

**LAPORAN
PENGABDIAN PADA MASYARAKAT**



**Optimalisasi Jangkauan Pasar dan Tata Kelola Keuangan Melalui Pelatihan
Pemasaran Digital dan Akuntansi Digital di Desa Wisata Sangurejo Turi Sleman**

Oleh :

**Sri Widodo, S.E., M.Sc (Ketua)
Hari Purnama, S.E., M.M (Anggota)
Yennisa M.Sc., Ak., CA., CTA (Anggota)
Arista Natia Afriany, S.E., MBA (Anggota)
Nurul Widayah (Anggota)**

Pengabdian ini Terlaksana Dengan Dana Mandiri

**UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
TAHUN 2025**



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

RINGKASAN

Permasalahan : Banyak pelaku UMKM di Desa Wisata Sangurejo yang masih terbatas dalam pemanfaatan pemasaran digital dan pencatatan keuangan secara digital. Selama ini, promosi usaha lebih mengandalkan cara konvensional sehingga jangkauan pasar tetap sempit. Di sisi lain, pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual atau bahkan tidak terdokumentasi dengan baik, mengakibatkan UMKM tidak memiliki data keuangan yang lengkap untuk mengukur kinerja usaha. Transformasi digital sebenarnya menawarkan kemudahan dalam pemasaran dan pengelolaan keuangan, misalnya melalui platform media sosial untuk promosi dan aplikasi *financial technology* untuk pembukuan. Namun, peralihan menuju digitalisasi tidaklah mudah bagi UMKM; diperlukan pelatihan dan pendampingan yang intensif. Pelatihan dan pendampingan memegang peran krusial dalam membantu UMKM mengatasi tantangan adopsi teknologi. Dengan pengetahuan dan keterampilan yang tepat, pemilik usaha dapat mengoptimalkan pemasaran online, memperbaiki sistem pencatatan keuangan, serta memanfaatkan data untuk pengambilan keputusan bisnis yang lebih baik. Melalui pelatihan, UMKM memperoleh pemahaman tentang strategi pemasaran digital (seperti penggunaan media sosial, konten digital, marketplace) dan cara menggunakan aplikasi akuntansi sederhana. Pendampingan lanjutan oleh ahli membantu memastikan bahwa UMKM dapat menerapkan praktik terbaik tersebut secara konsisten dalam operasional sehari-hari, sehingga memaksimalkan peluang peningkatan penjualan dan efisiensi usaha di era digital.

Untuk menjawab permasalahan di atas, tim pengabdian melaksanakan program pelatihan digital marketing dan digital accounting bagi UMKM Desa Wisata Sangurejo. Pelatihan pemasaran digital difokuskan pada peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam menggunakan media sosial dan platform online sebagai sarana promosi. Materi yang disampaikan mencakup strategi pemasaran melalui media sosial, pengelolaan branding dan konten digital, serta pemanfaatan marketplace untuk memperluas jangkauan pelanggan. Sementara itu, pelatihan akuntansi digital dilakukan dengan memperkenalkan aplikasi pembukuan sederhana berbasis mobile/komputer untuk membantu UMKM melakukan pencatatan transaksi secara lebih terstruktur dan otomatis. Peserta dilatih menggunakan aplikasi akuntansi (misalnya aplikasi pembukuan UMKM) guna mencatat penjualan, pembelian, dan membuat laporan keuangan sederhana. Solusi pelatihan ini diharapkan dapat



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

meningkatkan literasi digital UMKM dalam dua aspek penting: pemasaran dan keuangan, yang pada gilirannya akan memperkuat kemandirian dan daya saing UMKM lokal.

Target Luaran dari program pengabdian ini meliputi: (1) Terbentuknya akun media sosial usaha yang aktif (contoh: Instagram atau Facebook Page untuk produk/jasa UMKM Desa Sangurejo) sebagai media pemasaran digital; (2) Tersedianya template pembukuan digital sederhana (baik dalam bentuk file Excel atau akun pada aplikasi pembukuan) yang dapat digunakan oleh mitra UMKM untuk mencatat transaksi harian. Luaran ini diukur melalui ketercapaian output konkret, misalnya adanya akun Instagram UMKM yang mulai rutin memposting konten promosi, serta database keuangan digital perdana yang berisi catatan pemasukan dan pengeluaran usaha. Luaran tambahan mencakup peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta yang terekam melalui evaluasi pre-post pelatihan. Diharapkan dengan luaran tersebut, UMKM Desa Wisata Sangurejo mampu mandiri dalam pemasaran digital dan tertib dalam pencatatan keuangan secara berkelanjutan.

KATA KUNCI

Pemasaran digital; akuntansi digital; UMKM; desa wisata; pembukuan digital
--

PENDAHULUAN

A. ANALISIS SITUASI

Desa Wisata Sangurejo di Kecamatan Turi, Sleman, DIY, merupakan desa wisata yang berkembang dengan konsep *Community Based Tourism* (CBT). Sejak diresmikan tahun 2016, desa wisata ini memanfaatkan potensi masyarakat lokal dalam merintis dan mengelola destinasi wisata. Konsep CBT diwujudkan melalui prinsip “dari, oleh, dan untuk rakyat”, di mana masyarakat lokal terlibat proaktif dalam perencanaan, manajemen, hingga pengawasan kegiatan wisata. Konsep ini terbukti efektif meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan yang kaya sumber daya alam dibanding wilayah perkotaan. Menurut Yulianti & Suwandono (2016), desa wisata merupakan kombinasi atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang menyatu dengan kehidupan dan tradisi masyarakat setempat, menjadikannya destinasi wisata unik. Potensi Desa Wisata Sangurejo antara lain terdapat



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

Embung Kaliaji yang indah, seni tari Baduy, serta program Kampung Pramuka dan Kampung Iklim yang diinisiasi pada 2023 untuk pelestarian lingkungan. Berbagai atraksi seperti wisata edukasi, outbound, tempat makrab, dan kuliner khas desa menjadikan Desa Sangurejo memiliki daya tarik wisata beragam.

Keberhasilan pengelolaan desa wisata sangat dipengaruhi oleh pemberdayaan sumber daya lokal. Competitive advantage desa wisata dapat dicapai dengan memanfaatkan sumber daya desa sebagai atraksi wisata skala kecil yang dirangkai menjadi aktivitas pariwisata bernilai jual. Namun, potensi ekonomi tersebut harus diimbangi dengan manajemen bisnis yang baik. Bisnis pariwisata desa yang terus berkembang membutuhkan kapasitas SDM yang mumpuni, terutama dalam hal literasi pemasaran dan keuangan. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM lokal melalui pelatihan manajemen bisnis (termasuk pembukuan sederhana) dapat meningkatkan kelas dan kinerja UMKM. Di Desa Wisata Sangurejo, dominasi tenaga kerja usia produktif (30-55 tahun) belum diiringi pemahaman memadai tentang pemasaran digital dan pengelolaan keuangan modern. Observasi awal menemukan bahwa promosi usaha dilakukan secara tradisional dan terbatas, sementara pencatatan keuangan nyaris tidak dilakukan secara sistematis. Padahal, di era digital, literasi pemasaran digital dan pembukuan digital merupakan faktor kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM.

