

## Pemberdayaan UMKM Batik Giripurwo melalui Pelatihan Pengelolaan Keuangan Usaha dan Digital Marketing

Zulfatun Ruscitasari<sup>\*1</sup>, Fahmaninda Listiyani<sup>2</sup>, Irwan Novianto<sup>3</sup>, Septian Rico  
Hernawan<sup>4</sup>, Nafiatul Umami<sup>5</sup>, Amelia Cahya Ramadhani<sup>6</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Akuntansi, Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta

<sup>3</sup> Program Studi Teknik Elektro, Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta

<sup>4</sup> Program Studi Teknik Komputer, Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta

\*e-mail: zzulfatunr@unu-jogja.ac.id<sup>1</sup>, fahmaninda.listiyani@unu-jogja.ac.id<sup>2</sup>, irwannovianto@unu-jogja.ac.id<sup>3</sup>, rico@unu-jogja.ac.id<sup>4</sup>, nafiatul.umami@ugm.ac.id<sup>5</sup>, 234442020@student.unu-jogja.ac.id<sup>6</sup>

### Abstrak

*Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memperkuat kapasitas pelaku UMKM Batik Giripurwo di Desa Giripurwo, Kabupaten Gunungkidul, melalui pengelolaan keuangan usaha dan optimalisasi pemasaran digital. Kegiatan dilaksanakan pada Agustus–Desember 2025 dengan pendekatan partisipatif dan edukatif yang menempatkan mitra sebagai subjek aktif dalam proses pembelajaran. Metode yang digunakan meliputi penyampaian materi, pengisian angket untuk memetakan kondisi awal, diskusi interaktif, pengecekan kas usaha, serta pembahasan permasalahan yang dihadapi mitra. Materi pelatihan mencakup pengelolaan keuangan usaha, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, penyusunan buku kas, perhitungan harga pokok produksi (HPP), serta pemasaran digital melalui media sosial dan platform daring. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra dalam pengelolaan keuangan yang lebih tertib dan akuntabel, termasuk kemampuan menyusun pencatatan keuangan sederhana dan memahami HPP sebagai dasar penetapan harga jual. Selain itu, mitra memperoleh pemahaman mengenai pemanfaatan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya tata kelola keuangan dan teknologi digital guna mendukung keberlanjutan serta daya saing usaha..*

**Kata Kunci:** UMKM, Pengelolaan Keuangan, Profitabilitas, Digital Marketing, Pencatatan Keuangan

### Abstract

*This community service program aimed to strengthen the capacity of Batik Giripurwo MSME actors in Giripurwo Village, Gunungkidul Regency, through business financial management and digital marketing optimization. The program was conducted from August to December 2025 using a participatory and educational approach that positioned participants as active subjects in the learning process. The methods included training sessions, questionnaires to identify initial conditions, interactive discussions, business cash reviews, and problem-solving activities addressing participants' challenges. The training covered business financial management, separation of personal and business finances, cash book preparation, calculation of the Cost of Goods Manufactured (COGM), and digital marketing through social media and online platforms. The results showed improved participants' understanding and skills in managing finances in a more systematic and accountable manner, including maintaining simple financial records and applying COGM calculations as a basis for pricing decisions. Participants also gained knowledge of digital marketing to expand market reach. The program positively enhanced MSME actors' awareness of the importance of financial governance and digital technology in supporting business sustainability and competitiveness.*

**Keywords:** MSMEs, Financial Management, Profitability, Digital Marketing, Financial Record-Keeping.

## 1. PENDAHULUAN

UMKM batik merupakan salah satu sektor ekonomi kreatif yang memainkan peran penting dalam pemberdayaan masyarakat di daerah perdesaan. Batik juga telah diakui oleh UNESCO sebagai warisan budaya dunia yang sebagian besar diproduksi oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dan tersebar di berbagai daerah. Pemberdayaan masyarakat melalui penguatan aspek keuangan serta pemasaran telah terbukti meningkatkan kemandirian dan keberlanjutan usaha masyarakat (Ruscitasari, Z., Nurcahyanti, F. W., & Nasrulloh, 2022b). Hal ini relevan dengan kondisi UMKM batik di Desa Giripurwo, Kecamatan Panggang, Kabupaten Gunungkidul, di mana mayoritas pengrajin adalah anggota PKK.

