



**Beujroh :**

Jurnal Pemberdayaan dan Pengabdian pada Masyarakat

Volume 2, Nomor 3, Desember 2024 pp. 625-634

DOI <https://doi.org/10.61579/beujroh.v2i3.262>

e-ISSN 3025-9320

p-ISSN 3026-0884

# Pelatihan Laporan Keuangan Sederhana dan Pemasaran Produk Clay & Powder Melalui Media Sosial Pada Barbershop

**Damba Satya Bhakti<sup>1\*</sup>, Ika Wulandari<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Mercu Buana, Indonesia, email: [dambasatyabhakty@gmail.com](mailto:dambasatyabhakty@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Mercu Buana, Indonesia, email: [ikawulandari@mercubuana-yogya.ac.id](mailto:ikawulandari@mercubuana-yogya.ac.id)

\*Koresponden penulis : [dambasatyabhakt@gmail.com](mailto:dambasatyabhakt@gmail.com)

## Info Artikel

**Diajukan:** 30 November 2024

**Diterima:** 03 Desember 2024

**Diterbitkan:** 03 Desember 2024

### Keywords:

MSME;Education;Financial Reports;Marketing

### Kata Kunci:

UMKM;Edukasi;Laporan Keuangan;Pemasaran

## Abstract

MSMEs are businesses carried out by individuals, groups, small business entities or households. Some MSME players have not made financial and marketing reports due to a lack of education and understanding about financial reports and product marketing. This community service aims to provide education to Mr. Tengku Fadli as owner of the Thanksfosolution barbershop in Sleman Regency regarding the importance of simple financial reports and product marketing on social media. . Simple financial reports help business people record income, expenses and profits regularly, so they can monitor business performance and improve decision making. Product marketing on Instagram social media helps promote clay and powder products for better marketing on social media. The implementation method used is to educate business actors and help create simple financial reports and market products on social media. The result of this activity is that MSMEs in Sleman Regency, specifically ThanksForsolution barbershops, can implement or create simple financial reports and market products on Instagram social media.

## Abstrak

UMKM adalah usaha yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil atau rumah tangga. Sebagian pelaku UMKM belum membuat laporan keuangan dan pemasaran karena kurangnya edukasi dan pemahaman tentang laporan keuangan dan pemasaran produk. Pengabdian masyarakat ini



**Lisensi:** *cc-by-sa*  
Copyright © 2024  
penulis

bertujuan untuk memberikan edukasi kepada Pak Tengku Fadli sebagai pemilik barbershop Thanksfosolution di Kabupaten Sleman mengenai pentingnya laporan keuangan sederhana dan pemasaran produk di media sosial. Laporan keuangan sederhana membantu pelaku usaha dalam mencatat pemasukan, pengeluaran, serta keuntungan secara rutin, sehingga mereka dapat memantau kinerja usaha dan meningkatkan pengambilan keputusan. Pemasaran produk di media sosial instagram membantu mempromosikan produk clay dan powder agar lebih baik lagi pemasaran dalam media sosial. Metode pelatihan yang dilakukan adalah mengedukasi pelaku usaha dan membantu membuat laporan keuangan sederhana dan pemasarann produk di media sosial. Hasil dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM di Kabupaten sleman khususnya barbershop ThanksForsolution sudah menerapkan dan membuat laporan keuangan sederhana serta pemasaran produk di media sosial instagram.

### ***Cara mensitasi artikel:***

Bhakti, D. S., & Wulandari, I. (2024). Pelatihan Laporan Keuangan Sederhana dan Pemasaran Produk Clay & Powder Melalui Media Sosial Pada Barbershop. *Beujroh : Jurnal Pemberdayaan Dan Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(3), 625–634. <https://doi.org/10.61579/beujroh.v2i3.262>

## **PENDAHULUAN**

Menurut (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, 2008) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penopang utama perekonomian saat ini dan mempunyai peranan penting dalam pembangunan dan pertumbuhan perekonomian Indonesia. Akuntansi memegang peranan penting dalam menjalankan sebuah bisnis. Selain dapat merasakan perkembangan usaha yang dikelolanya, operator juga dapat mengatur biaya operasional perusahaannnya. UKM berkaitan juga dengan akuntansi. Akuntansi tidak harus rumit dan membingungkan. Bagi usaha kecil, akuntansi sederhana sudah cukup untuk mengetahui jumlah untung dan rugi (Minsyahnaz, 2024).

Laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Pada umumnya laporan keuangan terdiri dari laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, laporan perubahan modal, laporan arus kas dan catatan atas laporan keuangan (Ikatan Akuntansi Indonesia 2022, 2022). Tujuan laporan keuangan ialah untuk memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar pengguna laporan keuangan dalam pembuatan keputusan ekonomi (Ikatan Akuntansi Indonesia 2022, 2022) . Persaingan usaha menuntut pelaku UMKM untuk dapat mengambil keputusan dengan tepat untuk mempertahankan keberlangsungan usaha untuk meningkatkan daya saing. Selain itu terdapat beberapa faktor yang menjadi hambatan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Faktor internal seperti keterbatasan sumber daya manusia, lemahnya jaringan usaha. Faktor eksternal seperti kurangnya penguasaan teknologi dan informasi yang mungkin apabila dikelola dengan baik akan menjadikan UMKM maju dan berkembang (Khallossa & Wulandari, 2023). Setiap keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh UMKM dapat dipakai oleh para pemangku kepentingan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan ekspansi pasar atau keputusan strategis lainnya (Azza Nur Zubaidah & Ika Wulandari, 2023).

