

## **Penerapan Digital Marketing dan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Meningkatkan Kinerja Usaha pada UMKM Depot Aur Bening**

**Lili Wahyuni<sup>1</sup>, Rasidah Nasrah<sup>2</sup>, Husni Taufiq Dzakiyyah<sup>3</sup>, Lucy Septiana Putri<sup>4</sup>, Figi Putri Ramadani<sup>5</sup>, Nadha Aulia Fitri<sup>6</sup>, Andre Salman<sup>7</sup>, Mutiara<sup>8</sup>**  
*<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup> Universitas Mahaputra Muhammad Yamin, Indonesia*

Received : 4 Juni 2026, Revised : 24 Juni 2026, Published : 2 Juli 2026

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Lili Wahyuni

**E-mail:** [liliwahyuni@ummy.ac.id](mailto:liliwahyuni@ummy.ac.id)

### **Abstrak**

*Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu UMKM Depot Aur Bening meningkatkan kinerja usaha melalui penerapan digital marketing dan sistem informasi akuntansi. Permasalahan yang dihadapi mitra meliputi pemasaran yang masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut serta pencatatan keuangan yang dilakukan secara manual dan belum terstruktur. Kegiatan dilaksanakan pada 29 Mei 2026 dengan menggunakan pendekatan partisipatif yang meliputi tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi melalui observasi, wawancara, pelatihan, serta pendampingan. Program digital marketing difokuskan pada pembuatan dan pengelolaan WhatsApp Business beserta katalog produk digital, sedangkan sistem informasi akuntansi diterapkan melalui pencatatan transaksi menggunakan Microsoft Excel dan penyusunan laporan kas sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan jumlah pelanggan dari 55 pelanggan per hari menjadi 100 pelanggan per hari serta peningkatan jumlah transaksi dari 55 transaksi per hari menjadi 100 transaksi per hari. Selain itu, mitra berhasil memiliki akun WhatsApp Business, katalog produk digital, format pencatatan transaksi, dan laporan kas sederhana. Dengan demikian, penerapan digital marketing dan sistem informasi akuntansi terbukti meningkatkan efektivitas pemasaran, memperbaiki pengelolaan keuangan, dan mendukung peningkatan kinerja usaha UMKM Depot Aur Bening.*

**Kata kunci** - digital marketing, sistem informasi akuntansi, umkm, kinerja usaha, pengabdian masyarakat

### **Abstract**

*This community service activity aims to help the Depot Aur Bening MSME improve its business performance through the implementation of digital marketing and an accounting information system. Problems faced by partners include marketing that still relies on word of mouth promotion and manual and unstructured financial records. The activity was carried out on May 29, 2026, using a participatory approach that includes preparation, implementation, and evaluation stages through observation, interviews, training, and mentoring. The digital marketing program focused on creating and managing WhatsApp Business and a digital product catalog, while the accounting information system was implemented through recording transactions using Microsoft Excel and preparing simple cash reports. The results of the activity showed an increase in the number of customers from 55 customers per day to 100 customers per day and an increase in the number of transactions from 55 transactions per day to 100 transactions per day. In addition, partners successfully obtained WhatsApp Business accounts, digital product catalogs, transaction recording formats, and simple cash reports. Thus, the implementation of digital marketing and an accounting information system has been proven to increase marketing effectiveness, improve financial management, and support the improvement of the Depot Aur Bening MSME business performance.*

**Keywords** - digital marketing, accounting information system, MSMEs, business performance, community service

**How To Cite :** Wahyuni, L., Nasrah, R., Dzakiyyah, H. T., Putri, L. S., Ramadani, F. P., Fitri, N. A., Salman, A., & Mutiara, M. (2026). Penerapan Digital Marketing dan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Meningkatkan Kinerja Usaha pada UMKM Depot Aur Bening. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(4), 5455 - 5462. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i4.1421>

