

Digitalisasi Pencatatan Keuangan dan Pemasaran Online untuk Pemberdayaan UMKM Berkah Guru Kapuh

Digitization of Financial Record-Keeping and Online Marketing for MSME Empowerment: The "Guru Kapuh" Initiative

Monika Handayani^{1*}, Nadia Puteri Utami², Syahril Shaddiq³

¹⁻²Program Studi Akuntansi, Politeknik Negeri Banjarmasin, Banjarmasin, Indonesia

³Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin, Indonesia

Email: monika.handayani@poliban.ac.id¹, nadiaputeri_utami@akuntansipoliban.ac.id², syahril.s@ulm.ac.id³

*Penulis Korespondensi: monika.handayani@poliban.ac.id

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 23 Juli 2026;
Revisi: 20 Agustus 2026;
Diterima: 15 September 2026;
Terbit: 01 Oktober 2026

Keywords:

Community Empowerment; Digitalization; E-Commerce; Financial Recording; MSMEs.

Abstract. Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in supporting local economic development, but many business actors still face limitations in financial recording, production cost calculation, and digital marketing. This community service program aimed to strengthen the managerial and digital capabilities of UMKM Berkah Guru Kapuh in Kapuh Village, Simpung District, Hulu Sungai Selatan Regency, South Kalimantan. The program used a participatory approach through several stages, including initial socialization and diagnosis, practical training, technology implementation, mentoring, evaluation, and sustainability planning. The intervention focused on three aspects: production, financial management, and marketing. In the production aspect, participants were trained to identify production costs, calculate cost of goods manufactured (HPP), and determine selling prices based on cost and profit margins. In the financial aspect, the program introduced standardized transaction recording, separation of business and household cash, simple financial reporting, and a web-based accounting information system. In the marketing aspect, participants received training in digital marketing, product branding, digital catalogs, and e-commerce utilization. The results showed improvements in participants' understanding and practical skills in calculating HPP, recording transactions, preparing simple financial reports, and utilizing digital marketing channels. The implementation of accounting information systems and e-commerce also provided the partner with digital tools for financial administration and online product promotion. The program demonstrates that combining practical training, technology adoption, and continuous mentoring can strengthen MSME capacity and support sustainable business management.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian lokal, tetapi pelaku UMKM masih menghadapi berbagai keterbatasan dalam pencatatan keuangan, perhitungan biaya produksi, dan pemasaran digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas manajerial dan digital UMKM Berkah Guru Kapuh di Desa Kapuh, Kecamatan Simpung, Kabupaten Hulu Sungai Selatan, Kalimantan Selatan. Program dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahapan sosialisasi dan identifikasi kondisi awal, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, evaluasi, dan perencanaan keberlanjutan. Intervensi difokuskan pada tiga aspek, yaitu produksi, manajemen keuangan, dan pemasaran. Pada aspek produksi, mitra dilatih mengidentifikasi komponen biaya produksi, menghitung Harga Pokok Produksi (HPP), dan menentukan harga jual berdasarkan biaya dan margin keuntungan. Pada aspek keuangan, program menerapkan standarisasi pencatatan transaksi, pemisahan kas usaha dan rumah tangga, penyusunan laporan keuangan sederhana, serta implementasi Sistem Informasi Akuntansi berbasis web. Pada aspek pemasaran, mitra memperoleh pelatihan digital marketing, branding produk, penyusunan katalog digital, dan pemanfaatan e-commerce. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra

dalam menghitung HPP, mencatat transaksi, menyusun laporan keuangan sederhana, serta memanfaatkan kanal pemasaran digital. Implementasi Sistem Informasi Akuntansi dan *e-commerce* juga memberikan sarana digital bagi mitra untuk memperbaiki administrasi keuangan dan memperluas promosi produk. Program menunjukkan bahwa kombinasi pelatihan praktis, penerapan teknologi, dan pendampingan berkelanjutan dapat memperkuat kapasitas UMKM dan mendukung pengelolaan usaha yang lebih tertib dan berkelanjutan.

