



PKM Pemberdayaan Usaha Kelompok Pengrajin Pahat Batu Alam Desa Ketewel-Sukawati, Gianyar

I Gst. B Ngr. P. Putra^{1*}, Anak Agung Ketut Jayawarsa², Ida Ayu Dinda Priyanka Maharani³ 

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa, Denpasar, Indonesia

*Corresponding author: ngurahpanji.putra@email.com

Abstrak

Seni ukiran batu sebenarnya adalah tanda utama dari Desa Ketewel sejak waktu yang sangat lama. Sampai saat ini sebenarnya sebagian besar ukiran batu alam yang dihasilkan umumnya digunakan untuk tatanan kehidupan masyarakat Hindu Bali seperti tugu atau candi atau istilah Balinya Pelinggih, dan Gapura atau istilah Balinya angkul-angkul. Ketersediaan sumber daya manusia dan sumber daya alam yang mumpuni menjadi dasar maraknya pengrajin ukiran kerajinan pahatan batu alam di Desa Ketewel. Akan tetapi, keterbatasan keterampilan dalam pencatatan transaksi keuangan, distribusi produk dilakukan secara konvensional dan keterbatasan modal yang menyebabkan mitra mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan bahan baku dan bahan penolong. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan melaksanakan pelatihan pencatatan transaksi keuangan dan penyediaan sistem pencatatan keuangan digital, penyediaan website sebagai bentuk pelatihan strategi pemasaran dan strategi promosi online serta penyediaan sarana dan prasarana penunjang produksi. Kegiatan ini berlokasi di Desa Sukawati-Ketewel Gianyar, masyarakat sasaran yang menjadi mitra pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah kelompok pengrajin pahat batu alam. Kegiatan ini menghasilkan luaran berupa peningkatan keterampilan mitra dalam menentukan aliran kas masuk dan keluar dengan tepat. Hasil pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat mengatasi segala permasalahan pemberdayaan usaha pengrajin pahat batu alam yang ada di Desa Sukawati-Ketewel, Kabupaten Gianyar.

Kata Kunci: Ukiran batu, sosialisasi pencatatan keuangan, pemasaran melalui website dan media sosial.

Abstract

The art of stone carving is actually the main sign of Ketewel Village since a very long time. Until now, in fact, most of the natural stone carvings produced are generally used for the life of the Balinese Hindu community, such as monuments or temples or the Balinese term Pelinggih, and Gapura or the Balinese term angkul-angkul. The availability of human resources and qualified natural resources is the basis for the rise of craftsmen carving natural stone sculptures in Ketewel Village. However, limited skills in recording financial transactions, product distribution is carried out conventionally and limited capital causes partners to experience difficulties in meeting the needs of raw materials and supporting materials. This community service aims to overcome these problems by carrying out training on recording financial transactions and providing a digital financial recording system, providing a website as a form of training on marketing strategies and online promotion strategies as well as providing production support facilities and infrastructure. This activity is located in Sukawati-Ketewel Gianyar Village, the target community who are partners in this community service activity are groups of natural stone carving craftsmen. This activity produces outputs in the form of increasing partners' skills in determining cash inflows and outflows correctly. The results of this community service are expected to be able to overcome all problems in empowering natural stone carving craftsmen in Sukawati-Ketewel Village, Gianyar Regency

Keywords: Stone carving, socialization of financial records, marketing via website and social media.

1. PENDAHULUAN

Desa Ketewel berjarak 12 km dari Kota Denpasar merupakan wilayah administrasi milik Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar. Pada tahun 1980-an Desa Ketewel hanya

History:

Received : July 02, 2022

Revised : July 04, 2022

Accepted : August 13, 2022

Published : August 25, 2022

Publisher: Undiksha Press

Licensed: This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License



sebuah desa kecil dengan beberapa seniman ukiran batu yang menciptakan kerajinan ukiran batu. Namun hari ini Desa Ketewel telah menjadi sentra kerajinan ukiran berbahan dasar batu alam seperti tugu atau candi atau istilah Balinya pelinggih. Lokasi Desa Ketewel sangat strategis karena terletak di jalan utama yang menghubungkan pusat Kota Denpasar dengan Daerah Bali Timur, dimana arus lalu lintas tidak hanya untuk warga lokal, tetapi juga untuk rute wisata utama ke daerah timur Bali. Para wisatawan akan disajikan usaha kerajinan pahatan batu alam baik berupa patung ataupun tugu dan candi yang dipasarkan di pinggir jalan sepanjang jalan Desa Ketewel.

