



Pelatihan Keuangan dan Pemasaran Digital Industri Sanggah di Desa Kesiman

Ni Made Wisni Arie Pramuki¹, Ni Putu Ayu Kusumawati², Gusti Alit Suputra³, Ni Putu Yeni Yuliantari⁴,
Ni Made Yuli Cantika Putri⁵, Ni Made Rika Liana Putri⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Hindu Indonesia

e-mail: wisniariepramuki@unhi.ac.id

Received: 15 December 2025,, Revised: 28 December 2025, Accepted: 25 January 2025

DOI: <https://doi.org/10.54099/jpma.v5i1.1708>

Abstrak

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan mengatasi permasalahan manajemen pada UD Putra Bali Stil, sebuah industri pembuatan sanggah di Desa Kesiman Kertalunggu. Mitra menghadapi kendala utama berupa ketiadaan sistem pembukuan yang teratur serta metode pemasaran yang masih tradisional tanpa memanfaatkan teknologi digital. Metode pelaksanaan kegiatan mencakup tiga tahapan: persiapan, pelaksanaan pelatihan (ceramah dan praktik), serta evaluasi dan pendampingan. Pelatihan difokuskan pada pencatatan transaksi keuangan harian dan strategi pemasaran melalui media sosial. Keberhasilan program diukur menggunakan instrumen pre-test dan post-test. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan pemahaman mitra dalam menyusun pembukuan sederhana untuk memantau arus kas. Selain itu, mitra berhasil mengadopsi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar produk kerajinan batu alam. Kegiatan ini berimplikasi pada perbaikan pengambilan keputusan bisnis dan peningkatan daya saing usaha secara berkelanjutan.

Kata kunci: Pelatihan Pengelolaan Keuangan, Strategi Pemasaran Digital, Keberlanjutan Usaha

Abstract

This Community Service Program (PKM) aims to address management issues at UD Putra Bali Stil, a sanggah (sanggah) manufacturing company in Kesiman Village, Kertalunggu. Partners faced major challenges, including the lack of a well-organized bookkeeping system and traditional marketing methods that did not utilize digital technology. The implementation method involved three stages: preparation, training (lectures and practical exercises), and evaluation and mentoring. The training focused on recording daily financial transactions and marketing strategies through social media. The program's success was measured using pre-test and post-test instruments. The results of the community service program showed an increase in partners' understanding of preparing simple bookkeeping to monitor cash flow. Furthermore, partners successfully adopted digital marketing to expand the market reach of natural stone craft products. This activity has implications for improving business decision-making and increasing sustainable business competitiveness.

Keywords: Financial Management Training, Digital Marketing Strategy, Business Sustainability

1. PENDAHULUAN

Desa Kesiman Kertalunggu, Kecamatan Denpasar Timur, merupakan wilayah dengan potensi ekonomi tinggi pada sektor industri pembuatan sanggah dan kerajinan pahat batu alam. Industri ini memanfaatkan bahan baku seperti batu kerikil, batu Karangasem, dan batu Jawa untuk menghasilkan produk bernilai budaya dan spiritual tinggi. Salah satu pelaku usaha utama di wilayah ini adalah UD Putra Bali Stil, yang memproduksi pelinggih untuk menopang kebutuhan pembangunan hunian di Bali. Secara profil usaha, mitra tergolong produktif dengan memiliki tenaga kerja sebanyak 30 orang yang terbagi dalam divisi produksi (20 orang), pengrajin (5 orang), dan pengiriman (5 orang), serta mampu mencatatkan keuntungan bersih rata-rata 20-30% dari harga jual produk.



Meskipun memiliki kapasitas produksi yang memadai, mitra menghadapi dua permasalahan mendasar yang menghambat pengembangan usaha. Permasalahan pertama berkaitan dengan manajemen keuangan, di mana mitra belum memiliki sistem pembukuan yang teratur. Ketidadaan pencatatan ini menyebabkan arus kas (*cash flow*) tidak dapat terpantau secara jelas dan efektif. Kondisi ini menyulitkan mitra dalam mengevaluasi kesehatan finansial usaha dan berisiko tinggi menyebabkan pengambilan keputusan bisnis yang kurang optimal (Kusumawati et al., 2023; Meliza et al., 2022).

Permasalahan kedua terletak pada aspek pemasaran yang masih dijalankan secara tradisional. Mitra belum memanfaatkan teknologi digital maupun *platform online* untuk mempromosikan produknya. Metode konvensional ini membatasi jangkauan pasar mitra hanya pada lingkup lokal dan pelanggan lama, sehingga sulit bersaing atau menjangkau pasar yang lebih luas di era digital saat ini (Hidayah et al., 2023; Iskanto et al., 2024; Suriani et al., 2023).