**Copyright** ©2026 Lili Wahyuni, Rasidah Nasrah, Husni Taufiq Dzakiyyah, Lucy Septiana Putri, Fiqi Putri Ramadani, Nadha Aulia Fitri, Andre Salman, Mutiara Mutiara

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat krusial dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Selain memberikan kontribusi dalam menciptakan lapangan kerja, UMKM juga berfungsi sebagai penggerak aktivitas ekonomi di berbagai wilayah. Namun, kemajuan teknologi digital yang begitu cepat mengharuskan pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi agar bisa mempertahankan dan meningkatkan daya saing mereka. (Farida & Ramahdani, 2023) Perubahan kebiasaan konsumen yang kini lebih sering menggunakan media digital untuk mencari informasi dan melakukan transaksi merupakan tantangan sekaligus kesempatan bagi UMKM untuk mengembangkan bisnis mereka. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh UMKM untuk memperkuat posisi kompetitifnya adalah dengan menggunakan pemasaran digital (Sifwah et al., 2024)

Mazelfi (2026) Mengungkapkan bahwa pemasaran digital memberikan kesempatan bagi para pengusaha untuk melakukan promosi produk dan layanan mereka dengan jangkauan yang lebih luas, serta biaya yang lebih terjangkau dibandingkan dengan cara pemasaran tradisional. Penggunaan platform media sosial, marketplace, dan berbagai alat digital lainnya dapat membantu UMKM dalam mencapai konsumen yang lebih banyak, meningkatkan keterlibatan dengan pelanggan, dan memperkuat reputasi usaha. Namun, masih banyak UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola pemasaran yang berbasis digital (D. A. S. L. Dewi & Damayanthi, 2023). Selain kegiatan pemasaran, pengelolaan dana juga merupakan elemen kunci yang mempengaruhi kelangsungan sebuah usaha. Banyak pelaku UMKM masih mencatat transaksi dengan cara yang sederhana bahkan ada yang tidak membuat catatan secara terstruktur (G. A. Dewi et al., 2022). Situasi ini membuat para pengusaha kesulitan untuk memahami kondisi finansial usaha mereka, menghitung keuntungan dengan tepat, serta membuat keputusan bisnis yang benar. Oleh karena itu, penerapan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) menjadi solusi yang dapat mendukung UMKM dalam mengelola data keuangan dengan cara yang lebih efektif, efisien, dan akurat (Septiawati et al., 2022)

Sistem Informasi Akuntansi merupakan suatu sistem yang dirancang untuk mengumpulkan, mengolah, menyimpan, dan menghasilkan informasi keuangan yang dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan (Arventyani & Ismunawan, 2024). Penerapan sistem informasi akuntansi memungkinkan pelaku UMKM melakukan pencatatan transaksi secara lebih terstruktur, menyusun laporan keuangan secara sistematis, serta memantau perkembangan usaha secara berkala. Selain itu, pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan keuangan dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas usaha sehingga mendukung keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang (Astuti et al., 2025).

Depot Aur Bening merupakan salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah yang bergerak di bidang penyediaan air minum isi ulang. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan pemilik usaha, diketahui bahwa Depot Aur Bening melayani rata-rata 55 pelanggan per hari dengan sistem promosi yang masih mengandalkan rekomendasi dari mulut ke mulut. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pemasaran usaha relatif terbatas dan belum mampu menjangkau calon pelanggan yang lebih luas. Selain itu, pencatatan transaksi keuangan masih dilakukan secara manual tanpa format baku sehingga informasi keuangan usaha belum terdokumentasi secara sistematis dan belum dapat digunakan secara optimal sebagai dasar evaluasi kinerja usaha.