Seni ukiran batu sebenarnya adalah tanda utama dari Desa Ketewel sejak waktu yang sangat lama. Sampai saat ini sebenarnya sebagian besar ukiran batu alam yang dihasilkan umumnya digunakan untuk tatanan kehidupan masyarakat Hindu Bali seperti tugu atau candi atau istilah Balinya Pelinggih, dan Gapura atau istilah Balinya angkul-angkul. Ketersediaan sumber daya manusia dan sumber daya alam yang mumpuni menjadi dasar maraknya pengrajin ukiran kerajinan pahatan batu alam di Desa Ketewel. Melimpahnya pasokan bahan baku dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar untuk menghasilkan kerajinan ukiran berbahan dasar batu alam (Ghaida et al., 2021; Setiawan, 2018; Subekan et al., 2021). Masyarakat desa melihat kondisi ini sebagai peluang usaha bernilai ekonomis sehingga besarnya ketersediaan potensi alam, tidak disia-siakan begitu saja (Mardhia et al., 2019; Nusantari et al., 2017; Paramita et al., 2018). Hal tersebut dibuktikan dimana para pengrajin ukiran batu alam berasal dari Desa Ketewel dan sekitarnya secara turun temurun. Melalui pemanfaatan potensi ekonomi yang dapat diberdayakan terkait dengan ketersediaan bahan baku, diharapkan mampu memperbaiki taraf hidup masyarakat yang bermuara pada peningkatan pertumbuhan perekonomian masyarakat Desa Ketewel (Baihaqi, B., AS et al., 2020; Holinesti et al., 2020; Nopi et al., 2021). Adapun produk kerajinan ukiran batu alam khususnya produk tugu/candi/pelinggih umumnya dipesan untuk kebutuhan pribadi (rumahan) atau untuk kebutuhan yang lebih luas (misalnya Pura milik Desa).

Kelompok pengrajin pahat batu alam yang menjadi mitra Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2022 berasal dari Desa Ketewel, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar. Adapun kelompok pengrajin pahat batu alam ini beranggotakan sekelompok pria sehingga dinamakan Putra Bali Stil yang diketuai oleh Komang Sudika. Jumlah anggota kelompok pengrajin pahat batu alam adalah 27 orang dan berasal dari daerah sekitar yakni dari Desa Ketewel dan Desa Keramas. Usaha kerajinan pahat batu alam “Putra Bali Stil” ini dibentuk sejak tahun 2007. Adapun jenis produk yang dihasilkan oleh kelompok pengrajin pahat batu alam ini sangat erat kaitannya dengan tatanan kehidupan masyarakat Hindu Bali yakni: 1) Berbagai macam jenis tugu atau candi (istilah Bali-nya Pelinggih) sebagai media persembahyangan serta stana para Dewa; dan 2) Gapura (istilah Bali-nya angkul-angkul atau kori). Adapun jenis tugu atau candi yang umumnya diproduksi terdiri dari Padmasana (ukuran 80 cm x 100 cm x 200 cm), Sanggah Kemulan, Sanggah Anglurah, Sanggah Taksu, dan Apit-Lawang (ukuran 60 cm x 90 cm x 200 cm). Namun tidak menutup kemungkinan untuk ukuran lainnya disesuaikan dengan permintaan konsumen. Kelompok usaha ini melayani pesanan untuk kebutuhan pribadi (rumahan) atau untuk kebutuhan yang lebih luas (misalnya Pura milik Desa).

Produk kerajinan yang diproduksi oleh Kelompok Pengrajin “Putra Bali Stil” berbahan dasar batu alam atau lebih spesifiknya batu lahar letusan gunung berapi yang diambil dari Daerah Karangasem dan Desa Kubutambahan-Singaraja. Keunggulan produk ukiran batu alam yang berbahan dasar batu lahar adalah dari segi daya tahan yang lebih kuat dan tahan lama dibandingkan dengan produk pesaing yang berbahan baku lain, seperti contohnya berbahan baku batu paras. Kelompok pengrajin ini berproduksi selama enam hari kerja yakni Senin hingga Sabtu. Selama sebulan, kelompok usaha ini mampu memproduksi sejumlah 10 buah tugu/candi/pelinggih. Rata-rata penjualan selama sebulan adalah 2 buah

