

Volume 7 Nomor 2, September 2025, Halaman 287 – 304.

Digitalisasi Pencatatan Keuangan dan Strategi Pemasaran untuk UMKM Berbasis Rumah Tangga di Dapur Risol Kota Makassar

Fika Hartina Sari^{1*)}, Jessie Alisa Rano²⁾, Melsa Jumliana³⁾, Nur Asmi Ainun Kamal⁴⁾, Rahadian Cahyadi⁵⁾, Abdul Razak J. Sabara⁶⁾, Basso Yusril⁷⁾

^{1,3,4,5}Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis Teknologi dan Sosial, Universitas Almarisah Madani Makassar, Indonesia

^{2, 6, 7}Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Teknologi dan Sosial, Universitas Almarisah Madani Makassar, Indonesia

Email: fikahartina@univeral.ac.id^{1*}, jessialisarano@gmail.com²,
melsajumliana@univeral.ac.id³, nurasmiaainun@univeral.ac.id⁴,
rahadiancahyadi@univeral.ac.id⁵, razak_sabara@live.com⁶, bassoyusril@gmail.com⁷

***Corresponding author:** fikahartina@univeral.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis rumah tangga berperan signifikan dalam mendukung perekonomian daerah, termasuk di Kota Makassar. Meskipun demikian, sebagian pelaku UMKM masih mengalami kendala dalam pengelolaan pencatatan keuangan dan penerapan strategi pemasaran yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan digitalisasi sistem pencatatan keuangan serta merancang strategi pemasaran yang tepat bagi UMKM “Dapur Risol” di Makassar. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui kegiatan observasi, wawancara, dan pendampingan langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan aplikasi pencatatan keuangan digital berbasis Excel dan mobile accounting tools membantu pelaku usaha dalam mencatat transaksi harian, mengelola arus kas, serta menyusun laporan keuangan sederhana. Selain itu, pelatihan strategi pemasaran digital melalui media sosial, seperti Instagram dan WhatsApp Business, mampu meningkatkan visibilitas produk serta memperluas jangkauan pasar. Kesimpulan dari kegiatan ini menunjukkan bahwa digitalisasi pencatatan keuangan dan pemasaran digital dapat meningkatkan efisiensi operasional serta daya saing UMKM rumah tangga.

Kata Kunci: UMKM, Digitalisasi Keuangan, Strategi Pemasaran, Dapur Risol

Abstract

Home-based Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a significant role in supporting regional economic development, including in the city of Makassar. However, many MSME actors still face challenges in managing financial recordkeeping and implementing effective marketing strategies. This study aims to implement the digitalization of financial recording systems and design appropriate marketing strategies for the “Dapur Risol” MSME in Makassar. The research employed a descriptive qualitative approach through observation, interviews, and direct mentoring. The results indicate that the implementation of digital financial recording applications based on Excel and mobile accounting tools assists business owners in recording daily transactions, managing cash flow, and preparing simple financial reports. Furthermore, digital marketing strategy training through social media platforms such as Instagram and WhatsApp Business has enhanced product visibility and expanded market reach. The study concludes that the digitalization of financial records combined with digital marketing strategies can enhance operational efficiency and strengthen the competitiveness of home-based MSMEs.

Keywords: MSMEs, Financial Digitalization, Marketing Strategy, Dapur Risol
DOI: <https://doi.org/10.31943/abdi.v7i2.352>

A. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang krusial dalam mendukung perekonomian Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, terdapat lebih dari 64 juta unit UMKM yang beroperasi di tanah air, yang mampu menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional serta berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Di Kota Makassar, keberadaan UMKM sangat dominan, terutama usaha berbasis rumah tangga yang memproduksi makanan olahan, kerajinan, dan jasa. Salah satu contoh UMKM berbasis rumah tangga yang berkembang di kota ini adalah Dapur Risol, produsen risoles dengan berbagai varian rasa yang telah dikenal di kalangan masyarakat sekitar (Munthe, M. Yarham and Ridwana Siregar, 2023).

Dapur Risol merupakan usaha keluarga, Usaha ini berawal dari kegiatan memasak rumahan yang kemudian berkembang menjadi usaha kecil dengan omzet harian yang cukup stabil. Produk risoles yang dihasilkan memiliki keunggulan dari sisi cita rasa yang khas, variasi isian yang beragam, dan harga yang terjangkau. Namun demikian, meskipun telah memiliki pasar lokal yang relatif loyal, pengelolaan usaha masih dilakukan secara sederhana, dengan pencatatan keuangan manual menggunakan buku tulis dan pemasaran yang mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Metode tradisional ini dalam jangka panjang memunculkan berbagai kendala, baik dari aspek operasional maupun strategi pertumbuhan usaha.

UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian nasional, termasuk di Kota Makassar. Namun, banyak UMKM rumah tangga masih menghadapi kendala dalam hal manajemen keuangan dan pemasaran. Dapur Risol, sebagai salah satu pelaku UMKM rumah tangga yang bergerak di bidang kuliner, mengalami keterbatasan dalam pencatatan keuangan dan promosi usaha. Pencatatan yang masih bersifat konvensional menyebabkan pelaku usaha kesulitan dalam memantau arus kas, menghitung keuntungan, maupun merencanakan ekspansi usaha. Dengan adanya catatan keuangan, pelaku usaha dapat mengetahui informasi keuangan dari usahanya (Fachrunnisa et al., 2023). Di sisi lain, strategi pemasaran yang belum

optimal menghambat perluasan jangkauan pasar. Digitalisasi sistem pencatatan keuangan dan pemanfaatan media sosial dalam pemasaran menjadi salah satu solusi praktis dan terjangkau bagi UMKM. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan pendampingan kepada UMKM Dapur Risol dalam menerapkan teknologi digital yang relevan guna meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha (Tenri et al., 2025).

Fenomena perubahan perilaku konsumen akibat perkembangan teknologi informasi sebenarnya menjadi peluang strategis bagi pelaku UMKM. Namun, sebagian besar usaha rumah tangga belum memiliki kapasitas dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi tersebut. Rendahnya literasi digital, keterbatasan waktu, dan kurangnya akses terhadap pelatihan menjadi penyebab utama (Ridwan et al., 2025). Situasi ini terjadi pula pada Dapur Risol, di mana pemilik usaha memiliki keinginan untuk memasarkan produk melalui internet, tetapi belum memiliki pengetahuan praktis mengenai cara membuat konten promosi, mengelola akun media sosial, maupun mencatat transaksi secara digital (Agus Saputra, 2024). Secara khusus untuk Dapur Risol Kota Makassar, penerapan digitalisasi pencatatan keuangan berbasis aplikasi sederhana dan pemasaran digital melalui media sosial akan sangat membantu. Strategi pemasaran digital juga dapat dipadukan dengan strategi bauran pemasaran berdasarkan analisis SWOT untuk memaksimalkan keunggulan dan peluang yang ada, misalnya branding produk, desain kemasan, dan konsistensi konten pemasaran online (Dapur et al., 2024).

SWOT adalah singkatan dari *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi kinerja suatu organisasi, proyek, atau bisnis. Tujuannya adalah untuk membantu memahami posisi organisasi dan merancang strategi yang efektif guna memanfaatkan peluang sekaligus mengatasi tantangan (Agustian et al., 2024). Adapun pengertian dari SWOT adalah sebagai berikut: 1) *Strengths*, Keunggulan internal yang dimiliki organisasi atau proyek yang memberikan keuntungan kompetitif. 2) *Weaknesses*, Keterbatasan internal yang menghambat kinerja atau pertumbuhan. 3) *Opportunities*, Faktor eksternal

yang dapat dimanfaatkan untuk menciptakan peluang baru. 4) *Threats*: Faktor eksternal yang dapat membahayakan kesuksesan atau keberlangsungan organisasi.

Dengan mempertimbangkan latar belakang tersebut, PKM ini diselenggarakan dengan tujuan utama yaitu upaya meningkatkan kapasitas manajemen usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis rumah tangga melalui digitalisasi pencatatan keuangan dan penguatan strategi pemasaran. Dengan melakukan serangkaian kegiatan berbasis teknologi melalui pelatihan dan pendampingan mitra menuju UMKM naik Kelas. Bidang fokus pengabdian ini adalah ekonomi Digital yaitu dengan Teknologi untuk produksi dan aplikasi akuntansi digital untuk catatan keuangan usaha UMKM (Utami et al., 2023). Mitra kegiatan adalah UMKM Dapur Risol yang berlokasi di Kota Makassar, Sulawesi Selatan, dengan fokus dalam mencatat seluruh transaksi secara akurat dan rapi, sehingga mengurangi risiko kehilangan data atau kesalahan pencatatan manual. Selain itu, membantu pelaku UMKM rumah tangga menjangkau pasar yang lebih luas melalui media sosial, *e-commerce*, dan berbagai *platform* digital lainnya. Serta menjaga kelangsungan usaha dan meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM beserta keluarganya melalui peningkatan omset penjualan dan kepercayaan konsumen terhadap produk (Srimindarti et al., 2023). Semua jenis bisnis, mulai dari UMKM hingga perusahaan besar, akan semakin terintegrasi dengan teknologi digital. Automasi, analitik data, dan penggunaan *cloud computing* akan menjadi standar (firdaus rahmad,et al, 2023). Melalui program ini, dapat meningkatkan profesionalisme dan daya saing usaha rumah tangga dengan mengadopsi praktik bisnis modern, sehingga memperbesar peluang untuk tumbuh dan berkembang (Dapur et al., 2024).

B. Metode

1. Identifikasi Masalah dan Kebutuhan

Dalam observasi awal dan wawancara dengan pemilik Dapur Risol untuk memahami kondisi pencatatan keuangan dan strategi pemasaran yang digunakan. Sehingga memperoleh gambaran umum mengenai kondisi aktual pencatatan keuangan dan strategi pemasaran yang diterapkan. Kegiatan pengabdian bertempat di UMKM yang terletak di Dapur Risol Makassar Jl. Toddopuli Raya

Timur No.184, Makassar, Sulawesi Selatan yang dilakukan dalam bentuk digitalisasi pencatatan keuangan dan strategi pemasaran untuk umkm berbasis rumah tangga. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 12 Juli 2025. Kegiatan ini dihadiri oleh 28 orang peserta. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan edukasi dan praktik digitalisasi pencatatan keuangan dan strategi pemasaran untuk umkm berbasis rumah tangga Di Dapur Risol Kota Makassar.

