

Digitalisasi Pencatatan Transaksi dan Optimalisasi Pemasaran UMKM Sarisa Merapi

Lulu Amalia Nusron^{1*}, Anandita Zulia Putri², Ningrum Pramudiati³, Dwi Wastuti⁴

¹⁻⁴Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

*Corresponding author: lulu.amalia@upy.ac.id

Abstrak

Tujuan kegiatan ini ialah untuk memberikan solusi UMKM Sarisa Merapi terkait dengan permasalahan yang dihadapi. UMKM Sarisa Merapi dikelola oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) Kemiri Edum. Adanya penurunan penjualan produksi yang diakibatkan oleh pandemi Covid-19 dan hilangnya data pencatatan keuangan usaha yang masih tercatat manual. Tim pengabdian membentuk program pendampingan dalam membuat strategi pemasaran produk dan mengaplikasikannya dengan teknologi masa kini. Teknologi yang dimaksud adalah memanfaatkan *marketplace* sebagai media penjualan. Selain itu, tim pengabdian juga mendampingi KWT Kemiri Edum dalam hal pencatatan transaksi keuangan dan penyusunan laporan keuangan berbasis aplikasi agar permasalahan data pencatatan keuangan yang hilang tidak terjadi kembali. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam bentuk edukasi dan pendampingan. Hasil kegiatan ini menunjukkan peserta KWT Kemiri Edum telah mampu meningkatkan penjualan produksi dan pemasaran dilihat dari meningkatnya pengikut di media sosial dan jumlah produksi setiap harinya. Selain itu, peserta juga mampu mencatat transaksi keuangan menggunakan aplikasi BukuKas dan menghasilkan laporan keuangan bulanan.

Kata kunci: *Marketplace*; Sosial Media; Aplikasi BukuKas; Laporan Keuangan

Abstract

This activity aims to overcome the problem of Sarisa Merapi MSMEs managed by the Kemiri Edum Women's Group (KWT), namely a decrease in production sales caused by the Covid 19 pandemic and the loss of business financial records data that is still recorded manually. The service team formed a mentoring program in creating product marketing strategies and applying them to today's technology. The technology in question is utilizing the marketplace as a sales medium. In addition, the service team also accompanied KWT Kemiri Edum in terms of recording financial transactions and preparing application-based financial statements so that the problem of missing financial recording data did not occur again. The method of carrying out activities is carried out in the form of education and assistance in the use of the application. The results of this activity showed that KWT Kemiri Edum participants have been able to increase production and marketing sales judging by the increasing followers on social media and the number of productions every day. In addition, participants were also able to record financial transactions using the BukuKas application and produce monthly financial statements.

Keywords: *Marketplace*; Social media; BukuKas application; Financial Statements

Cite this article: Nusron, L. A., Putri, A. Z., Pramudiati, N., & Wastuti, D. (2021). Digitalisasi Pencatatan Transaksi dan Optimalisasi Pemasaran UMKM Sarisa Merapi. *Rahmatan Lil'alamin Journal of Community Services*, 1 (2).

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia berkembang sangat pesat dan menjadi salah satu yang mendominasi. UMKM memberikan kontribusi terbesar bagi perekonomian suatu negara atau daerah. UMKM berperan mempercepat laju ekonomi masyarakat diberbagai daerah, salah satunya Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Jumlah UMKM di wilayah DIY mencapai 302.057.000 orang per tanggal 5 November 2021 (Bappeda DIY, 2021). Sektor UMKM di Yogyakarta berpotensi cukup besar karena pelakunya cukup banyak dan berkembang. UMKM dinilai tahan terhadap gejolak krisis yang terjadi di Indonesia dilihat dari Produk Domestik Bruto (PDB) serta penggunaan tenaga kerjanya (Widyastuti, Nuswantoro, & Sidhi, 2016). Jumlah sektor UMKM di Yogyakarta didominasi oleh industri pengolahan yang mencapai 122.893 unit. Penciri khas UMKM merupakan salah satu faktor kunci untuk menghadapi persaingan dengan produk asing negara lain. Produk yang beragam dengan memiliki jumlah yang besar bisa menjadikan keunggulan persaingan untuk mempertahankan ekonomi yang stabil.