Beberapa penelitian menekankan pentingnya pemasaran digital bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas bisnis, dan pada akhirnya mendorong peningkatan penjualan (Kaharuddin dkk, 2024). UMKM yang tidak mengadopsi teknologi digital berisiko tertinggal, sementara perusahaan besar sudah memanfaatkan teknologi industri 4.0 untuk pemasaran. Sayangnya, banyak UMKM belum mengoptimalkan platform digital akibat keterbatasan pengetahuan, infrastruktur, serta keterampilan. Demikian pula dalam hal pengelolaan keuangan, mayoritas UMKM masih bergantung pada pencatatan manual sehingga rentan terhadap kesalahan dan tidak efisien. Persepsi bahwa pembukuan itu rumit dan memakan waktu membuat pelaku UMKM enggan beralih ke sistem akuntansi digital. Kondisi ini mengakibatkan terbatasnya data keuangan yang tersedia untuk analisis usaha, serta sulitnya UMKM mengakses pendanaan karena ketiadaan laporan keuangan terstruktur.



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id





UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

B. PERMASALAHAN MITRA

Berdasarkan analisis situasi di atas, diidentifikasi beberapa pokok permasalahan yang dihadapi mitra (UMKM Desa Wisata Sangurejo) sebagai berikut:

- Literasi Digital Rendah: Tenaga kerja UMKM didominasi kalangan produktif yang belum akrab dengan teknologi digital untuk bisnis. Tingkat literasi digital yang rendah menghambat adopsi pemasaran online dan pencatatan keuangan digital.
- Terbatasnya Pengetahuan Pemasaran Digital: Pelaku UMKM belum memahami strategi pemasaran digital (digital marketing) secara memadai. Mereka belum mengenal optimalisasi media sosial, platform e-commerce, ataupun teknik branding di ranah digital, sehingga promosi produk masih konvensional dan kurang menjangkau audiens luas.
- Minimnya Penerapan Akuntansi Digital: Mitra UMKM belum mengetahui atau menggunakan aplikasi akuntansi dalam pencatatan keuangan. Segala transaksi keuangan dicatat secara manual (atau tidak dicatat sama sekali), sehingga laporan keuangan tidak tersedia secara real-time dan rentan kesalahan.
- Belum Menyadari Pentingnya Pencatatan & Analisis Data: UMKM mitra belum memahami bahwa pencatatan keuangan yang rapi dan analisis data penjualan penting untuk pengambilan keputusan usaha. Akibatnya, komponen biaya seperti listrik, air, transportasi sering terabaikan dalam perhitungan biaya produksi, dan penentuan harga jual produk hanya berdasarkan perkiraan sederhana. Hal ini membuat perhitungan laba tidak akurat dan bisa menyesatkan dalam perencanaan bisnis.
- Keterbatasan Akses Pasar Digital: UMKM belum memiliki akun media sosial bisnis atau marketplace aktif untuk memasarkan produk. Beberapa mungkin memiliki akun pribadi, tetapi belum dimanfaatkan secara optimal sebagai kanal penjualan. Keterbatasan akses internet atau perangkat juga menjadi kendala tambahan yang menghambat UMKM terhubung ke ekosistem digital yang lebih luas.



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

SOLUSI YANG DITAWARKAN

Merujuk pada permasalahan di atas, tim pengabdi menawarkan solusi dalam bentuk pelatihan dan pendampingan yang dirancang untuk meningkatkan kapasitas pemasaran digital dan akuntansi digital UMKM mitra. Adapun detail solusi yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

1. **Pengenalan Dasar Pemasaran Digital:** Tim memberikan pemahaman fundamental tentang konsep *digital marketing*. Materi ini penting sebagai landasan pengetahuan bagi pelaku UMKM mengenai perbedaan pemasaran konvensional dan digital, serta manfaat besar pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pasar. Peserta diperkenalkan definisi pemasaran digital, tren perilaku konsumen di era digital, dan berbagai kanal digital (website, media sosial, marketplace) yang dapat dimanfaatkan untuk promosi produk. Pemateri menekankan urgensi pemasaran digital bagi keberlanjutan bisnis UMKM, di mana literasi pemasaran digital terbukti sangat menentukan daya saing UMKM di pasar modern. Peserta juga diajak memahami konsep branding online dan bagaimana citra produk dapat dibangun melalui konten digital yang konsisten.
2. **Pelatihan Penggunaan Media Sosial dan Konten Digital:** Sebagai tindak lanjut materi dasar, tim melaksanakan sesi praktik pembuatan dan pengelolaan akun media sosial bisnis. Peserta dibimbing untuk membuat akun Instagram/Facebook usaha (bagi yang belum punya) atau mengoptimalkan akun yang sudah ada. Materi mencakup teknik pembuatan konten digital yang menarik (foto produk, caption informatif, penggunaan tagar), jadwal posting yang efektif, hingga cara interaksi dengan pelanggan di media sosial. Selain itu, peserta dikenalkan pada pemanfaatan fitur-fitur bisnis di platform digital, misalnya Insight/Analytics pada Instagram untuk memantau jangkauan konten, serta penggunaan WhatsApp Business untuk komunikasi pelanggan. Sesi ini dilakukan dengan metode pendampingan langsung: peserta praktik mengambil foto produk, menyusun konten promosi, lalu mengunggahnya ke media sosial. Tim pengabdi memberikan masukan terkait aspek desain konten, storytelling, dan *engagement* agar akun media sosial yang dibangun dapat tumbuh aktif. Diharapkan melalui solusi ini, setiap UMKM mitra memiliki minimal satu akun media sosial aktif yang dikelola secara profesional sebagai media



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

pemasaran utama.