2. Pelatihan dan Edukasi

Pelatihan dalam kegiatan ini dilakukan dalam dua sesi utama yaitu:

- a. Digitalisasi Pencatatan Keuangan: Pengenalan aplikasi seperti Buku Kas, Catatan Keuangan Harian, dan Microsoft Excel.
- b. Strategi Pemasaran Digital: Strategi Produk (*Product*), Strategi Harga (*Price*), Strategi Promosi (*Promotion*), Strategi Penjualan (*Selling*), dan Strategi Tambahan (*Addiction*).
- c. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi kinerja suatu organisasi, proyek, atau bisnis.

3. Pendampingan dan Evaluasi

Tim melakukan pendampingan selama dua minggu pasca pelatihan untuk memastikan aplikasi dapat digunakan secara berkelanjutan dan memberikan umpan balik terhadap hasil implementasi.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Profil Usaha Dapur Risol

Dapur Risol merupakan usaha mikro berbasis rumah tangga yang bergerak di bidang kuliner, khususnya produksi risoles dengan berbagai varian rasa dengan owner bernama Ibu Fatma. Usaha ini berdiri sejak tahun 2019 di Kota Makassar dan dikelola oleh satu keluarga dengan skala produksi harian terbatas. Penjualan dilakukan secara langsung dan melalui media sosial. Dapur Risol adalah usaha rumahan yang bergerak di bidang produksi dan penjualan cemilan risol mayo dengan berbagai varian rasa yang ramah di lidah semua kalangan. Produk utama adalah risol dengan varian rasa seperti risol mayo yang cukup populer di Makassar.

Lokasi usaha beralamat di Jalan Toddopuli Raya Timur No. 184, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Harga produk risol sekitar Rp 4.500 per buah, terjangkau untuk berbagai lapisan konsumen. Jam operasional umumnya Senin sampai Jumat, pukul 08:00 - 17:00, sedangkan akhir pekan umumnya tutup.



Gambar 1. Penyampaian Materi Pencatatan Keuangan Dan Strategi Pemasaran

Pada Gambar 1, Tim pelaksanaan pengabdian membawakan materi mengenai pencatatan keuangan dan strategi pemasaran. Pemateri pertama menyampaikan mengenai pencatatan keuangan dengan sistem digitalisasi, sedangkan pemateri kedua membawakan materi mengenai strategi pemasaran sekaligus dokumentasi peserta diskusi. Usaha Dapur Risol dikelola dengan kapasitas produksi menengah, dengan sekitar 600-800 risol yang diproduksi per hari. Selain risol, usaha ini juga mulai mengembangkan produk lain seperti bakwan dan empek-empek. Dapur Risol berfokus pada pemasaran melalui media sosial dan *platform* digital guna menjangkau pasar lebih luas.

Usaha ini berkembang dari dapur rumah menjadi lebih besar dengan kapasitas produksi hingga ribuan risol per hari, tanpa bergantung pada bantuan modal selain pemasaran. Produk risol dibuat dengan kualitas yang terjaga, menyediakan varian premium dengan ukuran dan isi yang lebih besar serta lebih bervariasi. Dapur Risol di Makassar merupakan contoh UMKM berbasis rumah tangga yang berhasil mengembangkan usaha camilan khas secara skala lebih besar dengan inovasi produk dan strategi pemasaran digital yang efektif.

2. Kondisi Awal Pencatatan Keuangan

Kondisi awal pencatatan keuangan Dapur Risol selama ini umumnya masih dilakukan secara manual dengan pencatatan sederhana menggunakan buku kas atau

catatan harian (Putra et al., 2023). Sistem pencatatan tersebut biasanya bersifat terbatas, kurang terstruktur, dan belum sepenuhnya mencakup pencatatan lengkap seperti laporan laba rugi, neraca dan arus kas rutin. Akibatnya, pelaku usaha kesulitan memonitor secara detail transaksi pemasukan dan pengeluaran, sehingga pengelolaan keuangan kurang optimal dan kadang menyebabkan risiko kesalahan pencatatan. Hal tersebut menyulitkan dalam pembuatan laporan keuangan yang dapat digunakan untuk evaluasi bisnis secara menyeluruh maupun untuk pengajuan modal usaha ke lembaga keuangan (Putri Aulia et al., 2022). Kondisi ini sangat umum ditemukan pada UMKM berbasis rumah tangga seperti Dapur Risol sebelum mengadopsi sistem digitalisasi pencatatan keuangan yang efisien dan terintegrasi. Implementasi digitalisasi pencatatan keuangan diharapkan dapat mengatasi keterbatasan kondisi awal tersebut (Syahrial et al., 2024).