Berdasarkan analisis situasi tersebut, intervensi melalui kegiatan pengabdian masyarakat sangat diperlukan. Program ini bertujuan memberikan solusi konkret berupa pelatihan pengelolaan keuangan untuk menciptakan transparansi bisnis, serta pendampingan strategi pemasaran digital guna memperluas akses pasar. Sinergi antara pembenahan manajemen dan modernisasi pemasaran diharapkan dapat menjaga keberlanjutan usaha mitra di tengah dinamika persaingan bisnis (Pramuki et al., 2025; Pramuki & Ayu, 2020).

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dirancang secara sistematis melalui tiga tahapan utama: tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi, yang melibatkan partisipasi aktif mitra dalam setiap prosesnya.

Tahap Persiapan Tahap ini diawali dengan survei pendahuluan untuk mengidentifikasi masalah dan kebutuhan spesifik mitra melalui diskusi dan koordinasi langsung. Berdasarkan hasil identifikasi, tim pengabdian menyusun materi pelatihan yang relevan, menyiapkan alat dan fasilitas pendukung, serta menyusun jadwal kegiatan. Pada tahap ini, tim juga mengembangkan instrumen ukur berupa soal *pre-test* dan *post-test* untuk menilai efektivitas kegiatan secara kuantitatif.

Tahap Pelaksanaan Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pendekatan partisipatif dengan metode ceramah bervariasi, pelatihan teknis, dan praktik langsung. Kegiatan diawali dengan *pre-test* untuk memetakan pengetahuan awal peserta mengenai akuntansi dan pemasaran digital. Selanjutnya, intervensi dilakukan dalam bentuk:

1. Pelatihan Pembukuan: Penyampaian materi akuntansi dasar diikuti dengan praktik langsung (*hands-on*) pencatatan transaksi harian dan penyusunan laporan arus kas sederhana. Peserta dibimbing untuk memisahkan keuangan usaha dan pribadi.
2. Pelatihan Pemasaran Digital: Metode simulasi digunakan untuk mengajarkan pembuatan akun media sosial bisnis, teknik fotografi produk batu alam menggunakan *smartphone*, serta strategi pembuatan konten (*caption* dan *hashtag*) untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
3. Pendampingan: Sesi tanya jawab dan diskusi intensif dilakukan untuk mengatasi kendala teknis yang dihadapi mitra saat praktik berlangsung.

Tahap Evaluasi dan Indikator Keberhasilan Evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat ketercapaian tujuan kegiatan. Alat ukur yang digunakan meliputi:

1. Evaluasi Kuantitatif: Menggunakan instrumen *post-test* yang dibandingkan dengan hasil *pre-test* untuk mengukur peningkatan pemahaman kognitif mitra terkait materi yang diberikan.
2. Evaluasi Kualitatif: Dilakukan melalui metode observasi dan wawancara untuk melihat perubahan perilaku mitra, seperti kedisiplinan dalam mencatat transaksi harian dan keaktifan mengelola media sosial pasca-pelatihan.



Indikator keberhasilan program ditetapkan berdasarkan kemampuan mitra menyusun laporan keuangan sederhana secara mandiri dan adanya aktivitas pemasaran digital yang berkelanjutan yang berimplikasi pada potensi peningkatan ekonomi usaha.

3. AKTIFITAS

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan secara intensif di lokasi mitra, UD Putra Bali Stil, Desa Kesiman Kertalunggu. Pelaksanaan kegiatan dirancang untuk memberikan solusi menyeluruh melalui transfer pengetahuan dan pendampingan teknis yang berfokus pada tiga aspek utama: manajemen keuangan, pemasaran digital, dan manajemen operasional.

Pelatihan Manajemen Keuangan dan Pembukuan Aktivitas pertama difokuskan pada membenahan administrasi keuangan. Mengingat mitra belum memiliki sistem pencatatan yang baku, tim pengabdian memberikan pelatihan teknis mengenai akuntansi dasar yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM. Mitra dilatih untuk melakukan pencatatan transaksi harian secara disiplin dan menyusun laporan arus kas (*cash flow*) sederhana. Aktivitas ini bertujuan memberikan nilai tambah berupa transparansi kondisi finansial, sehingga mitra dapat memisahkan keuangan usaha dengan pribadi serta memiliki landasan data yang akurat untuk pengambilan keputusan bisnis.