3. Pengenalan dan Praktik Akuntansi Digital: Untuk menjawab kebutuhan pencatatan keuangan, tim memberikan materi mengenai pentingnya digitalisasi akuntansi bagi UMKM. Digitalisasi akuntansi di sini merujuk pada proses integrasi teknologi digital dalam sistem pembukuan untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi pengelolaan keuangan. Pemateri memperkenalkan peserta pada aplikasi akuntansi sederhana berbasis *mobile/computer* (contoh aplikasi lokal yang *user-friendly* untuk UMKM). Peserta diajak instalasi aplikasi tersebut di smartphone/laptop masing-masing. Selanjutnya dilakukan simulasi pencatatan: peserta memasukkan data transaksi usaha (penjualan harian, pembelian bahan baku, biaya operasional) ke dalam aplikasi. Dengan bimbingan tim, peserta belajar membuat jurnal transaksi digital, melihat bagaimana aplikasi secara otomatis menyusun laporan keuangan sederhana (misalnya rekap pemasukan-pengeluaran, laba rugi sederhana), serta mencoba fitur-fitur tambahan seperti pembuatan invoice atau pencatatan piutang. Materi ini menegaskan keuntungan penggunaan aplikasi akuntansi, antara lain penghematan waktu dan biaya pencatatan, peningkatan keandalan data, kemudahan akses laporan kapan pun, dan pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur. Peserta juga diberi tips menjaga keamanan data (misal pentingnya backup dan password) dalam penggunaan sistem digital. Melalui praktik langsung, diharapkan mitra UMKM mampu mengoperasikan aplikasi pembukuan secara mandiri untuk kegiatan usahanya sehari-hari.

Dengan kombinasi ketiga solusi di atas, program pengabdian ini berusaha membekali UMKM Desa Sangurejo dengan keterampilan pemasaran digital dan akuntansi digital yang komprehensif. Solusi ini sejalan dengan temuan bahwa pelatihan pemasaran digital dan digitalisasi akuntansi secara terpadu dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital pelaku UMKM secara signifikan. Pengetahuan ini diharapkan langsung diterapkan selama pendampingan, sehingga UMKM dapat merasakan manfaatnya berupa peningkatan visibilitas usaha dan efisiensi pengelolaan keuangan pasca program.

TARGET LUARAN



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

Target luaran dari program pengabdian ini ditetapkan untuk mengukur keberhasilan solusi yang ditawarkan. Luaran mencakup peningkatan kapasitas mitra serta produk konkret yang dihasilkan setelah kegiatan. Tabel 1 berikut merangkum program dan indikator luaran yang diharapkan:

Tabel 1. Indikator Capaian Program Pelatihan Digitalisasi UMKM

No.	Program Pelatihan	Indikator Capaian Program	Indikator Kinerja
1	Pemasaran Digital	100% Tercapai	<ol style="list-style-type: none">Memahami definisi dan konsep pemasaran digital; Menyadari urgensi pemasaran digital dalam meningkatkan jangkauan pasar; Mengenali platform-platform utama pemasaran digital (media sosial, marketplace)Pelatihan pembuatan akun media sosial dan konten digitalSeluruh peserta memiliki atau mengelola akun media sosial bisnis; Mampu membuat konten promosi digital yang sederhana; Memahami cara meningkatkan keterlibatan pelanggan secara online
2	Akuntansi Digital	100% Tercapai	<ol style="list-style-type: none">Memahami perbedaan pencatatan manual vs digital; Mampu mengoperasikan aplikasi pembukuan untuk mencatat transaksi dasar; Dapat membaca output laporan keuangan sederhana dari aplikasi

Indikator capaian program ditargetkan 100% tercapai yang berarti seluruh materi tersampaikan dan dipahami peserta. Indikator kinerja merupakan ukuran kualitas hasil, misalnya setelah pelatihan Program 2, setiap peserta terbukti telah memiliki akun media sosial usaha dan bisa membuat sedikitnya satu posting promosi. Demikian pula untuk Program 3, peserta minimal dapat memasukkan data transaksi dan melihat laporan harian melalui aplikasi akuntansi yang diperkenalkan. Selain indikator di atas, tim juga



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

menggunakan evaluasi pre dan post-training (tes singkat atau kuesioner) untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta.

METODA PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan dengan pendekatan partisipatif. **Metode Rapid Rural Appraisal (RRA)** digunakan dalam perancangan program, yakni pendekatan penggalian informasi secara cepat dan terstruktur mengenai kondisi UMKM mitra. Melalui observasi lapangan dan diskusi awal, tim memperoleh gambaran tingkat literasi digital dan kebutuhan spesifik mitra sebagai dasar penyusunan materi pelatihan. Pelaksanaan inti program berlangsung dalam bentuk workshop/pelatihan klasikal disertai praktik langsung. Kegiatan inti dilaksanakan pada 14 November 2025 di Balai Desa Wisata Sangurejo, mulai pukul 09.00 WIB sampai dengan pukul 11.00 WIB. Format pelatihan mengombinasikan ceramah interaktif (penyampaian materi teoritis) dan sesi praktik/pendampingan secara real-time.

Secara umum, metode pelaksanaan mencakup:

1. **Persiapan:** Koordinasi dengan pengelola Desa Wisata Sangurejo untuk menentukan jadwal, tempat, dan peserta pelatihan. Menyusun materi modul pelatihan dan menyiapkan peralatan (proyektor, akses internet, smartphone/laptop untuk peserta). Tim pengabdian juga membuat grup komunikasi (misal via WhatsApp) dengan mitra untuk memudahkan informasi dan tindak lanjut.
2. **Pelaksanaan Pelatihan:** Kegiatan dibuka dengan sambutan dan pemaparan tujuan pengabdian. Materi disampaikan oleh narasumber dari tim pengabdian sesuai bidangnya: topik pemasaran digital dibawakan oleh anggota tim dengan keahlian manajemen pemasaran, sedangkan topik akuntansi digital disampaikan oleh anggota yang berlatar belakang akuntansi. Setiap sesi teori diikuti dengan tanya-jawab dan diskusi agar peserta lebih aktif. Kemudian dilanjutkan praktik langsung (pendampingan pembuatan akun media sosial dan penggunaan aplikasi akuntansi). Peserta dibagi ke dalam kelompok kecil jika diperlukan, sehingga tiap fasilitator dapat fokus mendampingi beberapa UMKM dalam praktik. Metode partisipatif ini



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

memastikan setiap peserta terlibat langsung dan memperoleh pengalaman nyata menggunakan teknologi digital.

3. Pendampingan dan Evaluasi: Setelah sesi pelatihan, tim pengabdian tidak lepas tangan begitu saja. Dilakukan pendampingan lanjutan secara online melalui grup WhatsApp/Telegram tempat peserta bisa bertanya saat menerapkan ilmu di lapangan. Evaluasi dilakukan dengan memantau perkembangan peserta pasca pelatihan, misalnya: seberapa aktif akun media sosial yang dibuat, dan apakah peserta rutin mencatat transaksi di aplikasi akuntansi. Tim juga mengagendakan kunjungan tindak lanjut (monitoring) satu bulan setelah pelatihan untuk melihat implementasi di lapangan serta membantu mengatasi kendala yang dihadapi mitra.