Batik Giripurwo memiliki nilai budaya yang khas, tetapi belum memaksimalkan pengembangannya sebagai sumber pendapatan masyarakat. Sejauh ini, pemasaran Batik Giripurwo terbatas pada wilayah lokal, sementara catatan keuangan bisnis sering diabaikan. Kondisi ini melemahkan posisi tawar UMKM dalam menghadapi persaingan pasar modern. Praktik manajemen keuangan yang tidak terstruktur merupakan penyebab rendahnya keberlanjutan UMKM di Bantul, Yogyakarta (Ruscitasari, Z., Nurcahyanti, F. W., & Nasrulloh, 2022a).

Masalah literasi keuangan sering kali menjadi hambatan utama dalam keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Berdasarkan hasil wawancara awal dengan Pemerintah Desa Giripurwo, banyak UMKM yang masih bergantung pada perkiraan kasar tanpa mencatat kas dengan jelas. Kondisi ini menyebabkan pelaku UMKM tidak dapat mengukur dengan tepat tingkat untung atau rugi yang mereka alami. Praktik keuangan yang tidak teratur adalah faktor utama rendahnya keberlanjutan UMKM di Bantul (Ruscitasari, Z., Nurcahyanti, F. W., & Nasrulloh, 2022a). Masalah ini juga diperkuat oleh temuan di Pekalongan, yang menyebutkan bahwa kurangnya perhitungan sistematis untuk biaya barang yang dijual (HPP) membuat produsen batik rentan menetapkan harga jual yang tidak sesuai dengan biaya produksi yang sebenarnya (Komala, D., & Novitasari, 2023).

Selain literasi keuangan, aspek pemasaran juga menjadi tantangan yang tidak kalah penting. Selama ini, sebagian besar UMKM batik masih mengandalkan penjualan langsung melalui relasi lokal, pameran daerah, atau pembeli yang datang ke lokasi produksi. Padahal, perkembangan teknologi digital membuka peluang pasar yang jauh lebih luas. Pelatihan pemasaran digital meningkatkan omzet UMKM melalui strategi konten kreatif dan pemanfaatan media sosial (Fadila, N., Sholihah, A., & Nugraheni, 2021). Hal ini juga diperkuat oleh kegiatan pengabdian yang menunjukkan bahwa optimalisasi Facebook dan WhatsApp mampu meningkatkan pemahaman pelaku usaha dalam memasarkan produk secara digital (Nikmah, A. N., Marlina, Ulfa, K., Fikri, K., & Abadi, 2023) (Gellysa Urva, Pratiwi and Oemara Syarief, 2022). Poin serupa juga diungkapkan dalam sebuah studi tentang UMKM batik di Probolinggo, di mana penerapan strategi pemasaran digital mampu meningkatkan kesadaran merek hingga 60% hanya dalam waktu enam bulan (Dhany, F., Utami, R., & Suryani, L 2024). Selain itu, ada studi yang mengungkapkan bahwa UMKM yang aktif mempromosikan secara digital terbukti pulih dari dampak pandemi lebih cepat dibandingkan dengan yang terus bergantung pada pemasaran konvensional (Jumardi, A., Rahman, H., & Lestari, 2024). Oleh karena itu, pemasaran digital dapat dipahami sebagai salah satu instrumen kunci dalam menjaga keberlanjutan bisnis batik di era global.

Realitas di Desa Giripurwo, Kecamatan Panggang, Kabupaten Gunungkidul, menunjukkan masalah serupa dengan berbagai temuan saat observasi awal. UMKM Batik Giripurwo, yang dikelola oleh kelompok, memiliki potensi besar, tetapi masih terhambat oleh rendahnya literasi keuangan dan promosi digital yang minimal.

Observasi awal oleh tim pengabdian menemukan bahwa sebagian besar pengusaha batik tidak memiliki buku kas usaha, sekitar 70% responden mencampurkan uang pribadi dengan uang usaha. Selain itu, sekitar 85% pengusaha tidak pernah menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP) secara detail, dan penetapan harga masih dilakukan berdasarkan perkiraan. Di sisi lain, lebih dari 80% Anggota Kelompok Batik Giripurwo belum menggunakan media sosial atau pasar elektronik sebagai alat promosi dengan optimal yang mengakibatkan pemasaran batik terbatas pada lingkup desa. Kondisi ini menegaskan bahwa tanpa intervensi seperti pelatihan dan pendampingan, UMKM batik di Giripurwo berisiko tertinggal dalam persaingan pasar.

Dengan melihat kondisi ini, Tim PKM UNU Yogyakarta menyelenggarakan kegiatan pelatihan pada bulan Agustus 2025, di Desa Giripurwo. Program ini dirancang untuk memberikan pelatihan praktis dalam pengelolaan keuangan bisnis dan pemasaran digital. Materi yang dibahas meliputi pemisahan kas pribadi dan bisnis, pembuatan buku kas masuk dan keluar, perhitungan HPP berbasis biaya sederhana untuk batik, dan strategi pemasaran digital melalui media sosial. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kapasitas UMKM Batik Giripurwo dalam mengelola keuangan bisnis secara lebih teratur, membantu mereka dalam menentukan harga jual yang tepat, dan mendorong mereka untuk memanfaatkan platform digital sebagai sarana promosi yang efektif.

