



Peningkatan Manajemen Usaha Kreatif melalui Pendampingan Pembukuan Akuntansi Berbasis SMART dan Digital Marketing

Saepul Anwar¹, Erny Amriani Asmin², Ilman Khairi³, Siti Marsinah¹, Indira Cahya¹, Riva Aryani Putri²

¹Program Studi Akuntansi, Universitas Djuanda, Indonesia

²Program Studi Manajemen, Universitas Djuanda, Indonesia

³Program Studi Hukum, Universitas Djuanda, Indonesia

ARTICLE INFO

Volume 12 Issue 1 (April 2026) e-ISSN 2550-1143 doi: 10.30997/gh.v12i1.22313	Corresponding Author: Saepul Anwar Saeful.anwar@unida.ac.id	Article history: Received: 11-30-2025 Accepted: 03-10-2026 Available online: 04-02-2026
---	--	---

How to Cite:

Anwar, S., Asmin, E. A., Khairi, I., Marsinah, S., Cahya, I., & Putri, R. A. (2025). Peningkatan Manajemen Usaha Kreatif melalui Pendampingan Pembukuan Akuntansi Berbasis SMART dan Digital Marketing. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 12(1), 154-168. <https://doi.org/10.30997/gh.v12i1.22313>

ABSTRACT

Creative business is one of the sub-sectors of the national economic business, the facts in the field can be seen that there are still many creative business actors experiencing challenges in terms of business management governance including financial management and market reach. The purpose of this community service activity is to be able to improve the quality of creative business management through mentoring of SMART-based accounting bookkeeping systems (Systematic, Measurable, Accurate, and Transparent) and also Optimizing Digital Marketing strategies. The community service method carried out in this activity is through the Participatory Action Research (PAR) approach which is carried out in stages with a collaborative role with partners. The results of this activity show that the application of accounting bookkeeping with the SMART approach and optimization of digital marketing can increase the capacity of creative business management in partners in decision making and business sustainability, thus the results and implications of this community service prove that the integration of good financial management and effective digital marketing strategies can provide improvements in creative business management carried out by community service partners.

Keywords: Accounting Bookkeeping, Creative Business Management, Digital Marketing.

ABSTRAK

Usaha kreatif merupakan salah satu sub sektor usaha ekonomi nasional, fakta dilapangan dapat diketahui bahwa masih terdapat banyak pelaku usaha kreatif mengalami tantangan dalam hal tatakelola manajemen usahanya diantaranya yaitu tatakelola keuangan dan jangkauan pasar. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk dapat meningkatkan kualitas manajemen usaha kreatif melalui pendampingan sistem pembukuan akuntansi berbasis SMART (Sistematis, Measurable, Akurat, dan Transparan) dan juga Optimalisasi strategi Digital Marketing. Metode pengabdian yang dilakukan pada kegiatan ini melalui pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang dilakukan secara bertahap dengan peran kolaboratif bersama mitra. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa penerapan pembukuan akuntansi dengan pendekatan SMART dan optimalisasi digital marketing mampu meningkatkan kapasitas manajemen usaha kreatif pada mitra dalam pengambilan keputusan dan keberlangsungan usaha, dengan demikian hasil dan implikasi dari pengabdian ini membuktikan bahwa integrasi manajemen keuangan yang baik dan strategi pemasaran digital yang efektif mampu memberikan peningkatan manajemen usaha kreatif yang dilakukan pada mitra pengabdian.

Kata kunci: digital marketing, manajemen usaha kreatif, pembukuan akuntansi.



Available online at <https://ojs.unida.ac.id/QH/>

Copyright (c) 2026 by Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat



1. Pendahuluan

Salah satu pilar perekonomian negara yang memberikan kontribusi penting terhadap aspek penyediaan lapangan kerja dan pendapatan masyarakat serta nilai tambah bagi produk lokal adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), fenomena saat ini yang terjadi diketahui bahwa sektor ini masih menjadi alternatif dalam menumbuhkan pemberdayaan bagi Masyarakat luas dan mengurangi tingkat kemiskinan. Dengan demikian sudah seharusnya terdapat langkah solutif dan perhatian agar sektor ini dapat terus berjalan dan berkesinambungan (Lestari dkk,2023). Data statistic menunjukkan bahwa kontribusi UMKM bagi Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sangat besar sekitar 60 persen dari PDB dan sekitar 99 persen dari jumlah usaha yang ada di Indonesia. Selain itu juga UMKM juga menyumbang sekitar 84 persen dari total tenaga kerja di Indonesia. Implikatif ini menjadi bukti otentik bahwa UMKM memiliki peran penting dalam peningkatan nilai tambah yang diciptakan (Rahmadani dkk, 2023).