3. Implementasi Digitalisasi Pencatatan Keuangan



Gambar 2. Implementasi Digitalisasi Pencatatan Keuangan

Pada Gambar 2, menunjukkan bahwa program edukasi yang menekankan perencanaan keuangan dan penggunaan aplikasi pengelola keuangan sangat dibutuhkan (Awaluddin et al., 2025). Digitalisasi dilakukan dengan menggunakan *Microsoft Excel* untuk membuat laporan keuangan agar lebih mudah dan efisien (Safitri et al., 2025). Digitalisasi pencatatan keuangan adalah solusi penting bagi UMKM rumah tangga agar lebih efisien dan kompetitif, sementara strategi pemasaran digital dan kolaboratif dapat memperluas pasar sekaligus meningkatkan daya saing, khususnya di daerah urban seperti Kota Makassar (Listyorini et al., 2025). literasi keuangan tinggi cenderung memiliki tingkat stres keuangan yang rendah dan mampu menciptakan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan. Dalam konteks Indonesia, banyak keluarga masih menghadapi tantangan dalam mengalokasikan pendapatan secara bijak, terutama dalam hal pengeluaran

konsumtif yang tidak sesuai prioritas. Kurangnya pengetahuan tentang perencanaan anggaran menjadi salah satu faktor utama penyebab ketidakefisienan konsumsi rumah tangga.

Ilustrasi Laporan Keuangan Dapur Risol.

Periode: Juli 2025

Tabel 1. Laporan Arus Kas (*Cash Flow Statement*)

Laporan Arus Kas Dapur Risol 31 Juli 2025			
Kategori	Pemasukan (Rp)		Pengeluaran (Rp)
Kas Awal (1 Juli)	Rp	2,000,000	
Penjualan Tunai	Rp	14,000,000	
Penjualan Non-Tunai (QR)	Rp	1,000,000	
Pembelian Bahan Baku			Rp 6,750,000
Pembayaran Gaji			Rp 3,000,000
Operasional (listrik, transport)			Rp 1,200,000
Investasi Peralatan Baru			Rp 1,000,000
Kas Akhir (31 Juli)	Rp	6,050,000	

Sumber: Data diolah

Pada Tabel 1, Laporan arus kas Dapur Risol per 31 Juli 2025 menunjukkan kas awal sebesar Rp2.000.000, dengan pemasukan dari penjualan tunai Rp14.000.000 dan penjualan non-tunai Rp1.000.000, sehingga total pemasukan mencapai Rp15.000.000. Pengeluaran selama bulan Juli meliputi pembelian bahan baku Rp6.750.000, pembayaran gaji Rp3.000.000, biaya operasional Rp1.200.000, dan investasi peralatan baru Rp1.000.000, total pengeluaran Rp11.950.000. Setelah memperhitungkan seluruh transaksi, kas akhir pada 31 Juli 2025 tercatat sebesar Rp6.050.000, menandakan adanya kenaikan saldo kas dibanding awal bulan.

Secara umum, laporan ini menunjukkan bahwa usaha berhasil menutup biaya operasional dan masih memiliki kas akhir positif, menandakan kondisi keuangan yang sehat pada bulan Juli. Laporan seperti ini sangat membantu untuk memantau arus kas, mengevaluasi efisiensi pengeluaran, dan merencanakan kebutuhan modal usaha di bulan berikutnya.

Tabel 2. Laporan Laba Rugi (Profit & Loss Statement)

Laporan Laba/ Rugi		
Dapur Risol		
31 Juli 2025		
Keterangan	Jumlah (Rp)	
Pendapatan		
Penjualan Risoles	Rp	15,000,000
Total Pendapatan	Rp	15,000,000
Biaya Produksi		
Bahan Baku (tepung, isi)	Rp	4,500,000
Minyak goreng	Rp	1,000,000
Gas/Elpiji	Rp	500,000
Kemasan	Rp	750,000
Total Biaya Produksi	Rp	6,750,000
Biaya Operasional		
Gaji Karyawan (2 org)	Rp	3,000,000
Listrik & Air	Rp	400,000
Transportasi	Rp	350,000
Total Operasional	Rp	3,750,000
Laba Bersih	Rp	4,500,000

Sumber: Data diolah

Pada Tabel 2, Laporan Laba/Rugi Dapur Risol per 31 Juli 2025 mencatat total pendapatan Rp15.000.000 dari penjualan risoles. Biaya produksi yang dikeluarkan mencapai Rp6.750.000, terdiri dari bahan baku, minyak goreng, gas, dan kemasan, sementara biaya operasional sebesar Rp3.750.000 meliputi gaji karyawan, listrik & air, serta transportasi. Setelah dikurangi seluruh biaya, usaha ini memperoleh laba bersih sebesar Rp4.500.000 selama bulan Juli 2025.

Laporan ini menunjukkan keuntungan atau kerugian bersih yang diperoleh usaha dalam satu periode (misalnya, satu bulan). Laporan ini menunjukkan bahwa usaha Dapur Risol berjalan dengan profitabilitas yang baik, karena masih menghasilkan laba bersih cukup besar setelah menutup seluruh biaya produksi dan operasional. Ini juga mencerminkan pengelolaan biaya yang cukup efisien untuk skala usaha mikro/kecil.

