

## Pendampingan Pencatatan Laporan Keuangan Sederhana dan Optimalisasi Digital Marketing pada UMKM Laundry di Sleman

Zenobius Meo Pasu

Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia

Email: [zebixfrohzen@gmail.com](mailto:zebixfrohzen@gmail.com)

### Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, termasuk sektor jasa laundry di Sleman. Namun, pelaku usaha seperti Queen Fresh Laundry dan Ninik Laundry masih menghadapi tantangan dalam pengelolaan keuangan yang belum sistematis serta pemasaran digital yang terbatas. Kegiatan ini bertujuan untuk mendampingi UMKM tersebut dalam menyusun sistem pencatatan keuangan sederhana serta menerapkan strategi digital marketing guna memperluas jangkauan pasar. Metode yang digunakan meliputi survei UMKM, pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi. Hasil menunjukkan bahwa melalui pendampingan, pemilik UMKM mampu memahami pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan usaha, melakukan pencatatan transaksi harian, serta memanfaatkan Instagram sebagai sarana promosi. Pendampingan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

**Kata kunci:** *Digital Marketing, Pencatatan Keuangan, UMKM, Laundry, Sleman.*

### Abstract

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in improving the local economy, including the laundry service sector in Sleman. However, businesses like Queen Fresh Laundry and Ninik Laundry still face challenges in terms of unsystematic financial management and limited digital marketing. This activity aims to assist these MSMEs in developing a simple financial recording system and implementing digital marketing strategies to expand their market reach. The methods used included MSME surveys, training and mentoring, and evaluation. Results showed that through mentoring, MSME owners were able to understand the importance of separating personal and business finances, record daily transactions, and utilize Instagram as a promotional tool. This mentoring is expected to increase business competitiveness and sustainability.*

**Keywords:** *Digital Marketing, Financial Recording, MSMEs, Laundry, Sleman.*

### A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan penghasilan masyarakat. Dalam konteks ekonomi Indonesia, UMKM memberikan kontribusi yang sangat signifikan, yaitu menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja. (Astuti et al., 2025). Oleh karena itu, penguatan kapasitas UMKM bukan hanya penting untuk pertumbuhan ekonomi, tetapi juga untuk meningkatkan kesejahteraan sosial yang luas (Pitria et al., 2026).

Namun, di era digital saat ini, banyak pelaku UMKM masih menghadapi tantangan besar dalam mengadopsi teknologi untuk kegiatan bisnis mereka (Hariyanti et al., 2024). Kelemahan utama yang sering ditemui adalah pengelolaan operasional yang masih bersifat konvensional, terutama pada aspek strategi promosi dan sistem pencatatan keuangan. Banyak

pelaku usaha yang menjalankan usahanya tanpa proyeksi keuangan yang tepat dan tidak mengetahui secara pasti keuntungan bersih yang mereka dapatkan.

Pengelolaan keuangan menjadi faktor krusial bagi keberlanjutan sebuah usaha. Penelitian ini menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan serta kelemahan dalam pencatatan transaksi berpengaruh langsung terhadap kemampuan perencanaan usaha (Zalukhu & Hutaauruk, 2024). UMKM yang menerapkan pencatatan keuangan secara konsisten terbukti memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengontrol arus kas, menjaga efisiensi biaya, serta mengambil keputusan manajerial yang lebih akurat.

Selain aspek keuangan, digital marketing telah menjadi strategi adaptif yang sangat penting untuk meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif. Strategi pemasaran melalui media sosial, khususnya platform seperti Instagram, terbukti efektif untuk memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan interaksi pelanggan (Sifwah et al., 2024). Transformasi dari cara pemasaran manual menuju sistem digital memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dengan biaya promosi yang lebih efisien.