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa Depot Aur Bening memerlukan pendampingan dalam penerapan digital marketing dan sistem informasi akuntansi guna meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha. Penerapan digital marketing diharapkan mampu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan jumlah pelanggan, serta memperkuat daya saing usaha di tengah perkembangan teknologi digital yang semakin pesat. Di sisi lain, penerapan sistem informasi akuntansi diharapkan dapat meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan melalui pencatatan transaksi yang lebih terstruktur dan penyajian informasi keuangan yang lebih akurat sehingga mendukung proses pengambilan keputusan usaha (Saraswati et al., 2023).

Permasalahan ini mengindikasikan bahwa Depot Aur Bening membutuhkan bantuan untuk menerapkan pemasaran digital dan sistem informasi akuntansi agar pengelolaan usahanya lebih efektif. Dengan menggunakan pemasaran digital, diharapkan dapat memperbesar area pemasaran, menambah jumlah pelanggan, serta memperkuat posisi usaha di dalam kompetisi yang semakin ketat. Di sisi lain, penerapan sistem informasi akuntansi diharapkan dapat meningkatkan pengelolaan keuangan dengan pencatatan transaksi yang lebih teratur dan penyajian informasi keuangan yang lebih tepat. (Saraswati et al., 2023).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diselenggarakan untuk mendukung UMKM Depot Aur Bening dalam memaksimalkan penggunaan teknologi digital khususnya di bidang pemasaran dan manajemen keuangan. Kegiatan ini dilakukan melalui penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan dalam penerapan pemasaran digital serta sistem informasi akuntansi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan situasi usaha mitra. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan pemilik usaha dalam mengatur pemasaran dan keuangan secara mandiri (Maulidina & Nafiati, 2024). Berdasarkan penjelasan di atas, sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah mengimplementasikan pemasaran digital dan sistem informasi akuntansi di UMKM Depot Aur Bening untuk meningkatkan efektivitas dalam pemasaran, memperbaiki pengelolaan keuangan bisnis, serta mendukung peningkatan kinerja dan daya saing usaha yang berkelanjutan (El Ghifari & Moh. Supendi, 2024).

## **METODE**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 29 Mei 2026 di UMKM Depot Aur Bening yang bergerak di bidang penyediaan air minum isi ulang. Kegiatan ini berlangsung selama satu hari dengan melibatkan 10 peserta yang terdiri atas pemilik usaha dan pihak yang terlibat dalam operasional Depot Aur Bening. Tujuan kegiatan adalah mengimplementasikan digital marketing dan sistem informasi akuntansi untuk meningkatkan efektivitas pemasaran, memperluas jangkauan pasar, serta memperbaiki pengelolaan keuangan usaha. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dengan melibatkan mitra secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan (Nita Merlina et al., 2023). Pelaksanaan program pengabdian dibagi menjadi tiga tahap, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap pelaksanaan, materi digital marketing yang diberikan meliputi pembuatan dan pengelolaan WhatsApp Business, penyusunan katalog produk digital, pengaturan profil usaha, serta strategi komunikasi dan promosi kepada pelanggan. Sementara itu, penerapan sistem informasi akuntansi dilakukan melalui pelatihan pencatatan transaksi harian menggunakan Microsoft Excel, pengelompokan penerimaan dan pengeluaran kas, serta penyusunan laporan kas sederhana sebagai dasar pengelolaan keuangan usaha. Ketiga langkah tersebut disusun dengan cara yang sistematis untuk mendukung keberhasilan penerapan pemasaran digital dan sistem informasi akuntansi di UMKM Depot Aur Bening yaitu sebagai berikut:

### **1. Tahap Persiapan**

Pada tahap persiapan, tim pengabdian melakukan pengamatan dan wawancara dengan pemilik bisnis guna mengetahui situasi usaha serta masalah yang mereka hadapi. Aktivitas ini bertujuan untuk mendapatkan data tentang sistem pemasaran yang diterapkan, keadaan pengelolaan keuangan usaha, serta kebutuhan mitra dalam pengembangan bisnis mereka. Temuan dari identifikasi ini digunakan sebagai acuan untuk menyusun materi dan program pendampingan yang sesuai dengan situasi mitra (A. Putri & Indah, 2025).