tugu/candi, pelinggih. Harga jual dari Padmasana (ukuran 80 cm x 100 cm x 200 cm) berkisar antara Rp 10.000.000 hingga Rp 15.000.000. Sementara Sanggah Kemulan, Sanggah Anglurah, Sanggah Taksu, dan Apit-Lawang (60 cm x 90 cm x 200 cm) berkisar antara Rp 6.000.000 hingga Rp 8.000.000. Usaha kerajinan pahat batu alam yang digeluti oleh Kelompok Putra Bali Stil ini tergolong ke dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Dalam perjalanannya, jenis usaha seperti ini kerap mengalami pasang surut bisnis terutama di masa pandemi seperti sekarang ini. Permasalahan pertama yang dihadapi oleh usaha ini yakni keterbatasan kemampuan dalam hal pencatatan transaksi keuangan. Kelompok usaha ini kerap mengalami kesulitan dalam menentukan aliran kas masuk dan keluar secara tepat. Proses pencatatan transaksi pun masih dilakukan secara manual. Permasalahan ini menjadi hal yang krusial untuk diperhatikan apabila dikaitkan dengan aspek permodalan. Salah satu syarat penting dalam pengajuan pinjaman adalah tersedianya pencatatan keuangan atau pembukuan yang jelas dan sistematis (Febriyanto et al., 2019; Marheni et al., 2022; Sumantika & Ardiyanto, 2017). Permasalahan lain yang menghambat perkembangan usaha ini terkait distribusi serta pemasaran produk yang masih dilakukan secara konvensional. Kemajuan teknologi digital di era globalisasi tanpa diimbangi dengan adanya kemampuan dalam pemanfaatan kemajuan IPTEK menyebabkan perkembangan usaha menjadi terhambat. Permasalahan berikutnya terkait sarana dan prasarana yang digunakan telah habis umur ekonomisnya, sehingga memerlukan pembaharuan agar dapat memberikan manfaat yang lebih baik kedepannya.

Berdasarkan pemaparan analisis situasi di atas, tim pengabdian menggaris bawahi permasalahan yang dihadapi mitra yang bergerak di bidang ekonomi produktif, serta coba diatasi melalui Program Kemitraan Masyarakat. Hal ini merupakan bentuk dukungan terhadap salah satu misi dari Kabupaten Gianyar yakni “Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi yang Berkualitas Berwawasan Lingkungan”. Apabila dikaitkan dengan misi dari Kabupaten Gianyar tersebut, maka keberadaan usaha kerajinan pahat batu alam merupakan bentuk UMKM berbasis ekonomi kreatif yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat. Untuk mencapai hal tersebut dinamika pertumbuhan kerajinan ukiran pahatan batu alam sangat dibutuhkan sehingga dukungan ekonomi kerakyatan dapat terwujud. Dinamika pertumbuhan yang dimaksud disini adalah perubahan yang mengarah kebaikan, kemajuan. Dalam perkembangan selanjutnya kegiatan menciptakan produk kerajinan sebagai salah satu aktivitas budaya, ternyata bukan merupakan konsistensi dan stagnan, namun terus berlangsung dan berkembang secara berkesinambungan seiring perkembangan kebutuhan masyarakat (El Hasanah, 2015; Sopandi, 2017; Suryani, 2014). Produk kerajinan pahat batu alam pun menjadi produk unggulan dari desa tersebut sehingga patut untuk diberdayakan sebagai produk unggulan daerah. Tujuannya adalah agar keberlangsungan dari jenis usaha ini tetap terjaga dan tidak punah. Hal tersebut menjadi dasar bagi kami untuk melakukan pemberdayaan mitra pengabdian yakni usaha kerajinan pahat batu alam melalui Program Kemitraan Masyarakat 2022. Bentuk pemberdayaan mitra yang akan dilaksanakan yakni seperti program penyediaan aplikasi pencatatan keuangan terdigitalisasi (disertai dengan pendampingan dan pelatihan), penyediaan aplikasi pemasaran online (disertai dengan pendampingan dan pelatihan), serta bantuan usaha dalam hal sarana dan prasarana.

Permasalahan yang diungkapkan oleh mitra adalah sebagai berikut: (1) Mitra mengalami permasalahan dalam proses pencatatan transaksi penjualan produk. Kelompok usaha ini kerap mengalami kesulitan dalam menentukan aliran kas masuk dan keluar secara tepat. Dampaknya adalah terjadi ketidaksesuaian antara nominal kas di tangan dengan jumlah kas yang tercatat pada pembukuan. Disamping itu, proses pencatatan transaksi masih dilakukan secara manual sehingga tingkat akurasi dan efektivitas perhitungan transaksi belum memadai, serta tingkat efisiensi waktu pencatatan pembukuan masih tergolong rendah. Hal

tersebut didasarkan pada kurangnya pengetahuan dan pemahaman terkait proses pencatatan keuangan sederhana; (2) Permasalahan lain yang dihadapi yakni terkait distribusi serta pemasaran produk yang masih dilakukan secara konvensional. Mitra belum memiliki strategi pemasaran yang mumpuni sehingga mengakibatkan luas cakupan pangsa pasar produk masih sangat minim. Kemajuan teknologi digital di era globalisasi tanpa diimbangi dengan adanya kemampuan dalam pemanfaatan kemajuan IPTEK menyebabkan perkembangan usaha menjadi terhambat; (3) Mitra pengabdian mengalami permasalahan di bidang produksi yakni terkait sarana dan prasarana yang digunakan telah habis umur ekonomisnya yang menghambat proses produksi, sehingga memerlukan pembaharuan agar dapat memberikan manfaat yang lebih baik kedepannya.