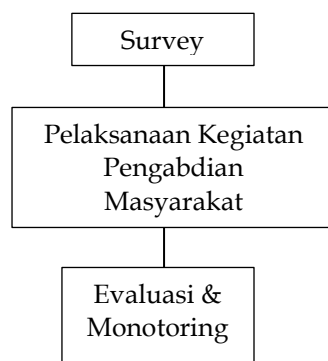
Pemasaran adalah salah satu upaya untuk memasarkan suatu produk atau jasa kepada konsumen dengan menyampaikan keuntungan yang akan didapatkan konsumen saat memiliki produk atau jasa yang ditawarkan, pemasaran dilakukan secara konvensional dengan berbagai cara yaitu melalui strategi pemasaran (Seroliana et al., 2024). Strategi pemasaran dilakukan dengan perencanaan yaitu dengan cara memahami fungsi dan tujuan dari strategi pemasaran serta memahami faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran (Khairunnisa, 2022).

Salah satu solusi untuk menyaingi bisnis lain adalah dengan melakukan pemasaran produk kepada calon konsumen. Mereka tidak akan membeli produk yang tidak mempunyai identitas perihal produk yang terjangkau dalam biaya namun bisa menarik banyak calon konsumen adalah pemasaran di media sosial di Instagram (Masruroh & Sadhie, 2024). Barbershop thanksforsulotin adalah usaha UMKM yang di milik anak muda yang bernama Tengku Fadli Ahmazi .

Tujuan dari program pendampingan ini adalah untuk mengedukasi para pelaku usaha UMKM mengenai nilai akuntansi dalam penyusunan laporan keuangan dan pemasaran produk di instagram. Memiliki keahlian dalam pencatatan keuangan dan pemasaran yang akurat dapat membantu para pelaku usaha dalam mengelola keuangan dan pemasarannya. Agar para pelaku usaha dapat mengembangkan perusahaannya, pengetahuan mereka mengenai pembukuan sederhana dan pemasaran produk di instagram dapat lebih memahami bagaimana mengelola dana yang tersedia secara cepat dan akurat (Minsyahnaz, 2024).

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pelayanan publik berlangsung di Jl. Palagan Tentara Pelajar No.KM 7. Metode pelayanan yang dilaksanakan adalah pelatihan dan pendampingan akuntansi sederhana laporan keuangan dan pemasar produk di media sosial bagi pengusaha UMKM. UKM sering mengalami masalah yaitu kurangnya wawasan mengenai cara menyusun laporan keuangan dan pemasaran produk. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, maka tujuan dan solusi dari pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam tiga tahap sebagai berikut :



**Gambar 1.** Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

a) Tahap Survey

Pada tahap pertama, melakukan survey untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi dalam usaha yang dijalankan pelaku usaha UMK. Setelah melakukan survey didapat lah

masalah dalam usaha tersebut adalah kurangnya pengetahuan tentang cara menyusun laporan keuangan dan pemasaran produk.

b) Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Langkah selanjutnya adalah melaksanakan kegiatan pelatihan tentang bagaimana cara membuat laporan keuangan sederhana dan pemasaran produk pelaku UMKM dengan memberikan materi dan pemahaman konsep akuntansi sederhana dan cara pemasaran di media sosial.

c) Melakukan evaluasi dan monitoring tentang seberapa jauh pemahaman dari pelaku usaha UMKM tentang materi yang diberikan dan penerapan terhadap usaha nya.

Dengan kegiatan ini diharapkan pelaku usaha UMKM dapat mengerti dan memahami materi yang diberikan terkait pelatihan laporan keuangan sederhana dan pemasaran produk clay & powder melalui media sosial dan dapat menerapkannya dengan baik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat dalam bentuk kegiatan pelatihan laporan keuangan sederhana dan pemasaran produk bagi usaha UMKM dilaksanakan dalam tiga kali pertemuan dalam waktu satu bulan dengan pelaku UMKM barbershop. Objeknya dari pelaku usaha ini adalah Barbershop Thanksforsolution. Kegiatan ini bertujuan untuk menambah pengetahuan tentang laporan keuangan sederhana dan pemasaran produk melalui media sosial. Kegiatan ini dilakukan dengan tiga tahap yaitu survey, pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dan monitoring dan evaluasi.