Diantara subsektor UMKM yang terus bergerak dan tumbuh bergerak yaitu sektor usaha kreatif (Hasan, 2018) yang memberikan peran atau kontribusi bagi pemerintah (Sukmaningrum, 2017). Terdapat beberapa alasan mengapa ini terjadi diantaranya karena pilar utama dalam mengembangkan sektor ekonomi kreatif akan memberikan dampak positif bagi kehidupan masyarakat khususnya dalam hal pemberdayaan masyarakat secara ekonomi (Wicaksono et al (2012).

Salah satu jenis usaha kreatif yang bergerak di wilayah kota Bogor adalah kampung perca, yang berlokasi dikota Bogor dimana berdasarkan observasi yang dilakukan dapat diketahui bahwa menjadi permasalahan pada mitra saat ini terkait dengan manajemen pengelolaan usaha pada aspek pembukuan keuangan dan kurangnya pemanfaatan digital marketing dalam kegiatan usahanya, berdasarkan latar masalah ini maka tujuan dan arah dari kegiatan ini adalah untuk melakukan pendampingan kepada mitra terkait mekanisme pembukuan keuangan akuntansi pada usaha, kemudian selanjutnya terkait strategi pemasaran melalui optimalisasi digital marketing pada kegiatan usaha. latar masalah sebagaimana telah dijelaskan yang terdapat pada mitra dapat dikelompokkan atau dikategorikan kedalam dua aspek penting yaitu aspek manajemen usaha dengan pengelolaan keuangan masih dilakukan secara konvensional dan sederhana belum sesuai dengan kaidah pembukuan dan juga tidak adanya sentuhan sistem dan digitalisasi keuangan pada proses manajemen usahanya. Aspek lainnya yang menjadi prioritas utama pada mitra adalah aspek pemasaran dimana kondisinya masih dilakukan secara konvensional bersifat door to door atau informasi perorangan, masih sangat minim sentuhan teknologi yang berbasis sistem dan digitalisasi.



Gambar 1 Aspek permasalahan pada objek pengabdian

Berdasarkan permasalahan mitra yang telah diuraikan, maka tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk membantu dalam pengembangan aspek manajemen usaha melalui pendampingan pembukuan keuangan akuntansi dan mekanisme penentuan HPP sehingga sistem pencatatan keuangan dilakukan dengan baik dan harga jual dari setiap produksi hasilnya akurat sehingga akan membantu dalam perencanaan laba usaha. Selain itu tujuan lainnya adalah dengan mengembangkan aspek pemasaran produk kampung perca seperti kerajinan tangan dari limbah kain perca, pakaian pangsi, atribut lainnya yang merupakan olahan modifikasi dari kain perca, sehingga diharapkan jaringan pasar produk kampung perca semakin luas dan semakin banyak orang yang mengenal dan berminat untuk membeli produk hasil kreativitas kampung perca.

Konsep dan implementasi pengabdian ini merupakan konsep tindak lanjut dan pengembangan dari beberapa pengabdian yang dilakukan sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Balqis et al (2025) tentang Optimalisasi Digital Marketing dan Pendampingan Pembukuan Sederhana dalam Pemberdayaan UMKM di Desa Cibalung, Anwar et al (2024) Pendampingan Pembukuan Akuntansi Sederhana dan Optimalisasi Digital Marketing, Kartika et al (2021) Peningkatan Usaha Kreatif dan Pengelolaan Keuangan Berbasis Akuntansi Keluarga di Desa Pabelan Kabupaten Semarang dalam Rangka Peningkatan Ketahanan Ekonomi Keluarga dan Maulana (2025) Penguatan Kapasitas UMKM Dodol Al Arabi Samarinda melalui Digitalisasi Bisnis dan Optimalisasi Manajemen Keuangan. Adapun kebaruan/novelty yang ditawarkan pada kegiatan pengabdian ini adalah konsep sistem pembukuan akuntansi yang pada manajemen usaha kreatif dengan menggunakan pendekatan Sistematis, Measurable, Akurat dan Transparan (SMART) yang dilaksanakan pada entitas usaha kreatif yang berlokasi di Kota Bogor yaitu kampung perca.



2. Metode

2.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian ini dilakukan secara intens pada mitra yaitu Kampung Perca yang bertempat di Jalan Raya Wangun Atas, RT 004/RW 001, Kelurahan. Sindangsari, Kecamatan. Bogor Timur, Kota. Bogor, Jawa Barat 16146 selama rentang waktu bulan September hingga Desember 2025. Komposisi tim pengabdian terdiri dari dosen dan anggota mahasiswa yang terlibat dan membantu selama proses kegiatan pengabdian ini. Adapun tujuan kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi terhadap peningkatan aspek manajemen usaha kreatif khususnya mitra melalui pendampingan pembukuan keuangan akuntansi dan pengembangan aspek pemasaran produk kampung perca dengan harapan segmentasi dan jejaring pasar produk kampung perca semakin luas melalui serangkaian kegiatan yang dilakukan.