### **2. Tahap Pelaksanaan**



**Gambar 1.** Pelaksanaan pelatihan digital marketing kepada mitra

Pada tahap pelaksanaan, tim pengabdian melakukan pendampingan terkait penerapan digital marketing dan sistem informasi akuntansi pada UMKM Depot Aur Bening. Kegiatan digital marketing difokuskan pada pembuatan dan pengelolaan akun WhatsApp Business sebagai media promosi usaha, penyusunan katalog produk digital, pengaturan profil usaha, serta strategi komunikasi dan pelayanan pelanggan melalui media digital. Selain itu, mitra diberikan pelatihan mengenai pemanfaatan fitur-fitur WhatsApp Business untuk mendukung aktivitas pemasaran dan memperluas jangkauan informasi kepada pelanggan (Nurmansyah et al., 2022). Pada aspek sistem informasi akuntansi, pelatihan difokuskan pada pencatatan transaksi harian menggunakan Microsoft Excel, pengelompokan penerimaan dan pengeluaran kas, serta penyusunan laporan kas sederhana sebagai dasar pengelolaan keuangan usaha. Setelah penyampaian materi, mitra didampingi secara langsung dalam mengimplementasikan seluruh materi yang telah diberikan pada kegiatan operasional usaha sehari-hari sehingga dapat diterapkan secara berkelanjutan. (Failany et al., 2025).

### 3. Tahap Evaluasi



**Gambar 2.** Kegiatan Evaluasi setelah pelaksanaan program

Pada tahap evaluasi, tim pengabdian melakukan penilaian terhadap tingkat keberhasilan program melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan penilaian hasil praktik yang dilakukan oleh mitra. Evaluasi difokuskan pada kemampuan mitra dalam menerapkan digital marketing dan sistem informasi akuntansi setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan. Indikator keberhasilan program meliputi kemampuan mitra dalam membuat dan mengelola akun WhatsApp Business, menyusun katalog produk digital, melakukan pencatatan transaksi menggunakan Microsoft Excel, menyusun laporan kas sederhana, serta memahami arus masuk dan arus keluar kas usaha. Hasil evaluasi digunakan untuk mengukur tingkat pencapaian program sekaligus menjadi dasar dalam penyusunan rekomendasi pengembangan usaha yang berkelanjutan (Sulistiyono et al., 2024).

Data dalam kegiatan pengabdian ini diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, serta hasil evaluasi praktik mitra selama kegiatan berlangsung. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan perubahan kondisi usaha sebelum dan sesudah implementasi digital marketing dan sistem informasi akuntansi pada UMKM Depot Aur Bening (Putri et al., 2024).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

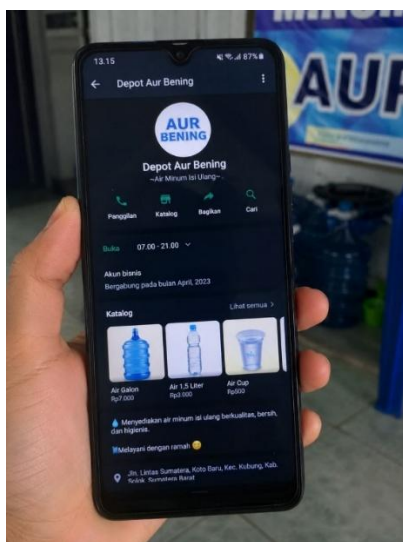
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di UMKM Depot Aur Bening dilaksanakan melalui tiga tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi (Dewi & Damayanthi, 2023). Program difokuskan pada penerapan digital marketing melalui WhatsApp Business serta penerapan sistem informasi akuntansi sederhana menggunakan Microsoft Excel. Untuk melihat efektivitas program, dilakukan perbandingan kondisi usaha sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Perbandingan Kondisi UMKM Depot Aur Bening Sebelum dan Sesudah Program