Salah satu UMKM di Yogyakarta yang eksis bergerak di bidang industri pengolahan adalah UMKM Sarisa Merapi. Usaha pengolahan buah salak ini dibangun atas dasar keprihatinan harga salak yang sangat rendah. UMKM Sarisa Merapi dikelola oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) Kemiri Edum yang beralamat di Dusun Kemiri, Kelurahan Purwobinangun, Kecamatan Pakem, Kabupaten Sleman, Provinsi DIY. UMKM Sarisa Merapi berdiri sejak bulan Desember tahun 2016. Pada masa itu, harga buah salak sangat rendah hingga mencapai Rp 800/ kg. Hal ini menyebabkan kerugian bagi sebagian besar warga Kemiri yang bermata pencaharian sebagai petani salak. Harga yang tinggi bisa didapatkan jika buah salak dimasak menjadi produk olahan. Buah salak diolah menjadi manisan, minuman sari buah, dodol, dll. Hasil olahan buah salak ini mendapatkan respon positif dari warga sekitar. Produksi meningkat secara otomatis, yang semula memproduksi 100 cup manisan hingga dapat mencapai 500 cup manisan salak dalam sehari. UMKM Sarisa Merapi telah mengurus izin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dan sertifikat halal MUI. UMKM Sarisa Merapi mulai berkembang dengan mengikuti pameran produk dan menjualnya ke toko oleh-oleh. UMKM Sarisa Merapi membuat *branding* nama, brosur, banner, dan mempromosikannya melalui media cetak dan elektronik. Selain itu, UMKM Sarisa Merapi juga mengikuti perkembangan zaman seiring berkembangnya teknologi. UMKM Sarisa Merapi memanfaatkan *smartphone* berbasis android yang mereka miliki sebagai media penjualan produk. Era digital sekarang ini menuntut UMKM untuk memasarkan hasil produknya melalui media sosial. Tren penggunaan teknologi sebagai media marketing merupakan hal yang penting sebagai media pemasaran. Penggunaan yang mudah, murah dan efisien merupakan alasan kenapa media sosial banyak digunakan untuk saat ini (Arsyad, Himawan, & Adam, 2015).

Pandemi Covid 19 yang melanda seluruh negara memberikan dampak juga kepada UMKM Sarisa Merapi. Tidak dapat dipungkiri bahwa produksi olahan salak mengalami penurunan yang cukup drastis dikarenakan stok produk sebelumnya masih banyak tersisa. Hal ini juga menyebabkan laba penjualan

menurun yang berdampak pada karyawan. UMKM Sarisa Merapi terpaksa mengurangi karyawan yang sebelumnya 10 orang menjadi hanya 2 orang saja. Meskipun UMKM Sarisa Merapi telah memanfaatkan teknologi untuk menjual produknya di *marketplace*, namun belum berjalan secara optimal. Hal ini dikarenakan sumber daya manusia di UMKM Sarisa Merapi dan KWT Kemiri Edum belum menguasai dan memahami cara berjualan dan *marketing* (pemasaran) secara online. Oleh sebab itu, tim pengabdian membuat program pendampingan pemasaran online di berbagai macam *market place* guna optimalisasi penjualan.