Transformasi Pemasaran Digital Aktivitas kedua menasar modernisasi strategi pemasaran. Tim pengabdian mendampingi mitra beralih dari pemasaran tradisional ke digital guna menjangkau pasar yang lebih luas. Kegiatan meliputi pelatihan pembuatan akun media sosial bisnis, teknik fotografi produk kerajinan batu alam agar terlihat menarik secara visual, serta strategi pengelolaan konten promosi. Melalui aktivitas ini, produk-produk unggulan mitra seperti sanggah, candi, dan tugu yang memiliki nilai budaya tinggi kini dapat dipasarkan tidak hanya di lingkup lokal, tetapi berpotensi menembus pasar nasional.

Peningkatan Kapasitas Produksi dan Manajemen SDM Selain aspek manajerial, kegiatan ini juga menyentuh aspek operasional. Tim pengabdian memberikan rekomendasi teknis terkait perawatan peralatan produksi, khususnya penggunaan mata pisau potong yang besar dan tajam untuk meningkatkan efisiensi penghancuran batu. Di sisi sumber daya manusia, dilakukan pembinaan terkait penataan sistem pengupahan yang lebih terstruktur (baik sistem borongan maupun harian) bagi 30 orang tenaga kerja yang ada. Hal ini dilakukan untuk menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan meningkatkan produktivitas karyawan.

Seluruh rangkaian aktivitas ini ditutup dengan sesi pendampingan berkelanjutan untuk memantau implementasi materi dan memastikan mitra mampu beradaptasi dengan inovasi yang telah diberikan.

4. IMPLIKASI

Implikasi dari kegiatan pengabdian ini mencakup perubahan fundamental pada aspek manajerial, strategi pasar, dan operasional mitra UD Putra Bali Stil.

Implikasi Manajerial dan Keuangan Kegiatan ini memberikan implikasi langsung pada tata kelola bisnis mitra. Dengan diterapkannya sistem pembukuan yang teratur, terjadi pergeseran dari manajemen berbasis intuisi menjadi manajemen berbasis data. Mitra kini memiliki kemampuan menyusun laporan keuangan dasar dan memantau arus kas (*cash flow*) secara *real-time*. Keterbukaan informasi finansial ini berimplikasi pada kemampuan pemilik dalam memisahkan aset pribadi dan usaha, serta meminimalkan risiko kesalahan pengambilan keputusan finansial yang selama ini menjadi kelemahan utama usaha.

Implikasi Strategis Pemasaran Transformasi pemasaran dari tradisional ke digital memberikan dampak signifikan pada daya saing usaha. Adopsi teknologi media sosial memungkinkan produk kerajinan batu alam yang memiliki nilai seni dan spiritual tinggi untuk

menjangkau segmen pasar yang lebih luas, melampaui batasan geografis Desa Kesiman. Implikasi jangka panjang dari strategi ini adalah terbukanya peluang pasar nasional, yang secara bertahap dapat meningkatkan volume penjualan dan stabilitas pendapatan mitra di tengah persaingan era digital.

Implikasi Operasional dan Sosial Rekomendasi teknis terkait penggunaan peralatan produksi (mata pisau potong yang lebih tajam dan besar) serta penataan sistem pengupahan bagi 30 tenaga kerja (sistem borongan dan harian) berimplikasi pada terciptanya lingkungan kerja yang lebih kondusif dan produktif. Hal ini penting untuk menjaga loyalitas karyawan dan kualitas produk sanggah yang dihasilkan.

Indikator Keberhasilan dan Tantangan Keberhasilan implementasi program ini diukur melalui dua indikator utama. Secara kuantitatif, terdapat peningkatan skor pemahaman mitra antara *pre-test* dan *post-test* terkait materi akuntansi dan pemasaran digital. Secara kualitatif, keberhasilan terlihat dari adanya *output* nyata berupa dokumen pembukuan harian dan akun media sosial bisnis yang aktif. Namun, tantangan utama dalam penerapan ini adalah menjaga konsistensi kedisiplinan pencatatan keuangan di tengah kesibukan produksi yang padat. Berikut merupakan beberapa dokumentasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat.



(a) (b)

Gambar 1 Hasil Produksi Usaha Mitra



(a) (b)

Gambar 2 (a) (b)Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

5. KESIMPULAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil mencapai tujuan utamanya dalam memodernisasi tata kelola usaha UD Putra Bali Stil di Desa Kesiman Kertalunggu.