2. METODE

Bidang Akuntansi (Pelatihan Pencatatan Transaksi Keuangan serta Penyediaan Sistem Pencatatan Keuangan Ter-digitalisasi)

Berangkat dari permasalahan yang dihadapi oleh mitra terkait keterbatasan kemampuan dalam hal pencatatan transaksi keuangan khususnya dalam hal penentuan aliran kas masuk dan keluar, maka solusi yang kami tawarkan adalah berupa sosialisasi dan pelatihan pencatatan transaksi keuangan. Dibekali latar belakang pendidikan profesi sebagai Akuntan (Ak) serta terqualifikasi sebagai akuntan profesional sesuai panduan standar internasional dengan label *Chartered Accountant* (CA), maka program sosialisasi dan pelatihan pencatatan transaksi keuangan serta pelatihan sistem pembukuan ter-digitalisasi dilaksanakan oleh ketua pengabdian. Dalam prosesnya, program kerja ini juga akan dibantu oleh anggota I dalam hal pendampingan mitra apabila mengalami kesulitan ketika sosialisasi dilaksanakan. Tahapan pelaksanaan program kerja ini yaitu pada tahap awal ketua pengabdian mempersiapkan materi tentang catatan kas harian. Apabila dirinci materi yang diberikan yakni pertama terkait penentuan saldo awal operasi. Kemudian tahap berikutnya adalah pencatatan aliran kas masuk yang terkait dengan aktivitas usaha seperti pendapatan usaha. Tahap berikutnya adalah pencatatan dan pengklasifikasian aliran kas keluar misalnya pembelian bahan baku atau bahan pembantu/penolong. Patut digarisbawahi bahwa penting untuk diklasifikasikan dan dibedakan aliran kas keluar untuk aktivitas pribadi dan aktivitas usaha. Tahap terakhir adalah penentuan jumlah saldo kas di tangan dengan kas pada pencatatan pembukuan. Pada program kerja ini, tim pengabdian juga mempersiapkan buku peraga yang dapat mempermudah mitra untuk memahami materi sosialisasi yang disampaikan.

Tim pengabdian juga memberikan penyediaan dan pelatihan sistem pencatatan keuangan ter-digitalisasi untuk mengatasi permasalahan mitra terkait proses pembukuan yang masih manual. Program kerja yang kami tawarkan ini merupakan bentuk adaptasi kegiatan usaha bisnis terhadap revolusi industri 4.0. Metode penyampaian materi yakni via laptop serta smartphone. Tahap pelaksanaannya adalah pengenalan sistem aplikasi pembukuan yang dikembangkan oleh pihak ketiga bernama aplikasi "Buku Kas". Tim pengabdian akan memperkenalkan fitur-fitur dari aplikasi tersebut. Selanjutnya dimulai tahap demonstrasi teknis penggunaan aplikasi Buku Kas disertai dengan contoh transaksi *dummy* agar lebih mudah dipahami mitra pengabdian. Mitra akan diajarkan untuk mengubah mode privat ke mode bisnis, kemudian diajarkan tentang input data *supplier* dan *customer*. Setelah itu mitra diberikan contoh untuk pencatatan transaksi penjualan dan pembelian baik secara kredit atau tunai. Aplikasi ini juga dilengkapi dengan pencatatan harga pokok penjualan. Mitra juga akan diajarkan untuk menentukan *cut off* transaksi kredit sehingga ketika terjadi jatuh tempo, sehingga sistem secara otomatis akan memberikan pemberitahuan via *notification* bar pada

smartphone. Tahap akhir mitra akan diajarkan untuk mencetak output transaksi berupa laporan keuangan atau laporan hutang-piutang.