Kata kunci: Digitalisasi; Pemberdayaan Masyarakat; Pencatatan Keuangan; Perdagangan Elektronik; UMKM.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu komponen penting dalam penguatan perekonomian masyarakat karena berperan dalam menciptakan aktivitas ekonomi, lapangan pekerjaan, dan pengembangan potensi ekonomi lokal. Dalam perkembangannya, UMKM menghadapi tuntutan untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha sekaligus beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Digitalisasi tidak hanya berkaitan dengan aktivitas pemasaran, tetapi juga mencakup pengelolaan transaksi, pencatatan keuangan, penyusunan laporan, dan pengambilan keputusan usaha. Penelitian Indriastuti & Kartika (2022) menunjukkan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan kinerja keuangan UMKM, terutama ketika didukung oleh kemampuan dinamis pelaku usaha.

Transformasi digital dalam pengelolaan keuangan menjadi semakin penting karena pencatatan yang tidak tertib dapat menyebabkan pelaku usaha kesulitan mengetahui kondisi keuangan sebenarnya. Penelitian Akadiati et al. (2022) menunjukkan bahwa penerapan Sistem Informasi Akuntansi dapat memberikan pengaruh positif terhadap kualitas data keuangan UMKM. Demikian pula, pendampingan penggunaan aplikasi akuntansi dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan kemampuan pencatatan dan penyusunan laporan keuangan secara lebih sistematis (Suwadi & Fahriani, 2023). Dengan demikian, digitalisasi pencatatan keuangan perlu disertai dengan peningkatan kemampuan dan pendampingan agar teknologi benar-benar digunakan dalam aktivitas usaha sehari-hari.

Selain aspek keuangan, digitalisasi pemasaran menjadi kebutuhan penting bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan digital marketing dan *e-commerce* memberikan peluang bagi UMKM untuk tidak hanya mengandalkan penjualan secara langsung. Usmayanti & Pangestu (2022) menemukan bahwa digital marketing berhubungan positif dengan kinerja UMKM. Penelitian Putra et al. (2023) juga menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce*, digital marketing, dan sistem manajemen *online* dapat mendukung pertumbuhan bisnis UMKM. Sementara itu, Widyo et al. (2023) menunjukkan bahwa pendampingan pemasaran melalui *e-commerce* dapat membantu UMKM bertransformasi menuju pemasaran digital.

Kondisi tersebut juga ditemukan pada UMKM Berkas Guru Kapuh yang berlokasi di Desa Kapuh, Kecamatan Simpur, Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Desa Kapuh memiliki potensi produk pangan lokal, termasuk produk dodol Kandangan. UMKM Berkas Guru Kapuh menjalankan kegiatan produksi dan penjualan produk olahan pangan rumahan dengan dukungan bahan baku lokal, keterampilan produksi, dan permintaan pasar. Namun, pengelolaan usaha masih menghadapi keterbatasan terutama dalam pencatatan keuangan, perhitungan HPP, dan pemasaran digital.

Hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa pencatatan transaksi belum dilakukan secara konsisten oleh seluruh anggota kelompok. Sebagian anggota masih menggunakan pencatatan manual atau belum melakukan pencatatan secara rutin sehingga data transaksi belum terkonsolidasi. Pada sisi produksi, biaya bahan baku, pengemasan, dan biaya operasional belum terdokumentasi secara standar per produk atau batch produksi. Akibatnya, perhitungan HPP dan penentuan margin keuntungan belum dilakukan secara optimal.

Pada aspek pemasaran, penjualan masih didominasi pola konvensional, sementara pemanfaatan kanal digital seperti *WhatsApp Business*, *marketplace*, dan Instagram masih bersifat parsial. Mitra belum memiliki sistem pemasaran *online* yang terintegrasi dengan katalog produk, informasi harga, pengelolaan pesanan, dan dokumentasi order.