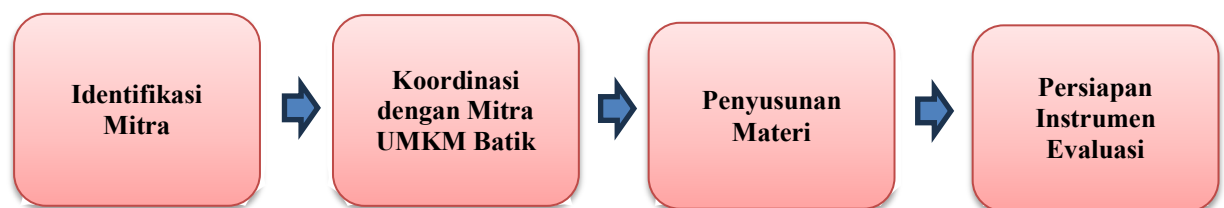
Urgensi dari kegiatan ini terletak pada fakta bahwa UMKM Batik Giripurwo masih beroperasi dalam sistem yang belum terdigitalisasi, sehingga mereka membutuhkan penguatan segera agar dapat bertransformasi menjadi bisnis yang lebih modern, efisien, dan kompetitif. Pendekatan integratif yang menggabungkan literasi keuangan dan pemasaran digital menambah nilai pada kegiatan ini, karena kedua aspek ini biasanya diberikan secara terpisah. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya bersifat edukatif tetapi juga aplikatif, karena peserta terlibat langsung dalam praktik pencatatan kas, menghitung biaya barang yang terjual, dan mendiskusikan strategi promosi berbasis digital.

## **2. METODE**

Secara teknis, pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan pendekatan praktis berbasis studi kasus nyata pelaku UMKM Batik Giripurwo. Lokasi kegiatan berada di Rumah Kelompok Batik Giripurwo, Gunung Kidul. Kegiatan pelatihan dan pendampingan dilakukan sejak bulan Agustus sampai Desember 2025. Kegiatan PKM ini berfokus pada penyelesaian permasalahan pengelolaan keuangan dan manajemen pemasaran. Berikut tahapan dalam kegiatan PKM:

### **1. Tahap Perencanaan**

Tahap perencanaan dilakukan melalui beberapa kegiatan sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.



**Gambar 1. Tahap Perencanaan**

Berdasarkan Gambar 1, tahap perencanaan diawali dengan identifikasi mitra, koordinasi dengan mitra, persiapan materi, dan persiapan instrumen evaluasi.

- **Identifikasi Mitra**

Tim melakukan survei awal di Desa Giripurwo untuk mengamati langsung dan juga memetakan potensi UMKM batik. Selain itu tim juga mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh Kelompok UMKM Batik Giripurwo dan menemukan permasalahan diantaranya : tidak ada pencatatan kas usaha dengan baik, penetapan harga jual tanpa ada dasar perhitungan HPP, serta minimnya pemanfaatan digital. Survei ini dilaksanakan dengan wawancara informal kepada ketua PKK sebagai representasi kondisi lapangan.

- **Koordinasi dengan Mitra**

Diskusi dengan ketua UMKM Batik Giripurwo mengenai jadwal pelatihan, kebutuhan peserta, dan fokus pada materi pelatihan yang paling mendesak.

- **Persiapan Materi**

Tim mempersiapkan materi pelatihan termasuk:

- Manajemen keuangan sederhana untuk UMKM.
- Pemisahan kas pribadi dan bisnis.
- Format untuk pencatatan kas masuk dan keluar.
- Perhitungan Biaya Produksi (HPP).
- Persiapan Instrumen Evaluasi

Kuesioner dibuat untuk memetakan kondisi awal literasi keuangan dan pemanfaatan pemasaran digital oleh peserta.

## 2. Tahap Pelaksanaan

### Sosialisasi Awal

Kegiatan dimulai dengan sesi sosialisasi yang disampaikan oleh Ibu Dr. Fahmaninda Listiyani, B.Ecs (Hons), MPE. Peserta diperkenalkan pada konsep dasar manajemen keuangan sederhana untuk UMKM batik. Penekanan diberikan pada pentingnya memisahkan uang pribadi dari uang bisnis, yang sering kali teraduk dalam pengelolaan usaha kecil. Pemisahan ini dianggap krusial agar anggota PKK dapat menilai kondisi keuangan usaha dengan lebih jelas dan menghindari kerugian yang tidak terlihat. Sosialisasi ini berfungsi sebagai pengantar, meningkatkan kesadaran peserta akan pentingnya pencatatan keuangan dalam bisnis batik.