Bidang Manajemen Pemasaran serta Teknologi Informasi (Penyediaan Website sebagai Bentuk Strategi Pemasaran dan Pelatihan Strategi Promosi Online Terintegrasi Via Aplikasi Pihak Ketiga yang Terintegrasi dengan Media Sosial)

Dibantu oleh anggota II yang berlatar belakang sebagai akademisi program studi Manajemen, kami menawarkan program kerja berupa penyediaan website serta promosi online yang terintegrasi dengan media sosial (via *Instagram apps* dan *Facebook apps*). Tahap awal adalah kami melakukan pembuatan website via aplikasi pihak ketiga yakni aplikasi “Tokko” dengan menyediakan katalog produk disertai dengan varian jenis produk, harga, dan ukuran serta dilengkapi dengan link yang langsung terhubung ke aplikasi whatsapp sehingga akan memudahkan konsumen ketika melakukan pesanan pembelian. Tim pengabdian akan mendaftarkan usaha mitra pada aplikasi “Tokko” dan menyesuaikan nama serta kategori usaha. Kemudian dilanjutkan dengan menambahkan produk ke katalog, dilengkapi dengan foto dan deskripsi produk yang menarik serta penentuan harga yang sesuai. Tahap berikutnya adalah mengatur link pembayaran dan metode pengiriman yang ingin disediakan. Selanjutnya penjual telah mampu untuk membagikan tautan link toko via Whatsapp atau akun media sosial (*Facebook* dan *Instagram*) sebagai bentuk pemasaran *online* terintegrasi. Metode promosi jenis ini merupakan bentuk penyesuaian karakteristik konsumen dan masyarakat pada umumnya yang mayoritas menggunakan media sosial *Facebook* dan *Instagram*. Pemanfaatan kemajuan teknologi digital di era globalisasi merupakan bentuk relevansi marketing dalam upaya memasarkan produk khususnya untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan lebih berfokus pada foto atau gambar (Avriyanti, 2021; Awali, 2020; Febriyantoro & Arisandi, 2018). Melalui sosialisasi strategi pemasaran mitra dapat memiliki gambaran yang jelas dan terarah mengenai apa yang akan dilakukan, sehingga posisi mitra di pasar dapat dipertahankan sekaligus dapat ditingkatkan (Akhmad et al., 2022; Purwasih et al., 2021; Sinaga et al., 2022).

Bidang Produksi (Penyediaan Sarana dan Prasarana Penunjang Produksi)

Jenis usaha dari mitra pengabdian tergolong ke dalam usaha manufaktur dikarenakan terdapat kegiatan pengolahan bahan baku menjadi barang jadi. Untuk jenis usaha manufaktur, keberadaan bahan baku, bahan penolong, serta sarana prasarana produksi sangatlah krusial. Namun sangat disayangkan karena beberapa dari peralatan produksi kerajinan ukiran pahat batu alam pun telah kehabisan umur ekonomisnya, sehingga mempengaruhi proses dan kuantitas produksi produk. Tahapan atau langkah-langkah pemecahan masalah tersebut yaitu pertama diadakan observasi dan survey terkait sarana dan prasarana khususnya peralatan yang digunakan dalam proses produksi kerajinan pahat batu alam, dan pencatatan terkait daftar yang perlu untuk diperbaharui. Tahap berikutnya adalah proses penyusunan anggaran dalam rangka pengadaan peralatan baru, bahan baku, serta bahan penolong bagi mitra pengabdian disesuaikan dengan spesifikasi yang dibutuhkan dan anggaran yang tersedia. Selanjutnya seluruh tim pengabdian melakukan penyediaan sarana prasarana khususnya peralatan penunjang produksi, pengadaan bahan baku dan bahan penolong bagi mitra pengabdian. Tahap terakhir yaitu serah terima peralatan kepada mitra pengabdian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan melakukan pertemuan dengan mitra pada tanggal 1 Mei 2022 terkait sosialisasi yang akan diberikan. Adapun kegiatan yang dilakukan pada saat itu yakni seluruh anggota tim pengabdian kepada