Di wilayah Condongcatur, Sleman, usaha jasa laundry berkembang pesat seiring meningkatnya jumlah mahasiswa dan pekerja yang membutuhkan layanan praktis. Namun, berdasarkan hasil survei pada Queen Fresh Laundry dan Ninik Laundry, ditemukan kendala utama berupa belum adanya pencatatan keuangan yang sistematis serta belum optimalnya pemanfaatan digital marketing.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian atau Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini difokuskan pada program pendampingan penyusunan laporan keuangan sederhana serta optimalisasi digital marketing. Sinergi antara penguatan manajemen keuangan berbasis data dan pemanfaatan media digital dalam promosi diharapkan dapat menjadi solusi praktis untuk meningkatkan profesionalisme usaha laundry di Sleman dalam jangka panjang. Melalui pendekatan pendampingan yang partisipatif dan edukatif, diharapkan para pelaku UMKM laundry mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi dan memiliki daya saing yang lebih kuat di pasar modern. Karena dengan adanya pengelolaan keuangan yang rapi dan promosi media sosial secara tepat dapat membantu usaha laundry mendapatkan keuntungan yang jauh lebih besar. Catatan keuangan yang jelas membantu pemilik laundry memahami apa yang diinginkan pelanggan dan tren pasar saat ini, sehingga iklan di media sosial bisa dibuat lebih menarik serta tepat sasaran.

Di sisi lain, informasi dari aktivitas promosi digital sangat berguna untuk membantu perencanaan keuangan, misalnya dalam memperkirakan beberapa banyak pesanan jasa cucian yang akan datang agar pengeluaran lebih terkontrol. Jika pembukuan dan pemasaran digital dilakukan secara bersamaan, nama laundry akan semakin dikenal luas, pelanggan menjadi lebih setia, dan pendapatan dapat meningkat secara stabil dalam jangka panjang. Menjalankan pembukuan yang benar serta memanfaatkan promosi online merupakan dua hal wajib agar usaha laundry bisa terus maju dan bersaing di masa sekarang. Kerja sama antara kedua aspek ini membuat operasional laundry menjadi lebih lancar, jangkauan pelanggan menjadi lebih luas, dan omzet naik secara signifikan (Ryan & Jones, 2009).

Melalui analisis data keuangan yang akurat, pemilik usaha laundry dapat mengidentifikasi pola kebiasaan konsumen, preferensi layanan tertentu, serta tren pasar yang dapat digunakan untuk mengarahkan promosi iklan di media sosial agar lebih efektif dan tepat sasaran. Sebaliknya, data yang dikumpulkan dari aktivitas pemasaran digital memberikan wawasan berharga bagi akuntansi, seperti perkiraan lonjakan permintaan jasa laundry pada periode tertentu atau evaluasi biaya yang dikeluarkan untuk promosi. Penerapan pembukuan yang disiplin dan digitalisasi pemasaran bukan lagi sekadar pilihan tambahan, melainkan elemen pertumbuhan yang mendasar bagi operasional bisnis jasa modern (Sadgrove, 2016). Oleh karena itu, meluangkan waktu dan biaya untuk belajar mengelola keuangan serta

menggunakan teknologi digital adalah pilihan yang cerdas bagi pemilik laundry yang ingin sukses di era modern ini (Smith, 2020).

## **B. METODE**

Pendampingan ini dilaksanakan sebagai upaya untuk memberikan wawasan dan pemahaman kepada pelaku UMKM terkait penyusunan laporan keuangan sederhana serta pemanfaatan digital marketing dalam pengembangan usaha. Kegiatan ini difokuskan pada Queen Fresh Laundry dan Ninik Laundry yang berlokasi di Condongcatur, Sleman. Metode yang diterapkan dalam pelaksanaan program pendampingan pada kedua UMKM tersebut meliputi:

### **1. Observasi**

Tahap awal kegiatan diawali dengan observasi lapangan melalui kunjungan langsung ke UMKM Queen Fresh Laundry dan Ninik Laundry. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai kondisi usaha, mengidentifikasi berbagai permasalahan yang dihadapi, serta memahami sistem pengelolaan yang diterapkan oleh masing-masing pelaku usaha. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, ditemukan bahwa kedua mitra belum melakukan pencatatan keuangan yang sistematis karena keterbatasan waktu dan pemahaman. Selain itu, strategi pemasaran masih sangat terbatas dan konvensional, yaitu hanya mengandalkan komunikasi mulut ke mulut atau pesan WhatsApp.

