of Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Competencies. Sumy State University, 6(2), 68-77. https://doi.org/10.21272/bel.6(2).68-77.2022*.

Khan, M W J., & Khalique, M. (n.d.). *An Overview of Small and Medium Enterprises in Malaysia and Pakistan: Past, Present and Future Scenario. , 2(2), 38-38. https://doi.org/10.5296/bmh.v2i2.5792*.

Mondal, S., Alshukaili, A M., Kassim, N M., & Zain, M. I. M. (n.d.). *Role of SMEs in Oman: Perspectives of future Employment and Protection Policy Response. EDP Sciences, 124,*

p-ISSN 3021-7644
e-ISSN 3025-0072

11002-11002. https://doi.org/10.1051/shsconf/202112411002.

Muhammad, K., & Ghani, E. K. (n.d.). *Assessing Financial Reporting Practices of Small Retailers: A Malaysian Evidence. , 140-149. https://doi.org/10.32861/jssr.spi1.140.149*.

Mujiani, S., Kurniawan, E., Soedarso, P., & Irvan, R. (n.d.). *MSMEs in Jatirasa, Bekasi: Design and Implementation of SAK-EMKM Financial Reports Using Microsoft Excel. , 1(2), 37-44. https://doi.org/10.55927/ajcs.v1i2.913*.

Mwobobia, F. M. (n.d.). *Empowering of Small -Micro and Medium Enterprises (SMMEs): A Case of Botswana. Sciedu Press, 1(4). https://doi.org/10.5430/bmr.v1n4p88*.

Selfia, M. (n.d.). *IMPLEMENTATION OF ACCOUNTING IN MSMEs. Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) PGRI Sumatera Barat, 7(1), 80-87. https://doi.org/10.22202/economica.2018.v7.i1.2880*.

Sungkawati, E., & Hendrawaty, R. (n.d.). *Accounting Record for SMEs Member of "UBER" Cooperation Talangagung, Malang. IOP Publishing, 175, 012051-012051. https://doi.org/10.1088/1755-1315/175/1/012051*.

Umbaris, Y M Y., Gisip, I A., & Ambad, N. A. (n.d.). *Strategic Orientation and Performance of Small And Medium Enterprises (SMEs) in Sabah, Malaysia. Penerbit UTHM, 2(1). https://doi.org/10.30880/jstard.2020.02.02.002*.

© 2023 Oleh authors. Lisensi Jurnal Tiyasadarma, LPPM-ITEBA, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC BY) license. (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).