Permasalahan UMKM Sarisa Merapi yang kedua adalah pencatatan keuangan usaha masih dilakukan secara manual. UMKM Sarisa Merapi sudah memiliki teknologi seperti komputer dan *smartphone* untuk menunjang usahanya. Namun, untuk pencatatan transaksi usaha masih manual menggunakan tulis tangan di buku/ kertas. Terkadang terdapat data-data yang belum lengkap dan malah hilang karena terbengkalai. Hal ini berakibat UMKM Sarisa Merapi tidak bisa menyusun laporan keuangan bulanan dan tidak mengetahui jumlah laba/ omset penjualan. Keterbatasan pengetahuan dan manajemen waktu sumber daya manusia dalam UMKM menjadi penyebab utamanya. Tim pengabdian melakukan pendampingan pencatatan transaksi menggunakan aplikasi BukuKas berbasis *smartphone* dengan berbagai macam pertimbangan. Aplikasi ini sangat mudah digunakan, dipahami, dan dapat membentuk laporan keuangan yang rapi.

Kedua permasalahan diatas menjadi tujuan tim pengabdian melaksanakan kegiatan pengabdian. Tim pengabdian mengatur strategi untuk memecahkan masalah tersebut. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memberikan solusi kepada UMKM Sarisa Merapi.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di lokasi UMKM Sarisa Merapi yang beralamat di Dusun Kemiri, Kelurahan Purwobinangun, Kecamatan Pakem, Kabupaten Sleman, Provinsi DIY. Kegiatan pendampingan optimalisasi penjualan dan pemasaran online serta pencatatan transaksi keuangan dan penyusunan laporan keuangan berbasis aplikasi. Pendampingan dilakukan tim pengabdian dari dosen dan mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis Universitas PGRI Yogyakarta. Pelaksanaan pendampingan dilakukan kurang lebih 2 bulan di mulai tanggal 1 September sampai dengan 31 Oktober 2021.

Permasalahan yang dihadapi KWT Kemiri Edum dan UMKM Sarisa Merapi adalah tingkat penjualan produksi olahan buah salak menurun sehingga membutuhkan strategi pemasaran untuk bisa meningkatkan penjualan. Selain itu, pelaku usaha masih mencatat transaksi keuangan secara manual. Kenyataan yang terjadi terkadang beberapa berkas keuangan menghilang dan terbengkalai. Oleh karena itu, tim pengabdian ingin memberikan beberapa solusi untuk menangani permasalahan tersebut, yaitu:

1. Memberikan pemahaman dasar mengenai berbagai macam sosial media dan *market place*.

2. Memberikan pelatihan dan mendampingi pelaku usaha dalam melakukan pemasaran online, membuat konten, dan menerima order penjualan.
3. Memberikan pemahaman dasar mengenai siklus akuntansi, pencatatan transaksi, dan laporan laba rugi.
4. Memberikan pelatihan dan mendampingi langsung terkait pencatatan transaksi keuangan dengan menggunakan aplikasi BukuKas.

Berikut merupakan penjabaran dari program-program yang dilakukan oleh tim pengabdian.

1. Tahap Persiapan (Perizinan dan Observasi). Persiapan dilakukan dengan survey lokasi terlebih dahulu dan bertemu dengan ketua UMKM Sarisa Merapi, Ibu Rini, untuk dilakukan wawancara. Hasil wawancara tersebut membuat tim pengabdian menemukan permasalahan yang dihadapi UMKM Sarisa Merapi dan KWT Kemiri Edum. Kami terlebih dahulu mengajukan surat permohonan izin untuk bisa dilakukan kegiatan pengabdian di lokasi tersebut.
2. Tahap Pengkajian. Tim pengabdian mengkaji beberapa permasalahan yang telah disampaikan oleh Ibu Rini sebelumnya dan berdiskusi untuk merumuskan beberapa solusi berupa kegiatan agar permasalahan yang dihadapi bisa teratasi.
3. Tahap Pelaksanaan Pengabdian. Tahap ini terdiri pemberian edukasi materi yang disiapkan tim pengabdian dan dilanjutkan dengan terjun langsung mempraktikkan pemanfaatan social media dan market place serta penggunaan aplikasi BukuKas.
4. Tahap Evaluasi Kegiatan Pengabdian. Pada akhir program tim pengabdian mengevaluasi capaian kegiatan pengabdian yang sudah dilaksanakan. Wawancara tidak terstruktur dan survey pemahaman kepada pemilik, karyawan, dan anggota KWT Kemiri Edum merupakan evaluasi yang dilakukan.