### **2. Pembinaan dan Pendampingan Usaha**

Setelah masalah utama teridentifikasi pada tahap observasi, tahap selanjutnya yaitu melakukan pembinaan dan pendampingan usaha. Langkah awal dalam kegiatan ini yaitu memberikan edukasi dan penyampaian pemahaman mengenai pentingnya laporan keuangan sederhana bagi keberlanjutan usaha. Hal ini bertujuan agar pemilik UMKM menyadari akan perlunya memisahkan keuangan pribadi dari uang hasil usaha. Kegiatan selanjutnya yaitu melakukan praktik langsung dalam pendampingan untuk membuat buku kas sederhana yang mencatat pemasukan dan pengeluaran harian secara rutin agar laba/rugi dapat diketahui dengan jelas. Setelah itu, melakukan optimalisasi digital marketing dengan membuat akun Instagram. Pelaku usaha didampingi dalam mengoperasikan aplikasi mulai dari cara mengunggah foto hasil cucian yang menarik hingga memberikan informasi harga dan kontak yang jelas untuk memperluas jangkauan pasar.

### **3. Evaluasi**

Tahap terakhir yaitu melakukan evaluasi untuk melihat sejauh mana perkembangan dan dampak positif setelah kegiatan diberikan mengenai peningkatan pemahaman pemilik usaha terhadap kondisi keuangan dan efektivitas promosi digital.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini dilaksanakan sejak tanggal 18 April sampai 23 Mei 2026 di wilayah Condongcatur, Sleman dengan fokus pada dua mitra usaha, yaitu Queen Fresh Laundry dan Ninik Laundry. Tahap awal dimulai dengan melakukan survei langsung ke lokasi usaha untuk mengamati operasional sehari-hari. Pada saat yang sama, penulis melakukan wawancara mendalam dengan pemilik usaha, Ibu Ijun dan Ibu Ninik, guna memahami cara mereka mengelola keuangan serta strategi pemasaran yang selama ini digunakan.

Berdasarkan hasil survei dan wawancara, ditemukan bahwa kedua UMKM laundry ini menghadapi kendala yang sama, yaitu belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang teratur. Selama kegiatan usaha beroperasi, pemilik hanya mengandalkan perkiraan dalam menghitung pemasukan dan pengeluaran, sehingga mereka tidak mengetahui secara pasti jumlah laba bersih yang didapat setiap bulannya. Kondisi ini membuktikan bahwa rendahnya literasi keuangan dan kelemahan administrasi transaksi pada usaha kecil berpengaruh langsung