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan mitra bukan hanya berupa tambahan pengetahuan, tetapi juga membutuhkan sistem kerja yang lebih terstandar. Oleh karena itu, program pengabdian dirancang dengan menggabungkan pelatihan, penerapan teknologi, dan pendampingan. Solusi yang diterapkan meliputi standarisasi pencatatan biaya produksi dan HPP, digitalisasi pencatatan keuangan, penyusunan laporan keuangan sederhana, pengembangan Sistem Informasi Akuntansi berbasis web, pengembangan website *e-commerce*, serta penyusunan SOP pencatatan keuangan dan pemasaran digital.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas UMKM Berkas Guru Kapuh dalam mengelola biaya produksi, pencatatan keuangan, dan pemasaran melalui pemanfaatan teknologi digital. Program diharapkan tidak hanya menghasilkan produk teknologi, tetapi juga meningkatkan kemampuan mitra dalam menggunakan teknologi tersebut secara mandiri dan berkelanjutan.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada UMKM Berkas Guru Kapuh di Desa Kapuh, Kecamatan Simpur, Kabupaten Hulu Sungai Selatan, Kalimantan Selatan. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dengan prinsip *learning by doing*,

yaitu menempatkan mitra sebagai pelaku utama dalam proses identifikasi masalah, pelatihan, penerapan teknologi, dan evaluasi.

Program dirancang untuk menangani tiga aspek utama, yaitu produksi, manajemen usaha/keuangan, dan pemasaran. Tahapan pelaksanaan terdiri atas sosialisasi dan identifikasi kondisi awal, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta strategi keberlanjutan.

Sosialisasi dan Identifikasi Kondisi Awal



Gambar 1. Sosialisasi dan Identifikasi Kondisi Awal.

Tahap awal dilakukan melalui koordinasi dengan mitra dan identifikasi kondisi eksisting. Tim melakukan pemetaan proses produksi, jenis produk dan kemasan, pola transaksi, kebiasaan pencatatan, serta kanal pemasaran yang telah digunakan.

Identifikasi tersebut menjadi dasar untuk menentukan indikator capaian program, antara lain kemampuan melakukan pencatatan transaksi secara rutin, penyusunan laporan keuangan sederhana, perhitungan HPP, pengembangan website, penyusunan katalog, dan pencatatan order.

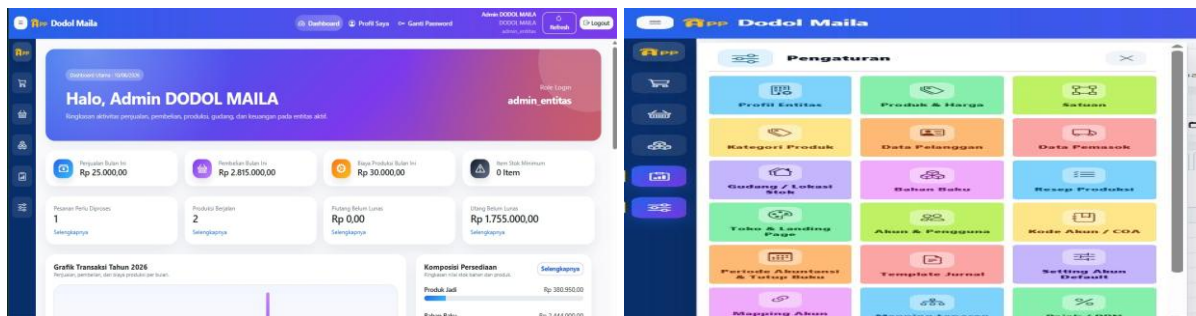
Pelatihan



Gambar 2. Pelatihan secara Praktik Langsung.

Pelatihan dilakukan secara praktik langsung dengan menggunakan data dan kondisi usaha mitra. Pelatihan dibagi menjadi tiga bidang. Pertama, pelatihan produksi yang meliputi konsep batch produksi, identifikasi komponen biaya, perhitungan HPP, margin keuntungan, dan pengendalian biaya produksi. Kedua, pelatihan manajemen usaha dan keuangan yang meliputi pemisahan kas usaha dan rumah tangga, standarisasi kategori transaksi, pencatatan harian, rekap transaksi, laporan arus kas, dan laporan laba-rugi sederhana. Ketiga, pelatihan pemasaran yang meliputi penyusunan katalog produk, fotografi produk, deskripsi produk, copywriting, alur pemesanan, pelayanan pelanggan, dan pencatatan order.

Penerapan Teknologi



Gambar 3. Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Web dan Website *E-Commerce*.