Pembahasan

Program ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar mengenai social media, *market place*, pemasaran online, siklus akuntansi, pencatatan transaksi, penyusunan laporan keuangan, serta pengenalan aplikasi akuntansi berbasis *smartphone* yaitu BukuKas.

Tahapan kegiatan yang dilakukan pada program pengabdian ini, di antara lain:

1. Tahap Persiapan (Perizinan dan Observasi). Kegiatan ini diawali dengan berkunjung terlebih dahulu ke lokasi UMKM Sarisa Merapi. Gambar 1 menyajikan gambar kegiatan tim pengabdian melakukan observasi yaitu melihat-lihat keadaan yang sebenarnya disana dan perizinan. Kami melakukan wawancara dengan pengelola UMKM Sarisa Merapi, Ibu Rini sebagai ketua, dilanjutkan dengan diskusi. Ibu Rini mengatakan bahwa penjualan produk sangat menurun sejak pandemic covid 19. Ibu Rini sudah mencoba melakukan promosi menggunakan status WhatsApp business dan *market place* namun belum menunjukkan hasil yang

signifikan. KWT Kemiri Edum juga memanfaatkan hasil tani talas untuk diolah. Namun, anggota KWT ini tidak memiliki keahlian menggunakan *smartphone*. Jadi, hanya ibu Rini saja dan beberapa anggota yang mampu untuk mengelola. Selain itu, UMKM Sarisa Merapi tidak memiliki laporan keuangan usaha yang lengkap. Alih-alih membuat laporan keuangan, untuk mencatat transaksi harian saja mereka cukup kesulitan. Hal ini dikarenakan mereka tidak sempat mencatat yang rapi sehingga membuat berkas terbengkalai dan hilang datanya. Berdasarkan permasalahan tersebut, tim pengabdian berdiskusi untuk mulai kegiatan pendampingan selama 2 bulan mulai tanggal 1 September – 31 Oktober 2021 di lokasi UMKM Sarisa Merapi yang beralamat di Dusun Kemiri, Kelurahan Purwobinangun, Kecamatan Pakem, Kabupaten Sleman, Provinsi DIY. Tim Pengabdian juga turut membantu dalam hal produksi. Ibu Rini selaku pengelola menyetujui dan mengizinkan tim pengabdian melakukan kegiatan pendampingan di UMKM Sarisa Merapi. Gambar 2 menyajikan gambar penandatanganan surat Kerjasama antara mitra UMKM Sarisa Merapi dan kelompok tim pengabdian Program Studi Akuntansi Universitas PGRI Yogyakarta.



Gambar 1. Tampak Depan UMKM Sarisa Merapi - Tim Pengabdian melakukan observasi dan perizinan pada tahap persiapan.

2. Tahap Pengkajian. Tim pengabdian mengkaji beberapa permasalahan yang telah disampaikan oleh Ibu Rini sebelumnya dan berdiskusi untuk merumuskan beberapa solusi berupa kegiatan agar permasalahan yang dihadapi bisa teratasi. Hasil dari koordinasi antar dosen Akuntansi dan mahasiswa adalah merumuskan materi yang akan dipaparkan saat kegiatan berlangsung. Rangkaian kegiatan tersebut meliputi:

