



**Sosialisasi Penerapan Akuntansi Dasar dan Pemasaran Digital di Desa Cileles,
Jatinangor**

*Socialization of Basic Accounting and Digital Marketing Implementation in Cileles
Village, Jatinangor*

**Ignatius Oki Dewa Brata^{1*}, Bunga Indah Bayunitri², Erly Sherlita³, Eriana
Kartadjumena⁴, H. R. Roosaleh Laksono Tri Yulianan⁵**

¹⁻⁵ Universitas Widyatama, Indonesia

Email: ignatius.oki@widyatama.ac.id^{1*} Bunga.indah@widyatama.ac.id²

erly.sherlita@widyatama.ac.id³ eriana.kartadjumena@widyatama.ac.id⁴

roosaleh.laksono@widyatama.ac.id⁵

*Penulis Korespondensi: ignatius.oki@widyatama.ac.id

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 15 Maret 2026

Revisi: 8 April 2026

Diterima: 10 Mei 2026

Tersedia: 18 Mei 2026

Published: 18 Mei 2026

Keywords: Basic Accounting;
Catfish Farming; Community
Service; Digital Marketing; Village
Community Empowerment.

Abstract: This community service activity was conducted in Cileles Village and targeted catfish farming groups. The activity was motivated by the low level of basic accounting literacy and the limited use of digital marketing in managing catfish farming businesses, which hindered business development and market expansion. The objective of this community service program was to improve the community's capacity in financial management through the application of basic accounting and the introduction of digital marketing as a promotional medium for catfish products. The program applied a participatory approach consisting of socialization, training in basic accounting and digital marketing, practical exercises and simulations, as well as mentoring and evaluation activities. The results demonstrated an improvement in participants' understanding of financial record keeping, production cost calculation, and the preparation of simple profit and loss reports. In addition, participants began utilizing digital media as a marketing strategy to expand product promotion and reach broader markets. This activity positively contributed to strengthening managerial and marketing capacities among catfish farming business actors and supported the sustainability and development of community-based businesses in rural areas.

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Cileles Village dengan sasaran kelompok budidaya ikan lele. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh rendahnya literasi akuntansi dasar dan terbatasnya penggunaan pemasaran digital dalam pengelolaan usaha budidaya ikan lele sehingga menghambat pengembangan usaha dan perluasan pasar. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan keuangan usaha melalui penerapan akuntansi dasar serta pengenalan pemasaran digital sebagai sarana promosi produk lele. Kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif yang meliputi sosialisasi, pelatihan akuntansi dasar dan pemasaran digital, praktik dan simulasi, serta pendampingan dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pencatatan keuangan usaha, perhitungan biaya produksi, dan penyusunan laporan laba rugi sederhana. Selain itu, masyarakat mulai memanfaatkan media digital sebagai strategi pemasaran untuk memperluas promosi dan jangkauan pasar produk lele. Kegiatan ini memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kapasitas manajerial dan pemasaran pelaku usaha budidaya ikan lele serta mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha masyarakat di wilayah pedesaan.

Kata Kunci : Akuntansi Dasar; Budidaya Ikan Lele; Pemasaran Digital; Pemberdayaan Masyarakat Desa; Pengabdian kepada Masyarakat.

1. PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat desa melalui penguatan kapasitas ekonomi lokal merupakan salah satu strategi utama dalam mendukung pembangunan berkelanjutan dan pengurangan kesenjangan ekonomi antarwilayah. Desa sebagai unit pemerintahan terkecil memiliki peran

strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional melalui optimalisasi potensi sumber daya lokal yang dimiliki (Mardikanto & Soebiato, 2019). Berbagai studi menunjukkan bahwa keberhasilan pembangunan desa sangat ditentukan oleh kemampuan masyarakat dalam mengelola usaha produktif secara mandiri, efisien, dan berkelanjutan (Sofyani & Akbar, 2020).

Salah satu sektor yang memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian desa adalah sektor perikanan budidaya, khususnya budidaya ikan lele. Komoditas ini relatif mudah dikembangkan, memiliki siklus produksi yang singkat, serta permintaan pasar yang stabil dan cenderung meningkat (Kurniawan & Lestari, 2022). Namun demikian, potensi ekonomi sektor perikanan budidaya di tingkat desa sering kali belum memberikan dampak optimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat akibat keterbatasan kapasitas manajerial dan pengelolaan usaha (Hapsari et al., 2021).