Tabel 3. Neraca Sederhana (*Balance Sheet*)

Laporan Neraca Dapur Risol 31 Juli 2025		
Aset	Jumlah (Rp)	
Kas	Rp	6,050,000
Peralatan Dapur	Rp	5,000,000
Bahan Baku di Gudang	Rp	1,000,000
Total Aset	Rp	12,050,000
Liabilitas & Modal	Jumlah (Rp)	
Utang Bahan Baku (jika ada)	Rp	500,000
Modal Pemilik	Rp	7,050,000
Laba Ditahan (akumulasi)	Rp	4,500,000
Total Liabilitas & Modal	Rp	12,050,000

Sumber: Data diolah

Tabel 3 merupakan Laporan Neraca Dapur Risol per 31 Juli 2025 menunjukkan total aset sebesar Rp12.050.000, yang terdiri dari kas Rp6.050.000, peralatan dapur Rp5.000.000, dan persediaan bahan baku Rp1.000.000. Pada sisi kewajiban dan ekuitas, terdapat utang bahan baku sebesar Rp500.000, modal pemilik Rp7.050.000, dan laba ditahan Rp4.500.000. Neraca ini seimbang, dengan total aset sama dengan total liabilitas dan modal. Laporan ini menunjukkan bahwa usaha Dapur Risol berjalan dengan profitabilitas yang baik, karena masih menghasilkan laba bersih cukup besar setelah menutup seluruh biaya produksi dan operasional. Ini juga mencerminkan pengelolaan biaya yang cukup efisien untuk skala usaha mikro/kecil.

Dalam pemantauan keuangan usaha, dengan mencatat (Tammu et al., 2023) atau melacak seluruh transaksi keuangan yang terjadi, akuntansi memungkinkan pemilik bisnis dan manajemen dalam memahami secara rinci arus kas, pendapatan, biaya dan juga aset perusahaan. Ini memungkinkan pemantauan yang efektif terhadap kesehatan keuangan usaha (Fitriyatul, 2023). Hasil yang di peroleh dalam kegiatan pengabdian ini adalah dimana pelaku usaha mampu mencatat transaksi harian dengan lebih rapi dan konsisten. Proses evaluasi keuangan bulanan menjadi lebih mudah. Laporan keuangan dapur digunakan sbagai syarat pengajuan pinjaman ke lembaga keuangan (Noor & Ahmadi, 2025).

4. Strategi Pemasaran yang Diterapkan



Gambar 3. Strategi Pemasaran

Sumber: Berbagai Literatur Diolah

a. Strategi Produk (*Product*)

Menyediakan variasi risol, selain dari risol mayo isi telur, sosis, dan *smoked beef* terdapat juga varian keju, empek-empek dan bakwan. Produk dibuat dengan kualitas rasa yang enak dan konsisten agar pelanggan puas dan kembali membeli. Kemasan sederhana, namun jelas mencantumkan nama, logo dan identitas merek agar mudah dikenali.

b. Strategi Harga (*Price*)

Menawarkan harga yang terjangkau, disesuaikan dengan segmen pasar menengah ke bawah. Contohnya risol mayo isi telur dan sosis dijual sekitar Rp 3.000 per buah, dan isi *smoked beef* sekitar Rp 4.000 per buah. Pemberian diskon atau promo pembelian dalam jumlah tertentu (misalnya diskon 10% untuk pembelian 10 pcs) untuk meningkatkan penjualan.

c. Strategi Promosi (*Promotion*)

Promosi awal dilakukan kepada orang terdekat seperti keluarga, teman, dan tetangga agar dikenal dilingkungan sekitar. Memanfaatkan Platform seperti WhatsApp Business, Instagram, dan Facebook terbukti menjadi media pemasaran yang murah, mudah diakses, dan sangat efektif menjangkau konsumen (Eureka, 2025) untuk memperluas jangkauan pasar dan membangun *brand awareness*. Mengikuti komunitas dan melakukan kolaborasi dengan

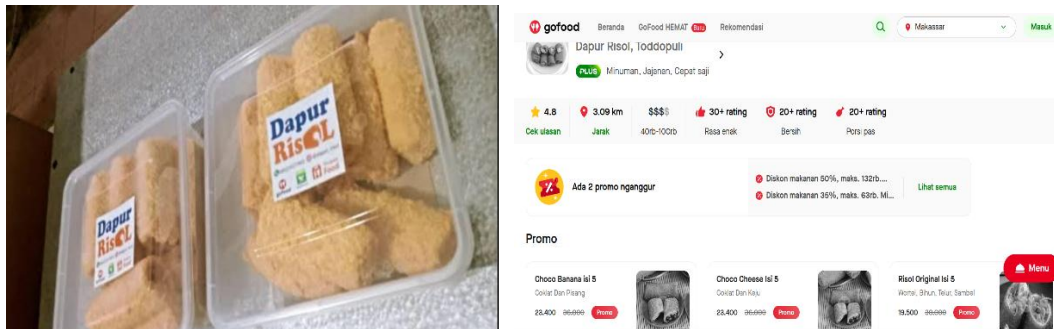
influencer atau *food blogger* untuk meningkatkan visibilitas produk. Menggunakan metode promosi kombinasi online dan offline, seperti *pre-order* online dan promosi langsung melalui poster atau brosur.

d. Strategi Penjualan (*Selling*)

Untuk distribusi belum ada outlet fisik besar, menggunakan konsep penjualan melalui jasa antar makanan digital seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Lokasi yang strategis untuk mencapai pasar yang tepat.

e. Strategi Tambahan (*Addiction*)

Memberikan tester produk untuk menarik minat pelanggan baru agar mereka bisa mencoba sebelum membeli. Aktif mengikuti pameran lokal untuk memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas dan membangun jaringan usaha.