### Pemaparan Materi Manajemen Keuangan

Setelah sosialisasi singkat, dilanjutkan dengan presentasi materi inti, termasuk:

- a. **Pencatatan Keuangan Sederhana:** diperkenalkan format Buku Kas Masuk dan Kas Keluar. Peserta diberikan gambaran tentang bagaimana setiap transaksi dapat dicatat sesuai dengan tanggal, jumlah, dan keterangannya.
- b. **Pencatatan Utang dan Piutang:** menjelaskan pentingnya mendokumentasikan utang dan piutang untuk menghindari kebingungan di antara anggota atau dengan pihak luar.
- c. **Perhitungan HPP (Harga Pokok Produksi):** simulasi sederhana ditunjukkan untuk menghitung biaya batik, termasuk bahan baku, tenaga kerja, dan overhead. Contoh nyata menunjukkan bahwa biaya produksi satu kain batik mencapai Rp 687.200.
- d. **Pemasaran Digital:** peserta diperkenalkan pada konsep pemasaran digital, terutama penggunaan instagram, marketplace, dan Tokopedia untuk memasarkan batik. Materi mencakup cara membuat akun, mengambil foto produk sederhana, dan menulis deskripsi produk yang menarik.

Pada tahap ini, peserta hanya menerima dan mendengarkan tanpa praktik langsung. Penekanan diberikan pada pemahaman konsep dasar terlebih dahulu agar peserta siap untuk praktik di pertemuan selanjutnya.



**Gambar 2. Materi Digital Marketing**

Gambar 2 menunjukkan kegiatan penyampaian materi digital marketing kepada anggota Kelompok UMKM Batik Giripurwo. Peserta memperoleh pemahaman mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produk. Selain itu, peserta juga dikenalkan pada pembuatan konten dan publikasi produk melalui platform digital. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan jangkauan pemasaran produk batik. Dilanjutkan dengan kegiatan penyampaian materi manajemen keuangan kepada anggota Kelompok UMKM Batik Giripurwo. Materi yang diberikan meliputi pencatatan keuangan sederhana, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta perhitungan HPP. Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya pengelolaan keuangan yang tertib dan akuntabel. Kegiatan ini diharapkan dapat mendukung keberlanjutan usaha yang dijalankan peserta.

#### Pengisian Angket Kondisi Awal

Untuk memetakan kondisi awal peserta, tim mendistribusikan angket sebelum pelaksanaan kegiatan (pre-test). Hasil angket menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih menghadapi kendala dalam pengelolaan keuangan usaha dan pemanfaatan pemasaran digital. Setelah pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, dilakukan evaluasi (post-test) untuk mengetahui perubahan pemahaman peserta. Hasil perbandingan kondisi awal dan kondisi setelah kegiatan disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Hasil Pre-test dan Post-test Peserta**

| <b>Indikator</b>                       | <b>Kondisi Awal (Pre-test)</b>                            | <b>Kondisi Setelah Kegiatan (Post-test)</b>                                       |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| Kepemilikan buku kas usaha             | 70% peserta belum memiliki buku kas usaha                 | 30% peserta sudah memiliki buku kas usaha                                         |
| Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) | 85% peserta belum pernah menghitung HPP                   | 45% peserta telah memahami komponen HPP dan mampu melakukan perhitungan sederhana |
| Pemanfaatan media sosial untuk promosi | 80% peserta belum memanfaatkan media sosial untuk promosi | 40% peserta memulai mengatur promosi melalui media sosial                         |

### Diskusi Lanjutan dan Tanya Jawab

Setelah materi disampaikan, dilanjutkan dengan diskusi interaktif. Peserta aktif bertanya mengenai:

- Bagaimana cara mencatat utang/piutang sederhana.
- Bagaimana menentukan harga jual batik untuk menghindari kerugian.
- Platform digital mana yang paling mudah digunakan oleh ibu-ibu di PKK.

Tim layanan menjawab pertanyaan tersebut dengan memberikan contoh kasus dan solusi praktis. Diskusi berjalan dinamis dan menghasilkan beberapa masukan penting terkait kebutuhan peserta. Karena keterbatasan waktu, praktik mencatat dan pelatihan dalam menghitung biaya barang yang terjual secara langsung belum dilaksanakan dalam pertemuan ini. Tim dan peserta sepakat bahwa kegiatan praktik akan dilakukan di pertemuan berikutnya. Dalam pertemuan berikutnya, peserta akan membawa data transaksi nyata dari bisnis batik mereka masing-masing, yang kemudian akan digunakan sebagai bahan untuk mempraktikkan pencatatan arus kas masuk/keluar dan mensimulasikan perhitungan biaya barang yang terjual.