masyarakat turut terlibat dalam pengadaan dan penyerahan bahan baku serta bahan penolong penunjang produksi sebagai bentuk investasi kepada mitra. Adapun bentuk pengadaannya yakni cat serta bahan perekat khusus untuk batu. Kami juga memberikan bantuan berupa peralatan baru untuk berproduksi seperti mesin gerinda dan peralatan perkakas untuk menggantikan peralatan lama yang telah usung dan telah habis umur ekonomisnya. Selain itu kami juga melakukan beberapa kegiatan antara lain seperti Ketua dibantu oleh Anggota I memperkenalkan aplikasi pihak ketiga yang bernama “Buku Kas”. Aplikasi ini dapat diunduh secara gratis di *playstore* dan diakses via *smartphone android*. Pada aplikasi Buku Kas telah tersedia secara lengkap menu yang berkaitan dengan pencatatan keuangan usaha. Kami memperkenalkan dan mengajarkan mitra mulai dari input transaksi penjualan, harga pokok penjualan, input pengeluaran, pencatatan supplier ataupun pelanggan. Mitra juga dapat melakukan pencatatan terkait hutang dan piutang, serta mengatur pengingat tanggal jatuh temponya. Sistem pada aplikasi akan memberikan informasi pengingat bagi mitra terkait nama pelanggan ataupun supplier beserta nominal utang ataupun piutangnya. Aplikasi juga menyediakan menu terkait pembayaran hutang dan pelunasan piutang. Hal yang tak kalah pentingnya adalah mitra dapat mengunduh laporan hutang ataupun piutang serta laporan keuangan sederhana sesuai dengan jangka waktu yang diinginkan. Dengan segala kemudahan yang diberikan oleh aplikasi Buku Kas, sangat terlihat antusiasme mitra dalam memperhatikan dan mempraktekkan aplikasi ini. Pencatatan transaksi keuangan dan penyediaan laporan keuangan sangat bermanfaat bagi mitra untuk mengetahui posisi keuangan serta hasil dari usaha yang dijalankan baik itu jangka waktu harian, mingguan atau bulanan. Output laporan yang dihasilkan juga mampu menjadi alat kontrol untuk menyesuaikan saldo kas pada laporan dan saldo kas di tangan (*cash on hand*).

Selanjutnya pemaparan materi terkait metode pemasaran berbasis e-marketing dilakukan oleh Anggota II dengan memanfaatkan aplikasi pihak ketiga dalam menyediakan website dan melakukan pemasaran *online* terintegrasi bernama Aplikasi “Tokko”. Aplikasi “Tokko” adalah aplikasi untuk mendesain dan menciptakan website toko online dengan mudah, cepat dan aman. Melalui aplikasi ini, penjual menjadi lebih mudah dalam mengelola produk pada katalog *online*. Penjual dapat mengatur produk, foto, deskripsi, dan info ketersediaan produk langsung dari satu dashboard. Selain itu, penjual dapat lebih mudah dalam menjangkau pelanggan secara online semudah membagikan status dan link kepada calon pembeli potensial via aplikasi Whatsapp atau akun media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan lain sebagainya. Penjual dapat membagikan link toko atau link produk spesifik yang terdapat pada katalog. Melalui aplikasi ini, tersedia berbagai pilihan pembayaran bagi pelanggan dengan fitur link pembayaran Tokko yang 100% aman terverifikasi Bank Indonesia dan bebas biaya transfer antar bank. Adapun metode pembayaran yang tersedia yakni: (1) Dengan menggunakan link pembayaran dari bank manapun tanpa dikenakan biaya admin; (2) Dengan menggunakan *e-wallet* seperti OVO, Gopay, ShopeePay, LinkAja, dan Dana. Pembayaran ini akan masuk langsung ke rekening penjual setelah pesanan diselesaikan; (3) Pembayaran Manual; (4) Pembayaran di Tempat (COD). Keunggulan lainnya dari aplikasi ini yaitu penjual dapat mengatur pesanan dan pengiriman produk dari satu aplikasi. Lebih lanjut, aplikasi ini mampu mempermudah penjual dalam melakukan marketing dan promosi produk secara online karena terintegrasi langsung dengan media sosial seperti *Facebook apps* dan *Instagram Apps*.

Pembahasan

Pelatihan Pencatatan Transaksi Keuangan serta Penyediaan Sistem Pencatatan Keuangan Ter-digitalisasi

Laporan keuangan merupakan sebuah media bagi para stakeholder dalam hal ini pemilik usaha untuk mengetahui kinerja usaha yang tercermin dari laba yang dihasilkan,

perubahan modal usaha yang terjadi, serta posisi keuangan dari usaha bersangkutan (Andriani et al., 2014; Frias-Aceituno et al., 2014; Sirojudin & Nazaruddin, 2014). Berangkat dari permasalahan yang dihadapi oleh mitra, maka solusi pemecahan masalah yang kami tawarkan berupa sosialisasi dan pelatihan pencatatan transaksi keuangan. Mitra juga akan dilatih dalam penyusunan catatan kas harian untuk mengetahui saldo kas awal, transaksi kas masuk serta keluar, dan saldo kas akhir. Luaran yang ditargetkan dari program ini yakni peningkatan keterampilan mitra dalam menentukan aliran kas masuk dan keluar dengan tepat, sehingga terjadi kesesuaian nominal saldo kas dalam pembukuan dengan saldo kas di tangan.