Berdasarkan hasil evaluasi, terdapat peningkatan kompetensi mitra yang signifikan dalam dua aspek krusial. Pertama, mitra kini memiliki kemampuan menyusun pembukuan keuangan yang teratur, meliputi pencatatan transaksi harian dan pengelolaan arus kas (*cash flow*). Kemampuan ini dibuktikan secara kuantitatif melalui peningkatan skor pemahaman mitra antara *pre-test* dan *post-test*, yang mengindikasikan bahwa mitra tidak lagi mengandalkan intuisi semata dalam pengelolaan finansial, melainkan berbasis data.

Selain aspek keuangan, keunggulan dari pelaksanaan program ini adalah keberhasilan transformasi metode pemasaran dari tradisional menuju digital. Mitra telah mampu mengadopsi teknologi media sosial untuk mempromosikan produk kerajinan batu alam (sanggha, candi, tugu) ke pasar yang lebih luas. Hal ini secara langsung meningkatkan daya saing usaha dan membuka peluang penetrasi pasar di luar wilayah lokal Bali. Di sisi operasional, pembenahan manajemen SDM melalui penataan sistem pengupahan juga berkontribusi pada terciptanya lingkungan kerja yang lebih kondusif bagi tenaga kerja yang ada.

Meskipun demikian, tantangan utama pasca-pelatihan adalah menjaga konsistensi kedisiplinan mitra dalam mencatat administrasi keuangan dan memperbarui konten digital di tengah padatnya aktivitas produksi. Oleh karena itu, pengembangan selanjutnya disarankan untuk berfokus pada pendampingan penggunaan *platform e-commerce* yang lebih kompleks serta pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atas desain produk untuk menjamin perlindungan aset kreatif dan keberlanjutan usaha jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Hindu Indonesia yang telah memberikan dukungan berupa pembiayaan terhadap kegiatan pengabdian ini serta kepada UD Putra Bali Stil atas kerjasama yang baik selama kegiatan berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggiriawan, P. B., Pratama, I. G. S., & Selamat, I. K. (2022). Pemberdayaan Usaha Pembuatan Pelinggih Dari Bias Melela Pada Usaha "Andika Dewata" Desa Penatih, Denpasar. *International Journal of Community Service Learning*, 6(3), 336-343. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i3.50514>
- Hidayah, R. T., Iskanto, D., & Putri, R. K. (2023). Pelatihan Pembuatan Bahan Ajar Dengan Canva dan Kahoot! Pada MTs Qirotussab'ah Kudang Kabupaten Garut. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.54099/jpma.v2i2.609>
- Iskanto, D., Hidayah, R. T., & Putri, R. K. (2024). Pelatihan Penggunaan Canva Poster & Kahoot! Pada MAS Al-Quran Qirotussab'ah Kudang Garut. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.54099/jpma.v3i1.824>
- Kusumawati, N. P. A., Pramuki, N. M. W. A., Pratiwi, N. P. T. W., Yuliantari, N. P. Y., & Suputra, G. A. (2023). Pelatihan Aplikasi Keuangan Digital Pada Kube Sari Jaya Di Desa Sumerta Kauh. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2(4), Article 4. <https://doi.org/10.54099/jpma.v2i4.768>
- Meliza, J., Nurhayati, Rahmadani, & Akbar, A. (2022). Pendampingan Digitalisasi Keuangan Untuk Penyusunan Harga Pokok Produksi Pelaku Usaha (Mitra) Pengrajin Tapai Singkong Dan Tapai Ketan Di Medan Tuntungan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(1), Article 1.
- Pramuki, N. M. W. A. P., Kusumawati, N. P. A., Yuliantari, N. P. Y., & Suputra, G. A. (2025). Optimalisasi Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Produksi



dan Penjualan Dupa di Toko Dupa Ganesha Galang Jaya, Ketewel. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 4(3), 149-153. <https://doi.org/10.54099/jpma.v4i3.1422>

Pramuki, N. M. W. A., & Ayu, P. C. (2020). Antecedents of the Use of MSME Social Media: In The Perspective of Technology Acceptance Model Theory. *International Journal of Contemporary Research and Review*, 11(04), 21776-21786. <https://doi.org/10.15520/ijcrr.v11i04.800>

Suriani, N. N., Yogiarta, I. M., & Jayanti, L. E. (2023). Penguatan Manajemen Usaha Dan Pemasaran Usaha Bumbu Rajang Di Kota Denpasar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2(4), Article 4. <https://doi.org/10.54099/jpma.v2i4.765>