Gambar 4. Strategi Pemasaran

Pada Gambar 4, Hasil dari kegiatan pengabdian dalam dampak digitalisasi dan strategi pemasarannya dimana jumlah pelanggan meningkat 25% dalam 3 bulan. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, pelatihan digital marketing, pembuatan foto produk yang menarik, dan pendampingan dalam pengelolaan toko online telah memberikan dampak positif (Irawan et al., 2024). Jangkauan media sosial meningkat dua kali lipat dan penjualan meningkat terutama saat momen promosi dan hari raya. Dari segi pencatatan keuangan memberikan dampak peningkatan efisiensi operasional terutama dalam pencatatan dan evaluasi usaha menjadi lebih terstruktur. Dari segi pertumbuhan penjual mengalami peningkatan dalam omzet karena strategi pemasaran yang efektif. Dari segi kesiapan untuk ekspansi yaitu lebih siap mengembangkan pasar karena memiliki data yang jelas dan akurat (Nisa' et al., 2024) (Situasi, 2022).

5. Analisis SWOT

Tabel 6. Matriks SWOT Dapur Risol

	Strengths (S)	Weaknesses (W)
Opportunities (O)	Strategi SO 1. Memanfaatkan rasa khas dan loyalitas pelanggan untuk ekspansi ke marketplace online. 2. Menjalin kemitraan (reseller/konsinyasi). 3. Mengikuti pelatihan digitalisasi dan UMKM untuk peningkatan kapasitas.	Strategi WO 1. Mengikuti pelatihan pemasaran dan pencatatan digital. 2. Membuat jadwal posting konten di media sosial. 3. Menerapkan aplikasi sederhana untuk pencatatan harian.
Threats (T)	Strategi ST 1. Menonjolkan citra produk rumahan yang higienis dan berkualitas. 2. Mengembangkan sistem pemesanan mandiri (Google Form, Linktree). 3. Menjaga loyalitas pelanggan tetap.	Strategi WT 1. Mengelola stok secara efisien untuk menghadapi fluktuasi harga bahan baku. 2. Mencatat biaya operasional secara rutin. 3. Melatih keluarga/karyawan dalam pemasaran dan pembukuan.

Sumber: Berbagai literatur diolah

Analisis SWOT ini menjadi landasan penerapan digitalisasi pencatatan keuangan dan strategi pemasaran yang lebih efektif, memperkuat posisi UMKM rumah tangga seperti Dapur Risol dalam menghadapi tantangan sekaligus memanfaatkan peluang di era digital (Ellyana Haris et al., 2025).

Keterbaruan pengabdian ini fokus khusus pada UMKM berbasis rumah tangga yang sangat bergantung pada produksi makanan rumahan (risol), berbeda dari banyak pengabdian yang lebih umum pada UMKM secara luas. Pendekatan terpadu mencakup digitalisasi pencatatan keuangan yang mudah diakses dan penggunaannya disesuaikan dengan kapasitas pelaku usaha rumahan, dan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan karakteristik produknya (makanan ringan).

Penerapan teknologi dan pelatihan yang disertai pendampingan langsung secara berkelanjutan, bukan hanya pelatihan sekali jadi, sehingga keberlanjutan adopsi teknologi lebih terjaga. Kombinasi penguatan keuangan digital dengan strategi branding dan pemasaran yang komprehensif, sementara banyak program hanya fokus pada salah satu aspek. Penekanan pada pemberdayaan ibu rumah tangga dalam konteks sosial budaya lokal Makassar memberikan nilai tambah dalam konteks sosial-ekonomi wilayah tersebut (Mohamad Chaidir et al., 2025).



Gambar 5. Tahap Akhir Kegiatan PKM

Pada Gambar 5, pengambilan dokumentasi tim pengabdian masyarakat, owner dapur risol, karyawan dapur risol dan mahasiswa. Pengabdian kepada Mitra/Masyarakat memberikan dampak dalam peningkatan efisiensi pencatatan dan pengelolaan keuangan yang membantu pelaku UMKM memisahkan keuangan usaha dan keluarga, mendukung pengambilan keputusan usaha yang lebih baik. Proses pengelolaan keuangan yang baik mencakup perencanaan, pencatatan, pelaporan, dan pengendalian keuangan. Dengan melakukan analisis yang mendalam pertumbuhan omzet dan produksi, dengan volume produksi risol yang bisa ditingkatkan berkat perencanaan dan pemasaran digital menjadi lebih efektif. Misalnya, dengan mempelajari pola penjualan, baik di periode tertinggi maupun terendah, penjual dapat merancang strategi pemasaran yang lebih baik dan lebih efisien (Makassar, 2024). Ekspansi pasar pemasaran online melalui media sosial dan *marketplace*, memperluas jangkauan konsumen yang sebelumnya hanya lokal. Meningkatnya kesadaran dan kompetensi digital UMKM, terutama ibu rumah tangga, yang membuka peluang ekonomi dan kemandirian finansial. Mengurangi ketergantungan pada sistem pembukuan manual yang rawan kesalahan dan

kehilangan data. Memberikan model pengabdian yang bisa direplikasi di wilayah lain dengan karakteristik serupa.