Tabel 1. Metode Pemaparan Materi Pengabdian

No	Metode	Topik Materi	Waktu
1	Sosialisasi dan Edukasi	Pengetahuan dasar tentang social media dan <i>market place</i> serta macam-macamnya.	Minggu ke 1
2	Pelatihan dan Pendampingan	Pengenalan marketing online, membuat konten promosi, melakukan penjualan di market place.	Minggu ke 1 sampai 8
3	Sosialisasi dan Edukasi	Pengetahuan dasar tentang siklus akuntansi, pencatatan transaksi sederhana debit kredit, laporan laba rugi	Minggu ke 5
4	Pelatihan dan Pendampingan	Pencatatan transaksi menggunakan aplikasi BukuKas dan membuat laporan laba rugi/ laporan keuangan di akhir bulan.	Minggu ke 5 sampai 8
5	Diskusi	Mendiskusikan kendala peserta pada saat menggunakan social media, aplikasi market place, dan aplikasi BukuKas	Minggu ke 1 sampai 8


Gambar 2. Penandatanganan surat mitra/ Kerjasama dengan UMKM Sarisa Merapi.

3. Tahap Pelaksanaan Pengabdian. Tahap pelaksanaan program dimulai dari minggu 1-8 sebagai berikut:
 - a. Minggu ke 1: sosialisasi dan edukasi tentang social media dan *market place*. Kegiatan ini diawali dengan memberikan *pretest* kepada para peserta untuk mengukur pengetahuan yang dimiliki mengenai pemasaran dan social media sebelum diberikan pelatihan oleh tim

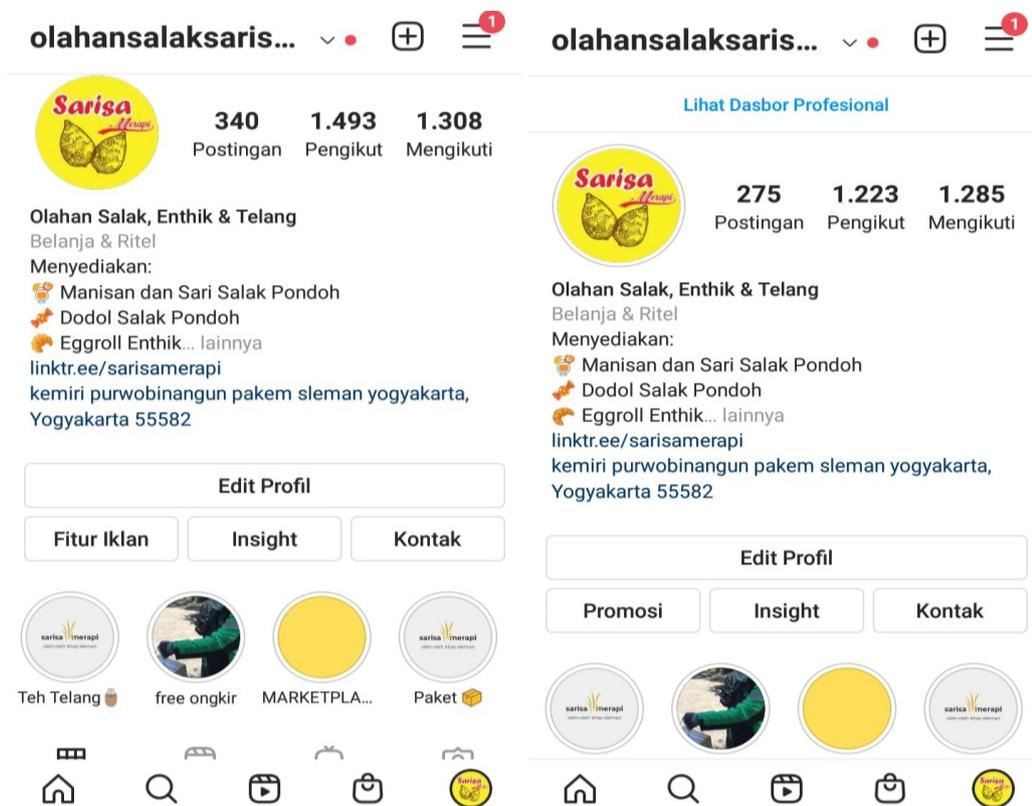
pengabdian. Pertanyaan terbuka diberikan kepada peserta untuk mengukur kemampuan. Peserta bebas memberikan jawaban atas dasar pengetahuan yang dimiliki tanpa dibatasi pilihan-pilihan yang diberikan. Mayoritas menjawab WhatsApp dan Instagram. Tim pengabdian memberikan beberapa materi tentang apa itu social media, jenis/ platform social media, strategi social media marketing, manfaat social media marketing, cara membuat konten di social media, penjelasan tentang *market place*, tahapan penjualan melalui *market place*, dan lain-lain. Setelah itu, tim pengabdian juga melihat proses produksi dodol salak dan manisan sari buah salak serta membantu dalam proses tersebut yang disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Produksi dodol salak dan manisan sari buah salak.