Setelah pemaparan materi terkait penyusunan laporan keuangan, tahap berikutnya adalah penyediaan sistem pencatatan keuangan secara digital. Salah satu kendala yang dialami mitra pengabdian adalah rentannya tingkat kekeliruan pada proses pembukuan, serta rendahnya tingkat efisiensi waktu penyusunan laporan keuangan. Oleh karena itu, kami akan menyediakan sistem pencatatan keuangan ter-digitalisasi serta memberikan pelatihan terkait cara pengoperasiannya. Adapun sistem yang akan disediakan dan diperkenalkan kepada mitra pengabdian adalah sistem aplikasi dari pihak ketiga bernama aplikasi “Buku Kas”. Aplikasi ini menyediakan berbagai macam fitur dan kemudahan dalam proses pencatatan transaksi keuangan. Fitur yang tersedia diantaranya input transaksi penjualan, pencatatan harga pokok penjualan, input transaksi pengeluaran, hingga pencatatan transaksi hutang dari supplier dan piutang dari customer. Sistem aplikasi ini juga dilengkapi dengan pengingat atas transaksi hutang maupun piutang yang telah jatuh tempo. Sistem akan memberikan reminder kepada pemilik usaha berkaitan dengan informasi nama supplier atau customer serta besaran nominal hutang atau piutang yang telah jatuh tempo. Hal yang terpenting adalah sistem aplikasi ini dapat menyediakan output berupa laporan keuangan hingga laporan hutang dan piutang disesuaikan dengan jangka waktu cut off yang dikehendaki. Ini akan memberikan kemudahan bagi mitra dalam mengawasi kegiatan usahanya. Luaran dari solusi pembukuan ter-digitalisasi adalah penyediaan sistem pembukuan berbasis aplikasi Buku Kas. Mitra akan diberikan kewenangan dan kebebasan penuh untuk menentukan sistem aplikasi pencatatan keuangan yang akan digunakan dari dua alternatif yang disediakan yakni berbasis Microsoft Excel atau berbasis sistem aplikasi Buku Kas.

Penyediaan Website sebagai Bentuk Strategi Pemasaran dan Pelatihan Strategi Promosi Online Terintegrasi (Via Aplikasi Pihak Ketiga yang Terintegrasi dengan Media Sosial)

Permasalahan kedua yang dihadapi oleh mitra pengabdian adalah cakupan pangsa pasar lokal khususnya di Bali yang masih tergolong sempit. Selain itu, distribusi serta pemasaran produk masih dilakukan secara konvensional. Solusi atas permasalahan tersebut yakni dengan menerapkan strategi pemasaran dan promosi yang lebih ekstensif. Pemanfaatan kemajuan IPTEK khususnya dalam hal teknologi digital coba kami terapkan sebagai bentuk relevansi terhadap kondisi pasar serta karakteristik konsumen saat ini. Salah satu solusi yang kami tawarkan adalah pemanfaatan aplikasi pihak ketiga dalam menyediakan website dan melakukan pemasaran online terintegrasi. Aplikasi tersebut bernama Aplikasi “Tokko”. Aplikasi “Tokko” adalah aplikasi untuk mendesain dan menciptakan website toko online dengan mudah, cepat dan aman. Melalui aplikasi ini, penjual menjadi lebih mudah dalam mengelola produk pada katalog online. Penjual dapat mengatur produk, foto, deskripsi, dan info ketersediaan produk langsung dari satu *dashboard*. Selain itu, penjual dapat lebih mudah dalam menjangkau pelanggan secara *online* semudah membagikan status dan link kepada calon pembeli potensial via aplikasi Whatsapp atau akun media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan lain sebagainya. Penjual dapat membagikan link toko atau link produk spesifik yang terdapat pada katalog. Melalui aplikasi ini, tersedia berbagai pilihan pembayaran bagi pelanggan dengan fitur link pembayaran Tokko yang 100% aman terverifikasi Bank Indonesia dan bebas biaya transfer antar bank. Adapun metode

pembayaran yang tersedia yakni: 1) Dengan menggunakan link pembayaran dari bank manapun tanpa dikenakan biaya admin; 2) Dengan menggunakan e-wallet seperti OVO, Gopay, ShopeePay, LinkAja, dan Dana. Pembayaran ini akan masuk langsung ke rekening penjual setelah pesanan diselesaikan; 3) Pembayaran Manual; 4) Pembayaran di Tempat (*Cash on Delivery*-COD). Keunggulan lainnya dari aplikasi ini yaitu penjual dapat mengatur pesanan dan pengiriman produk dari satu aplikasi.