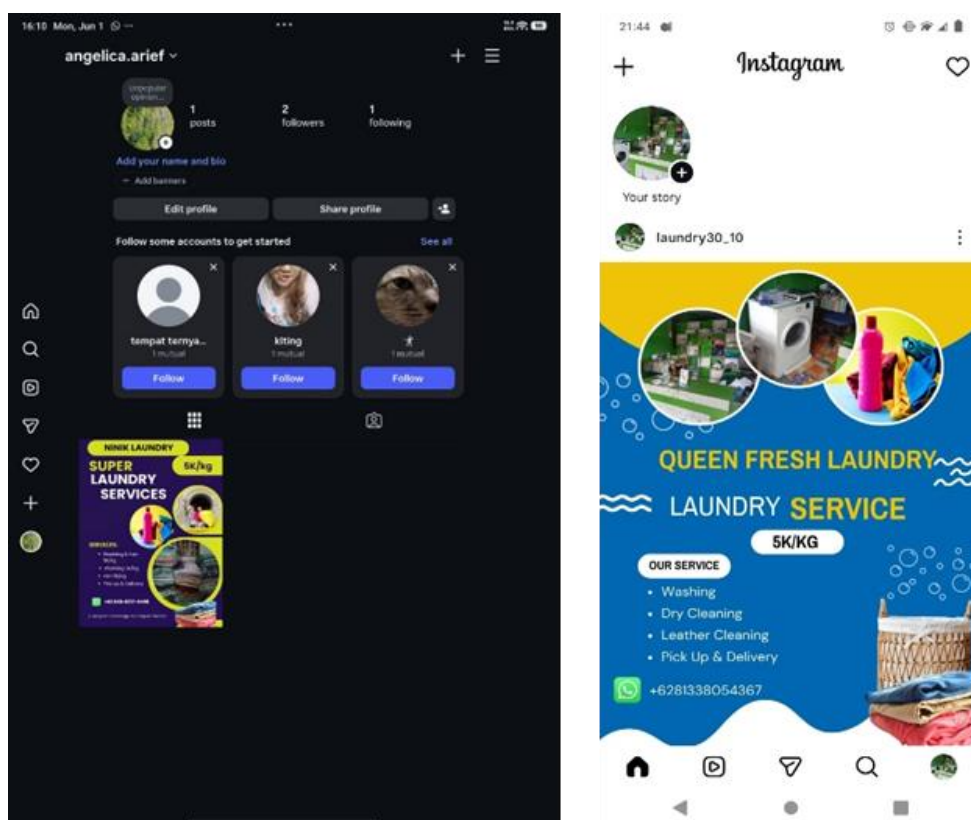
terhadap kemampuan perencanaan dan keberlanjutan usaha (Permoni et al., 2026). Selain itu, promosi usaha masih bersifat konvensional melalui pesan WhatsApp atau dari mulut ke mulut saja, tanpa memanfaatkan media sosial seperti Instagram. Aktivitas penjualan tradisional seperti ini dinilai kurang efektif di tengah perkembangan digital yang pesat saat ini (Apriyanti, Budiman, & Wijayanti, 2025). Hal ini menyebabkan jangkauan pasar terbatas dan pendapatan cenderung menurun ketika musim libur mahasiswa.

Langkah selanjutnya yaitu melakukan pelatihan dan pendampingan secara intensif. Penulis memberikan edukasi mengenai pentingnya memisahkan uang pribadi dengan uang usaha agar arus kas lebih terkontrol dan dapat mengevaluasi kinerja bisnis secara lebih akurat (Dewi et al., 2026; Maharetno & Utami, 2025). Pada tahap ini, dilakukan praktik langsung pembuatan buku kas sederhana yang mencatat setiap transaksi pemasukan dan pengeluaran harian. Penerapan pencatatan keuangan yang sistematis ini terbukti memberikan dampak positif terhadap efisiensi biaya, transparansi, dan kemudahan dalam pengambilan keputusan manajerial (Permoni et al., 2026). Dengan adanya catatan ini, pemilik usaha kini mulai terbiasa mendokumentasikan atau mencatat setiap uang yang keluar dan masuk, sehingga pengelolaan keuangan menjadi lebih transparan dan mendukung keberlanjutan usaha di masa depan.



**Gambar 2. Pelatihan Pencatatan Keuangan Sederhana**

Tahap berikutnya dalam program ini berfokus pada penguatan pemasaran digital bagi mitra usaha. Mengingat target pasar di Sleman didominasi oleh mahasiswa yang aktif di media sosial, penulis membantu pemilik membuat akun Instagram khusus untuk laundry mereka. Penulis mendampingi proses pembuatan profil, cara mengunggah konten berupa foto cucian yang bersih dan rapi, serta mencantumkan informasi mengenai harga. Melalui pemanfaatan Instagram ini, diharapkan citra merek kedua UMKM laundry tersebut mampu menjangkau pelanggan yang lebih luas.



**Gambar 3. Pendampingan Pembuatan Akun Instagram**

Kegiatan pendampingan yang dilaksanakan pada Queen Fresh Laundry dan Ninik Laundry menunjukkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi mitra berkaitan dengan keterbatasan pengetahuan mengenai pencatatan keuangan sederhana serta belum optimalnya penggunaan media digital untuk promosi usaha. Kondisi tersebut sejalan dengan berbagai hasil penelitian yang menyatakan bahwa rendahnya literasi keuangan serta kelemahan dalam pencatatan transaksi pada usaha kecil berpengaruh langsung terhadap kemampuan perencanaan dan keberlanjutan usaha (Zaluku & Hutaeruk, 2024). Tanpa pencatatan yang teratur, pelaku usaha sering kesulitan memantau arus kas dan mengevaluasi kinerja bisnis secara akurat (Permoni et al., 2026).