Teknologi yang diterapkan terdiri atas Sistem Informasi Akuntansi berbasis web dan website *e-commerce*. Sistem Informasi Akuntansi digunakan untuk membantu pencatatan transaksi, pengelolaan produk, pencatatan pengeluaran, laporan kas, laporan laba-rugi, dan laporan keuangan periodik.

Website *e-commerce* dikembangkan sebagai etalase digital yang memuat profil UMKM, katalog produk, informasi harga, dokumentasi produk, dan fasilitas komunikasi dengan pelanggan melalui WhatsApp.

Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan dilakukan setelah pelatihan untuk memastikan keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan dalam aktivitas usaha. Pendampingan meliputi verifikasi pencatatan biaya produksi, finalisasi HPP, monitoring pencatatan transaksi, konsolidasi data keuangan, perapian katalog, dan pemantauan aktivitas website.

Evaluasi dilakukan melalui pemeriksaan sampel transaksi, pemeriksaan laporan keuangan, pemeriksaan hasil perhitungan HPP, evaluasi katalog, serta pemeriksaan aktivitas website.

Keberlanjutan Program

Keberlanjutan dilakukan melalui penetapan admin UMKM, penyerahan akses sistem, pembakuan SOP, penyusunan jadwal rekap dan laporan, pembaruan katalog, serta mekanisme monitoring internal. Strategi tersebut diarahkan agar penggunaan teknologi tetap berjalan setelah kegiatan pendampingan berakhir.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Awal Mitra

Hasil observasi menunjukkan bahwa UMKM Berkat Guru Kapuh memiliki potensi produksi dan pemasaran produk pangan lokal, tetapi masih memerlukan penguatan pada aspek tata kelola usaha. Pada aspek produksi, biaya produksi belum terdokumentasi secara sistematis dan perhitungan HPP belum dilakukan secara akurat. Pada aspek keuangan, pencatatan transaksi belum konsisten dan penggunaan aplikasi keuangan belum merata. Sementara itu, pada aspek pemasaran, pemanfaatan kanal digital masih bersifat parsial.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa permasalahan utama mitra bukan semata-mata tidak tersedianya teknologi, tetapi belum adanya standardisasi proses kerja. Oleh karena itu, intervensi program diarahkan pada kombinasi peningkatan kompetensi dan penerapan teknologi.

Tabel 1. Kondisi Mitra Sebelum Program.

Aspek	Kondisi Awal
Biaya produksi	Belum terdokumentasi secara sistematis
HPP	Belum dihitung secara akurat
Pencatatan transaksi	Belum rutin dan belum seragam
Laporan keuangan	Belum disusun secara periodik
Pemisahan kas	Belum konsisten
Pemasaran	Masih dominan konvensional
Kanal digital	Sudah tersedia tetapi belum terintegrasi
Website/etalase digital	Belum terintegrasi
Pencatatan order	Belum terpusat

Sumber: Hasil Identifikasi Kondisi Awal Mitra.

Peningkatan Kemampuan Perhitungan HPP

Pelatihan perhitungan Harga Pokok Produksi dilaksanakan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam mengidentifikasi dan mengendalikan biaya produksi. Materi meliputi biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, overhead produksi, biaya pengemasan, penyusunan HPP, serta penetapan harga jual berdasarkan margin keuntungan.

Pelatihan dilakukan dengan menggunakan data riil produksi UMKM sehingga peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual, tetapi juga melakukan praktik perhitungan biaya. Mitra juga diperkenalkan dengan format pencatatan biaya produksi per batch sehingga

biaya dapat ditelusuri dan dibandingkan antarperiode.

Hasil pelatihan menunjukkan perubahan kemampuan mitra. Sebelum program, sebagian besar peserta menentukan harga jual berdasarkan kebiasaan atau harga pasar. Setelah pelatihan, peserta mulai mampu mengidentifikasi komponen biaya dan menghitung HPP secara lebih sistematis.

Tabel 2. Perubahan Kemampuan Mitra dalam Pengelolaan HPP.