Gambar 2 Lokasi objek pengabdian

2.2 Metode yang Digunakan

Metode pelaksanaan pengabdian yang digunakan untuk mengatasi permasalahan dan mencapai tujuan pada mitra yaitu Kampung Perca terkait peningkatan kapasitas pengelolaan keuangan dan pemasaran digital melalui pendampingan akuntansi berbasis SMART dan optimalisasi digitalisasi marketing dilakukan melalui kaidah tahapan pengabdian dengan pendekatan Participatory Action Research (PAR) sebagaimana yang dilakukan oleh (Rosadi et al, 2022), (Saputra & Siahaan,2020) dan (Hasanah, 2023) sebagaimana berikut.

2.2.1 Identifikasi Permasalahan

Langkah awal pada tahapan kegiatan pengabdian ini yaitu dengan melakukan proses identifikasi persoalan yang terdapat pada kondisi mitra, dalam hal ini adalah



Kampung Perca yaitu bagaimana merumuskan poin penting yang bertujuan untuk memberikan peningkatan kapasitas manajemen usaha mitra melalui dua aspek penting yaitu pembukuan keuangan dan pemasaran digital, proses identifikasi masalah ini dilaksanakan melalui serangkaian kegiatan seperti observasi, wawancara mendalam, dan telaah pustaka untuk dapat menangkap secara komperenship situasi atau kondisi secara utuh pada mitra.

2.2.2 Penyusunan Rencana Solusi

Langkah berikutnya yang dilakukan yaitu dengan melakukan penyusunan rencana solusi yang akan ditawarkan pada mitra. Penyusunan Langkah solusi ini harus mengacu dan relevan pada analisis situasi mitra dengan mengakomodir semua keperluan dan solutif dalam menyelesaikan permasalahan mitra sehingga harus mampu meliputi berbagai kegiatan seperti pelatihan, workshop, pendampingan secara teknis dan sebagainya.

2.2.3 Pelaksanaan Program

Proses selanjutnya yaitu dengan melaksanakan kegiatan inti dari pengabdian masyarakat ini berdasarkan pemetaan rencana sebelumnya yang telah tersusun. Pelaksanaan program inti harus mampu melibatkan partisipasi aktif dari mitra dalam semua proses tahapan atau timeline kegiatan pengabdian. Dalam prosesnya tim program pengabdian bekerja sama atau kolaborasi Bersama mitra sasaran dalam hal implementasikan solusi yang telah ditawarkan, sebagai contoh proses pelaksanaan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan terkait pemanfaatan pembukuan keuangan secara digital dan sistem pemasaran dalam upaya memperkuat kapasitas manajemen usaha pada mitra.

2.2.4 Evaluasi Program

Langkah berikutnya yang dilakukan pada kegiatan pengabdian ini yaitu dengan melaksanakan evaluasi atas semua program yang dilakukan, proses evaluasi yang dilakukan ini diantaranya dengan mengukur sejauh mana pencapaian tujuan yang telah ditentukan pada program, menilai sejauh mana langkah solusi yang telah diterapkan, dikaitkan dengan permasalahan serta analisis kendala yang dihadapi dan rumusan rekomendasi program berikutnya.