Tahap pertama yang dilakukan pada tanggal 14 Oktober 2024 melakukan survey dengan mengunjungi barbershop dan melakukan wawancara dengan terkait masalah yang dihadapi. Dari hasil wawancara barber shop telah memiliki pembukuan keuangan namun belum dapat dilakukan secara maksimal dan rutin dikarenakan kurangnya pemahaman tentang pembuatan laporan keuangan. Barbershop sudah memiliki akun sosial media tetapi masih jarang digunakan untuk memasarkan produk. Bagian hasil dan pembahasan berisi paparan hasil kegiatan pengabdian masyarakat analisis yang

berkaitan dengan tujuan kegiatan. Setiap hasil pengabdian masyarakat harus dibahas.



**Gambar 2.** Melakukan Survey Lokasi

Tahap kedua yang dilakukan pada tanggal 21 Oktober 2024 melakukan kegiatan pelatihan laporan keuangan sederhana dan pemasaran produk. Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan materi tentang laporan keuangan dan pemasaran pada media sosial



**Gambar 3.** Pelatihan Laporan Keuangan dan Pemasaran

Tahap ketiga yang dilakukan pada tanggal 29 Oktober 2024 melakukan kegiatan evaluasi dan monitoring seberapa jauh pemahaman



No	Keterangan	Sebelum	Sesudah
1	Tahap Survey	Pelaku UMKM belum memahami cara membuat laporan keuangan dan pemasaran produk	Pelaku UMKM sudah dapat memahami cara membuat laporan keuangan dan pemasaran produk.
2	Pelaksanaan Kegiatan	Pelaku UMKM sudah bisa membuat pembukuan dan pemasaran tapi masih belum maksimal	Pelaku UMKM sudah bisa membuat laporan keuangan dan sudah aktif dalam penggunaan sosial media dalam pemasaran produknya.
3	Evaluasi	Sudah bisa menerapkan tetapi masih secara manual dalam pelaporan keuangan dan jarang menggunakan media sosial sebagai tempat pemasaran produk.	Melalui kegiatan ini barbershop thanksforsolution ini dapat membuat laporan keuangan sederhana dan pemasaran produk melalui media Instagram.

**Tabel 1.** Evaluasi**KESIMPULAN**

Kesimpulan dari kegiatan ini adalah perbaikan dan pendampingan akuntansi moneter dapat mempermudah penyusunan laporan keuangan sederhana dan pemasaran produk bagi usaha. Berdasarkan hasil pengabdian yang dilaksanakan, pengusaha dapat menyusun laporan keuangan sederhana dan pemasaran produk yang meliputi : pemasukan dan pengeluaran kas. Pembuatan laporan keuangan sederhana dan pemasaran produk dapat digunakan untuk pengambilan keputusan. Kesulitan yang sering dihadapi para

pengusaha adalah kebanyakan dari mereka tidak terus-meneruskan melaporkan keuangan karena keterbatasan waktu atau tidak merasa perlunya pembukuan karena kelangsungan usaha. Diharapkan bagi UMKM yang sudah memilik perbaikan dalam pelaporan keuangan dan pemasaran produk, agar terus melakukan entry secara berkala untuk meningkatkan kinerja pelaporan keuangan dan pemasaran produk yang baik.

## DAFTAR RUJUKAN

- Azza Nur Zubaidah, & Ika Wulandari. (2023). Pelatihan Pencatatan Pembukuan Sederhana Pada Produk UMKM Keripik Brownis Miss Brown Di Desa Mulungan Kulon Yogyakarta. *NUSANTARA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 33–39. <https://doi.org/10.55606/nusantara.v3i2.1030>
- Ikatan Akuntansi Indonesia 2022. (2022). PSAK No. 1, 2022. *Penyajian Laporan Keuangan, Cdc*, 9–11.
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>
- Khallossa, A., & Wulandari, I. (2023). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana pada Pelaku UMKM Omah Jamu Jati Husada Mulya Sedayu Bantul Yogyakarta. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(3), 983–988. <https://doi.org/10.54082/jamsi.785>
- Masruroh, N., & Sadhie, M. (2024). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PENGEMBANGAN KETERAMPILAN MERAJUT DALAM UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN KELUARGA. *Beujroh : Jurnal Pemberdayaan Dan Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), 159–174. <https://doi.org/10.61579/beujroh.v2i1.71>
- Minsyahnaz, T. . M. B. (2024). *Pembukuan Laporan Keuangan Sederhana Pada Warung Sate Cak Ummar Dan Warung Tas Rajut Pak Toe*. 3.
- Seroliana, A. S., Antikasari, T. W., Fitrianna, N., & Pratama, V. Y. (2024). Peningkatan Kapasitas Pemasaran Online Bagi Usaha Keripik Tempe Dikelurahan Kauman Ponorogo. *Beujroh : Jurnal*

**Beujroh :**

Jurnal Pemberdayaan dan Pengabdian pada Masyarakat  
Volume 2, Nomor 3, Desember 2024

e-ISSN 3025-9320

p-ISSN 3026-0884

*Pemberdayaan Dan Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(3), 570–579.

<https://doi.org/10.61579/beujroh.v2i3.245>

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008*. 1.