Metode pelaksanaan di atas mengedepankan konsep kolaborasi pentahelix, yaitu sinergi antara akademisi (tim pengabdian), bisnis (UMKM Desa Sangurejo), komunitas (masyarakat desa), pemerintah desa, dan media. Kolaborasi multi-pihak ini selaras dengan anjuran Kemenparekraf dalam pengembangan desa wisata agar melibatkan berbagai unsur pemangku kepentingan. Dalam konteks program ini, akademisi berperan sebagai pendamping dan narasumber, UMKM dan komunitas desa sebagai pelaku utama yang diberdayakan, pemerintah desa mendukung fasilitas dan regulasi, serta media (misal media sosial atau media lokal) digunakan sebagai sarana publikasi hasil kegiatan. Pendekatan pentahelix ini diharapkan dapat memperkuat keberlanjutan dampak program karena adanya dukungan dan komitmen bersama lintas sektor.

PARTISIPASI MITRA

Tingkat partisipasi mitra (UMKM Desa Sangurejo) dalam program ini tergolong sangat baik. Berikut beberapa bentuk partisipasi dan kontribusi mitra selama program:

- Mitra kooperatif dalam memberikan informasi awal terkait kondisi pemasaran dan pembukuan usahanya. Pada tahap asesmen, mitra terbuka menceritakan cara mereka memasarkan produk dan sistem pencatatan yang selama ini dilakukan, sehingga tim bisa mengidentifikasi kebutuhan dengan tepat.
- Mitra bersedia menunjukkan materi pemasaran (brosur, foto, akun media sosial pribadi) dan dokumen keuangan (buku catatan manual, nota penjualan) yang sudah



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

ada sebelum program dilaksanakan. Data awal ini menjadi baseline untuk mengukur progres setelah pelatihan.

- Mitra bersedia meluangkan waktu mengikuti seluruh rangkaian kegiatan yang telah dijadwalkan. Seluruh peserta hadir tepat waktu dan mengikuti sesi dari awal hingga akhir, menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap topik pelatihan.
- Mitra aktif berpartisipasi dalam sesi praktik. Saat praktik pembuatan akun media sosial, peserta langsung mencoba mendaftarkan akun dan mengunggah konten dengan bimbingan fasilitator. Demikian pula dalam praktik akuntansi digital, peserta membawa laptop/smartphone dan secara aktif mencoba menginput data usaha ke aplikasi yang diperkenalkan.
- Mitra bersedia menerima masukan dan arahan untuk perbaikan ke depan. Sepanjang pelatihan, peserta tidak segan bertanya tentang hal-hal yang belum dipahami. Setelah kegiatan, mereka juga terbuka untuk didampingi lebih lanjut, serta menunjukkan komitmen menerapkan ilmu yang didapat (misalnya dengan berjanji akan rutin posting di media sosial dan melanjutkan pembukuan digital setiap hari).

Partisipasi aktif ini mencerminkan kesadaran mitra akan pentingnya meningkatkan kapasitas di bidang pemasaran dan keuangan digital. Hal ini menjadi modal sosial yang positif untuk keberhasilan dan keberlanjutan program.

EVALUASI DAN KEBERLANJUTAN

Evaluasi implementasi program dilakukan untuk menilai efektivitas pelatihan serta merumuskan rencana keberlanjutan pasca kegiatan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang signifikan pada peserta. Berdasarkan pre-test dan post-test sederhana, pengetahuan peserta tentang konsep pemasaran digital dan akuntansi digital meningkat rata-rata 80% (terukur dari mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan kunci setelah pelatihan, dibanding sebelum pelatihan). Secara kualitatif, peningkatan ini tampak dari kepercayaan diri peserta dalam mempraktikkan apa yang dipelajari: beberapa peserta langsung mampu membuat posting penawaran produk di Instagram, dan sebagian lagi berhasil mencatat transaksi hari itu juga ke dalam aplikasi akuntansi yang baru dikenalnya.



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

Untuk evaluasi jangka pendek, tim melihat luaran konkret pasca pelatihan. Contohnya, salah satu mitra berhasil membuat akun Instagram bisnis dengan nama @sangurejo_products dan telah mengunggah 5 konten produk dalam dua minggu setelah pelatihan (konten berupa foto paket wisata dan produk olahan salak). Interaksi dengan pengguna mulai terlihat melalui komentar dan peningkatan jumlah pengikut. Di sisi pencatatan keuangan, mitra tersebut juga telah memasukkan seluruh penjualan dan pengeluaran harian ke aplikasi pembukuan digital (*software* akuntansi mobile) selama dua minggu, dan mampu menunjukkan laporan arus kas sederhana dari aplikasi tersebut. Hal ini sejalan dengan hasil program serupa di tempat lain, di mana pasca pelatihan UMKM mulai aktif memanfaatkan marketplace dan *software* akuntansi sehingga pencatatan dan penjualan menjadi lebih terkelola.

Dari sisi keberlanjutan, tim pengabdian berkomitmen menjalin komunikasi berkelanjutan dengan mitra. Telah dibentuk grup WhatsApp yang beranggotakan tim pengabdian dan peserta pelatihan, berfungsi sebagai forum konsultasi selepas program. Melalui grup ini, peserta dapat berbagi perkembangan, menanyakan kendala teknis (misal: kesulitan fitur aplikasi, atau strategi konten apa yang efektif), dan saling memotivasi. Tim pengabdian secara berkala (mingguan) melakukan check-in menanyakan progres: apakah peserta rutin posting dan mencatat, serta memberikan umpan balik. Selain itu, tim merencanakan pelatihan lanjutan di masa datang sesuai kebutuhan, misalnya pendalaman materi pemasaran digital (SEO, iklan online) atau pelatihan lanjutan akuntansi (penyusunan laporan laba-rugi yang lebih detail). Rencana ini didasarkan pada rekomendasi agar terdapat dukungan lanjutan bagi UMKM supaya hasil program lebih berdampak dan berkelanjutan.

Dari evaluasi juga diidentifikasi potensi kolaborasi lanjutan dengan pihak lain. Pemerintah desa menyambut baik program ini dan bersedia memfasilitasi jaringan internet desa agar UMKM dapat terus aktif daring. Perguruan tinggi (Universitas PGRI Yogyakarta) melalui LPPM juga membuka peluang menjadikan Desa Sangurejo sebagai desa binaan untuk program pengabdian berikutnya, sehingga pendampingan dapat terus berjalan. Strategi keberlanjutan lainnya ialah mendorong terbentuknya komunitas UMKM melek digital di Desa Sangurejo, di mana alumni peserta pelatihan bisa saling berbagi ilmu dan mengajak UMKM lain yang belum ikut untuk belajar bersama. Dengan demikian, efek



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

pengganda (*multiplier effect*) dari program ini dapat meluas ke pelaku usaha lain di desa tersebut.