Indikator	Sebelum Program	Setelah Pelatihan
Pemahaman konsep HPP	Rendah	Sangat baik
Penentuan biaya bahan baku	Belum sistematis	Sudah sistematis
Perhitungan tenaga kerja	Belum dilakukan	Sudah mampu
Perhitungan overhead	Belum dilakukan	Sudah mampu
Penetapan harga jual	Berdasarkan perkiraan	Berdasarkan perhitungan
Rekap biaya produksi	Belum tersedia	Sudah tersedia

Sumber: Laporan Pelaksanaan Program PKM.

Kemampuan menghitung HPP menjadi penting karena informasi biaya merupakan dasar dalam penentuan harga jual dan pengendalian margin. Dengan demikian, pelatihan HPP tidak hanya meningkatkan kemampuan administratif, tetapi juga memberikan dasar bagi pengambilan keputusan usaha.

Peningkatan Kapasitas Manajemen Keuangan

Pelatihan manajemen keuangan diarahkan pada perubahan kebiasaan pencatatan. Materi meliputi pencatatan transaksi harian, penerimaan, pengeluaran, buku kas, laporan arus kas, laporan laba-rugi sederhana, serta pemisahan keuangan usaha dan keuangan pribadi. Praktik dilakukan menggunakan transaksi usaha mitra sehingga peserta dapat langsung memahami bagaimana transaksi dikategorikan dan dicatat. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman mitra mengenai pentingnya administrasi keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha. Mitra mulai mampu menyusun laporan keuangan sederhana secara periodik.

Temuan tersebut sejalan dengan Suwadji & Fahriani (2023) yang menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi akuntansi yang disertai pendampingan dapat membantu pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan dan penyusunan laporan keuangan. Digitalisasi dengan demikian perlu ditempatkan sebagai bagian dari proses perubahan perilaku pencatatan, bukan sekadar pemberian aplikasi.

Implementasi Sistem Informasi Akuntansi

Implementasi Sistem Informasi Akuntansi dilakukan sebagai tindak lanjut dari pelatihan pencatatan keuangan. Tahapan implementasi mencakup pembuatan akun pengguna, pengisian data master, input transaksi penerimaan dan pengeluaran, pengelompokan akun, serta penyusunan laporan.

Sistem yang diterapkan memiliki beberapa fitur utama, yaitu pencatatan transaksi, pengelolaan produk, pengeluaran, laporan kas, laporan laba-rugi, dan laporan keuangan periodik.

Penerapan sistem memberikan perubahan dari pencatatan yang sebelumnya sebagian dilakukan secara manual menuju pencatatan berbasis digital. Selain mempercepat administrasi, sistem memungkinkan data transaksi terdokumentasi dan dapat digunakan untuk melihat kondisi keuangan usaha.

Hasil tersebut relevan dengan penelitian Hamdani & Amalia (2023), yang menemukan bahwa implementasi Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif terhadap kualitas data keuangan UMKM. Penelitian Pratama et al. (2023) juga menunjukkan bahwa digitalisasi dapat mendukung peningkatan kinerja keuangan UMKM.

Dengan demikian, keberhasilan implementasi sistem pada UMKM Berkat Guru Kapuh tidak hanya ditentukan oleh keberadaan aplikasi, tetapi juga oleh proses pelatihan, standarisasi kategori transaksi, dan pendampingan penggunaan.

Peningkatan Kapasitas Digital Marketing



Gambar 4. Peningkatan Kapasitas Digital Marketing.

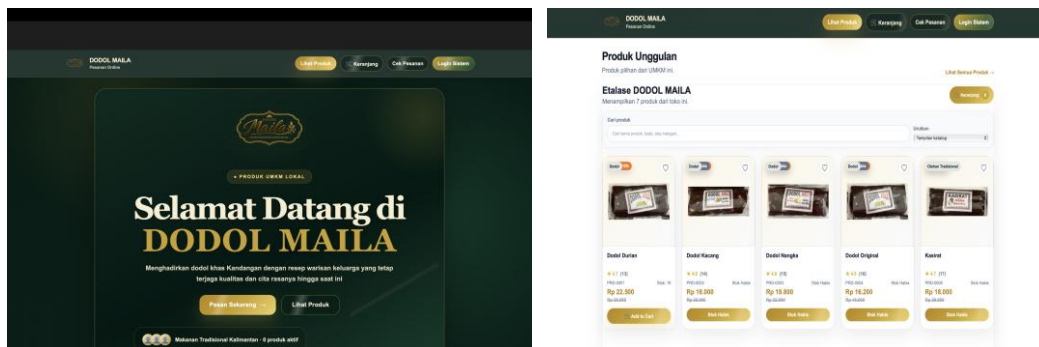
Pelatihan digital marketing dilakukan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Materi mencakup strategi media sosial, fotografi produk, penyusunan konten, *copywriting*, *WhatsApp Business*, serta interaksi dengan pelanggan.