- b. Minggu ke 1-8: pelatihan dan pendampingan pemasaran online di social media dan *market place*. Banyak market place yang sukses dalam pemasarannya dengan menggunakan media sosial dikarenakan masyarakat modern saat ini telah banyak menggunakan berbagai macam media sosial. Contoh media sosial ialah Facebook, Instagram, Twitter, serta Pinterest dengan berbagai fitur kelebihan dan kekurangannya. UMKM Sarisa Merapi sudah memiliki akun Instagram dan WhatsApp Business. Tim pengabdian mencoba mengoptimalkan pemasaran di salah satu platform yang dimiliki. Akun Instagram dan Pinterest cocok digunakan untuk

promosi selain menggunakan tanda pagar (hashtag) dapat mempermudah jangkauan pasaran (Alridhani & Persada, 2020). Pengelolaan akun tidak kalah penting juga yaitu terkait dengan kualitas konten, ketepatan waktu posting, dan frekuensinya. Penyajian yang lengkap dan menarik akan memberikan nilai tambah dalam promosi di media sosial. (Permatasari & Endriastuti, 2020). Selain itu, tim pengabdian juga menjelaskan platform *market place* sebagai wadah menjual produk secara online. Ada beberapa macam platform *market place* yang telah digunakan oleh UMKM Sarisa Merapi yaitu Sibakul, Padiumkm, Buka Lapak, Shopee, Lazada, Blibli, dan Tokopedia. Tim pengabdian memberikan arahan untuk membuat tampilan yang menarik di akun Sarisa Merapi. Selain itu, mendampingi peserta untuk aktif menaikkan produk di platform Shopee agar lebih mudah dicari oleh konsumen. Peserta juga diarahkan untuk aktif menanggapi chat/ direct message/ komentar yang masuk dari konsumen. Jika terdapat keluhan/ complain diharapkan untuk tetap tenang dan tidak mudah terbawa emosi. Tim pengabdian membantu memperbaharui spesifikasi produk lama seperti profil dan deskripsi produk agar lebih dipahami konsumen. Selain itu, mengarahkan cara upload foto produk baru dan menyusunnya agar terlihat rapi dan menarik di mata konsumen. Gambar 4 menunjukkan hasil pendampingan pemasaran online menggunakan salah satu platform social media yaitu Instagram selama 2 bulan. Kita dapat melihat ada peningkatan jumlah pengikut akun dan postingan di *feed* Instagram.