Secara keseluruhan, evaluasi menunjukkan capaian yang positif: terjadi perubahan perilaku pada UMKM mitra menuju pemanfaatan teknologi digital. Untuk menjaga momentum ini, keberlanjutan program difokuskan pada pendampingan intensif pasca program, penyediaan sarana penunjang (internet dan perangkat lunak), serta kolaborasi berkelanjutan lintas stakeholder. Harapannya, Desa Wisata Sangurejo dapat menjadi contoh sukses penerapan pemasaran digital dan akuntansi digital bagi UMKM pedesaan, yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian ekonomi masyarakat setempat.

Tabel 1. Kepakaran dan Tugas Tim Pengusul

No	TIM PENGUSUL	KEPAKARAN	TUGAS
1	Sri Widodo, S.E., M.Sc	Akuntansi Digital dan UMKM	Koordinator Pelaksana Pelatihan Akuntansi Digital
2	Hari Purnama, S.E., M.M	Pemasaran Digital	Koordinator Pelaksana Pelatihan Pemasaran Digital
3	Yennisa M.Sc., Ak., CA., CTA	Sistem Informasi Akuntansi	Pemateri Pelatihan Akuntansi Digital
4	Arista Natia Afriany, S.E., MBA	Pemasaran Digital	Pemateri Pemasaran Digital
5	Nurul Widayah	Manajemen Pemasaran	Membantu koordinator dengan cara memberikan pendampingan terkait pembuatan konten foto/video yang menarik

JADWAL PELAKSANAAN

No	Nama Kegiatan	Bulan											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Pengurusan izin								X				
2	Kegiatan Pengabdian								X				
3	Penyusunan laporan pengabdian									X			

HASIL PELAKSANAAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini telah direalisasikan sesuai rencana pada Selasa, 14 November 2025 di Aula Desa Wisata Sangurejo. Kegiatan berlangsung selama 2 jam dan dihadiri oleh 20 peserta yang merupakan pelaku UMKM lokal (pengelola warung wisata, produsen olahan salak, penyedia jasa outbound, dll). Berikut adalah uraian materi yang disampaikan dan hasil kegiatan pelatihan:

Pemasaran Digital: Sesi pertama dimulai pukul 09.15 WIB, dibawakan oleh Arista Natia Afriany, S.E., MBA (anggota tim pengabdi) yang memiliki latar belakang manajemen pemasaran. Materi dibuka dengan penjelasan tentang definisi pemasaran digital dan urgensinya bagi UMKM desa wisata. Pemateri menjelaskan bahwa pemasaran digital adalah upaya mempromosikan produk/jasa melalui kanal digital (seperti media sosial, website, marketplace) dengan memanfaatkan internet dan teknologi informasi. Ditekankan bahwa di era sekarang, visibilitas online sangat menentukan sukses tidaknya sebuah bisnis. Jika UMKM tidak hadir di ranah digital, mereka berisiko kehilangan pasar yang luas. Bu Arista memberikan prolog mengenai perubahan perilaku konsumen yang kini lebih banyak mencari informasi produk secara online; sehingga pelaku usaha harus tanggap beradaptasi. Peserta tampak antusias saat pemateri menyebut contoh konkrit: Desa tetangga yang penjualan produk kerajinan tangannya melonjak setelah aktif berpromosi via Facebook dan Instagram. Hal ini memotivasi peserta bahwa upaya pemasaran digital bukan hal yang mustahil dilakukan dan dapat membawa manfaat nyata.

Selanjutnya, pemateri menguraikan komponen strategi digital marketing yang perlu diperhatikan UMKM pemula: (1) Konten yang menarik – bagaimana membuat konten foto/video produk yang berkualitas meskipun dengan peralatan sederhana, serta menulis deskripsi produk yang jelas dan menarik calon pelanggan; (2) Konsistensi unggahan – pentingnya rutin memperbarui konten di media sosial untuk menjaga *engagement*, misalnya minimal 3 kali seminggu; (3) Interaksi dengan audiens – menanggapi komentar atau pesan dengan cepat dan ramah, karena pelayanan responsif di platform online meningkatkan kepercayaan pelanggan; (4) Pemanfaatan fitur bisnis – seperti *tag location*, *hashtag*, dan fitur marketplace di media sosial untuk menjangkau pengguna lebih luas. Pemateri juga memperkenalkan konsep pemasaran taktis vs strategis: pemasaran digital taktis mencakup aktivitas harian seperti posting, promo diskon online, sedangkan pemasaran strategis lebih kepada perencanaan jangka panjang seperti membangun citra merek di internet dan



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

menganalisis data penjualan online untuk menentukan strategi ke depan. Kedua aspek ini penting dipahami agar UMKM tidak sekadar ikut-ikutan tren digital, tapi benar-benar punya arah dalam menjalankan pemasaran onlinenya.

Selama penyampaian materi, diskusi berjalan interaktif. Peserta mengajukan beberapa pertanyaan, misalnya: *"Produk saya kan makanan tradisional, cocoknya pakai media sosial yang mana?"* Pertanyaan ini dijawab dengan memberi saran pemilihan platform yang sesuai target pasar: untuk kuliner tradisional dan wisata, Instagram dan Facebook dinilai efektif karena banyak digunakan segmen dewasa dan bisa menampilkan visual foto makanan menarik. Ada pula yang bertanya tentang cara meningkatkan jumlah pengikut. Pemateri menyarankan teknik organik seperti kolaborasi dengan akun desa wisata resmi, mengadakan kuis atau giveaway online, hingga memanfaatkan *tagar* populer yang relevan. Terkait hal ini, Kepala Pengelola Desa Wisata Sangurejo turut berbagi pengalaman: mereka pernah mencoba membuat akun Facebook desa wisata pada 2017, namun tidak rutin mengelola sehingga belum banyak pengikut. Ia mengakui bahwa dengan pelatihan ini, pihaknya makin paham pentingnya keberlanjutan konten. Ia bahkan mengungkapkan rencana untuk menambah jenis kuliner lokal sebagai daya tarik baru, dan berjanji akan mempromosikannya secara masif melalui media sosial desa wisata yang dikelola lebih serius pasca pelatihan.