Aspek	Sebelum Program	Sesudah Program	Luaran yang Dihasilkan
Pemasaran	Promosi hanya melalui rekomendasi dari mulut ke mulut dan belum memanfaatkan media digital.	Menggunakan WhatsApp Business sebagai media promosi dan komunikasi pelanggan.	Akun WhatsApp Business aktif dan katalog produk digital.
Jangkauan Pelanggan	Rata-rata 55 pelanggan per hari.	Rata-rata 100 pelanggan per hari.	Peningkatan pelanggan sebesar 81,82%.
Jumlah Transaksi	Rata-rata 55 transaksi per hari.	Rata-rata 100 transaksi per hari.	Peningkatan transaksi sebesar 81,82%.
Pencatatan Keuangan	Pencatatan dilakukan secara manual tanpa format baku.	Pencatatan dilakukan menggunakan Microsoft Excel dengan format yang terstruktur.	Format pencatatan transaksi harian.
Laporan Keuangan	Belum tersedia laporan keuangan sederhana.	Mampu menyusun laporan kas sederhana secara berkala.	Laporan kas sederhana sebagai dasar evaluasi usaha.

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa sebelum program pengabdian dilaksanakan, UMKM Depot Aur Bening masih menghadapi dua permasalahan utama, yaitu keterbatasan pemasaran dan belum optimalnya pengelolaan keuangan usaha. Aktivitas promosi masih mengandalkan rekomendasi dari mulut ke mulut sehingga jangkauan pasar relatif terbatas. Selain itu, pencatatan transaksi keuangan dilakukan secara manual tanpa format yang baku sehingga informasi keuangan belum dapat digunakan secara optimal sebagai dasar pengambilan keputusan usaha.

Setelah dilakukan pendampingan digital marketing, mitra berhasil memiliki akun WhatsApp Business yang dilengkapi dengan katalog produk digital. Luaran tersebut memudahkan pelanggan memperoleh informasi mengenai produk dan layanan yang ditawarkan. Pemanfaatan media digital juga berdampak pada peningkatan jumlah pelanggan dari rata-rata 55 pelanggan per hari menjadi 100 pelanggan per hari atau meningkat sebesar 81,82%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa penggunaan media digital mampu memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan visibilitas usaha kepada calon pelanggan. Temuan ini sejalan dengan Astuti et al. (2025) yang menyatakan bahwa digital marketing dapat meningkatkan efektivitas promosi dan memperluas pasar UMKM.



**Gambar 3.** Tampilan akun WhatsApp Business dan katalog produk Depot Aur Bening

Pada aspek sistem informasi akuntansi, program menghasilkan luaran berupa format pencatatan transaksi harian menggunakan Microsoft Excel dan laporan kas sederhana. Sebelum kegiatan dilaksanakan, pencatatan transaksi belum dilakukan secara sistematis sehingga pemilik usaha mengalami kesulitan dalam memantau arus kas usaha. Setelah pendampingan, mitra mampu

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

mengelompokkan penerimaan dan pengeluaran kas serta menyusun laporan kas secara berkala. Kondisi ini menunjukkan bahwa penerapan sistem informasi akuntansi membantu meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan melalui penyediaan informasi yang lebih terstruktur, akurat, dan mudah dipahami.