Selain kemampuan teknis, mitra diberikan pemahaman mengenai pentingnya konsistensi identitas produk. Workshop branding mencakup pengembangan identitas visual, katalog digital, deskripsi produk, dan kalender konten media sosial.

Hasil tersebut sejalan dengan Purbaningsih et al. (2022) yang menemukan adanya hubungan positif antara digital marketing dan kinerja UMKM. Pemanfaatan media digital memungkinkan pelaku usaha membangun komunikasi dengan konsumen sekaligus memperluas jangkauan pemasaran.

Dalam konteks UMKM Berkat Guru Kapuh, strategi digital marketing diarahkan tidak hanya pada aktivitas promosi, tetapi juga pada pengelolaan informasi produk secara lebih terstruktur.

Implementasi E-Commerce



Gambar 5. Implementasi E-Commerce.

Salah satu luaran utama program adalah pengembangan website *e-commerce* sebagai etalase digital UMKM. Website memuat profil usaha, katalog produk, harga, dokumentasi, serta fasilitas komunikasi dengan pelanggan melalui WhatsApp.

Pengembangan website merupakan upaya mengintegrasikan aktivitas promosi yang sebelumnya tersebar pada beberapa kanal digital. Melalui website, informasi produk dapat disusun secara lebih terstruktur dan menjadi pusat rujukan bagi konsumen.

Pemanfaatan *e-commerce* juga relevan dengan Rizi et al. (2023), yang menunjukkan bahwa pendampingan pemasaran melalui *e-commerce* dapat membantu UMKM melakukan transformasi pemasaran. Setyawati et al. (2023) juga menunjukkan bahwa *e-commerce* dan digital marketing memiliki hubungan dengan pertumbuhan bisnis UMKM.

Namun, website tidak diposisikan sebagai pengganti seluruh kanal pemasaran yang sudah dimiliki mitra. Website berfungsi sebagai *digital storefront* yang dapat diarahkan melalui media sosial dan *WhatsApp Business* sehingga promosi menjadi lebih terstruktur.

Integrasi Solusi Produksi, Keuangan, dan Pemasaran

Keunggulan utama program ini terletak pada integrasi tiga aspek pengelolaan usaha. Program tidak hanya memberikan pelatihan keuangan atau pemasaran secara terpisah, tetapi menghubungkan informasi produksi, keuangan, dan pemasaran.



Gambar 6. Model Integrasi Pemberdayaan UMKM.

Integrasi tersebut penting karena keputusan harga jual membutuhkan informasi HPP, sedangkan keputusan produksi dan pemasaran membutuhkan informasi penjualan dan arus kas. Dengan adanya sistem pencatatan yang lebih terstruktur, mitra memiliki dasar informasi yang lebih baik untuk melakukan evaluasi usaha.

Dampak terhadap Keberdayaan Mitra

Penerapan teknologi dan pendampingan menghasilkan beberapa capaian pada aspek pengetahuan, keterampilan, administrasi, dan pemasaran. Mitra memperoleh keterampilan dalam menghitung HPP, menyusun laporan keuangan sederhana, menggunakan Sistem Informasi Akuntansi, serta memanfaatkan website sebagai sarana pemasaran.

Laporan program menunjukkan bahwa luaran teknologi yang dihasilkan mencakup Sistem Informasi Akuntansi berbasis web dan beberapa website *e-commerce* untuk produk UMKM. Program juga menghasilkan SOP pencatatan keuangan dan SOP pemasaran digital.