Gambar 4. Optimalisasi akun sosial media UMKM Sarisa Merapi

- c. Minggu ke 5: sosialisasi dan edukasi tentang pencatatan transaksi keuangan sederhana. Kegiatan ini diawali dengan memberikan penjelasan tentang siklus akuntansi. Siklus akuntansi merupakan proses berjenjang yang dimulai dari mengidentifikasi, menganalisis, dan merekam peristiwa akuntansi yang ada di perusahaan. Langkah pencatatan dimulai ketika terjadi transaksi dan diakhiri dengan pembuatan laporan keuangan. Tim pengabdian tidak menjelaskan lebih rinci untuk seluruh tahapan siklus akuntansi. Tim pengabdian hanya fokus di tahapan identifikasi transaksi, kemudian analisis transaksi, dan pencatatan transaksi dalam jurnal. Hal ini dikarenakan peserta akan diberikan pelatihan pencatatan keuangan menggunakan aplikasi berbasis *smartphone*. Sehingga peserta tidak perlu lagi mencatat keuangan secara manual. Tahapan identifikasi transaksi harapannya peserta mampu memilah setiap transaksi yang memiliki dampak langsung pada perubahan kondisi keuangan perusahaan seperti pembelian atau penjualan. bukti-bukti transaksi harus ada pada setiap transaksi agar bisa diidentifikasi dengan mudah. Dalam tahapan analisis akuntansi, peserta diajarkan mencatat transaksi dengan *double entry system* yaitu tiap adanya transaksi akuntansi terjadi dapat memberikan pengaruh pada posisi keuangan yang sama jumlahnya antara kredit dan debit. Tahapan berikutnya ialah mencatat semua transaksi dalam jurnal keuangan yaitu jurnal umum. Proses penjurnalan setiap transaksi dibagi ke dalam dua bagian: Debit dan Kredit.
- d. Minggu ke 5-8: pelatihan dan pendampingan peserta menggunakan aplikasi BukuKas. Tim pengabdian memberikan pengenalan tentang aplikasi BukuKas dan manfaat bagi usaha jika menggunakan aplikasi tersebut. Tim pengabdian memilih aplikasi BukuKas sebagai alat bantu pencatatan transaksi dan penyusunan laporan keuangan karena mudah digunakan dan bersifat gratis. Aplikasi ini telah digunakan oleh 5 juta pelaku UMKM di Indonesia. Pertama, tim pengabdian meminta peserta untuk mendownload aplikasi BukuKas yang ada di Playstore. Selanjutnya, tim pengabdian memberikan penjelasan tentang fitur yang ada di aplikasi tersebut. BukuKas merupakan salah satu aplikasi yang bisa mengelola keuangan seseorang secara digital. Aplikasi ini tidak dipungut biaya dan bisa digunakan menggunakan *smartphone*. Pemilik usaha bisa mencatat transaksi penjualan, pemasukan dan pengeluaran biaya, maupun hutang piutang secara online. Luaran dari aplikasi ini adalah laporan laba rugi, laporan hutang piutang, dan laporan pelanggan. Pemilik usaha bisa mendownload data tersebut dalam format PDF. Pemilik usaha akan selalu ingat hutang piutang kepada pelanggan karena di aplikasi BukuKas terdapat fitur alarm pengingat hutang piutang menggunakan WhatsApp dan sosial media lainnya. Tim pengabdian mengarahkan peserta untuk membuat akun usaha menggunakan nomer handphone. Dalam aplikasi ini 1 akun dapat digunakan oleh 2 perangkat handphone yang berbeda, namun harus *login/* masuk dengan nomer handphone yang sama. Setelah itu, tim pengabdian menjelaskan beberapa akun usaha, mempraktikkan pembuatan

neraca saldo awal, memasukkan angka nominal dan akun berdasarkan bukti transaksi, menampilkan laporan laba rugi yang dihasilkan atas transaksi yang dimasukkan, dan mengunduh laporan laba rugi tersebut dalam bentuk pdf. Tim pengabdian memberikan kesempatan kepada para peserta untuk melakukan hal yang sama. Gambar 5 menyajikan gambar tim pengabdian mendampingi salah satu peserta untuk memasukkan transaksi ke dalam aplikasi BukuKas.