Desa Cileles Kabupaten Sumedang merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi unggulan pada sektor budidaya ikan lele. Sebagian besar masyarakat menggantungkan mata pencaharian pada aktivitas budidaya ini, baik sebagai usaha utama maupun usaha sampingan. Meskipun demikian, hasil observasi menunjukkan bahwa potensi tersebut belum sepenuhnya mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara optimal. Permasalahan utama yang dihadapi mitra terletak pada lemahnya pengelolaan usaha, khususnya dalam aspek pencatatan keuangan dan strategi pemasaran produk.

Praktik usaha yang dijalankan masyarakat masih bersifat tradisional, di mana pencatatan transaksi keuangan belum dilakukan secara sistematis dan terstruktur. Kondisi ini menyebabkan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mengetahui biaya produksi secara riil, menentukan harga jual yang wajar, serta mengukur tingkat keuntungan usaha secara akurat. Penelitian pada UMKM desa menunjukkan bahwa ketiadaan pencatatan keuangan sederhana berdampak pada rendahnya kualitas pengambilan keputusan usaha dan lemahnya kontrol terhadap arus kas (Sari & Kurniawan, 2021; Rahmawati & Nugraha, 2023).

Selain permasalahan akuntansi, keterbatasan literasi digital juga menjadi kendala utama dalam pengembangan usaha budidaya ikan lele di Desa Cileles. Pemasaran produk masih mengandalkan pasar lokal tradisional sehingga sangat rentan terhadap fluktuasi harga, keterbatasan jaringan distribusi, serta persaingan pasar. Padahal, pemanfaatan pemasaran digital terbukti mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan memperkuat daya saing UMKM pedesaan (Pratama & Wardhana, 2022; Putri & Mahendra, 2023).

Berbagai penelitian menegaskan bahwa penerapan akuntansi dasar yang sederhana dan kontekstual, disertai pemanfaatan pemasaran digital, memiliki peran strategis dalam meningkatkan kinerja UMKM dan usaha masyarakat desa. Akuntansi dasar berfungsi sebagai alat transparansi dan pengendalian usaha, sedangkan pemasaran digital menjadi sarana efektif untuk meningkatkan nilai tambah dan keberlanjutan usaha berbasis potensi lokal (Sofyani & Akbar, 2020; Hapsari et al., 2021).

Berdasarkan kondisi tersebut, Program Studi Akuntansi Universitas Widyatama melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa sosialisasi penerapan akuntansi dasar dan pemasaran digital bagi masyarakat Desa Cileles Kabupaten Sumedang. Kegiatan ini dirancang tidak hanya sebagai proses transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai pendampingan berkelanjutan yang bertujuan membangun kemandirian masyarakat dalam mengelola usaha secara profesional, transparan, dan berdaya saing (Yusuf & Handayani, 2022). Dengan demikian, program ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat desa sekaligus mendukung peran perguruan tinggi dalam pelaksanaan Tri Dharma, khususnya pengabdian kepada masyarakat yang berdampak dan berkelanjutan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Akuntansi Dasar pada Usaha Mikro dan Masyarakat Desa

Akuntansi dasar merupakan proses sistematis yang meliputi pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan pelaporan transaksi keuangan yang bertujuan menyediakan informasi keuangan yang relevan bagi pengambilan keputusan. Dalam konteks usaha mikro dan masyarakat desa, akuntansi dasar memiliki peran strategis sebagai alat pengendalian usaha, penentuan harga jual, pengelolaan arus kas, serta evaluasi kinerja usaha secara periodik.

Pada praktiknya, sebagian besar pelaku usaha mikro di wilayah perdesaan belum menerapkan pencatatan keuangan secara memadai. Kondisi ini menyebabkan usaha dijalankan tanpa dasar informasi keuangan yang jelas, sehingga sulit untuk mengetahui biaya produksi yang sesungguhnya, tingkat keuntungan usaha, maupun efisiensi penggunaan sumber daya. Sofyani dan Akbar (2020) menegaskan bahwa penerapan akuntansi sederhana pada UMKM terbukti mampu meningkatkan akuntabilitas dan transparansi pengelolaan keuangan, khususnya di wilayah perdesaan yang masih memiliki keterbatasan literasi akuntansi.