Perbandingan dengan pengabdian lain di Indonesia pengabdian lain sering kali menemukan tantangan signifikan dalam penerimaan teknologi digital pada UMKM tanpa pendampingan berkelanjutan. Banyak pengabdian fokus pada aspek penjualan digital dan pemasaran online tanpa integrasi yang kuat dengan pengelolaan keuangan digital. Dalam pengabdian ini, integrasi pencatatan keuangan dan pemasaran digital secara seimbang menjadi keunikan yang memberikan nilai tambah dibandingkan pengabdian lain yang lebih parsial. Pengabdian lain kadang kurang memperhatikan konteks budaya dan sosial seperti pemberdayaan ibu rumah tangga secara spesifik, yang menjadi kekuatan pengabdian Dapur Risol.

Secara keseluruhan, pengabdian digitalisasi pencatatan keuangan dan pemasaran UMKM Dapur Risol di Makassar ini menonjol karena keberlanjutan, fokus kontekstual pada rumah tangga atau pelaku usaha perempuan, serta pendekatan terpadu yang menggabungkan keuangan dan pemasaran digital. Dampak nyata pada peningkatan omzet, kapasitas produksi, dan kompetensi digital menunjukkan keberhasilan yang signifikan dan relevan dengan kebutuhan lokal, sekaligus membuka peluang direplikasi di wilayah lain dengan perbaikan sesuai kondisi lokal (Afrizal & Megananda, 2025).

D. Kesimpulan

Kegiatan digitalisasi pencatatan keuangan dan penguatan strategi pemasaran yang dilakukan di UMKM berbasis rumah tangga “Dapur Risol” Kota Makassar menunjukkan hasil yang positif. Penerapan sistem pencatatan keuangan digital menggunakan aplikasi sederhana berbasis Excel maupun aplikasi pencatatan keuangan di ponsel telah membantu pelaku usaha dalam mencatat transaksi secara lebih teratur, memantau arus kas, serta menyusun laporan keuangan sederhana yang sebelumnya tidak dilakukan secara sistematis. Selain itu, pelatihan strategi pemasaran digital melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business mampu meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan menarik pelanggan baru. Dengan adanya digitalisasi dalam aspek pencatatan dan

pemasaran, Dapur Risol kini memiliki fondasi manajemen usaha yang lebih kuat, efisien, dan kompetitif untuk menghadapi tantangan pasar yang terus berkembang.

Berdasarkan hasil yang diperoleh, disarankan agar pelaku UMKM terus melanjutkan penggunaan sistem pencatatan keuangan digital secara konsisten guna menjaga transparansi dan kesehatan keuangan usaha. Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi juga sebaiknya ditingkatkan dengan pembuatan konten yang lebih menarik dan terjadwal. Selain itu, perlu adanya pelatihan lanjutan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam bidang digital marketing dan manajemen usaha. Pemerintah daerah dan lembaga pendamping juga diharapkan dapat memberikan dukungan berkelanjutan melalui program pelatihan, fasilitasi permodalan, serta akses pasar digital. Kolaborasi antar pelaku UMKM di sektor kuliner rumahan juga patut didorong untuk menciptakan sinergi dalam promosi bersama, pengembangan produk, dan distribusi yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- Afrizal, S. H., & Megananda, T. B. (2025). Digital Transformation: Enhancing Msme Sustainability Through Financial Digitalization. *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(2), 2914–2923. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Awaluddin, S. P., Sultan, S., Handayani, L., & Rachman, S. H. (2025). *Edukasi Literasi Keuangan Keluarga untuk Pengelolaan Konsumsi Rumah Tangga yang Efisien di Era Digital*. 4(1), 2574–2581.
- Ellyana Haris, A. T., Tahir, R., Putri Lanrang Haris, A. T. L., & Gunawan, M. T. (2025). Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah pada Era Digital di Kota Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 5(1), 98–108. <https://doi.org/10.31963/jba.v5i1.5479>
- Eureka, P. (2025). *Literasi keuangan digital: Strategi dan tantangan di era ekonomi digital*. 4, 145–151.
- Fachrunnisa, Z. H., Pramudiati, N., & Pronosokodewo, B. G. (2023). Digitalisasi Pemasaran dan Pencatatan Keuangan Pada UMKM Bakpia Pathok 05 Kasihan Bantul. *Al KHIDMAT : Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 123–131.
- Irawan, M. I., Mukhlash, I., Rukmini, M., Hendy, Hidayat, N., Rukmi, A. M., Iqbal, M., & Probojati, R. T. (2024). Digitalisasi Pemasaran Dan Sistem Keuangan Pada Industri Rumah Tangga Coconut Oil Kediri. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 8(1), 83–98. <https://doi.org/10.30737/jaim.v8i1.6045>
- Listyorini, T., Supriyati, E., Iqbal, M., Mulyani, S., & Andriyani Budiman, N. (2025). Pelatihan Digitalisasi Pembukuan Keuangan Bagi UMKM di Era Teknologi. *Jurnal SOLMA*, 14(1), 1393–1403. <https://doi.org/10.22236/solma.v14i1.17428>
- Makassar, D. I. K. (2024). *Prilaku Pengelolaan Keuangan Penjual Es Dawet*. 7(4), 1333–1346.