Keterangan	Masuk	Keluar	Saldo
Penjualan (55x7.000)	385.000		385.000
Pembelian air		200.000	185.000
Ganti Kran	50.000		235.000
Galon baru		45.000	190.000
Perjualan Galon baru	55.000		245.000
Gaji karyawan		90.000	155.000
<b>Total</b>	<b>490.000</b>	<b>335.000</b>	<b>155.000</b>

**Gambar 4.** Contoh format pencatatan transaksi dan laporan kas sederhana sebelum program

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik usaha, diketahui bahwa sebelum pelaksanaan program pengabdian, UMKM Depot Aur Bening belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang terstruktur. Pencatatan transaksi hanya dilakukan secara sederhana pada buku tulis dengan mencatat jumlah penerimaan dan pengeluaran tanpa pengelompokan akun maupun penyusunan laporan keuangan secara berkala. Kondisi tersebut menyebabkan pemilik usaha mengalami kesulitan dalam memantau perkembangan usaha, menghitung laba secara akurat, serta mengevaluasi efisiensi biaya operasional. Dari sisi pemasaran, usaha masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut sehingga jumlah pelanggan relatif terbatas. Rata-rata transaksi yang terjadi hanya sekitar 55 transaksi per hari. Dengan asumsi harga jual air galon sebesar Rp7.000 per galon, penerimaan harian yang diperoleh berkisar Rp385.000. Meskipun usaha tetap berjalan, keterbatasan promosi menyebabkan potensi pasar yang lebih luas belum dapat dijangkau secara optimal.

Selain itu, pencatatan transaksi yang masih manual berisiko menimbulkan kesalahan pencatatan dan kehilangan informasi keuangan. Pemilik usaha belum memiliki laporan kas maupun laporan laba rugi yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebelum program dilaksanakan, UMKM Depot Aur Bening menghadapi dua permasalahan utama, yaitu keterbatasan pemasaran dan belum optimalnya pengelolaan keuangan usaha. Oleh karena itu, penerapan digital marketing dan sistem informasi akuntansi diperlukan untuk membantu memperluas jangkauan pemasaran sekaligus meningkatkan kualitas pencatatan dan pelaporan keuangan usaha.

Tgl	Keterangan	Masuk	Keluar	Saldo
1/5	Modal awal	2.000.000	-	2.000.000
2/5	Penjualan air galon	550.000	-	1.850.000
3/5	Pembelian galon kosong	-	750.000	1.100.000
4/5	Penjualan air galon	-	50.000	1.050.000
5/5	Beli tutup galon	600.000	-	1.300.000
6/5	Penjualan air galon	-	750.000	2.300.000
7/5	Listrik	-	25.000	2.275.000
8/5	Penjualan air galon	-	25.000	2.250.000
9/5	Pembelian galon kosong	650.000	-	2.495.000
10/5	Penjualan air galon	-	20.000	2.715.000
11/5	Beli plastik + tutup	-	30.000	2.495.000
	<b>Total</b>	<b>3.250.000</b>	<b>1.745.000</b>	<b>2.495.000</b>

LAPORAN KAS	
Saldo awal	2.000.000
Penerimaan (Kas masuk)	
Penjualan air galon	3.250.000
<b>Total Kas masuk</b>	<b>3.250.000</b>
Pengeluaran (Kas keluar)	
Pembelian galon kosong	1.550.000
Beli tutup galon	75.000
Listrik	20.000
Beli plastik + tutup	50.000
<b>Total Kas keluar</b>	<b>1.745.000</b>
Saldo akhir	2.000.000
Saldo awal	2.000.000
+ Total kas masuk	3.250.000
- Total kas keluar	1.745.000
<b>Saldo akhir</b>	<b>3.505.000</b>