Akuntansi dasar yang diterapkan pada usaha mikro desa umumnya mencakup pencatatan kas masuk dan kas keluar, pencatatan persediaan, pencatatan utang-piutang, serta penyusunan laporan laba rugi sederhana. Bentuk pencatatan yang sederhana dan kontekstual

dinilai lebih mudah dipahami dan diimplementasikan oleh masyarakat desa dibandingkan sistem akuntansi yang kompleks. Penelitian Sari dan Kurniawan (2021) menunjukkan bahwa pelaku UMKM desa yang menerapkan pencatatan keuangan sederhana memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola arus kas, mengendalikan biaya operasional, serta menentukan laba usaha secara lebih akurat.

Dengan demikian, akuntansi dasar tidak hanya berfungsi sebagai alat administratif, tetapi juga sebagai instrumen edukatif yang mampu meningkatkan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya pengelolaan keuangan yang tertib dan berkelanjutan. Dalam konteks pemberdayaan masyarakat desa, penerapan akuntansi dasar menjadi fondasi penting bagi penguatan kapasitas ekonomi lokal.

Literasi Keuangan dan Keberlanjutan Usaha

Literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan individu atau kelompok dalam memahami, mengelola, dan menggunakan informasi keuangan untuk mengambil keputusan ekonomi yang tepat. Literasi keuangan mencakup pemahaman terhadap konsep dasar keuangan seperti pencatatan transaksi, pengelolaan kas, perencanaan keuangan, serta pengendalian risiko usaha.

Dalam usaha mikro dan kecil, tingkat literasi keuangan yang rendah sering kali menjadi penyebab utama kegagalan usaha. Pelaku usaha yang tidak memiliki pemahaman keuangan yang memadai cenderung sulit memisahkan keuangan pribadi dan usaha, tidak mampu menghitung keuntungan secara tepat, serta kurang siap menghadapi risiko fluktuasi pasar. Hapsari et al., (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki korelasi positif yang signifikan dengan keberlanjutan usaha mikro, kemampuan adaptasi terhadap risiko, dan kualitas pengambilan keputusan strategis.

Pada konteks masyarakat desa, literasi keuangan tidak hanya berdampak pada keberlangsungan usaha individu, tetapi juga berpengaruh terhadap tata kelola ekonomi desa secara keseluruhan. Masyarakat dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung memiliki kesadaran lebih tinggi terhadap pentingnya perencanaan usaha, efisiensi biaya, serta pengembangan usaha jangka panjang. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan melalui pelatihan dan pendampingan akuntansi dasar menjadi bagian penting dalam upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat desa.

Pemasaran Digital bagi UMKM Pedesaan

Pemasaran digital merupakan kegiatan pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital dan jaringan internet untuk mempromosikan produk atau jasa kepada konsumen. Dalam

beberapa tahun terakhir, pemasaran digital menjadi salah satu strategi utama bagi UMKM untuk meningkatkan jangkauan pasar, memperkuat merek, dan meningkatkan daya saing usaha.

Bagi UMKM pedesaan, pemasaran digital menawarkan peluang besar untuk mengatasi keterbatasan geografis dan akses pasar. Melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, dan platform digital lainnya, pelaku usaha desa dapat menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya pemasaran yang besar. Pratama & Wardhana (2022) menemukan bahwa penggunaan media sosial dan marketplace secara signifikan mampu meningkatkan jangkauan pasar dan volume penjualan UMKM pedesaan.

Selain memperluas pasar, pemasaran digital juga memungkinkan pelaku usaha untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, memperoleh umpan balik secara cepat, serta menyesuaikan strategi pemasaran berdasarkan kebutuhan pasar. Namun demikian, rendahnya literasi digital masih menjadi kendala utama bagi masyarakat desa dalam mengoptimalkan pemasaran digital. Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi dan pendampingan pemasaran digital menjadi langkah strategis dalam mendukung peningkatan nilai tambah dan keberlanjutan usaha berbasis potensi lokal

Pengabdian Masyarakat Berbasis Pemberdayaan

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu wujud pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang bertujuan menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pendekatan pemberdayaan dalam pengabdian masyarakat menempatkan masyarakat sebagai subjek utama kegiatan, bukan sekadar objek penerima manfaat.

Pendekatan ini menekankan pada partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi permasalahan, perencanaan program, pelaksanaan, hingga evaluasi. Yuliana & Nugroho (2020) menjelaskan bahwa pengabdian masyarakat berbasis pemberdayaan yang dilakukan secara partisipatif cenderung menghasilkan dampak yang lebih berkelanjutan dibandingkan pendekatan top-down, karena masyarakat memiliki rasa kepemilikan terhadap program yang dijalankan.

Dalam konteks kegiatan ini, pendekatan pemberdayaan diwujudkan melalui sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan akuntansi dasar serta pemasaran digital yang disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat desa. Perguruan tinggi berperan sebagai fasilitator dan pendamping, sementara masyarakat menjadi pelaku utama dalam penerapan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh. Dengan pendekatan ini, diharapkan kegiatan pengabdian tidak

hanya menghasilkan peningkatan pengetahuan jangka pendek, tetapi juga membangun kemandirian dan keberlanjutan ekonomi masyarakat desa.

3. METODE PELAKSANAAN

Pendekatan dan Desain Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif dengan desain community-based development. Pendekatan partisipatif menempatkan masyarakat mitra sebagai subjek utama kegiatan, bukan sekadar objek penerima manfaat. Dengan demikian, seluruh rangkaian kegiatan dirancang dan dilaksanakan melalui keterlibatan aktif mitra sejak tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan.

Desain kegiatan berbasis komunitas dipilih karena mampu menyesuaikan program dengan kondisi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat setempat. Pendekatan ini memungkinkan transfer pengetahuan dan keterampilan dilakukan secara kontekstual, sehingga materi akuntansi dasar dan pemasaran digital dapat diterima dan diaplikasikan secara optimal oleh masyarakat desa. Selain itu, pendekatan aplikatif digunakan agar materi yang disampaikan tidak bersifat teoritis semata, melainkan langsung dapat dipraktikkan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui beberapa tahapan yang sistematis dan berkelanjutan, sebagai berikut:

Sosialisasi dan Identifikasi Kebutuhan

Tahap awal kegiatan diawali dengan sosialisasi program kepada pemerintah desa dan masyarakat mitra. Sosialisasi bertujuan untuk menjelaskan maksud, tujuan, dan manfaat kegiatan pengabdian serta membangun kesepahaman antara tim pelaksana dan mitra. Pada tahap ini juga dilakukan identifikasi kebutuhan mitra melalui diskusi kelompok, wawancara singkat, dan observasi lapangan.

Identifikasi kebutuhan difokuskan pada permasalahan pengelolaan keuangan usaha, tingkat pemahaman akuntansi dasar, serta praktik pemasaran yang selama ini dijalankan oleh mitra. Hasil identifikasi ini menjadi dasar dalam penyusunan materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat.

Pelatihan Akuntansi Dasar dan Pemasaran Digital

Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan pelatihan akuntansi dasar dan pemasaran digital. Pelatihan akuntansi dasar mencakup materi pencatatan transaksi keuangan, pengelolaan kas,

pencatatan utang-piutang, perhitungan biaya produksi, serta penyusunan laporan laba rugi sederhana. Materi disampaikan dengan bahasa yang sederhana dan disesuaikan dengan konteks usaha mitra.

Pelatihan pemasaran digital difokuskan pada pemanfaatan media sosial dan platform digital sederhana sebagai sarana promosi produk. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan konsep pemasaran digital, pembuatan konten sederhana, serta strategi pemasaran yang relevan dengan kondisi usaha masyarakat desa.

Praktik dan Simulasi

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan praktik dan simulasi. Pada tahap ini, peserta diajak untuk secara langsung mempraktikkan pencatatan transaksi keuangan usaha mereka masing-masing menggunakan format pencatatan sederhana yang telah disediakan oleh tim pelaksana. Selain itu, peserta juga melakukan simulasi penentuan harga jual berdasarkan perhitungan biaya produksi.

Untuk pemasaran digital, peserta didampingi dalam membuat dan mengelola akun media sosial usaha serta mencoba mengunggah konten promosi produk. Tahap praktik dan simulasi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta melalui pengalaman langsung.

Pendampingan

Pendampingan dilakukan setelah kegiatan pelatihan dan praktik untuk memastikan bahwa mitra mampu mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh secara berkelanjutan. Pendampingan dilakukan melalui kunjungan lapangan dan komunikasi daring antara tim pelaksana dan mitra.

Pada tahap ini, tim pelaksana memberikan bimbingan terkait permasalahan yang muncul dalam penerapan pencatatan keuangan dan pemasaran digital, serta membantu mitra dalam menemukan solusi yang sesuai dengan kondisi usaha masing-masing.

Evaluasi dan Tindak Lanjut

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan dan pencapaian tujuan program. Evaluasi dilakukan melalui observasi langsung, diskusi dengan mitra, serta penilaian terhadap kemampuan peserta dalam melakukan pencatatan keuangan dan pemasaran digital.

Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar dalam merumuskan tindak lanjut kegiatan, seperti pendampingan lanjutan, penguatan kelembagaan kelompok usaha, serta pengembangan program pengabdian yang lebih berkelanjutan.

Berdasarkan hasil kuesioner kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang mengintegrasikan materi akuntansi dasar dan digital marketing bagi mitra UMKM di Desa Cileles, Jatinangor, diperoleh gambaran bahwa kedua materi dinilai relevan dan saling melengkapi dalam mendukung pengelolaan usaha. Pada aspek akuntansi dasar, mayoritas responden menyatakan puas hingga sangat puas karena materi membantu meningkatkan pemahaman tentang pencatatan transaksi sederhana, pengelompokan pendapatan dan biaya, serta pentingnya laporan keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha. Sementara itu, pada aspek digital marketing, responden menilai materi sangat bermanfaat dalam memperluas wawasan terkait pemanfaatan media sosial, promosi produk secara digital, dan peningkatan jangkauan pasar UMKM. Penyampaian kedua materi dinilai jelas, aplikatif, dan sesuai dengan kebutuhan mitra, dengan fasilitas serta metode pelaksanaan yang dianggap memadai. Secara keseluruhan, hasil kuesioner menunjukkan bahwa kombinasi pelatihan akuntansi dasar dan digital marketing mampu meningkatkan kapasitas manajerial dan pemasaran UMKM, serta mendapat respons positif tanpa adanya kritik atau saran perbaikan yang signifikan dari peserta.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Peserta dan Pelaksanaan Kegiatan

Peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan pelaku usaha budidaya ikan lele yang berdomisili di Desa Cileles Kabupaten Sumedang. Peserta memiliki latar belakang pendidikan yang beragam, mulai dari lulusan sekolah dasar hingga sekolah menengah, dengan pengalaman usaha budidaya ikan lele yang bervariasi, baik sebagai usaha utama maupun usaha sampingan. Sebagian besar peserta merupakan pelaku usaha skala mikro yang menjalankan usaha secara mandiri dengan keterbatasan modal dan sarana pendukung usaha.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa sesi yang meliputi sosialisasi, pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan. Kegiatan dilaksanakan secara tatap muka dengan metode pembelajaran partisipatif, di mana peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga terlibat aktif dalam diskusi dan praktik. Antusiasme peserta terlihat dari keaktifan dalam sesi tanya jawab serta keterlibatan langsung dalam praktik pencatatan keuangan dan pemasaran digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa materi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh mitra.

Hasil Penerapan Akuntansi Dasar

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap pentingnya pencatatan keuangan dalam pengelolaan usaha budidaya ikan lele. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar peserta belum melakukan pencatatan transaksi secara sistematis dan masih mencampurkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Setelah mengikuti pelatihan dan praktik akuntansi dasar, peserta mulai mampu mencatat transaksi kas masuk dan kas keluar secara sederhana namun terstruktur.

Selain itu, peserta juga mulai memahami cara menghitung biaya produksi yang meliputi biaya pakan, benih, tenaga kerja, dan biaya operasional lainnya. Pemahaman ini memungkinkan peserta untuk menyusun laporan laba rugi sederhana sebagai alat evaluasi kinerja usaha. Dengan adanya pencatatan biaya yang lebih akurat, peserta mulai mampu menentukan harga jual ikan lele berdasarkan perhitungan biaya produksi dan margin keuntungan yang wajar, bukan sekadar mengikuti harga pasar atau perkiraan semata.

Perubahan ini menunjukkan bahwa penerapan akuntansi dasar memberikan dampak positif terhadap pengelolaan usaha mitra. Peserta menjadi lebih sadar akan kondisi keuangan usahanya dan mampu menggunakan informasi keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha.



Gambar 1. foto dokumentasi.

Hasil Penerapan Pemasaran Digital

Pada aspek pemasaran digital, hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi produk. Sebelum kegiatan pengabdian, pemasaran produk ikan lele umumnya dilakukan secara konvensional melalui penjualan langsung ke pengepul atau pasar lokal. Kondisi ini menyebabkan keterbatasan jangkauan pasar dan ketergantungan pada fluktuasi harga.

Setelah pelatihan pemasaran digital, peserta mulai mengenal dan memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook sebagai sarana promosi produk. Beberapa peserta juga mulai mencoba membuat konten promosi sederhana berupa foto dan informasi produk yang dibagikan melalui grup media sosial. Pemanfaatan platform digital ini membuka peluang bagi peserta untuk menjangkau konsumen yang lebih luas di luar wilayah desa.

Meskipun dampak peningkatan penjualan belum sepenuhnya terukur dalam jangka pendek, hasil awal menunjukkan adanya peningkatan minat konsumen dan komunikasi langsung antara produsen dan pembeli. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran digital berpotensi menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing usaha budidaya ikan lele di Desa Cileles.

Pembahasan

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa penerapan akuntansi dasar dan pemasaran digital memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pengelolaan usaha pelaku budidaya ikan lele di Desa Cileles. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu pada jurnal terindeks SINTA 1–3 yang menyatakan bahwa literasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap transparansi, efisiensi, dan kualitas pengambilan keputusan usaha mikro.

Peningkatan kemampuan peserta dalam melakukan pencatatan keuangan dan penyusunan laporan laba rugi sederhana menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang aplikatif dan kontekstual efektif dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat desa. Hal ini mendukung temuan Sofyani & Akbar (2020) serta Sari & Kurniawan (2021) yang menyatakan bahwa akuntansi sederhana lebih mudah diterapkan dan memberikan manfaat nyata bagi UMKM pedesaan.

Pada aspek pemasaran digital, hasil kegiatan juga mendukung temuan Pratama & Wardhana (2022) yang menyatakan bahwa pemanfaatan media digital mampu memperluas jangkauan pasar UMKM pedesaan. Meskipun masih berada pada tahap awal, perubahan pola pemasaran dari konvensional menuju digital merupakan langkah strategis dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini membuktikan bahwa integrasi antara peningkatan literasi akuntansi dan pemasaran digital melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat mampu memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan ekonomi lokal. Keberhasilan awal kegiatan ini menjadi dasar penting bagi pengembangan program pendampingan lanjutan yang lebih terstruktur dan berkelanjutan.

Hasil Evaluasi Kegiatan Berdasarkan Kuesioner Peserta

Evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan menggunakan instrumen kuesioner yang diberikan kepada peserta setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai dilaksanakan. Kuesioner bertujuan untuk memperoleh gambaran persepsi dan tingkat kepuasan mitra terhadap materi, metode pelaksanaan, serta manfaat kegiatan yang telah diberikan.

Berdasarkan hasil kuesioner, diperoleh temuan bahwa integrasi materi akuntansi dasar dan pemasaran digital dinilai relevan dan saling melengkapi dalam mendukung pengelolaan usaha UMKM di Desa Cileles, Jatinangor. Pada aspek akuntansi dasar, mayoritas responden menyatakan berada pada kategori puas hingga sangat puas. Peserta menilai bahwa materi yang disampaikan mampu meningkatkan pemahaman mengenai pencatatan transaksi keuangan sederhana, pengelompokan pendapatan dan biaya usaha, serta pemanfaatan laporan keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha.

Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan penyampaian akuntansi dasar yang kontekstual dan aplikatif sesuai dengan kebutuhan mitra UMKM desa, sehingga mudah dipahami dan langsung dapat diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Peningkatan pemahaman ini menjadi indikator awal keberhasilan program dalam meningkatkan kapasitas manajerial pelaku usaha.

Pada aspek pemasaran digital, hasil kuesioner menunjukkan respons yang sangat positif dari peserta. Responden menilai bahwa materi digital marketing sangat bermanfaat dalam memperluas wawasan terkait pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produk, strategi pemasaran digital sederhana, serta potensi peningkatan jangkauan pasar UMKM. Peserta juga mengapresiasi praktik langsung yang diberikan, sehingga mampu memberikan gambaran nyata mengenai penerapan pemasaran digital dalam konteks usaha mereka.

Selain aspek materi, peserta juga memberikan penilaian positif terhadap metode pelaksanaan kegiatan. Penyampaian materi dinilai jelas, sistematis, dan aplikatif, sementara fasilitas serta pendampingan yang diberikan dianggap memadai dan mendukung proses pembelajaran. Secara umum, tidak ditemukan kritik atau saran perbaikan yang signifikan dari peserta, yang menunjukkan tingkat penerimaan dan kepuasan mitra terhadap pelaksanaan kegiatan.

Secara keseluruhan, hasil kuesioner mengindikasikan bahwa kombinasi pelatihan akuntansi dasar dan pemasaran digital mampu meningkatkan kapasitas manajerial dan pemasaran UMKM desa secara terpadu. Temuan ini memperkuat hasil observasi dan diskusi lapangan, sekaligus menjadi bukti empiris bahwa kegiatan pengabdian yang dirancang secara integratif dan berbasis kebutuhan mitra dapat memberikan dampak positif yang nyata.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah diuraikan pada Bab IV, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian berupa pelatihan dan pendampingan akuntansi dasar serta pemasaran digital bagi pelaku usaha budidaya ikan lele di Desa Cileles Kabupaten Sumedang berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Peserta kegiatan yang berasal dari pelaku usaha skala mikro dengan latar belakang pendidikan dan pengalaman usaha yang beragam menunjukkan tingkat partisipasi dan antusiasme yang tinggi selama proses sosialisasi, pelatihan, praktik, dan pendampingan. Metode pembelajaran partisipatif dan aplikatif terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan peserta serta mempermudah pemahaman materi yang disampaikan. Pada aspek akuntansi dasar, kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya pencatatan keuangan usaha secara sistematis. Peserta mulai mampu melakukan pencatatan transaksi kas masuk dan kas keluar, menghitung biaya produksi secara lebih akurat, serta menyusun laporan laba rugi sederhana sebagai alat evaluasi kinerja usaha. Penerapan akuntansi dasar ini membantu peserta dalam menentukan harga jual yang lebih rasional dan berbasis biaya, sehingga mendukung pengambilan keputusan usaha yang lebih baik. Pada aspek pemasaran digital, hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk. Perubahan pola pemasaran dari konvensional menuju digital membuka peluang perluasan jangkauan pasar dan mengurangi ketergantungan terhadap pasar lokal dan pengepul. Meskipun dampak peningkatan penjualan belum sepenuhnya terukur dalam jangka pendek, hasil awal menunjukkan adanya peningkatan minat konsumen dan interaksi langsung antara produsen dan pembeli. Hasil evaluasi melalui kuesioner memperkuat temuan tersebut, di mana mayoritas peserta menyatakan puas hingga sangat puas terhadap materi, metode pelaksanaan, serta manfaat kegiatan. Integrasi pelatihan akuntansi dasar dan pemasaran digital dinilai relevan, saling melengkapi, dan mampu meningkatkan kapasitas manajerial serta pemasaran UMKM desa secara terpadu. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi nyata dalam mendukung penguatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat desa.

Berdasarkan hasil kegiatan dan kesimpulan yang telah diperoleh, pelaku usaha budidaya ikan lele di Desa Cileles diharapkan dapat menerapkan secara konsisten pencatatan keuangan sederhana serta memanfaatkan pemasaran digital dalam kegiatan usaha sehari-hari agar manfaat kegiatan pengabdian dapat dirasakan secara berkelanjutan. Pemerintah desa dan

pemangku kepentingan juga diharapkan dapat mendukung keberlanjutan program melalui penguatan kelembagaan kelompok usaha, fasilitasi akses pelatihan lanjutan, serta dukungan sarana dan prasarana yang menunjang pengembangan UMKM desa. Selain itu, perguruan tinggi disarankan untuk melanjutkan kegiatan pendampingan secara berkala dan mengembangkan program pengabdian lanjutan yang lebih terintegrasi, seperti penguatan manajemen usaha, akses permodalan, dan pengembangan jejaring pemasaran. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian dan kegiatan pengabdian dapat dikembangkan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur dampak ekonomi secara lebih spesifik, seperti peningkatan omzet, laba usaha, dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, I. F. (2024). *Pengaruh fasilitas kantor, komunikasi interpersonal, dan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kota Tegal* [Skripsi, Universitas Pancasakti Tegal].
- Oktavia, A. (2021). Analisis gaji, tunjangan dan fasilitas kerja terhadap kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Nganjuk. *Otonomi*, 21(1). <https://doi.org/10.32503/otonomi.v21i1.1604>
- Dunan, H., & Sari, S. Y. (2023). Pengaruh tunjangan kinerja dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai di Kantor Kecamatan Panjang Kota Bandar Lampung. *Jurnal EMT KITA*, 7(2), 530–537. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i2.1178>
- Fitriani, S. R., Doyan, A., Taufik, M., & Wahyudi. (2024). The effect of the guided inquiry model assisted by PhET media on students' critical thinking skills. *Journal of Research in Science Education*, 10(6), 806–807. <https://doi.org/10.29303/jppipa.v10i6.4852>
- Abubakar, R. (2021). *Pengantar metodologi penelitian* (Vol. 1, Ed. 1). SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/42716/1/Pengantar%20Metodologi%20Penelitian.pdf>
- Najoan, J. F., Pangemanan, L. R. J., & Tangkere, E. G. (2018). Pengaruh tunjangan kinerja terhadap kinerja pegawai pada Dinas Pertanian Kabupaten Minahasa. *14*(1). <https://doi.org/10.35791/agrsosek.14.1.2018.18888>
- Moenir, H. A. S. (2015). *Manajemen pelayanan umum di Indonesia*. Bumi Aksara.
- Pelasula, O., Tjokro, C. I., Nanulaita, D. T., & Tousalwa, C. C. (2024). Pengaruh fasilitas kerja terhadap kinerja pegawai pada Kantor Kabupaten Maluku Tengah. *Jurnal Administrasi Terapan*, 3(2). <https://doi.org/10.31959/jat.v3i2.2923>
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed., A. Tejkusumo, Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *Analisis multivariat dan ekonometrika* (2nd ed., Vol. 2). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Filaini, N. E., Marwanto, H., Laely, N., & Utami, S. (2024). Pengaruh gaji, tunjangan dan fasilitas kerja terhadap kinerja karyawan pada PT Telkom Cabang Kediri. *RISK: Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*, 5(1). <https://doi.org/10.30737/risk.v5i1.5843>
- Alvita, A., Pasaribu, J. P. K., & Utami, F. N. (2024). Pengaruh gaji, tunjangan dan fasilitas kerja terhadap kinerja karyawan perkebunan sawit. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(4), 985–992. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i4.1371>
- Nasrullah, M., Alan, N., & Akib, H. (2024). The influence of office facilities on employee performance. *Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 11(1).
- Hasibuan, M. S. P. (2020). *Manajemen sumber daya manusia* (Edisi revisi). Bumi Aksara. <https://doi.org/10.31219/osf.io/x3j64>
- Kadarisman, M. (2019). *Manajemen kompensasi*. Rajawali Pers.
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2021). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. Remaja Rosdakarya.
- Mardiasmo. (2021). *Otonomi dan manajemen keuangan daerah*. Andi.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2020). *Organizational behavior* (18th ed.). Pearson.
- Sedarmayanti. (2020). *Good governance (kepemerintahan yang baik) dan good corporate governance*. Mandar Maju.