Setelah teori, peserta diajak praktik singkat: masing-masing peserta diminta membuka aplikasi Instagram di ponsel mereka. Bagi yang belum punya akun, fasilitator membantu membuatkan akun baru. Mereka lalu mencoba membuat sebuah postingan pertama dengan foto produk yang sudah disiapkan. Suasana pelatihan sangat aktif – beberapa peserta saling membantu mengambil foto produk menggunakan kamera ponsel. Dalam waktu 15 menit, semua peserta berhasil mengunggah minimal satu postingan. Pemateri kemudian menampilkan contoh postingan yang baik di layar proyektor sebagai perbandingan dan memberikan apresiasi atas hasil kerja peserta. Antusiasme peserta sangat tinggi, terlihat dari rasa ingin tahu mereka mencoba berbagai fitur (filter foto, menambahkan lokasi Sangurejo, dll.). Hasil langsung dari sesi pemasaran digital ini adalah terbentuknya akun-akun Instagram baru milik UMKM Desa Sangurejo, di antaranya: @salak_sangurejo (produsen olahan buah salak) dan @wisata.outbound.sangurejo (penyedia jasa outbound). Langkah awal ini menjadi modal berharga untuk mereka lanjutkan selepas pelatihan.



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

Akuntansi Digital: Sesi kedua dilanjutkan pukul 10.15 WIB dengan topik akuntansi digital, disampaikan oleh Yennisa, M.Sc., Ak., CA., CTA (anggota tim pengabdian yang berlatar belakang akuntansi). Pada awal materi, Ibu Yennisa mengajukan pertanyaan pemantik: *"Siapa di sini yang pernah mencatat pemasukan dan pengeluaran usaha secara rutin?"* Hanya dua peserta yang mengangkat tangan. Fakta ini mengonfirmasi temuan awal bahwa pencatatan keuangan masih diabaikan oleh sebagian besar UMKM mitra. Pemateri kemudian menjelaskan dampak buruk tidak adanya pembukuan: UMKM tidak bisa mengetahui pasti apakah usahanya untung atau rugi, sulit mengambil keputusan (seperti menentukan harga atau kebutuhan modal) karena tak ada data, serta kesulitan mengakses kredit perbankan karena tak punya laporan keuangan. Peserta nampak tersentuh oleh penjelasan ini, beberapa mengangguk setuju.

Selanjutnya, materi berfokus pada pengenalan digitalisasi akuntansi. Disampaikan bahwa digitalisasi akuntansi adalah integrasi teknologi dalam proses pencatatan keuangan untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi. Ibu Yennisa menjelaskan dengan bahasa sederhana: *"Kalau biasanya Bapak/Ibu nulis pembukuan di buku dengan pensil, sekarang kita pakai komputer atau HP. Hasilnya, penjumlahan otomatis, laporan langsung jadi, tidak perlu hitung manual."* Beberapa peserta yang awam komputer sempat khawatir, namun pemateri meyakinkan bahwa ada aplikasi yang mudah digunakan tanpa perlu paham akuntansi rumit. Ia memperkenalkan aplikasi BukuKas (sebagai contoh, karena aplikasi ini populer dan gratis) serta alternatif lain seperti Teman Bisnis. Aplikasi tersebut didesain khusus untuk UMKM, berbahasa Indonesia, dan sangat user-friendly. Peserta diajak menyaksikan demo singkat: pemateri mensimulasikan mencatat transaksi penjualan menggunakan laptop yang terhubung ke proyektor. Tampak bahwa dalam hitungan detik, aplikasi tersebut bisa menampilkan ringkasan penjualan harian, bahkan memberikan grafik sederhana. Peserta terkesan melihat fitur laporan otomatis ini.

Setelah demo, tiap peserta diminta mencoba langsung. Bagi yang membawa laptop, dipersilakan membuka template Excel pembukuan sederhana yang disediakan tim (template ini tidak memerlukan instalasi, berisi formula otomatis untuk menjumlah kolom pemasukan/pengeluaran). Bagi yang hanya memiliki smartphone, dibantu mengunduh aplikasi BukuKas melalui Play Store. Fasilitator mendampingi langkah demi langkah: mulai dari membuat akun, mengatur kategori transaksi, hingga mencatat transaksi contoh. Salah



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

satu contoh kasus yang diberikan: *mencatat penjualan 10 pax paket outbound seharga Rp200.000/pax pada hari itu, dan mencatat pengeluaran konsumsi peserta sebesar Rp800.000*. Peserta memasukkan angka-angka tersebut ke aplikasi. Hasilnya, peserta dapat melihat laba kotor dari transaksi hari itu secara instan di layar aplikasi. Sontak beberapa peserta berkomentar, *"Oh begini toh enakya, langsung kelihatan untungnya berapa tanpa hitung-hitungan sendiri."* Pemateri mengamini dan menekankan bahwa dengan cara digital, kesalahan hitung dapat diminimalkan dan data tersimpan rapi. Ia juga mencontohkan bahwa selama ini, biaya-biaya seperti listrik, internet, transportasi sering luput dicatat. Dengan aplikasi, semua pengeluaran sekecil apapun bisa diinput sehingga *tidak ada biaya yang terlewat*. Ini akan membuat perhitungan laba sebenarnya lebih akurat, tidak seperti sebelumnya di mana laba dianggap besar padahal belum dikurangi beban tersembunyi. Peserta menyadari kekeliruan yang mereka lakukan selama ini. Salah satu peserta, pengusaha makanan, berseloroh, *"Pantesan duitnya kok gak nyisa, mungkin kemarin-kemarin laba saya kepotong bayar listrik tapi gak pernah dihitung."* Ucapan ini mengundang tawa, namun sekaligus menjadi refleksi pentingnya perubahan menuju pembukuan yang lebih baik.

Dalam sesi praktik, tantangan yang muncul antara lain beberapa peserta lansia agak lambat mengoperasikan gawai. Tim sigap membantu secara personal. Meskipun demikian, semua peserta akhirnya berhasil melakukan pencatatan contoh transaksi. Bahkan, dua peserta termuda sudah mencoba eksplor fitur lain seperti membuat daftar pelanggan di aplikasi. Suasana kelas menjadi sangat hidup, peserta saling berbagi pengalaman mencoba aplikasi. Beberapa mengakui bahwa sebelumnya mereka takut memakai aplikasi finansial, tetapi setelah mencoba, ternyata mudah dan bermanfaat.

Menjelang akhir sesi, pemateri menekankan kembali fungsi penting akuntansi bagi UMKM: (1) Pencatatan historis – catatan transaksi harian yang lengkap akan menjadi sejarah bisnis yang berharga untuk analisis ke depan; (2) Pengawasan keuangan – dengan sistem digital, setiap pemasukan dan pengeluaran tercatat akurat, memudahkan kontrol arus kas; (3) Perencanaan – data keuangan yang tersusun rapi memungkinkan UMKM membuat rencana anggaran atau investasi usaha secara lebih ilmiah; (4) Pengambilan keputusan – laporan keuangan membantu pemilik usaha mengambil keputusan strategis (misal menambah produk baru atau tidak) dengan basis data; (5) Pengendalian risiko – pencatatan



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

mempermudah identifikasi kebocoran keuangan sedini mungkin; (6) Optimasi keuntungan – dengan mengetahui struktur biaya secara detail, UMKM bisa mencari cara efisiensi untuk memaksimalkan profit. Semua poin ini pada intinya mendorong peserta agar konsisten dalam membukukan transaksi.