- Makrus. M, Dr. M. Acc, Jamaluddin, Dr., S.E., M.Si., Ak. CA, Usman, E. Dr., S.E., M.Si., Ak., CA, Sumatriani, Dr., SE., M.Si., Ak., Setyobudi, Drs., SE., MM., Akt, Sari, F.H., A.Md., S.E., M.Ak, Amalia M, SE., Ak., M.Si., CA., CATr, Mudjiyanti, R, S.E., M.Si Sugianto, Dr., S.E., M.Si., Ak., CA Parju, Drs., SE., M.Si. (2023). *Akuntansi Keuangan (Konsep dan Aplikasi)*. Cetakan Pertama. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Mohamad Chaidir, Ruslaini Ruslaini, & Dadang Irawan. (2025). Transformasi Digital dalam Manajemen Keuangan. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 239–249. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v4i1.4138>
- Nisa', F., Bonazier, N., Eka W, D., & Saragih, Y. F. M. (2024). Analisis Kinerja Penjualan Risoles Melalui Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKM-K). *Jependimas.Org*, 2(2), 52–63. <http://jependimas.org/index.php/go/article/view/17>
- Noor, Lady, & Ahmadi, M. A. (2025). Pengaruh Digitalisasi, Literasi Keuangan, dan Dukungan Teknologiterhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kabupaten Karanganyar. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 3.
- Putra, I. W. G. Y. D. P., Wedhanapurba, I. B. G. I., & Adyatma, I. W. C. (2023). Optimasi Bisnis Melalui Strategi Digitalisasi Pemasaran dan Pelaksanaan Pencatatan Akuntansi. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 3278–3283.
- Putri Aulia, Yusti Rahayu Handa, Novi Dalianti, & Wafiq Asisa. (2022). Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan Digital Payment Terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar Protect and Secure Your WiFi: https://bit.ly/vpn_secure. *Jurnal Dinamika*, 3(1), 23–50. <https://jurnal.iainsalatiga.ac.id/index.php/dinamika/article/view/91/45#>
- Ridwan, M., Pradana, M. G., Nyamiati, R. D., Pinastawa, I. W. R., Arifuddin, N. A., Adrezo, M., & Maulana, N. (2025). Digitalisasi Sistem Keuangan Umkm: Pelatihan Praktis Pencatatan Dan Pelaporan Keuangan Digital Untuk Pelaku Usaha Serat Agel Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Patikala*, 4(4), 1297–1308.
- Safitri, R., Kurnianingsih, H. T., Nurmala, S., & Lestari, N. (2025). Pengaruh Aplikasi Digital Terhadap Peningkatan Laporan Keuangan UMKM Kuliner Di Kota Medan. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 94–106. <https://doi.org/10.46576/bn.v8i1.5778>
- Situasi, A. A. (2022). Peningkatan Produksi Dan Pemasaran Pada Usaha Risol Melalui Digital Marketing. *Jurnal Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 112–117. <https://doi.org/10.37090/jmpkm.v1i2.827>
- Srimindarti, C., Hardiningsih, P., Anggana Lisiantara, G., Ardinata, M., & Sulastri, S. (2023). Edukasi Digitalisasi Pemasaran Dan Pencatatan Keuangan Pengrajin Keripik Karangbolo Ungaran Barat. *Jurnal Abdimas Musi Charitas*, 7(2), 109–119. <https://doi.org/10.32524/jamc.v7i2.733>
- Syahrial, Lily Dianafitry Hasan, Muhammad Musawantoro, & Faisal Akbar Zainal. (2024). Effect of Online Marketing (E-Commerce) Activities to the Advantages of Competing Traditional Culinary Products in South Sulawesi. *Pusaka : Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 2(1), 66–72. <https://doi.org/10.33649/pusaka.v2i1.47>
- Tammu, R. G., Limbongan, M. E., Palimbong, S. M., Sappode, C., & Patiung, J. (2023). Pelestarian Budaya Melalui Pemberdayaan Perempuan dalam

- Manajemen Usaha dan Digitalisasi Pemasaran Kain Tenun Asli Toraja. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(4), 2019–2026. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i4.3496>
- Utami, N. M. S., Sandrya, N. L. P., & Dwijana, I. G. K. (2023). Pengrajin Industri Rumah Tangga berbasis teknologi menuju UMKM Naik Kelas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JMAS)*, 2(3), 843–854. <https://melatijournal.com/index.php/jmas/article/view/395%0Ahttps://melatijournal.com/index.php/jmas/article/download/395/380>
- <https://www.carikulinerindonesia.com/#10924440#dapur-risol> last update 19 April 2023
- <https://gofood.co.id/makassar/restaurant/dapur-risol-toddopuli-960883fd-b899-4c50-89fd-36f4846a4670>