Tabel 3. Capaian Program Pemberdayaan.

Dimensi	Capaian
Produksi	Mitra mampu melakukan perhitungan HPP
Keuangan	Pencatatan transaksi mulai dilakukan secara digital
Pelaporan	Mitra mulai mampu menyusun laporan keuangan sederhana
Sistem informasi	Sistem Informasi Akuntansi telah diterapkan
Pemasaran	Digital marketing mulai diterapkan
Katalog	Katalog produk digital tersedia
<i>E-commerce</i>	Website <i>e-commerce</i> dikembangkan
SOP	SOP pencatatan dan pemasaran disiapkan
Keberlanjutan	Admin dan mekanisme monitoring disiapkan

Capaian tersebut menunjukkan bahwa program tidak berhenti pada kegiatan pelatihan. Teknologi telah dihubungkan dengan aktivitas usaha dan dilengkapi dengan mekanisme pendampingan serta keberlanjutan.

Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan yang menggabungkan pelatihan, penerapan teknologi, dan pendampingan lebih sesuai untuk kondisi UMKM yang sebelumnya belum memiliki standardisasi administrasi. Digitalisasi keuangan dapat membantu meningkatkan keteraturan pencatatan, tetapi teknologi tidak secara otomatis menghasilkan perubahan apabila pengguna belum memahami manfaat dan prosedur penggunaannya.

Kondisi tersebut sejalan dengan temuan penelitian mengenai transformasi keuangan UMKM yang menunjukkan bahwa digitalisasi merupakan proses sosio-teknis yang dipengaruhi oleh kemampuan manajerial, literasi digital, kebiasaan kerja, dan konteks organisasi. Oleh sebab itu, pendampingan menjadi komponen penting dalam memastikan teknologi digunakan secara berkelanjutan.

Pada sisi pemasaran, penggunaan website dan kanal digital memberikan peluang perluasan jangkauan pasar. Namun, keberadaan website harus didukung oleh pembaruan katalog, kualitas konten, respons pelanggan, dan konsistensi promosi. Penelitian mengenai UMKM digital juga menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* dan digital marketing dapat mendukung jangkauan pasar dan daya saing, tetapi efektivitasnya bergantung pada kemampuan pelaku usaha mengelola kanal digital secara konsisten Wijayanto et al. (2024).

Dalam konteks UMKM Berkas Guru Kapuh, integrasi antara sistem keuangan dan pemasaran menjadi nilai penting program. Informasi transaksi dan penjualan dapat menjadi dasar evaluasi usaha, sedangkan informasi HPP dapat membantu menentukan harga jual dan strategi promosi. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai alat administrasi, tetapi menjadi bagian dari proses pengambilan keputusan usaha.

4. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Berkas Guru Kapuh berhasil memberikan intervensi terpadu pada aspek produksi, manajemen keuangan, dan pemasaran. Permasalahan awal berupa pencatatan biaya produksi yang belum sistematis, perhitungan HPP yang belum akurat, pencatatan transaksi yang belum konsisten, serta pemasaran digital yang belum terintegrasi ditangani melalui kombinasi pelatihan, penerapan teknologi, dan pendampingan.

Pada aspek produksi, mitra memperoleh peningkatan kemampuan dalam mengidentifikasi komponen biaya, menghitung HPP, menyusun rekap biaya produksi, dan menentukan harga jual berdasarkan perhitungan biaya. Pada aspek keuangan, mitra mulai menerapkan pencatatan transaksi secara digital dan menyusun laporan keuangan sederhana. Implementasi Sistem Informasi Akuntansi memberikan sarana untuk mendokumentasikan transaksi, mengelola produk dan pengeluaran, serta menghasilkan informasi keuangan. Pada aspek pemasaran, mitra memperoleh keterampilan digital marketing, branding, penyusunan katalog, dan pemanfaatan website *e-commerce*.