Melalui pendampingan yang diberikan, pemilik usaha memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai dasar-dasar pembukuan, mulai dari pencatatan penerimaan hingga pengeluaran kas. Selain itu, mereka juga semakin menyadari pentingnya laporan keuangan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan usaha. Dengan praktik langsung pembuatan buku kas sederhana, pelaku usaha laundry kini lebih mudah membaca keuntungan harian dan mengendalikan biaya operasional mereka (Maharetno & Utami, 2025). Selain aspek keuangan, pengenalan pemasaran digital melalui media sosial juga memberikan dampak positif. Pembuatan akun Instagram menjadi langkah awal bagi mitra untuk memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas pemasaran, meskipun masih diperlukan pendampingan lanjutan agar penggunaannya semakin optimal. Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa pemasaran digital mampu memperluas jangkauan pasar secara signifikan, namun penerapannya masih terhambat oleh rendahnya literasi digital para pengusaha mikro (Purba et al., 2024). Pemanfaatan platform visual seperti Instagram terbukti sangat efektif untuk meningkatkan brand awareness dan interaksi dengan pelanggan di era ekonomi digital saat ini (Astuti et al., 2025).

Secara umum, program pendampingan ini membuktikan bahwa intervensi berupa edukasi dan praktik langsung sangat efektif untuk meningkatkan pengetahuan serta keterampilan manajerial pelaku UMKM. Hal ini konsisten dengan pendekatan participatory

and direct assistance yang menempatkan mitra sebagai subjek aktif untuk menghasilkan solusi yang aplikatif dan berkelanjutan (Nasution et al., 2026). Namun, pelaku usaha tetap memerlukan pemantauan lanjutan guna memastikan pemilik usaha tetap konsisten dalam melakukan pencatatan keuangan harian serta aktif dalam memperbarui konten promosi di media sosial (Apriyanti et al., 2025).

Dengan demikian, hasil kegiatan ini mengonfirmasi bahwa penguatan kapasitas UMKM memerlukan pendekatan menyeluruh. Pendekatan ini tidak hanya memberikan teori dan pelatihan, tetapi juga pendampingan yang berfokus pada praktik nyata dan penggunaan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan bisnis demi mendukung daya saing di pasar yang kompetitif (Pitria et al., 2026).

#### **D. KESIMPULAN**

Kegiatan pendampingan dalam pelatihan pencatatan keuangan sederhana dan optimalisasi pemasaran digital pada Queen Fresh Laundry dan Ninik Laundry di Condongcatur, Sleman dapat memberikan dampak yang baik bagi kelangsungan bisnis kedua UMKM tersebut. Melalui program ini, pemilik usaha mulai membiasakan diri untuk mencatat setiap uang masuk dan keluar secara rutin menggunakan buku kas sederhana. Hal ini sangat membantu mereka dalam menghitung keuntungan bulanan secara pasti dan memantau kondisi keuangan usaha dengan lebih transparan dibandingkan sebelumnya yang hanya mengandalkan perkiraan. Selain itu, pengenalan pemasaran digital juga sangat membantu kedua pemilik UMKM untuk memahami cara mempromosikan jasa laundry melalui media sosial Instagram guna menjangkau pelanggan yang lebih luas di luar lingkungan sekitar. Meskipun kedua pemilik usaha masih perlu waktu untuk mempelajari lebih dalam cara membuat konten atau berinteraksi dengan pelanggan di media sosial, mereka menunjukkan semangat yang besar untuk terus belajar. Dengan adanya pendampingan ini, pelaku UMKM laundry tersebut secara bertahap mulai memahami pentingnya digital demi meningkatkan daya saing dan memajukan usaha mereka di masa depan.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Keberhasilan pelaksanaan kegiatan pendampingan ini tidak terlepas dari dukungan, kerja sama, dan kontribusi berbagai pihak yang telah membantu selama proses kegiatan berlangsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada pemilik Queen Fresh Laundry dan Ninik Laundry di Condongcatur, Sleman, yang telah berkenan menyediakan waktu, memberikan berbagai informasi yang dibutuhkan, serta menjalin kerja sama yang baik selama kegiatan pendampingan berlangsung.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Apriyanti, H. W., Budiman, J., & Wijayanti, P. (2025). Digitalisasi Laporan Keuangan dan peningkatan Pengetahuan Digital Marketing untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 845-853.
- Astuti, R., Rochim, S. A., Putri, S. S. D., Habibi, M. I., Khoirunnisa, H., Nurfitriya, T., ... & Suryono, A. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui Digital Marketing dan Penerapan Akuntansi melalui Sistem Informasi Aplikasi Pencatatan Keuangan "SIAPIK". *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(8), 3950-3956.
- Dewi, N. F., Adelia, J., Fatiha, S. A., Manahuang, W. P., Rachmawati, D., Sudari, S. A., ... & Ulfah, R. (2026). Akselerasi UMKM: Pendampingan Keuangan, Digitalisasi dan Branding pada UMKM Kuliner Kota Depok. *Eastasouth Journal of Positive Community Services*, 4(02), 250-261.