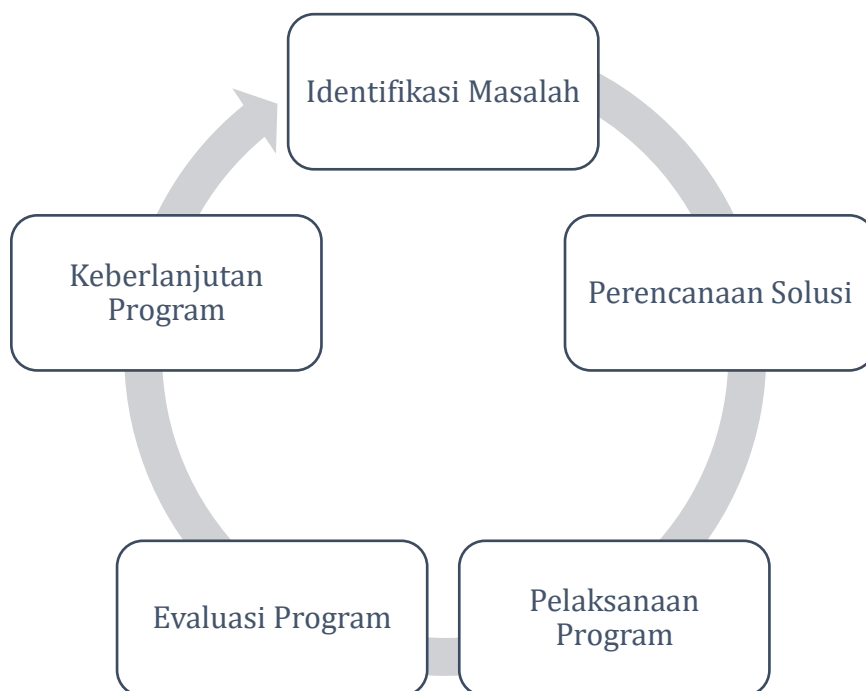
2.2.5 Keberlanjutan Program Pengabdian

Setelah evaluasi dilakukan, langkah terakhir adalah merumuskan strategi keberlanjutan program. Strategi keberlanjutan ini melibatkan upaya untuk mengintegrasikan solusi yang telah diterapkan ke dalam sistem atau kebijakan yang ada, memastikan kelanjutan terkait pelatihan dan pendampingan secara teknis yang telah dilakukan pada mitra, dan mengidentifikasi sumber daya yang dibutuhkan untuk menjaga keberlanjutan program di masa depan. Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program ini sangat penting untuk memastikan keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat. Partisipasi mitra dapat melibatkan mereka dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program. Partisipasi mitra sangat penting



dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat. Mitra, dalam hal ini adalah mitra Kampung Perca diharapkan menjadi bagian aktif dan peserta pelatihan dan pendampingan teknis dalam seluruh tahapan pelaksanaan program.

Melalui serangkaian metodologi sebagaimana telah dijelaskan yang dilakukan secara langsung di lapangan untuk melakukan survei, observasi, diskusi, dan dokumentasi untuk mengetahui masalah yang dihadapi oleh Kampung Perca. Hasil kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat terjadi peningkatan manajemen usaha kreatif pada kampung perca terkait mekanisme pengelolaan keuangan melalui sistem pembukuan akuntansi yang sesuai pada mitra dan juga terlaksana strategi pemasaran dengan pemanfaatan aspek digital marketing yang secara substansial dapat meningkatkan pengembangan manajemen usaha kampung perca secara berkelanjutan.



Gambar 3 Metode pengabdian



2.3 Langkah-Langkah Pengabdian

Berikut ini merupakan tahapan-tahapan pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pada objek mitra sebagaimana terlampir pada Tabel 1

Tabel 1 Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian

No	Kegiatan	Metode	Target Peserta
1	Memberikan wawasan terkait urgensi pembukuan usaha dan penggunaan Digital Marketing bagi manajemen usaha Kreatif	Sosialisasi	Mengetahui dan Memahami tentang Urgensi Pembukuan Akuntansi dan Digital Marketing bagi Manajemen Usaha Kreatif
2	Memberikan Gambaran umum dari sistem Pembukuan Keuangan berbasis pendekatan (SMART) dan Optimalisasi Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran	Pelatihan	Memahami tentang Sistem pembukuan akuntansi dengan pendekatan SMART dan Optimalisasi Digital Marketing
3	Memberikan Pendampingan Secara Teknis terkait Penerapan Sistem Pembukuan Akuntansi dengan pendekatan SMART dan Aplikasi Digital Marketing yang diperlukan pada Mitra	Pendampingan	Memahami dan Dapat Mengaplikasikan tentang Sistem Pembukuan Akuntansi berbasis SMART menggunakan SI-APIK BI dan penggunaan Media Digital Marketing dalam proses pemasaran.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan secara langsung pada satu entitas usaha kreatif yaitu Kampung Perca yang beralamat di Jalan Raya Wangun Atas, RT 004/RW 001, Kelurahan. Sindangsari, Kecamatan. Bogor Timur, Kota. Bogor, Jawa Barat 16146 yang dilakukan dalam rentan waktu selama bulan September sampai dengan bulan Desember 2025, adapun tim pengabdian terdiri dari dosen yang memiliki kompetensi berkaitan dengan objek permasalahan pada kegiatan pengabdian, selain itu juga terdiri dari anggota mahasiswa yang terlibat dan membantu selama proses kegiatan pengabdian ini. Kegiatan pengabdian ini memiliki tujuan untuk dapat membantu dalam pengembangan aspek manajemen usaha kreatif khususnya pada kampung perca ini melalui pendampingan pembukuan keuangan akuntansi dan pengembangan aspek pemasaran produk kampung perca dengan harapan segmentasi dan jejaring pasar produk kampung perca semakin luas dengan tahapan atau Langkah pengabdian sebagai berikut:

3.1.1 Identifikasi Permasalahan

Proses identifikasi permasalahan yang dilakukan oleh tim pengabdian yaitu dengan observasi dan dilakukan wawancara secara mendalam terkait positioning permasalahan yang dialami mitra dan bagaimana Solusi pemecahan masalah yang diharapkan oleh mitra melalui serangkaian pengujian dan analisis oleh tim pengabdian.