Sebelum penutupan, dilakukan sesi sharing. Peserta diminta menyampaikan kesan dan rencana tindak lanjut. Seorang peserta menyatakan sangat terbantu dengan pelatihan ini karena akhirnya paham cara mempromosikan produk secara online. Ia berencana membuat promo diskon via Instagram untuk menarik follower. Peserta lain berkomitmen akan meluangkan waktu setiap sore untuk memasukkan catatan penjualan harian ke aplikasi pembukuan, agar tidak menumpuk. Tim pengabdian mengapresiasi tekad para peserta dan berjanji akan terus mendampingi. Kegiatan kemudian diakhiri pada pukul 11.15 WIB dengan foto bersama dan penyerahan secara simbolis template pembukuan digital (file Excel di flashdisk) serta modul ringkas panduan pemasaran digital kepada perwakilan mitra.

Secara keseluruhan, hasil pelaksanaan pelatihan menunjukkan output sesuai harapan: peserta memperoleh pengetahuan baru, berhasil membuat akun pemasaran digital, dan mampu menggunakan alat pencatatan keuangan digital. Antusiasme peserta sangat tinggi, terlihat dari keaktifan selama sesi dan keinginan mereka untuk segera menerapkan ilmu yang didapat. Hal ini menandakan bahwa program pengabdian telah berjalan dengan baik, ditunjukkan dengan tercapainya tujuan-tujuan pembelajaran dalam waktu yang singkat.

HASIL LUARAN

Hasil luaran dari kegiatan pengabdian ini dapat dilihat dari dua aspek, yakni luaran pengetahuan (peningkatan kapasitas mitra) dan luaran produk konkret (output fisik/digital yang dihasilkan). Dari sisi pengetahuan, pelatihan ini berhasil meningkatkan kompetensi digital para pelaku UMKM. Peserta kini lebih melek digital, dibuktikan dengan pemahaman mereka yang lebih baik dalam memanfaatkan media sosial dan aplikasi akuntansi. Peningkatan pemahaman ini terukur dari hasil evaluasi pasca pelatihan di mana >85% peserta dapat menjawab dengan benar pertanyaan-pertanyaan terkait materi yang sebelumnya tidak mereka ketahui. Selain itu, peserta menunjukkan sikap positif dan termotivasi untuk terus belajar hal-hal digital baru. Dengan kata lain, program ini berhasil



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

menanamkan *mindset* kepada UMKM bahwa adopsi teknologi digital adalah investasi penting bagi perkembangan usaha mereka.

Dari sisi produk konkret, berikut adalah hasil luaran utama yang dihasilkan melalui program ini:

- Akun Media Sosial Bisnis Aktif: Seluruh peserta kini memiliki setidaknya satu akun media sosial khusus untuk usaha mereka. Tercatat telah dibuat 15 akun Instagram baru dan 5 halaman Facebook baru yang dikelola UMKM peserta. Sebagian akun yang sudah ada sebelumnya pun dioptimalkan (misal: mengganti nama akun menjadi nama brand, menambahkan detail kontak dan alamat pada profil). Contoh luaran yang menonjol adalah akun Instagram @salaksangurejo_olahan milik kelompok produsen makanan olahan salak, yang setelah pelatihan langsung mengunggah konten produk dan meraih 50 pengikut baru dalam dua minggu. Akun-akun media sosial ini menjadi sarana pemasaran digital yang akan terus dikembangkan oleh mitra. Sebagai bukti dokumentasi, disertakan hasil screenshot beberapa akun Instagram UMKM tersebut yang menunjukkan aktivitas posting perdana pasca pelatihan (Gambar 1). Keberadaan akun media sosial aktif ini memenuhi target luaran program di aspek pemasaran digital.
- Template dan Sistem Pembukuan Digital: Di aspek akuntansi, para peserta kini memiliki template pembukuan elektronik yang siap digunakan. Template tersebut ada yang berupa file Excel dengan format buku kas digital, dan ada pula yang berupa akun pada aplikasi pembukuan (misalnya akun BukuKas) dengan data awal sudah terisi. Sebagai contoh, mitra pemilik warung kopi “Sangurejo Coffee” telah mulai menggunakan template Excel harian untuk mencatat penjualannya; file tersebut memuat kolom tanggal, uraian transaksi, pemasukan, pengeluaran, dan saldo, yang semuanya terhitung otomatis. Luaran lain, lima UMKM yang sebelumnya tidak pernah membukukan transaksi kini telah memiliki akun di aplikasi BukuKas lengkap dengan input daftar produk dan harga, sehingga mereka tinggal melanjutkan mencatat transaksi harian ke depannya. Tangkapan layar (screenshot) dari salah satu aplikasi pembukuan milik peserta ditunjukkan pada Gambar 2, memperlihatkan contoh tampilan ringkasan transaksi harian yang berhasil dicatat pasca pelatihan. Dengan



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

adanya sarana pembukuan digital ini, diharapkan mitra dapat menjaga pembukuan usahanya secara konsisten.

- Dokumentasi dan Modul: Sebagai luaran pendukung, program ini menghasilkan dokumentasi kegiatan berupa foto-foto pelatihan dan video tutorial singkat. Foto kegiatan digunakan sebagai laporan dan juga dibagikan ke peserta untuk kenang-kenangan serta bukti kegiatan yang dapat mereka tunjukkan ke komunitas lain. Video tutorial (berdurasi ± 5 menit) berisi panduan rekap tentang cara membuat akun Instagram bisnis dan cara input data di aplikasi akuntansi, telah dibagikan ke grup peserta sebagai referensi saat mereka praktek mandiri. Selain itu, tim menyerahkan modul pelatihan dalam bentuk cetak dan softcopy PDF, yang berisi rangkuman materi pemasaran digital dan akuntansi digital. Modul ini menjadi pegangan peserta untuk mempelajari ulang materi secara mandiri apabila diperlukan.

Melalui luaran-luaran di atas, program pengabdian ini membuktikan hasil nyata: UMKM Desa Sangurejo kini memiliki tools dan platform baru untuk pengembangan usaha. Akun media sosial aktif menjadi modal penting untuk memperluas pemasaran, sedangkan sistem pembukuan digital yang telah terinstal akan membantu menertibkan administrasi keuangan usaha. Tentu, tantangan ke depan adalah memastikan luaran ini digunakan secara konsisten. Oleh karena itu, tim pengabdian akan terus memantau penggunaan akun media sosial dan aplikasi pembukuan tersebut dalam beberapa bulan ke depan sebagai bagian dari rencana keberlanjutan.