Gambar 5. Pendampingan penggunaan aplikasi keuangan BukuKas

- a. Minggu ke 1-8: diskusi terkait kendala yang dihadapi saat penjelasan materi dan praktik kegiatan pengabdian. Peserta sangat antusias mengenai permasalahan pemasaran online. Banyak pertanyaan yang diajukan atas dasar permasalahan yang mereka hadapi selama ini. Peserta menanyakan bagaimana meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan sosial media, bagaimana menjadi penjual yang bisa dipercaya, bagaimana mengkreasikan produk agar menarik konsumen, bagaimana komunikasi yang baik kepada konsumen, cara berjualan di *market place*, partner pengiriman, memisahkan akun transaksi, serta membedakan akun usaha atas dasar aset, hutang, dan modal. Tim pengabdian menjawab semua pertanyaan dengan bertukar pikiran antar peserta untuk memecahkan masalah dan mendapatkan solusi terbaik. Sesi ini memberikan *feedback* dan evaluasi untuk tim pengabdian dan peserta.
4. Tahap Evaluasi Kegiatan Pengabdian. Tim pengabdian melakukan tahap evaluasi di akhir kegiatan untuk mengetahui apakah tujuan kegiatan pengabdian tercapai. Tim pengabdian mengevaluasi dengan melakukan

wawancara dan survey pemahaman kepada pemilik, karyawan, dan anggota KWT Kemiri Edum. Peserta memberikan saran untuk pelatihan lanjutan yang berkaitan dengan penetapan harga jual dan pengembangan produk olahan dengan bahan dasar lainnya seperti talas. Secara keseluruhan, peserta merasa terbantu dengan adanya kegiatan pengabdian ini. Peserta mendapatkan ilmu baru dan bisa bersaing dengan pesaing lain.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian "Digitalisasi Transaksi Keuangan dan Optimalisasi Pemasaran UMKM Sarisa Merapi" telah dilaksanakan dengan baik dan lancar sesuai rencana. Kegiatan ini dihadiri oleh ketua dan karyawan UMKM Sarisa Merapi serta anggota KWT Kemiri Edum. Para peserta telah memahami materi yang diberikan dan langsung mempraktikkan pada aplikasi baik itu pemasaran online maupun pencatatan transaksi keuangan usaha. Kegiatan ini dapat dikatakan berhasil berdasarkan hasil kuesioner peserta pada sesi evaluasi. Mayoritas 80% peserta telah memilah transaksi berdasarkan bukti transaksi untuk kemudian diinput ke dalam aplikasi BukuKas sehingga peserta mendapatkan laporan laba rugi bulanan. Selain itu, 70% peserta dapat memahami penggunaan social media dan membuat konten foto produk yang baik. Tim pengabdian mendapatkan saran untuk bisa memberikan pelatihan penetapan harga jual dan pengembangan produk olahan dengan bahan dasar lain selain buah salak di kegiatan pengabdian selanjutnya.

Referensi

- Alridhani, D. & Persada, A. G. (2020). Implementasi Media Sosial dan E-commerce untuk Meningkatkan Pemasaran Hasil Pertanian Sayur dan Peternakan (Studi Kasus: Desa Sumberejo). *Automata*, 1 (2), 1-5.
- Arsyad, M., Himawan., & Adam, G. (2015). Pengembangan Kewirausahaan UMKM: Suatu Tantangan di Era Ekonomi Digital. *Proceeding Seminar Nasional & Call for Papers (SCA 5)*, 5 (1), 1-6.
- Bappeda DIY. (2021). *Jumlah UMKM Berdasarkan Sektor*. <http://bappeda.jogjaprovo.go.id/>
- Permatasari, M. P., & Endriastuti, A. (2020). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Bagi Umkm Di Kecamatan Kedungpring, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. *Jurnal Layanan Masyarakat*, 4 (1), 91-99. <http://dx.doi.org/10.20473/jlm.v4i1.2020.91-99>
- Widyastuti, D. A. R., Nuswantoro, R., & Sidhi, T. A. P. (2016). Literasi Digital Pada Perempuan Pelaku Usaha Produktif Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal ASPIKOM*, 3 (1), 1-15. <http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v3i1.95>