Gambar 4 Identifikasi permasalahan pada mitra

3.1.2 Penyusunan Rencana Solusi

Proses penyusunan rencana solusi yang dilaksanakan pada rangkaian kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan mengkaji semua hal akomodasi kebutuhan yang diperlukan mitra dan berkaitan dengan rencana aksi sesuai dengan latar masalah dan pendekatan dalam penyelesaian permasalahan secara teknis.



Gambar 5 Penyusunan rencana solusi

3.1.3 Pelaksanaan Program

Proses pelaksanaan program pengabdian masyarakat mengacu pada rencana yang telah disusun sebelumnya yaitu dengan pelaksanaan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan terkait pembukuan akuntansi berbasis SMART dan optimalisasi pemanfaatan digital marketing yang dilakukan pada rentan waktu bulan Oktober, November dan Desember 2025.



Gambar 6 Pelaksanaan program pengabdian

3.1.4 Evaluasi Pelaksanaan Program

proses evaluasi terhadap pelaksanaan program dilakukan dengan mengukur sejauh mana pencapaian tujuan program kegiatan ini, evaluasi ini merupakan suatu langkah untuk dapat mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan yang dilakukan dengan cara membandingkan kondisi manajemen usaha kreatif pada Kampung Perca sebelum kegiatan pengabdian dan sesudah kegiatan pengabdian sebagaimana disajikan pada tabel 1.

Tabel 2 Aspek keberhasilan kegiatan penguatan manajemen di kampung perca

No	Aspek	Indikator Penilaian	Nilai rata-rata Pre Test	Nilai rata-rata Post Test	Peningkatan (%)
1		Saya memahami pentingnya pencatatan transaksi keuangan dalam usaha saya	3,00	4,23	41
2	Pemahaman dan keterampilan dalam pembukuan akuntansi	Saya telah membuat catatan keuangan secara rutin setiap bulan	3,38	4,46	32
3		Saya mengetahui cara membuat laporan laba rugi sederhana	2,23	4,54	103
4		Saya memisahkan antara uang pribadi dan uang usaha	2,08	4,46	115
5		Saya menggunakan aplikasi atau alat bantu digital untuk pencatatan keuangan	1,92	4,77	148

6		Saya memahami manfaat laporan keuangan untuk mengambil keputusan usaha	1,62	4,31	167
1		Saya mengetahui konsep dasar pemasaran digital	3,00	4,23	41
2		Saya memiliki akun media sosial untuk memasarkan produk saya	3,38	4,46	32
3	Pemahaman dan keterampilan Optimalisasi Digital Marketing	Saya pernah melakukan promosi online melalui media sosial (instagram, whatsapp, facebook, dll)	2,23	4,54	103
4		Saya mampu membuat konten promosi produk secara mandiri	2,08	4,46	115
5		Saya memahami cara menarik perhatian pelanggan melalui desain visual atau caption menarik	1,92	4,77	148
6		Saya mengetahui manfaat analisis data digital (insigh, engagement, reach) untuk pengembangan usaha	1,62	4,31	167

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa hasil pre-test dan post-test yang dilakukan terlihat adanya peningkatan signifikan pada aspek pemahaman dan keterampilan peserta dalam pembukuan akuntansi. Nilai rata-rata pre-test peserta berada pada rentang 1,92 hingga 3,38, sedangkan nilai rata-rata post-test meningkat menjadi 4,21 hingga 4,77. Peningkatan tertinggi terjadi pada indikator “Saya menggunakan aplikasi atau alat bantu digital untuk pencatatan keuangan” dengan kenaikan sebesar 148%, diikuti oleh indikator “Saya memahami manfaat laporan keuangan untuk pengambilan keputusan usaha” yang meningkat sebesar 167%. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang diberikan berhasil meningkatkan kemampuan peserta dalam menggunakan teknologi digital untuk pembukuan usaha mereka. Aspek kedua yang dinilai adalah pemahaman dan keterampilan peserta dalam optimalisasi pemasaran digital. Nilai pre-test peserta rata-rata berada pada kisaran 1,62 hingga 3,38, sedangkan nilai post-test meningkat

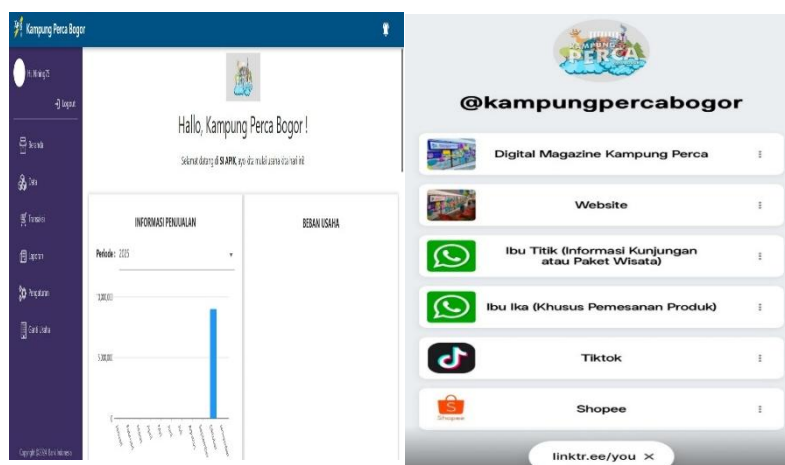
menjadi 4,31 hingga 4,77. Peningkatan tertinggi tercatat pada indikator “Saya mengetahui manfaat analisis data digital (*insight, engagement, reach*) untuk pengembangan usaha” dengan peningkatan 167%, serta “Saya menggunakan media sosial untuk memasarkan produk saya” yang meningkat sebesar 103%, Hal ini menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya pemanfaatan media digital dalam strategi pemasaran dan pengembangan usaha kreatif.

3.1.5 Keberlanjutan Program Pengabdian

Tahap selanjutnya setelah evaluasi pelaksanaan dilakukan adalah dengan merumuskan strategi keberlanjutan program, adapun rencana tindak lanjut dari kegiatan peningkatan manajemen usaha kreatif pada kampung perc aini adalah proses monitoring dan evaluasi secara periodik terhadap implementasi hasil kegiatan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan terutama pada proses pelaksanaan pembukuan akuntansi dengan pendekatan SMART, selain itu juga terkait aspek pemasaran dimana tindak lanjut kegiatan akan difokuskan pada pendampingan strategi promosi secara digital melalui penguatan branding produk melalui media sosial.

3.2. Pembahasan

Manajemen Usaha Kreatif pada kampung perca akan terus didorong untuk selalu aktif mengelola akun media sosial usaha seperti Instagram, tiktok ataupun marketplace. Penguatan kapasitas manajerial pada kampung perca menjadi hal yang strategis dan fundamental sebagai bagian dari upaya dalam upaya peningkatan dan penguatan manajemen melalui serangkaian kegiatan yang dilakukan seperti sosialisasi, pelatihan dan pendampingan yang bertujuan agar manajemen usaha yang dilakukan mampu membuat keputusan usaha secara rasional, dan dapat meningkatkan daya saing maupun keberlanjutan usaha yang dimiliki.



Gambar 7 Peningkatan manajemen usaha kreatif pada mitra

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kampung Perca ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam aspek pemahaman manajemen keuangan dan keterampilan digital peserta. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test,

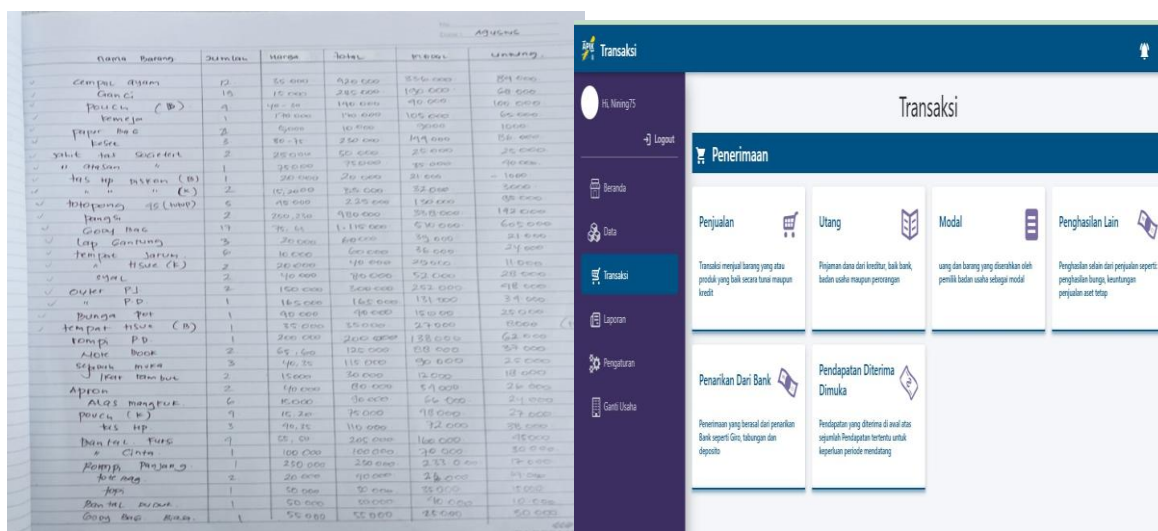


terjadi kenaikan rata-rata nilai sebesar lebih dari 100% pada beberapa indikator, khususnya dalam penggunaan aplikasi pembukuan digital serta pemanfaatan media sosial untuk promosi produk. Temuan ini menunjukkan bahwa model pelatihan berbasis praktik dan pendampingan langsung memberikan hasil yang efektif terhadap peningkatan kapasitas manajerial pelaku usaha khususnya pada kampung Perca. Analisis penerapan hasil pengabdian menunjukkan bahwa pendampingan Pembukuan Akuntansi Berbasis SMART memberikan kebermanfaatan yang signifikan dalam meningkatkan level keberdayaan mitra pada aspek manajemen usaha. Melalui pendampingan pembukuan akuntansi berbasis SMART indicator keberhasilan yang diperoleh mitra melalui pemahaman dan keterampilan dalam melakukan pencatatan keuangan secara sistematis, teratur, dan berkelanjutan. Mitra yang sebelumnya belum memiliki pembukuan yang tertib kini mampu mencatat transaksi keuangan, menghitung harga pokok produksi, serta menyusun laporan keuangan sederhana secara mandiri. Adapun dampak Peningkatan kapasitas manajerial ini berimplikasi pada peningkatan kemampuan mitra dalam mengelola arus kas, mengendalikan biaya usaha, serta melakukan perencanaan dan pengambilan keputusan berbasis data keuangan. Selain itu, mitra menjadi lebih disiplin, transparan, dan akuntabel dalam pengelolaan usaha, sehingga mendorong profesionalisme dan keberlanjutan bisnis. Dengan demikian melalui pendampingan pembukuan akuntansi keuangan dengan basis SMART ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga berperan dalam pengambilan Keputusan yang bertujuan dalam memperkuat kemandirian dan daya saing mitra pada aspek manajemen usaha.

Analisis Keberhasilan Program Pendampingan Pembukuan Akuntansi Berbasis SMART pada Mitra

Sebelum

Sesudah



Gambar 8 Analisis peningkatan dan dampak program pada Mitra

Program lainnya yang dilakukan pada kegiatan pengabdian ini adalah terkait meningkatkan level keberdayaan mitra pada aspek pemasaran melalui penerapan strategi digital marketing yang terarah dan berkelanjutan. Melalui pelatihan dan



pendampingan ini indikator keberhasilan yang diperoleh pada mitra yaitu pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan penjualan produk secara lebih luas dan efektif, mitra didorong untuk mampu mengelola media sosial, menyusun konten promosi yang menarik dan informatif, serta memanfaatkan marketplace sebagai saluran pemasaran digital. Peningkatan kemampuan ini memberikan implikasi terhadap keberlanjutan usaha yaitu dengan memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan membangun citra merek yang lebih profesional. Selain itu, mitra menjadi lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan perilaku konsumen di era digital. Dengan optimalisasi pemasaran digital, mitra tidak lagi bergantung pada pemasaran konvensional, melainkan mampu mengembangkan strategi pemasaran yang lebih inovatif dan kompetitif. Hal ini berdampak pada meningkatnya peluang penjualan dan keberlanjutan usaha, sehingga memperkuat kemandirian dan daya saing mitra pada aspek pemasaran.

Analisis Keberhasilan Program Pendampingan Digital Marketing pada Mitra Sebelum Sesudah



Gambar 9 Analisis peningkatan dan dampak program pada Mitra

Hasil dan output dari kegiatan pengabdian ini relevan dengan beberapa hasil kegiatan pengabdian sebelumnya yang dilaksanakan seperti (Harisudin et al, 2025), (Hasan, 2018), (Sasongko et al, 2025) dan (Ubaidillah, 2021). Secara keseluruhan, hasil konklusi dari pengabdian ini memperlihatkan adanya penguatan manajemen di Kampung Perca dapat dijadikan sebagai model keberhasilan bagi program pengabdian berikutnya, khususnya dalam konteks pemberdayaan UMKM kreatif melalui integrasi pembukuan digital dan pemasaran berbasis teknologi.



4. Kesimpulan

Kesimpulan kegiatan pengabdian yang dilakukan pada Mitra Kampung Perca melalui rangkaian metode dan Langkah kegiatan yang dilakukan seperti sosialisasi, pelatihan dan pendampingan menghasilkan terjadi peningkatan manajemen usaha kreatif pada mitra pengabdian khususnya dalam hal pembukuan sistem akuntansi berbasis SMART dan optimalisasi Digital Marketing melalui indikator utama keberhasilan dengan tersedianya sistem pembukuan keuangan berbasis sistem serta peningkatan kapasitas dalam mengelolanya, selain itu peningkatan kapasitas dalam manajemen pemasaran berbasis digital yang mampu memberikan dampak positif bagi Kampung Perca dalam hal peningkatan manajemen usaha yang berperan dalam upaya berdaya saing dan berkelanjutan. Pelaksanaan program pengabdian ini memberikan dampak dan kontribusi nyata bagi peningkatan kapasitas dan produktivitas pada mitra Kampung Perca. Kebermanfaatan program ini terlihat dari peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra dalam mengelola pembukuan usaha melalui aplikasi berbasis SMART dan SIAPIK dan optimalisasi manajemen pemasaran dengan digital marketing. Mitra yang sebelumnya hanya melakukan pencatatan keuangan dan proses pemasaran secara sederhana dan manual kini mampu menyusun laporan keuangan yang lebih rapi, akurat dengan menggunakan sistem dan optimalisasi pemasaran dengan pemanfaatan media digital yang berperan dan membantu dalam pengambilan keputusan dan keberlanjutan usaha.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia atas dukungan pendanaan melalui Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat tahun 2025 (No kontrak Induk 336/C3/DT.05.00/PM-Batch III/2025), Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Djuanda serta mitra pengabdian Kampung Perca yang telah berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan pengabdian ini. Dukungan dan kerja sama dari berbagai pihak telah berkontribusi besar terhadap keberhasilan pelaksanaan kegiatan Penguatan Manajemen Usaha Kreatif melalui Pendampingan Pembukuan Akuntansi Berbasis SMART dan Optimalisasi Pemasaran Digital di Kampung Perca.

Daftar Pustaka

- Anwar, S., Mubarakah, S. L., Purwaningtyas, R., & Weli, F. (2024). Pemberdayaan UMKM: Pendampingan Pembukuan Akuntansi Sederhana dan Optimalisasi Digital Marketing. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(3), 319-327.
- Balgis, L. F., Agustin, N., & Ari, S. I. I. I. (2025). Optimalisasi Digital Marketing dan Pendampingan Pembukuan Sederhana dalam Pemberdayaan UMKM di Desa Cibalung. *Civic Synergy*, 1(1), 17-27.



- Harisudin, M., Riptanti, E. W., Khomah, I., & Qonita, R. R. A. (2025). Penguatan Manajemen Usaha pada UMKM Gethuk Bu Sri: Strengthening Business Management at Gethuk Bu Sri MSMEs. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(9), 1090-1102.
- Hasan, M. (2018). Pembinaan ekonomi kreatif dalam perspektif pendidikan ekonomi. *Jurnal ekonomi dan Pendidikan*, 1(1), 81-86.
- Hasanah, N., & Monica, A. V. (2023). Pengabdian Kepada Masyarakat: Pemilihan Pendekatan, Strategi, Model dan Metode Pembelajaran pada Penelitian Tindakan Kelas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 3(1), 45-53.
- Kartika, I., Sulistyowati, S., Wahyundaru, S. D., & Rahman, A. A. (2021). Peningkatan Usaha Kreatif dan Pengelolaan Keuangan Berbasis Akuntansi Keluarga di Desa Pabelan Kabupaten Semarang dalam Rangka Peningkatan Ketahanan Ekonomi Keluarga. *Indonesian Journal of Community Services*, 3(2), 135.
- Maulana, I., Rahmatullah, D., Norsita, M., Daffaa, A., & Monashafa, S. (2025). Penguatan Kapasitas UMKM Dodol Al Arabi Samarinda melalui Digitalisasi Bisnis dan Optimalisasi Manajemen Keuangan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 283-292.
- Rosadi, A., Nur, R. A., Ridwan, D., & Apriandinata, I. (2022). Pelatihan penulisan dan publikasi artikel pengabdian kepada masyarakat pada mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(1), 125-130.
- Saputra, F. I., & Siahaan, K. (2020). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Manajemen Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Pada (LPPM) Universitas Jambi. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 5(2), 248-260.
- Sasongko, H. W., Purnama, I. A., Reski, I. A., Riyanti, R., Rabihati, E., Setiawan, R., ... & Angin, I. K. P. (2025). Pelatihan Konsep Building Information Modelling (BIM) melalui Aplikasi AutoCAD dan SketchUp bagi Siswa Kompetensi Keahlian DPIB SMKN 8 Pontianak: The Training of Building Information Modeling (BIM) Concept through AutoCAD and SketchUp Applications for DPIB Expertise Competency Students of SMKN 8 Pontianak. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(9), 1062-1068.
- Sukmaningrum, A. (2017). Memanfaatkan usia produktif dengan usaha kreatif industri pembuatan kaos pada remaja di Gresik. *Paradigma*, 5(3).
- Ubaidillah, M. F. (2021). Peluang Membangun Potensi Usaha Kreatif, Inovatif dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(02), 227-239.
- Wicaksono, G., & Nuvriasari, A. (2012). Meningkatkan kinerja umkm industri kreatif melalui pengembangan kewirausahaan dan orientasi pasar: Kajian pada peran serta wirausaha wanita di kecamatan moyudan, kabupaten sleman, propinsi diy. *Jurnal SosioHumaniora*, 3(4).