**Gambar 4. Sesi Tanya Jawab**

### 3. Tahap Tindak Lanjut

Pada tahap ini, tindak lanjut dilakukan berdasarkan hasil evaluasi dari kegiatan yang telah dilaksanakan, dengan tujuan untuk menentukan tingkat keberhasilan di setiap fase, baik dari perencanaan maupun pelaksanaan. Evaluasi program dilakukan dengan membandingkan efektivitas dan efisiensi dari kegiatan yang telah dilaksanakan dengan target awal yang ditetapkan. Di akhir kegiatan, evaluasi menyeluruh akan dilakukan untuk menilai keselarasan antara tujuan, pencapaian target, dan realisasi aktual di lapangan. Berdasarkan hasil evaluasi awal, beberapa kegiatan tindak lanjut dirancang sebagai berikut:

- **Praktik Pencatatan Keuangan (Buku Kas Sederhana)**

Peserta akan membawa catatan transaksi nyata dari usaha batik. Praktik langsung akan dilakukan menggunakan template Buku Kas Masuk-Keluar yang disediakan. Hal ini bertujuan untuk membiasakan peserta dengan pencatatan harian yang sederhana, sistematis, dan konsisten.

- **Simulasi Perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP)**

Peserta akan menghitung HPP berdasarkan data biaya nyata. Panduan akan diberikan untuk membedakan antara biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan

overhead. Hal ini bertujuan agar peserta dapat menentukan harga jual produk dengan margin yang sehat.

- **Pendampingan Pemasaran Digital**

Peserta akan dibantu dalam membuat akun Instagram/WhatsApp Bisnis untuk usaha batik. Praktik langsung meliputi mengunggah foto produk, membuat keterangan, dan menambahkan hashtag serta informasi harga. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan jangkauan pemasaran digital dan membuka akses ke pasar yang lebih luas.

- **Pengawasan dan Evaluasi Berkala.**

Evaluasi bulanan terhadap catatan buku kas (untuk memastikan catatan diisi dengan rapi dan teratur). Evaluasi pemasaran digital melalui jumlah unggahan produk, interaksi, dan transaksi online. Hal ini bertujuan untuk mengukur kemajuan dibandingkan dengan baseline dari survei awal.

- **Keberlanjutan Program.**

Membangun kerjasama dengan BUMDes dan Dinas Koperasi/UMKM Bantul dan melakukan pelatihan.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tahap observasi dilakukan sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk mengidentifikasi kondisi awal literasi keuangan dan digital anggota Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) yang bergerak di bidang usaha batik di Desa Giripurwo, Kabupaten Gunungkidul. Berdasarkan hasil survei awal dan diskusi pendahuluan, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku usaha belum memiliki praktik pencatatan keuangan yang tertata. Data menunjukkan bahwa 70% peserta tidak memiliki buku kas, 85% belum pernah menghitung harga pokok penjualan (HPP/COGS), dan 90% belum memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Temuan ini mengindikasikan rendahnya literasi keuangan dan digital di kalangan pelaku UMKM batik, yang sejalan dengan penelitian yang menemukan bahwa UMKM di Bantul, khususnya sektor kerajinan, masih menghadapi persoalan mendasar dalam pencatatan keuangan dan pengelolaan usaha secara berkelanjutan (Ruscitasari, Z., Nurcahyanti, F. W., & Nasrulloh, 2022a). Kondisi ini juga sejalan dengan hasil pengabdian yang dilakukan oleh Ruscitasari, Nurcahyanti, dan Savina yang menemukan bahwa UMKM sektor kerajinan masih menghadapi persoalan mendasar dalam pencatatan keuangan sederhana serta belum optimal dalam memanfaatkan pemasaran digital sebagai strategi pengembangan usaha (Ruscitasari, Nurcahyanti and Savina, 2022).

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada bulan Agustus 2025 bertempat di Rumah Kelompok Batik Giripurwo. Kegiatan diawali dengan sosialisasi dan penyampaian materi mengenai manajemen keuangan sederhana oleh Dr. Fahmaninda Listiyani, B.Ecs (Hons), MPE. Materi difokuskan pada pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta praktik pencatatan transaksi harian menggunakan format buku kas penerimaan dan pengeluaran. Selain itu, peserta diperkenalkan dengan simulasi perhitungan HPP menggunakan data riil biaya produksi batik. Praktik pencampuran ini juga disebutkan dalam penelitiannya tentang UMKM batik kayu di Bantul, yang menyatakan bahwa salah satu kelemahan utama UMKM adalah kurangnya disiplin dalam membedakan uang pribadi dari uang bisnis, sehingga informasi keuangan yang dihasilkan tidak dapat digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan yang akurat (Ruscitasari, Z., Nurcahyanti, F. W., & Nasrulloh, 2022a). Dengan presentasi ini, peserta mulai menyadari bahwa pencatatan sederhana dengan buku kas penerimaan-pengeluaran dapat menjadi alat manajemen yang penting untuk memantau arus kas, mengevaluasi efisiensi, dan merencanakan penggunaan dana dengan lebih efektif. Penerapan aplikasi pencatatan keuangan digital seperti SIAPIK juga terbukti membantu

UMKM dalam menyusun laporan keuangan secara sistematis dan memahami arus kas usaha secara lebih akurat (Ida Malau *et al.*, 2025). Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian Miranti, Ruscitasari, Mutia, dan Putri yang menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha kecil dan menengah belum menerapkan pengelolaan keuangan secara menyeluruh, khususnya pada aspek pencatatan dan pelaporan keuangan, sehingga pengelolaan keuangan yang dilakukan belum optimal dan berpotensi menghambat pengembangan usaha (Miranti *et al.*, 2023).

Selain itu, peserta diperkenalkan pada format buku kas sederhana yang terdiri dari kolom untuk tanggal, deskripsi, arus kas masuk, arus kas keluar, dan saldo akhir. Template ini diharapkan dapat memfasilitasi pelaku usaha batik dalam mencatat transaksi tanpa perlu pengetahuan akuntansi yang kompleks. Pentingnya pencatatan kas sederhana bagi UMKM juga ditekankan oleh penelitian yang menemukan bahwa pelatihan akuntansi sederhana untuk UMKM kerajinan dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam mengelola transaksi keuangan secara lebih sistematis (Alansori, L., Aisyah, R., Riani, 2023). Dengan demikian, penyediaan template buku kas ini merupakan pencapaian nyata dari kegiatan pelayanan yang dapat diterapkan langsung oleh peserta.

Selain pembukuan, kegiatan ini juga memperkenalkan simulasi perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) menggunakan data nyata tentang biaya produksi batik. Dari simulasi tersebut, diperoleh angka HPP sebesar Rp 687.200 per kain batik, yang kemudian dibandingkan dengan harga jual yang biasanya diterapkan oleh peserta. Hasilnya menunjukkan bahwa beberapa pelaku usaha masih menjual produk mereka di bawah harga pokok karena penetapan harga tidak berdasarkan perhitungan biaya, melainkan mengikuti harga pasar atau kebiasaan. Hal ini sejalan dengan temuan yang menekankan bahwa ketidakmampuan UMKM untuk menghitung biaya produksi secara akurat sering kali mengakibatkan margin keuntungan yang tidak realistis dan menghambat pertumbuhan usaha (Nikmah, A. N., Marlina, Ulfa, K., Fikri, K., & Abadi, 2023). Dengan pemahaman ini, peserta mulai menyadari pentingnya HPP sebagai dasar untuk menetapkan harga jual yang lebih adil dan menguntungkan.

Tidak hanya aspek keuangan, kegiatan ini juga menyediakan materi tentang pemasaran digital. Peserta diperkenalkan pada penggunaan platform digital seperti Instagram, WhatsApp Business, dan marketplace (Shopee, Tokopedia) sebagai media promosi. Materi ini membuka wawasan baru bagi para peserta, karena sebelumnya sebagian besar dari mereka hanya bergantung pada pemasaran dari mulut ke mulut yang konvensional dan tidak ada platform khusus lainnya. Strategi pemasaran digital berdasarkan metode SOSTAC dapat secara signifikan meningkatkan penjualan UMKM batik, karena memberikan panduan terstruktur dalam mengelola konten, interaksi, dan distribusi produk (Krisbiantoro, 2023). Temuan serupa dengan penelitian UMKM batik di Pekalongan, di mana pemasaran digital terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja penjualan (Oseany, R. L., Kusumaningtyas, D., & Raharjo, 2024). Respon positif dari peserta dalam kegiatan ini mengonfirmasi bahwa pemasaran digital adalah jalur strategis yang dapat meningkatkan daya saing UMKM batik Giripurwo.

Diskusi interaktif yang diadakan setelah presentasi menunjukkan antusiasme peserta dalam mengeksplorasi lebih lanjut tentang pencatatan utang dan piutang, strategi penetapan harga, serta cara memulai pemasaran online. Beberapa peserta menyatakan kebutuhan mereka akan template pencatatan kas yang lebih sederhana dan mudah digunakan. Mereka juga menginginkan bimbingan lebih lanjut agar dapat benar-benar mempraktikkan pencatatan transaksi harian dan secara konsisten menggunakan media sosial untuk promosi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang menekankan

pentingnya keberlanjutan pelatihan, karena tanpa dukungan yang berkelanjutan, para pelaku UMKM cenderung kembali ke kebiasaan lama tanpa melakukan pencatatan (Nikmah, A. N., Marlina, Ulfa, K., Fikri, K., & Abadi, 2023).

Monitoring dilakukan selama kegiatan berlangsung melalui pengamatan langsung terhadap partisipasi peserta, sesi diskusi interaktif, serta pengecekan pemahaman peserta dalam menggunakan template buku kas dan melakukan simulasi perhitungan HPP. Interaksi dua arah memungkinkan tim pelaksana untuk menilai sejauh mana peserta mampu memahami konsep yang disampaikan dan mengaitkannya dengan praktik usaha sehari-hari. Diskusi juga dimanfaatkan untuk menggali kendala aktual yang dihadapi peserta, khususnya terkait pencatatan utang-piutang dan penetapan harga jual.

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan kesadaran peserta terhadap pentingnya pencatatan keuangan yang sederhana namun sistematis. Peserta mulai memahami bahwa pencampuran keuangan pribadi dan usaha menghambat evaluasi kinerja usaha. Simulasi perhitungan HPP menunjukkan bahwa beberapa pelaku usaha selama ini menetapkan harga jual di bawah biaya produksi, sehingga berpotensi merugikan usaha. Selain itu, peserta menunjukkan respon positif terhadap pengenalan pemasaran digital sebagai alternatif strategi pemasaran yang lebih luas dan efisien. Sebagai tindak lanjut, peserta menyatakan kebutuhan akan pendampingan berkelanjutan, khususnya dalam penerapan pencatatan kas harian dan optimalisasi penggunaan media sosial untuk promosi. Oleh karena itu, kegiatan ini merekomendasikan adanya program pendampingan lanjutan berupa klinik pembukuan sederhana dan bimbingan pemasaran digital agar perubahan perilaku usaha dapat berlangsung secara konsisten dan berkelanjutan.

Dengan demikian, hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan kesadaran dan motivasi peserta terkait manajemen keuangan sederhana dan pemasaran digital. Kesadaran ini adalah langkah awal yang penting, meskipun implementasi yang nyata tetap memerlukan tindak lanjut dalam bentuk praktik pembukuan yang intensif dan bantuan pemasaran digital. Secara konseptual, keberhasilan kegiatan ini sejalan dengan temuan yang menunjukkan bahwa mengoptimalkan pemasaran media sosial dapat meningkatkan kesadaran merek dan penjualan UMKM batik, selama dilakukan dengan konsistensi dan strategi yang tepat (Pribadi, R. A., Sihabudin, & Fauji, 2025). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya berhasil menambah pengetahuan tetapi juga membuka jalan untuk memperkuat kapasitas Kelompok Batik Giripurwo dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif.