**Gambar 5.** Contoh format pencatatan transaksi dan laporan kas sederhana sesudah program

Selain peningkatan jumlah pelanggan, jumlah transaksi juga mengalami peningkatan dari rata-rata 55 transaksi menjadi 100 transaksi per hari atau meningkat sebesar 81,82%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penerapan digital marketing dan sistem informasi akuntansi tidak hanya meningkatkan pemahaman mitra terhadap teknologi digital, tetapi juga menghasilkan dampak nyata terhadap kinerja usaha. Digital marketing berperan dalam mengatasi keterbatasan promosi konvensional melalui perluasan akses informasi kepada pelanggan, sedangkan sistem informasi akuntansi membantu menyelesaikan permasalahan pencatatan keuangan yang sebelumnya belum terstruktur. Dengan demikian, kedua program tersebut berkontribusi dalam meningkatkan efektivitas pemasaran, kualitas pengelolaan keuangan, dan kinerja usaha UMKM Depot Aur Bening secara keseluruhan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada UMKM Depot Aur Bening berhasil mengimplementasikan digital marketing dan sistem informasi akuntansi sesuai dengan kebutuhan usaha mitra. Program menghasilkan beberapa luaran nyata berupa akun WhatsApp Business, katalog produk digital, format pencatatan transaksi harian menggunakan Microsoft Excel, serta laporan kas sederhana. Implementasi digital marketing memberikan dampak terhadap peningkatan jumlah pelanggan dari rata-rata 55 pelanggan per hari menjadi 100 pelanggan per hari atau meningkat sebesar 81,82%. Jumlah transaksi juga mengalami peningkatan dari 55 transaksi menjadi 100 transaksi per hari. Selain itu, penerapan sistem informasi akuntansi membantu mitra melakukan pencatatan transaksi dan penyusunan laporan keuangan secara lebih terstruktur sehingga informasi keuangan usaha menjadi lebih mudah dipantau dan digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Dengan demikian, tujuan kegiatan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran, memperbaiki pengelolaan keuangan, serta mendukung peningkatan kinerja usaha UMKM Depot Aur Bening telah tercapai.

Saran yang dapat diberikan adalah agar UMKM Depot Aur Bening secara konsisten memanfaatkan WhatsApp Business sebagai media promosi dan komunikasi dengan pelanggan melalui penyusunan kalender konten promosi secara berkala. Selain itu, diperlukan pendampingan lanjutan dalam melakukan evaluasi penjualan, pengembangan strategi pemasaran digital, serta penyusunan laporan keuangan yang lebih lengkap seperti laporan laba rugi sederhana dan laporan arus kas. Langkah tersebut diharapkan dapat membantu UMKM meningkatkan kualitas pengelolaan usaha dan menjaga keberlanjutan perkembangan bisnis di masa mendatang.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada Universitas Mahaputra Muhammad Yamin atas dukungan yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Terima kasih juga disampaikan kepada UMKM Depot Aur Bening atas kerja sama, partisipasi, dan kesediaannya sebagai mitra dalam kegiatan ini. Semoga hasil kegiatan yang telah dilaksanakan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan usaha dan peningkatan kinerja UMKM secara berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah Muhammad, & Nauli Pigo. (2026). Pengaruh Aplikasi Sistem Informasi Akuntansi, E-commerce dan Digital Marketing terhadap Profitabilitas UMKM di Kota Bandar Lampung. *AKUNTANSI 45*, 7(1), 655–664. <https://doi.org/10.30640/akuntansi45.v7i1.6355>
- Arventyani, R., & Ismunawan. (2024). Pengaruh Modal, Laporan Keuangan, Pemanfaatan Informasi Terhadap Kinerja Umkm Di Beteng Trade Center ( Btc ) Solo. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi Vol.1, No.3, 1(3)*, 612–624.
- Astuti, R., Rochim, S. A., Putri, S. S. D., Habibi, M. I., Khoirunnisa, H., Nurfitriya, T., Anggaradinar, L. A., Janah, B. D. A. M., Syamsu, G. R. A. A., Rizki, M. F., Nurdiana, N. E., & 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. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i8.3178>
- Aulia, G. S., & Trisnarningsih, S. (2025). Kajian Literatur: Sistem Informasi Akuntansi Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Usahapo. *Proceedings National Conference Sinesia*, 1(1), 1–18.

- <https://doi.org/10.69836/ncrcs-sinesia.v1i1.72>
- Berliana, S. M. (2026). Peran sistem informasi Akuntansi Berbasis Digital dalam Meningkatkan Kinerja Keuangan serta Kebergantungan Usaha Mikro. *Jurnal Pajak & Bisnis*, 13(1), 104–116. <https://www.preventionweb.net/news/preliminary-report-february-6-2023-earthquakes-turkiye>
- Dewi, D. A. S. L., & Damayanthi, I. G. A. E. (2023). Penggunaan E-Commerce, Sistem Informasi Akuntansi, Budaya Organisasi, dan Kinerja UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 33(7). <https://doi.org/10.24843/EJA.2023.v33.i07.p05>
- Dewi, G. A., Agung, A., Intan, A., Diah, P., & Sanjiwani, A. (2022). *Digitalisasi Sistem Informasi Akuntansi Pada Kinerja Dan Keberlanjutan Umkm Di Indonesia*.
- El Ghifari, L. F., & Moh. Supendi. (2024). Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Waken Cafe. *Jurnal Niara*, 16(3), 504–512. <https://doi.org/10.31849/niara.v16i3.15295>
- Failany, M. A., Muzakki, K., Fahriani, D., & Wicaksono, A. (2025). *Optimalisasi Sistem Informasi Akuntansi Dan Digital Marketing Pendahuluan*. 8(2), 86–98.
- Farida, I., & Ramahdani, A. (2023). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Akuntansi Berbasis Digital*.
- Indriyani, D., Gunawan Aji, Amalia Karimah, Pipit Fitriani, & Isna Amaliya. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran, Kompetensi SDM, Pengelolaan Keuangan dan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 184–193. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v2i2.1551>
- Maulidina, C. M., & Nafiati, L. (2024). Penerapan sistem informasi akuntansi, digital marketing dan e-commerce untuk meningkatkan literasi digitalisasi dan kinerja UMKM. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(1), 187–199. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i1.21506>
- Mazelfi, I., & T, I. K. (2026). *Trend Penelitian Sistem Informasi Akuntansi Pada Umkm: Sebuah Systematic Literature Review*.
- Nita Merlina, Lia Mazia, Ida Zuniarti, Irhenda Zuniar Fakhira, & Jonatan Antonius Hutagalung. (2023). Pendampingan Penerapan Digital Marketing untuk Meningkatkan Kinerja UMKM di Era Digital. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 71–76. <https://doi.org/10.35134/jmi.v30i2.159>
- Nurmansyah, A. A. H., Yulianti, E., Kurniawan, A., Evangelista, L., & Sigarlaki, F. F. (2022). Penerapan Pemasaran Berbasis Digital Pada UMKK di Kecamatan Batujajar, Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 3(1), 48–54. <https://doi.org/10.54783/jazvgz62>
- Putri, A., & Indah, S. (2025). Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Dan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jurnal Masyarakat Mandiri*.
- Putri, N. A., Widyastuti, T., Maidani, M., & Nilasari, P. (2024). Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Umkm Di Kecamatan Tambun Selatan. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(2), 720–739. <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i2.2323>
- Saraswati, E., Kristianto, G. B., & Yulianti, L. (2023). Sistem Informasi Akuntansi Menjadi Elemen Penting dalam Peningkatan Kinerja UMKM. *Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.31294/abdiekbis.v3i1.1667>
- Septiawati, R., Sujaya, F. A., Dewi, F. A., & Ariyani, R. M. (2022). Analisis Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dan Strategi E-Marketing Pada Umkm Saat Pandemi Covid-19 New Normal Di Karawang Jawa Barat (Studi Kasus Pada Beras Puri Karawang). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(1), 102–110. <https://doi.org/10.31846/jae.v10i1.445>
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109–118. <https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1592>
- Sulistiyono, M., Bernadhed, B., & Sutarni, S. (2024). Pelatihan Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi Dan Digital Marketing Pada Usaha Bumbu Masakan Nurisfood. *Jurnal Abdi Insani*, 11(4), 1531–1538. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i4.1880>