KENDALA PELAKSANAAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Dalam pelaksanaan program, tim pengabdian juga menghadapi beberapa kendala dan tantangan, baik saat kegiatan berlangsung maupun pasca kegiatan. Kendala-kendala tersebut antara lain:

- Tingkat Keterampilan Digital yang Beragam: Peserta datang dengan latar belakang kemampuan teknologi yang berbeda-beda. Beberapa peserta lansia belum terbiasa menggunakan smartphone untuk hal selain telepon/SMS, sehingga pada awalnya agak canggung saat diajak membuat akun Instagram atau menginstal aplikasi baru. Hal ini sempat memperlambat tempo pelatihan, karena fasilitator harus mendampingi lebih



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

intensif peserta-peserta tersebut. Namun, kendala ini diatasi dengan pendampingan personal dan bantuan antarpeserta (peserta yang lebih muda membantu yang lebih senior).

- **Keterbatasan Perangkat dan Akses Internet:** Tidak semua peserta memiliki perangkat memadai. Sebagian tidak memiliki laptop sehingga bergantung pada smartphone dengan layar kecil untuk mencoba aplikasi akuntansi. Selain itu, koneksi internet di lokasi desa yang kurang stabil sempat menghambat proses pembuatan akun online. Misalnya, ketika mendownload aplikasi pembukuan atau saat mengunggah foto ke Instagram, beberapa peserta mengalami kegagalan karena sinyal lemah. Tim mengantisipasi dengan menyiapkan *hotspot* tambahan, namun tetap saja kecepatan internet terbatas. Kendala ini menjadi catatan penting, bahwa infrastruktur (akses internet) adalah prasyarat kesuksesan adopsi digital. Ke depannya, tim akan berkoordinasi dengan perangkat desa untuk perbaikan jaringan internet di lokasi mitra.
- **Adaptasi Terhadap Platform Baru:** Meskipun peserta antusias, adaptasi terhadap kebiasaan baru memerlukan waktu. Sebagai contoh, pasca pelatihan, beberapa peserta mengaku lupa mengisi aplikasi pembukuan di hari-hari awal karena belum terbiasa. Begitu pula untuk media sosial, ada yang merasa kesulitan menentukan ide konten secara rutin. Ini menunjukkan tantangan dalam mengubah pola kerja yang sudah lama manual menjadi digital. Tim menilai hal ini wajar dan telah menyiapkan strategi follow-up (peringat rutin lewat grup WA, dan kunjungan monitoring) untuk membantu peserta beradaptasi penuh.
- **Kendala Bahasa dan Istilah Teknis:** Terdapat beberapa istilah dalam aplikasi yang awalnya membingungkan peserta, misalnya "*rekening*" dalam aplikasi akuntansi dikira harus terhubung ke rekening bank (padahal maksudnya akun/piutang), atau istilah "*insight*" di Instagram. Tim harus meluangkan waktu menjelaskan istilah-istilah ini dengan padanan bahasa lokal yang lebih dipahami. Tantangan bahasa juga muncul karena aplikasi yang digunakan ada yang belum tersedia dalam Bahasa Jawa (beberapa peserta lansia lebih nyaman berbahasa Jawa). Solusinya, pendamping menjelaskan dengan sabar dan sesekali menggunakan bahasa daerah untuk mempermudah pemahaman.



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

-
- Waktu Pelatihan Terbatas: Durasi 2 jam dirasa masih kurang panjang untuk menggali semua potensi topik, mengingat materi mencakup dua bidang (marketing dan accounting) sekaligus. Kendala ini berusaha diatasi dengan memberikan materi lanjutan melalui modul dan grup diskusi. Namun, tetap saja waktu yang singkat membuat beberapa peserta merasa “tangung” saat praktik (belum sempat eksplor lebih jauh fitur aplikasi, dsb). Di masa mendatang, pengabdian sejenis sebaiknya dirancang dengan durasi lebih panjang atau dibagi dalam beberapa sesi terpisah agar hasilnya lebih optimal.

Kendala-kendala di atas memberikan pembelajaran bagi tim pengabdi. Meskipun tantangan muncul, tidak ada yang sampai menghambat tercapainya tujuan utama program. Dengan fleksibilitas dan solusi di lapangan, pelatihan tetap berjalan lancar. Evaluasi terhadap kendala ini akan menjadi dasar perbaikan untuk kegiatan pendampingan selanjutnya. Misalnya, tim akan mengajukan pengadaan perangkat tablet/komputer untuk dipinjamkan ke peserta yang membutuhkan, serta mendorong pemerintah desa meningkatkan kualitas sinyal di kawasan wisata. Selain itu, materi akan dibuat lebih sederhana lagi dengan lebih banyak visual/gambar untuk mengatasi kendala istilah. Secara keseluruhan, kendala tersebut tidak mengurangi semangat dan antusiasme mitra, justru menjadi tantangan bersama yang dihadapi dengan solusi kolaboratif.



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. PGRI I No. 117 Sonosewu, Yogyakarta, 55182 Telp/Fax: (0274) 376808

Web: <http://lppm.upy.ac.id> Email: lppm@upy.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

- Baskoro, B. R. A., & Cecep, R. (2008). *Membangun Kota Pariwisata Berbasis Komunitas: Suatu Kajian Teoritis*. Jurnal Kepariwisata Indonesia, 3(1), 37-50.
- Dewi, C., Fandeli, C., & Baiquni, M. (2013). *Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Desa Wisata Jatiluwih*. Jurnal Kawistara, 3(2), 117-126.
- Kaharuddin, Maulidani, Y., Mihani, & Matiin, N. (2024). *Implementasi Pelatihan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Sangatta Utara, Kalimantan Timur*. Kolaborasi: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat, 2(2), 56-71.
- Machfuzhoh, A., & Widyaningsih, I. U. (2020). *Pelatihan Pembukuan Sederhana bagi UMKM Menuju UMKM Naik Kelas di Kecamatan Grogol*. Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu), 1(2), 133-140.
- Muljadi, A. J. (2012). *Kepariwisata & Perjalanan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Purmada, D. K., Wilopo, W., & Hakim, L. (2016). *Pengelolaan Desa Wisata dalam Perspektif Community Based Tourism (Studi Kasus Desa Wisata Gubugklakah, Kab. Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis, 40(1), 171-178.
- Sulistiyowati, R., Nuswantara, D. A., Fanggidae, A. H. J., & Amtiran, P. Y. (2024). *Program Pengabdian kepada Masyarakat Nasional: Pelatihan Digital Marketing dan Digitalisasi Akuntansi bagi UMKM di Pulau Madura*. Selaparang: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 8(1), 40-48.
- Yuliati, E., & Suwandono, D. (2016). *Arahan Konsep dan Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Nongkosawit sebagai Destinasi Wisata Kota Semarang*. Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro.