

EMPOWERING COMMUNITY PARTNERSHIP THROUGH THE USE OF TECHNOLOGY (DIGITAL MARKETING) SUPPORTING BESUR TOURISM VILLAGE, SEKARAN DISTRICT, LAMONGAN REGENCY

PEMBERDAYAAN KEMITRAAN MASYARAKAT MELALUI PEMANFAATAN TEKNOLOGI (DIGITAL MARKETING) Mendukung Desa Wisata Besur, Kecamatan Sekaran, Kabupaten Lamongan

Tika Widiastuti^{*1}, Dien Mardhiyah¹, Sunan Fanani¹, Imron Mawardi¹, Aditya Kusuma², Nikmatul Atiya¹, Ninda Arfiani¹, Yusril Falah²

^{*1} Departemen Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga
² Lembaga Zakat Al-Azhar Perwakilan Jawa Timur

*e-mail: tika.widiastuti@feb.unair.ac.id

Abstract

This community empowerment initiative aimed to address the challenges faced by the defunct Besur Tourism Village in the Sekaran District of Lamongan City. The MSMEs in the village are anticipated to generate interest from tourists and contribute to developing the Besur Tourism Village's autonomy. These MSMEs also comprise the Besur Tourism Village management Tourism Awareness Group (POKDARWIS). Nonetheless, an issue exists in which MSMEs lack a solid grasp of digital marketing and financial reporting. As a consequence, support and guidance are provided concerning financial reporting and digital marketing. Through approximately two months of activities, we acquired a deeper comprehension of the application of social media (digital marketing), specifically regarding creating, organizing, and optimizing their social media accounts by MSMEs. Additionally, the results demonstrated that MSMEs comprehend financial reporting and the essential elements that must be included.

Keywords: Empowerment; MSMEs; Technology; Digital Marketing; Social media; Financial Reporting.

Abstrak

Pemberdayaan masyarakat ini dilakukan untuk menyelesaikan masalah yang ada di Desa Wisata Besur, Kecamatan Sekaran, Kabupaten Lamongan yang berhenti beroperasi. UMKM yang ada di desa tersebut diharapkan menjadi daya tarik wisata dan dapat mendorong kemandirian Desa Wisata Besur. UMKM tersebut juga merupakan bagian dari Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) pengelola Desa Wisata Besur. Namun, terdapat masalah di mana UMKM tidak memiliki pemahaman yang baik tentang digital marketing dan pelaporan keuangan. Untuk itu, pelatihan dan pendampingan digital marketing dan pelaporan keuangan dilaksanakan. Hasil kegiatan selama kurang lebih dua bulan, didapatkan peningkatan pemahaman dalam penggunaan sosial media (digital marketing) di mana UMKM mampu membuat akun, mengelola, dan mengoptimalkan sosial media. Selain itu, didapatkan juga hasil UMKM memahami tentang pelaporan keuangan serta apa saja komponen yang harus masuk dalam laporan keuangan.

Kata kunci: Pemberdayaan; UMKM; Teknologi; Marketing Digital; Media Sosial; Pelaporan Keuangan.

Received 31 August 2023; Received in revised form 3 December 2023; Accepted 4 December 2023; Available online 8 March 2024.

 [10.20473/jlm.v8i1.2024.012-021](https://doi.org/10.20473/jlm.v8i1.2024.012-021)



Copyright: © by the author(s) Open access under CC BY-SA license

[Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

PENDAHULUAN

Desa Wisata Besar di Lamongan merupakan satu diantara bentuk pengembangan pariwisata berkelanjutan. Berdasarkan analisis situasi, Letak Desa Besar yang berada di dua kabupaten menjadi daya Tarik tersendiri untuk dapat dikembangkan menjadi desa Wisata. Ini dikarenakan desa wisata Besar pada awalnya menerapkan konsep Agrowisata yang memberikan edukasi terhadap pengunjung terkait jenis tanaman padi dan tanaman lainnya. Dengan ini, pada awalnya Desa Wisata Besar tidak hanya menawarkan spot foto.

Desa Wisata Besar ini dikembangkan sejak tahun 2018 dan menjadi salah satu wisata favorit wisatawan lokal dan sekitarnya. Salah satu daya Tarik Desa Wisata Besar ini adanya Taman Bunga yang dikelola oleh masyarakat menjadi pembicaraan publik sehingga mampu mendatangkan 2000 pengunjung dalam satu bulan. Pada saat momentum ramainya wisatawan yang berkunjung, pandemi COVID-19 menerpa sehingga tidak ada lagi pengunjung serta wilayah wisata ini menjadi terbengkalai. Besarnya potensi alam, sosial dan budaya masyarakat Desa Besar menjadikannya peluang untuk dihidupkan kembali melalui *Re-Launching* Kawasan Agrowisata Halal Desa Besar. Dalam mendukung Desa Wisata Besar, terdapat dua *stakeholder* penting yaitu UMKM dan POKDARWIS.

Perlu ada daya tarik lain selain Taman Bunga untuk menarik pengunjung. Produk dari UMKM Desa Besar dapat menjadi daya tarik sendiri yang menyajikan produk khas dari Desa Wisata Besar. Produk UMKM yang ada diharapkan tidak hanya dapat dibeli secara langsung, namun juga dapat berkembang lebih baik lagi dengan dapat dikenal oleh masyarakat umum. Salah satu cara agar produk UMKM Desa Besar dapat dikenali dan sehingga masyarakat tertarik untuk ke Desa Wisata Besar adalah dengan memanfaatkan teknologi melalui digital marketing atau promosi produk di sosial media. Agar dapat memperoleh keunggulan, UMKM perlu meningkatkan keterampilan dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi pemasaran terkini, seperti kemampuan bermedia sosial atau pemasaran digital (Abidin Achmad et al., 2020; Maria Nila Anggia & Muhammad Rifki Shihab, 2019; Winarti, 2021; Suaedi et al., 2016). UMKM didorong untuk beralih ke ekosistem digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Imron Mawardi et al., 2022; Rosydiana et al., 2023). Namun, yang menjadi permasalahan adalah para UMKM maupun POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata atau pengelola Desa Besar) tidak memiliki pemahaman terkait bagaimana mempromosikan produk UMKM di sosial media. Untuk itu, tim pelaksana Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) Universitas Airlangga bersama dengan LAZ Al-Azhar dan Bank Jatim Syariah bekerjasama untuk melaksanakan pemberdayaan masyarakat mendukung UMKM di Desa Wisata Besar. Ini dilakukan dengan harapan bahwa produk UMKM dapat mendukung Desa Wisata Besar dan Desa Wisata Besar dapat beroperasi kembali. Pemberdayaan atau pengabdian masyarakat adalah cara yang dilakukan untuk meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat



Gambar 1. Kunjungan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada saat Puncak Keramaian Wisatawan dan Kondisi *Existing* Desa Wisata Besar.

Permasalahan selanjutnya yang dihadapi dalam mendukung Desa Wisata Besar adalah belum optimalnya pemahaman tentang pelaporan keuangan baik bagi POKDARWIS dalam melaporkan keuangan Desa Wisata maupun bagi UMKM sebagai pihak pendukung Desa Wisata Besar. Pelaporan keuangan menjadi sangat penting bagi suatu usaha untuk menunjukkan berhasil tidaknya usaha yang dijalankan (Haryadi, 2023; Panjaitan et al., 2018; Pratiwi & Muliasari, 2020). Pencatatan keuangan UMKM dan POKDARWIS masih bersifat manual sehingga membutuhkan ketelitian dan kesabaran, tidak sistematis, dan boros waktu serta tenaga. Risiko lain yang akan terjadi dari pencatatan keuangan secara manual adalah terjadinya banyak kesalahan pada saat rekapitulasi laporan karena terdapat ketidakkonsistenan data masuk maupun keluar sehingga penelusuran data tidak cepat dan tidak akurat (Maulidia et al., 2023; Miharja & Wulandari, 2021). Adanya permasalahan tersebut maka para pelaku UMKM maupun POKDARWIS perlu memiliki strategi lain dalam meminimalisir risiko pencatatan maupun pelaporan keuangan tersebut. Dalam hal ini kehadiran teknologi sangatlah membantu, salah satunya adalah dengan pemanfaatan teknologi berupa aplikasi Microsoft Excel dengan berbagai fitur yang sangat membantu dalam proses pembuatan tabel, grafik, dan pengolahan data keuangan yang dibutuhkan dalam pembuatan laporan keuangan (Andriani et al., 2021; Suci et al., 2021; Tabrani & Aprilia, 2023; Vidyasari & Febriyan, 2008). Melalui pemanfaatan aplikasi tersebut diharapkan pelaporan keuangan pada Desa Wisata Besar dapat dilakukan dengan lebih sistematis, efektif dan efisien dalam hal waktu pengerjaan maupun tenaga

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Mitra pengabdian masyarakat di proposal ini adalah POKDARWIS dan UMKM, Desa Besar, Kecamatan Sekaran, Kabupaten Lamongan. Adapun tahapan persiapan yang perlu dilakukan oleh Tim Pengusul Pengabdian Masyarakat adalah:

- 1) Identifikasi kondisi eksisting Kelompok POKDARWIS dan UMKM dengan melakukan pendataan ulang anggota aktif yang akan berpartisipasi dalam program. Setiap anggota diminta untuk menyatakan kesediaannya mengikuti seluruh rangkaian pelatihan dan pendampingan.
- 2) Mempersiapkan bahan pelatihan berupa modul yang terdiri dari

- a. Modul Pelatihan Penggunaan Sosial Media Untuk Promosi Produk UMKM
 - b. Modul Pelatihan Penggunaan Ms.Excel dalam Pembuatan Laporan Keuangan
- 3) Melakukan Pelatihan *face to face* dengan Kelompok POKDARWIS dan UMKM secara bertahap dengan Modul yang sudah disusun sebelumnya yang terdiri dari
- a. Pelatihan Penggunaan Sosial Media Untuk Promosi
 - b. Pelatihan Penggunaan Ms.Excel dalam Pembuatan Laporan Keuangan
- 4) Merencanakan aspek-aspek yang harus menjadi perhatian saat kegiatan evaluasi dilakukan. Hal ini mencakup:
- a. Evaluasi Kinerja Promosi Produk UMKM
 - b. Evaluasi Kinerja Pelaporan Keuangan

Tahapan pendampingan dan monitoring dilakukan sebanyak dua kali untuk melihat sejauh mana program pengabdian masyarakat ini berhasil. Tahapan ini dilakukan setelah dua bulan berjalannya program pelatihan. Waktu dua bulan dipilih untuk mengetahui peningkatan kompetensi pada pemanfaatan teknologi kelompok POKDARWIS dan UMKM. Evaluasi dilakukan pada beberapa aspek seperti perbandingan antara target dan realisasi, aspek peningkatan skill yang diukur dengan kuesioner dan aspek kebermanfaatannya kepada masyarakat luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat ini berfokus pada pemanfaatan teknologi dalam mendukung di Desa Wisata Besur, Kecamatan Sekaran, Kabupaten Lamongan. Desa ini dipilih sebab desa ini merupakan salah satu desa wisata buatan pilihan yang diresmikan oleh Gubernur Jawa Timur. Terdapat dua aktor penting dalam berjalannya Desa Wisata Besur yaitu UMKM dan POKDARWIS. Pemanfaatan teknologi dalam mendukung Desa Besur yang dimaksudkan adalah pemanfaatan sosial media bagi UMKM dimana UMKM memiliki peran penting dalam mendukung kembalinya agrowisata desa besar beroperasi kembali. Hal ini dikarenakan salah permasalahan dari agrowisata Desa Besur adalah kurangnya daya tarik lokal. Adanya UMKM dengan berbagai produknya diharapkan akan menjadi daya tarik masyarakat dan berminat kembali untuk mengunjungi agrowisata desa besar. Namun, yang menjadi permasalahan bagi UMKM adalah mereka tidak mengetahui bagaimana harus melakukan promosi di media sosial. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat ini fokus pada pelatihan dan pendampingan sosial media kepada para UMKM. Selain pada permasalahan digital marketing atau promosi di sosial media, UMKM dan POKDARWIS mengalami permasalahan pada belum mahirnya dalam melakukan pelaporan keuangan. Oleh karena itu, pelaporan keuangan juga dilakukan di pemberdayaan kemitraan masyarakat ini.

a. Pelatihan Digital Marketing Mendukung Produk UMKM

Kegiatan Pelatihan Digital Marketing dilaksanakan di Balai Desa Besur, Kecamatan Sekaran, Kabupaten Lamongan. Untuk mengukur kemampuan peserta pelatihan, tim Pengabdian menyiapkan Pre-Test dalam bentuk kuesioner. Hasil Pre-Test tersebut digunakan Tim untuk mengevaluasi kegiatan Pengabdian Masyarakat kedepannya .

Tabel 1. *Kondisi Sebelum dan Sesudah Pelatihan.*

No	Indikator	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
1.	Mengetahui Pentingnya Media Sosial sebagai media promosi	100%	100%
2.	Mengetahui Fungsi Media Sosial secara komersial	81%	100%
3.	Mengetahui manfaat Media Sosial untuk UMKM dan POKDARWIS	81%	88,8%
4.	Mengetahui Pentingnya konten yang menarik	81%	100%
5.	Mengetahui macam wujud pembuatan konten sosial media	27%	44,4%
6.	Mengetahui Tindak lanjut dari penggunaan media sosial sebagai sarana komersil	81%	77,7%
7.	Mengetahui solusi secara kontemporer pada masalah konten yang disajikan	45%	44,4%
8.	Mengetahui berbagai <i>platform</i> sebagai sarana mempromosikan produk	90%	88,8%
9.	Mengetahui jenis konten pada media sosial	90%	88,8%
10.	Mengetahui langkah tindak lanjut terhadap tanggapan negatif di media sosial terhadap suatu produk	90%	100%

Kegiatan ini diawali dengan pemberian Materi terkait Sosial Media Marketing oleh Ibu Cindy Febriana Nurcahyani. Dalam Penjelasannya kepada peserta, Bu Cindy menjelaskan Media Sosial adalah layanan berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten dan berpartisipasi dalam aktivitas sosial secara online. Konten media sosial merupakan informasi yang kita dapat melalui media sosial seperti instagram, youtube, whatsapp, tiktok dan lainnya. Fungsi dari media sosial sendiri yaitu sebagai sarana berbagi, belajar, pengetahuan, bisnis dan masih banyak hal positif lainnya. Lalu dilanjut dengan pengenalan penyusunan laporan keuangan, yang kedua USP (*Unique Selling Point*) merupakan suatu unggahan tentang keunikan produk maupun jasa, karakteristik khasnya yang membedakan dengan produk lain, kemudian ada *Fun Fact* merupakan fakta mengesankan tentang suatu produk atau jasa, yang keempat ada *Mini Quiz* yang bertujuan untuk menjalin interaksi dengan konsumen. Bu Cindy juga menjelaskan dengan melakukan perencanaan konten bisa mensupport suatu bisnis agar tercapai tujuannya. Kemudian pemanfaatan internet untuk usaha, khususnya *google maps*. Dengan menambahkan tempat usaha di internet baik web maupun *google maps* sangat membantu supaya usaha yang dimiliki diketahui oleh masyarakat luas. Dan juga mendaftarkan tempat usaha pada aplikasi *gofood*, *grabfood*, *shopee food*, dll juga sangat membantu promosi usaha supaya bisa jauh lebih dikenal oleh masyarakat luas.



Gambar 2. *Penyampaian Materi oleh Pakar Mengenai Fungsi dari Media Sosial.*

Materi selanjutnya akan disampaikan oleh Bapak Hans M. Y. Wijaya yang membahas masih sama dengan sebelumnya yaitu mengenai Media Sosial Marketing namun berbeda media sosial pemasarannya. Bapak Hans lebih menyukai membuat konten bisnis melalui *instagram*, karena banyak hal yang unggul untuk berbisnis di *instagram*. Dalam membangun profil bisnis harus menarik dengan ketentuan nama pengguna relevan dan mudah, foto yang menarik, bio yang ringkas namun jelas dan juga menyertakan tautan link bisnis ke *platform* lainnya.

Tabel 2. *Kondisi Sebelum dan Sesudah Pelatihan.*

No.	Indikator	Pre Test	Post Test	Perubahan
1.	Mengetahui pentingnya media sosial sebagai media promosi	100%	100%	=
2.	Mengetahui fungsi media sosial secara komersial	81%	100%	□
3.	Mengetahui manfaat media sosial untuk UMKM dan POKDARWIS	81%	88,8%	□
4.	Mengetahui pentingnya konten yang menarik	81%	100%	□
5.	Mengetahui macam wujud pembuatan konten sosial media	27%	44,4%	□
6.	Mengetahui tindak lanjut dari penggunaan media sosial sebagai sarana komersil	81%	77,7%	□
7.	Mengetahui solusi secara kontemporer pada masalah konten yang disajikan	45%	44,4%	□
8.	Mengetahui berbagai <i>platform</i> sebagai sarana mempromosikan produk	90%	91%	□
9.	Mengetahui jenis konten pada media sosial	90%	91%	□
10.	Mengetahui langkah tindak lanjut terhadap tanggapan negatif di media sosial terhadap suatu produk	90%	100%	□

Pemateri selanjutnya disampaikan oleh Ibu Dien Mardiah, Beliau menyampaikan pada penggunaan sosial media terus bertumbuh untuk berbagai kebutuhan dimana salah

satunya untuk berbisnis Dan tidak bisa dipungkiri bahwa saat ini masyarakat lebih menyukai belanja secara *online* dibanding *offline*. Selain itu Bu Dien juga memberitahukan cara bagi UMKM untuk bisa menembus pasar nasional maupun internasional. Poin pertama dengan *Online Businesss*, lalu yang kedua *Digital Marketing* dan yang terakhir dengan *Go Digital*. Dukungan UMKM untuk *Go Digital* yaitu dengan adanya teknologi 5G yang bisa menunjang promosi melalui internet semakin lancar. Selesai penyampaian materi oleh Bu para peserta diminta untuk mengerjakan *post test* mengenai Sosial Media Marketing untuk mengetahui apakah peserta sudah paham dengan materi yang disampaikan oleh Bu Cindy, Pak Hans, dan Bu Dien. Hasil Post Test terlihat pada Tabel 2 di atas.

Dari Hasil kegiatan pelatihan pertama melalui hasil *pre test* dan *post test* terlihat peserta semakin memahami praktek pemasaran melalui media sosial. Dari Hasil *pre test* terlihat anggota POKDARWIS baru memahami 27% terkait wujud pembuatan konten sosial media, setelah dilakukan pelatihan, pemahaman mereka bertambah menjadi 44,4%. Bukan hanya indikator tersebut, di indikator lainnya terlihat peserta dari anggota POKDARWIS bertambah pengetahuannya terkait *media social marketing*.

b. Pelatihan Pelaporan Keuangan

Pelatihan Selanjutnya, peserta yang berasal dari pelaku UMKM dan POKDARWIS diberikan pembekalan materi terkait laporan keuangan. Sama seperti sebelum kegiatan sebelumnya, sebelum dilakukan penyampaian materi, dilakukan Pre-test terlebih dahulu. Materi ini disampaikan oleh Bapak AUFAR Fadlul. Bapak AUFAR juga menjelaskan bagaimana gambaran konsep keuangan usaha yang baik, seperti harga yang sesuai dengan kualitas, penggantian property bisnis dan juga penyesuaian bahan baku. Lebih Lanjut menurut kegunaannya, akuntansi berfungsi untuk memberikan informasi kuantitatif yang berguna untuk pengambilan keputusan bisnis. Akuntansi dibagi menjadi 3 yaitu akuntansi manajemen, akuntansi keuangan dan akuntansi pemerintah. Kemudian untuk membuat laporan keuangan harus ada bukti transaksi untuk pembuatan jurnal, neraca, laporan laba rugi dan laporan *cashflow*. Setelahnya Bapak AUFAR memberikan contoh laporan posisi keuangan yang baik dan benar.

Untuk melengkapi penyampaian materi oleh Bapak AUFAR, Ibu AMIK menyampaikan adanya lima poin dalam Manajemen Bisnis yang menjadi dasar pelaku UMKM dan POKDARWIS harus diketahui, yaitu manajemen keuangan, manajemen SDM, manajemen pemasaran, manajemen produksi dan manajemen resiko. Ibu AMIK melanjutkan materi peran keuangan dalam keberhasilan bisnis dan juga tahap-tahap dalam manajemen keuangan UMKM. Pada praktik usaha jika tidak mengetahui laporan keuangan maka usaha bisa berantakan yang nantinya akan berpengaruh pada jalannya usaha yang dijalani UMKM. Dengan memiliki laporan keuangan maka pemilik usaha bisa mengetahui omset dari usahanya masing-masing. Hal tersebut dipercaya bisa membuat pemilik usaha jauh lebih termotivasi untuk pengembangan bisnisnya. Ibu AMIK menyampaikan dari paham dan adanya laporan keuangan maka pengusaha bisa mengetahui dan menghitung berapa target pendapatan usaha yang diinginkan selanjutnya. Selain laporan keuangan ada hal yang juga penting untuk dilakukan, seperti pemberian sampel kepada konsumen. Cukup dengan sampel testimoni kecil yang diberikan kepada konsumen merupakan bentuk promosi yang bisa berpotensi untuk pengembangan bisnis. Menurut Ibu AMIK ada 7 buku wajib yang harus ada dalam manajemen keuangan, yaitu

buku kas harian, buku kas bulanan, buku bank, buku hutang, buku piutang, buku stok barang dan buku stok dalam rupiah. Yang paling berperan penting diantara 7 buku tersebut adalah buku stok barang dimana kegunaannya untuk mengetahui apa saja barang yang harus di stok/ dipersiapkan supaya jika konsumen butuh bisa langsung dipasarkan.

Tabel 3. *Kondisi Sebelum dan Sesudah Pelatihan Pelaporan Keuangan.*

No	Indikator	Pre Test	Post Test	Perubahan
1.	Mengetahui komponen dasar laporan keuangan	100%	100%	=
2.	Mengetahui tujuan utama laporan laba rugi	60%	60%	=
3.	Mengetahui komponen laporan neraca	50%	50%	=
4.	Mengetahui komponen aktiva lancar	80%	70%	+
5.	Mengetahui definisi modal pemilik (<i>owner's equity</i>)	100%	100%	=
6.	Mengetahui tujuan laporan arus kas	100%	100%	=
7.	Mengetahui komponen laporan perubahan modal	90%	100%	+
8.	Mengetahui definisi utang jangka panjang	80%	90%	+
9.	Mengetahui komponen biaya operasional	40%	70%	+
10.	Mengetahui definisi saldo laba (<i>retained earnings</i>)	70%	70%	=

Hasil *pre test* dan *post test* Pelaporan Keuangan pada anggota POKDARWIS dan UMKM mengalami peningkatan. Walaupun sebelum hasil *pre test* umumnya peserta sudah memahami terkait pelaporan keuangan digital, adanya pelatihan ini memperkuat pemahaman peserta terkait pelaporan keuangan bagi UMKM dan pengelola desa Wisata (POKDARWIS). Hasil menunjukkan bahwa para peserta mengalami peningkatan pemahaman pada indikator yang meliputi mengetahui komponen aktiva lancar, mengetahui komponen laporan perubahan modal, mengetahui definisi utang jangka panjang, mengetahui komponen biaya operasional.

PENUTUP

Simpulan. Keterbatasan anggota kelompok POKDARWIS dan UMKM dalam penguasaan Teknologi untuk memasarkan produk UMKM dan pencatatan keuangan bagi UMKM dan pengelolaan desa wisata membuat Desa Besar belum dapat bangkit pasca pandemi. Oleh karenanya, Tim Pengabdian Masyarakat Unair bermitra dengan LAZ Al Azhar serta Bank Jatim Syariah membuat serangkaian kegiatan pemberdayaan dan pelatihan untuk dapat mengasah keterampilan Kelompok POKDARWIS dan UMKM dalam misi untuk *re-launching* Desa Wisata Besar. Diantaranya adalah pelatihan Media sosial marketing dan Pelatihan Keuangan. Menggunakan Metode *Pre Test* dan *Post Test* dalam mengukur pemahaman peserta yang dilakukan selama pelatihan di dapatkan hasil peningkatan pemahaman peserta dalam mengelola media sosial dalam memasarkan

produk dan pencatatan laporan keuangan. Serangkaian kegiatan tersebut berhasil memperkuat pemahaman anggota kelompok POKDARWIS dan UMKM dalam mempersiapkan re-launching Desa Wisata Besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Dhilah Syifana, A., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>.
- Andriani, W., Handayani, D., Putra, R., & ... (2021). Perancangan Analisis Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Dengan EFA (Excel For Accounting). ... *Akuntansi Keuangan* ..., 14(1), 153–162. <https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jakb/article/view/4385%0Ahttps://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jakb/article/view/4385/1711>.
- Haryadi, B. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Keuangan dan Laporan Keuangan BUMDES Sempurna Bangkalan. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.22219/janayu.v4i1>.
- Imron Mawardi, Tika Widiastuti, Yossy Imam Candika, & Muhammad Ubaidillah Al Mustofa. (2022). Peningkatan Pendapatan Nelayan Tradisional Melalui Pendampingan Manajemen Usaha Dan Pemasaran Produk Olahan Ikan. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 6(2), 267–276. <https://doi.org/10.20473/jlm.v6i2.2022.267-276>.
- Maria Nila Anggia, & Muhammad Rifki Shihab. (2019). Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan Umkm. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159–170. <https://doi.org/10.21460/jutei.2018.22.125>.
- Maulidia, E., Wasianty, S., & Miharja, K. (2023). *Perbandingan Pencatatan Keuangan Manual dengan Menggunakan Zahir Accounting Pada Warung Kopi Rakjat*. 3, 97–102.
- Miharja, K., & Wulandari, N. (2021). Perbandingan Penyusunan Laporan Keuangan Manual Dengan Software Myob Accounting Pada Toko Bangunan. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Indonesia (JABISI)*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.55122/jabisi.v2i1.199>.
- Panjaitan, R. E., Saragih, R. S., Pardede, H. D., & Simarmata, H. M. P. (2018). Pelatihan Dan Pendampingan Pembuatan Laporan Keuangan Petani Jamur Di Kecamatan Sitalasari Pematangsiantar. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 57–61. <https://doi.org/10.31960/caradde.v1i1.8>.
- Pratiwi, D. N., & Mulasari, D. (2020). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Desa Guna Meningkatkan Akuntabilitas di Desa Mlandi Wonosobo. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 158–162. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7506>.

- Rosydiana, R. N., Ervianty, R. M., Firmandani, W., Linduwati, P. M., & Margaretha, C. C. (2023). Digitalisasi UMKM: Implementasi Product Detail Pages dan Pengelolaan Keuangan Digital Pada UMKM Bojonegoro. *Jurnal Layanan Masyarakat*, 7(1), 1–23.
- Suaedi, F., Irianto, J., Supeno, E., Wardiyanto, B., & Sunaryo. (2016). *Sustainable Development Based Tourism Development in Wonolopo, Semarang Pengembangan Wisata Berbasis Pembangunan Berkelanjutan Di Wonolopo, Semarang*. 7(2), 1–23.
- Suci, R. G., Azmi, Z., Marlina, E., Putri, A. A., Rodiah, S., & Azhari, I. P. (2021). Edukasi Akuntansi Dan Peningkatan Efektifitas Pelaporan Keuangan Bumdes Berbasis Excel For Accounting (EFA). *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 72–77. <https://doi.org/10.54951/comsep.v2i1.58>.
- Tabrani, M., & Aprilia, W. (2023). Workshop Pengelolaan Keuangan dengan Memanfaatkan Microsoft Excel Pada Kelurahan Karangpawitan Karawang. *PRAWARA Jurnal ABDIMAS*, 2(2 April), 56–61.
- Vidyasari, R., & Febriyan. (2008). Komputerisasi Pencatatan Akuntansi dan Pelaporan Keuangan Berbasis Microsoft Excel pada UMKM Umita Food and Drink. *Accountant: Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 9(1), 1655–1663.
- Winarti, C. (2021). Pemanfaatan Sosial Media oleh UMKM Dalam Memasarkan Produk di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Bisnis Seri Ke-4, 1(1)*, 195–206. <https://pascasarjanafe.untan.ac.id/wp-content/uploads/2022/09/19.pdf>.