Keberlanjutan program didukung melalui penetapan admin, SOP, jadwal pembaruan katalog, pencatatan transaksi, serta monitoring internal. Dengan demikian, model pemberdayaan yang mengintegrasikan peningkatan kapasitas, standardisasi proses kerja, dan teknologi digital dapat menjadi pendekatan yang relevan untuk mendukung tata kelola dan daya saing UMKM berbasis potensi lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian menyampaikan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi, Politeknik Negeri Banjarmasin, Pemerintah Desa Kapuh, UMKM Berkat Guru Kapuh, serta seluruh pihak yang telah mendukung pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akadiati, V. A. P., Sinaga, I., & Sumiyati, L. (2022). Dampak Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Atas Kualitas Data Keuangan {UMKM} Saat Pandemi di {Bandar Lampung}. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(10). <https://doi.org/10.24843/EJA.2022.v32.i10.p12>
- Binti Suwadi, L. S., & Fahriani, F. Z. (2023). Challenges in Application Based Accounting and Financial Management Practices for Micro Small and Medium Enterprises. *BALANCE: Journal of Islamic Accounting*, 4(1), 40–65. <https://doi.org/10.21274/balance.v4i1.7975>
- Hamdani, M. L., & Amalia, N. (2023). The Effect of Business Digitalization, Technology Utilization, and Financial Literacy on the Sustainability of {MSMEs} in {Surakarta}. *Review of Management, Accounting, and Business Studies*, 3(2). <https://doi.org/10.38043/revenue.v3i2.4841>
- Indriastuti, M., & Kartika, I. (2022). The Impact of Digitalization on {MSMEs'} Financial Performance: The Mediating Role of Dynamic Capability. *Jurnal Economia*, 18(2), 240–255. <https://doi.org/10.21831/economia.v18i2.42790>

- Pratama, D., Nurwani, N., & Nasution, S. J. (2023). The Effect of Understanding of Financial Literacy and Ease of Digital Payment on the Continuity of {MSMEs} in the Digitalization Era. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 6(2), 618–638. <https://doi.org/10.31538/ijse.v6i2.3468>
- Purbaningsih, Y., Nugroho, B. S., Nurfauzi, Y., Sitaniapessy, R. H., & Towpek, H. (2022). Identification of Digital Marketing Improvement Strategies for {MSME} Products and Services Post-{Covid-19} Pandemic in {Indonesia}. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 6(2), 284–296. <https://doi.org/10.30988/jmil.v6i2.1045>
- Putra, W. P., Hayati, F. A., Andriani, J., & Putra, I. H. (2023). Analysis of the Impact of Digital Technology on {MSME} Business Growth in {Bandung City}: Case Study on the Use of E-Commerce, Digital Marketing, and Online Management System. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 1(12), 623–632. <https://doi.org/10.58812/wsjee.v1i12.444>
- Rizi, Y. A., Dharma, F., Amelia, Y., & Prasetyo, T. J. (2023). Factors Affecting Trust and Interest in Transactions by {Indonesian} {MSME} Sellers in E-Commerce. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 38(1). <https://doi.org/10.22146/jieb.v38i1.4394>
- Setyawati, A., Sugangga, R., Maula, F. I., & Rahma, A. (2023). Digital Marketing Business Strategy to {MSME} Performance in the {Industrial Revolution 4.0} Era. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 12(1), 19–26. <https://doi.org/10.37715/jee.v12i1.3459>
- Usmayanti, V., & Pangestu, M. G. (2022). {MSMEs} Digital Marketing and Entrepreneurship's Factor of Performance: {Jambi} ({Indonesia}) Perspective. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(2), 155–166. <https://doi.org/10.26740/jepk.v10n2.p155-166>
- Widyo, N. A., Natasya, I. A., & Prasetyo, S. I. (2023). {MSMEs} Go Digital: Marketing Assistance for Batik Tulis Products Through E-Commerce. *Journal of Community Service and Empowerment*, 4(2), 242–248. <https://doi.org/10.22219/jcse.v4i2.26261>
- Wijayanto, G., Jushermi, J., Nursanti, A., Novandalina, A., & Rivai, Y. (2024). The Effect of E-Commerce Platforms, Digital Marketing, and User Experience on Market Reach and Competitiveness of {Indonesian} {MSMEs}. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(1). <https://doi.org/10.56442/ijble.v5i1.492>