- Hariyanti, H., Rokhadi, R., & Mariyani, D. (2025). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan dan Digital Marketing untuk Peningkatan Kinerja UMKM Batik Surya Tuban. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin*, 5(1), 252-260. <https://doi.org/10.56910/wrd.v5i1.466>
- Hasaniyah, A., Wahyuni, U., & Habibi, N. S. (2025). Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkmdi Era Ekonomi Digital. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 8(1), 952-961.
- Kusumasari, N. M. I., Febrianty, P. A. T., & Dewi, C. A. M. (2026). Penerapan Akuntansi dan Digitalisasi Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset Usaha di Pondok Laundry Ubud: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(3), 14502-14509.
- Maharetno, A. S., & Utami, E. S. (2025). Strategi Peningkatan Penjualan Melalui Digital Marketing dan Pencatatan Keuangan Teh Kenangan. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*, 3(5), 1186-1192.
- Paramitalaksmi, R., & Astuti, W. (2021). Implementasi penyusunan laporan keuangan UMKM. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi dan kewirausahaan*, 12(1), 1-6. <https://doi.org/10.36418/covalue.v12i1.1218>
- Permoni, N. L. E. A., Widhiyardani, K. W., Dewi, M. S., & Kusuma, P. E. (2026). Optimalisasi Strategi Promosi Digital dan Pencatatan Keuangan untuk Meningkatkan Kinerja Operasional Pusaka Gym Singaraja. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 5(2), 106–116. <https://doi.org/10.55606/jpmi.v5i2.6899>
- Pitria, A. M., Astuti, I. W., Fauziah, N. N., Misbach, S. A. P., & Mawardi, A. (2026). Pengembangan Melalui Digital Marketing, Inovasi Packaging, dan Digitalisasi Laporan Keuangan UMKM Basreng Caby–Caby: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(3), 21417-21422. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4499>
- Ryan, D., & Jones, C. (2009). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page Publishers.
- Sadgrove, K. (2016). *The Complete Guide to Business Risk Management*. Routledge.
- Smith, P. (2020). *Digital Marketing Strategies That Work: Master the Art of Planning, Implementing, and Optimizing Your Digital Marketing Strategy*. Page Two Books, Inc.
- Sumartik, et al. (2026). Pendampingan laporan keuangan, Proses Bisnis Implementasi Internal Control Over Financial Reporting (ICOFR) dan Digital marketing pada SDGS 8 di BUMDES Rezeki Barokah Mandiri, Kedungcangkring. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Aplikasi Teknologi*, 5 (1).
- Vobis. (2022). *Digitalisasi UMKM 2023 dalam Hadapi Persaingan Usaha*. Diakses dari: <https://www.vobis.io/digitalisasi-umkm-2023-dalam-hadapi-persaingan-usaha/>