Gambar 5. Diskusi dengan Mitra

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Giripurwo, Kabupaten Gunungkidul, dapat disimpulkan bahwa edukasi manajemen keuangan dan pemasaran digital memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM Batik Giripurwo. Kegiatan ini meningkatkan pemahaman peserta mengenai pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pencatatan keuangan sederhana, serta perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) sebagai dasar penetapan harga jual. Selain itu, peserta menunjukkan peningkatan kesadaran dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran untuk memperluas jangkauan pasar. Hasil tersebut menunjukkan bahwa integrasi literasi keuangan dan pemasaran digital merupakan pendekatan yang efektif dalam mendukung pengelolaan usaha yang lebih tertib, berkelanjutan, dan berdaya saing. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan untuk memperkuat implementasi pembukuan dan pemasaran digital guna mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena Program Pengabdian Kepada Masyarakat UNU Yogyakarta yang dilaksanakan di Desa Giripurwo dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pemerintah Desa Giripurwo, para anggota kelompok UMKM Batik Giripurwo, serta seluruh masyarakat yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan kerja sama yang luar biasa sehingga kegiatan ini dapat berjalan optimal dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Semoga kolaborasi dan kontribusi semua pihak menjadi amal baik dan membawa keberlanjutan program pemberdayaan masyarakat di masa mendatang.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alansori, L., Aisyah, R., Riani, & U. (2023) "Pelatihan pembukuan akuntansi pada UMKM kerajinan bordir.," *JCOMMUNITY: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 156–161., 4(2), pp. 156–161. Available at: <https://doi.org/10.35870/jemsi.v1i1.3.4196>.
- Dhany, F., Utami, R., & Suryani, L. (2024) "Penerapan strategi digital marketing dalam meningkatkan penjualan UMKM batik di Probolinggo.," *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovasi*, 6(1), pp. 45–46. Available at: <https://doi.org/10.21831/jim.v19i1.47923>.
- Fadila, N., Sholihah, A., & Nugraheni, D. (2021) "Pengaruh pelatihan digital marketing terhadap peningkatan omzet UMKM.," *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2), pp. 112–121. Available at: <https://doi.org/10.55960/jlri.v9i1.385>.
- Gellysa Urva, Pratiwi, M. and Oemara Syarief, A. (2022) "Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing," *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), pp. 56–61. Available at: <https://doi.org/10.52072/abdine.v2i1.301>.
- Ida Malau, E. *et al.* (2025) "Implementasi Aplikasi SIAPIK sebagai Alat Pencatatan Keuangan pada Usaha Laundry Rumah Cuci," *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), pp. 155–164. Available at: <https://doi.org/10.52072/abdine.v5i1.1298>.
- Jumardi, A., Rahman, H., & Lestari, S. (2024) "Strategi pemulihan UMKM pasca pandemi melalui digital marketing," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 12(1), pp. 33–42. Available at: <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i1.167>.
- Komala, D., & Novitasari, I. (2023) "Analisis penetapan harga jual UMKM batik di Pekalongan berdasarkan perhitungan HPP," *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), pp. 33–42. Available at: <https://doi.org/10.63709/ajppp.v1i1.9>.
- Krisbiantoro, D. (2023) "Designing a Digital Marketing Strategy for UMKM Batik Jati

- Kusuma using the Sostac Method,” *IJIIS: International Journal of Informatics and Information Systems*, 6(3), pp. 114–119. Available at: <https://doi.org/10.47738/ijiis.v6i3.167>.
- Miranti, A. *et al.* (2023) “Usaha Kecil Menengah ( Studi Kasus Kelompok Jamu Seruni Putih Dusun Kiringan , Jetis , Bantul ) Evaluation Of Financial Management In Small And Medium Business Development ( Case Study Seruni Putih Herbal Group In Dusun Kiringan , Jetis , Bantul ) PendahU,” 14, pp. 99–112.
- Nikmah, A. N., Marlina, Ulfa, K., Fikri, K., & Abadi, T. (2023) “Pentingnya pembuatan laporan keuangan bagi pelaku UMKM di Kabupaten Pekalongan.,” *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), pp. 205–211. Available at: <https://doi.org/10.51878/community.v4i2.3418>.
- Oseany, R. L., Kusumaningtyas, D., & Raharjo, I.B. (2024) “The influence of digital marketing on sales performance of Batik Nulaba MSMEs in Pekalongan, Central Java.,” *JAsa Jurnal Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran*, 1(1), pp. 38–52. Available at: <https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v2i3.747>.
- Pribadi, R. A., Sihabudin, & Fauji, R. (2025) “Strategi optimalisasi media sosial marketing dalam meningkatkan brand awareness dan penjualan Batik Putri Sanggabuana Karawang,” *JJurnal Ekonomi, Manajemen, dan Sistem Informasi (JEMSI)*, 11(3), pp. 1753–1764. Available at: <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.25394>.
- Ruscitasari, Z., Nurcahyanti, F. W., & Nasrulloh, R.S. (2022a) “Analisis praktik keuangan usaha kerajinan batik kayu Desa Krebet, Pajangan Bantul.,” *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), pp. 101–110. Available at: <https://doi.org/10.30998/jabe.v7i4.9940>.
- Ruscitasari, Z., Nurcahyanti, F. W., & Nasrulloh, R.S. (2022b) “Analisis praktik manajemen keuangan UMKM di Kabupaten Bantul.,” *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(1), pp. 33–45. Available at: <https://doi.org/10.33633/ja.v5i3.785>.
- Ruscitasari, Z., Nurcahyanti, F.W. and Savina, S. (2022) “Pemberdayaan Kelompok Tani Tirta Lintang Songo Melalui Penguatan Aspek Keuangan dan Pemasaran,” *Rahmatan Lil 'Alamin Journal of Community Services*, 2(2), pp. 98–107. Available at: <https://doi.org/10.20885/rla.vol2.iss2.art5>.