Lebih lanjut, aplikasi ini mampu mempermudah penjual dalam melakukan marketing dan promosi produk secara online karena terintegrasi langsung dengan media sosial seperti *Facebook apps* dan *Instagram Apps*. Melalui *facebook apps* penjual dapat melakukan optimalisasi kesadaran merk dengan membantu pengiklan untuk menemukan konsumen (Craig et al., 2008; Rengganawati & Taufik, 2020; Urva et al., 2022). Sementara *Instagram apps* dapat membantu pengiklan untuk memasarkan produk melalui laman Instagram khususnya untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan lebih berfokus pada foto atau gambar (Cahyani & Fitriyani, 2021; Rahmadanti et al., 2021; Rahman & Panuju, 2017). Kelebihan yang diperoleh dengan penerapan metode marketing online ini yaitu: (1) Dapat menjangkau lebih banyak orang dan membangun komunitas usaha; (2) Memperoleh opsi kontak baru dengan menambahkan tombol untuk mengunjungi profil yang memudahkan calon konsumen untuk menghubungi penjual; (3) Penjual juga dapat memperoleh insight dari pengikut akun media sosial usaha yang didaftarkan, sehingga dapat melihat kinerja dari postingan produk yang dipasarkan.

Penyediaan Sarana dan Prasarana Penunjang Produksi

Salah satu penunjang kelancaran proses produksi adalah sarana dan prasarana. Dari proses survey yang telah dilakukan, kami menemukan bahwa kondisi sarana dan prasarana khususnya peralatan yang dimiliki oleh mitra telah habis umur ekonomisnya. Kondisi ini menyebabkan proses produksi menjadi terhambat, sehingga berpengaruh terhadap jumlah kuantitas produk yang dihasilkan. Berdasarkan permasalahan tersebut, kami memberikan solusi berupa bantuan penyediaan sarana dan prasarana penunjang produksi seperti mesin gerinda, 1 set peralatan perkakas pahat, dan bantuan penyediaan bahan baku serta bahan penolong seperti semen dan cat khusus untuk batu alam.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan atas kegiatan yang telah dilaksanakan maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut: (1) Mitra Usaha Putra Bali Stil mengalami kesulitan dalam hal pemenuhan kebutuhan bahan baku bambu dan bahan penolong, mitra belum memiliki keterampilan, efektivitas dan efisiensi pencatatan keuangan yang memadai, serta distribusi serta pemasaran produk yang masih dilakukan secara konvensional. Hal tersebut yang melatarbelakangi dilakukannya pengabdian kepada masyarakat ini; (2) Keterbatasan keterampilan, efektivitas dan efisiensi pencatatan keuangan yang belum memadai, kami atasi dengan penyediaan sistem pembukuan terdigitalisasi. Aplikasi penyusunan laporan keuangan sederhana via smartphone android tersebut bernama Buku Kas. Didukung oleh buku panduan (*manual book*) serta cara pengoperasian aplikasi Buku Kas yang memang sangat simpel, kesalahan pencatatan dapat teratasi serta waktu penyusunan laporan keuangan menjadi lebih efisien; (3) Permasalahan terkait distribusi serta pemasaran produk yang masih dilakukan secara konvensional kami atasi melalui sosialisasi terkait strategi pemasaran online (*e-marketing*) serta penyediaan *website* berbasis aplikasi Toko. Melalui program kerja ini pangsa pasar produk yang dihasilkan menjadi lebih luas. Adapun saran yang kami berikan yaitu sebagai bentuk *sustainability* program maka perlu untuk dilakukan pembinaan dan pendampingan

secara berkelanjutan. Tujuannya adalah agar mitra dapat secara fasih mengimplementasikan program yang ditawarkan.

5. DAFTAR RUJUKAN

- Akhmad, I., Kusumah, A., Hinggo, H. T., Zaki, H., Ramadhan, R. R., Sulistyandari, S., & Hardilawati, W. L. (2022). Strategi Keberlanjutan Usaha Coffee Shop OFFTRACK Pekanbaru. *ABDIMAS EKODIKSOSIORA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ekonomi, Pendidikan, Dan Sosial Humaniora*, 2(2), 48–52. <https://doi.org/10.37859/abdimatekodiksosiora.v2i2.3796>.
- Andriani, L., Atmadja, A. T., SE, A., & Sinarwati, N. K. (2014). Analisis Penerapan Pencatatan Keuangan Berbasis Sak Etap Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm)(Sebuah Studi Interpretatif Pada Peggy Salon). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 2(1). <https://doi.org/10.23887/jimat.v2i1.2254>.
- Avriyanti, S. (2021). Strategi bertahan bisnis di tengah pandemi covid-19 dengan memanfaatkan bisnis digital (studi pada ukm yang terdaftar pada dinas koperasi, usaha kecil dan menengah kabupaten Tabalong). *Jurnal PubBis*, 5(1), 60–74. <https://doi.org/10.35722/pubbis.v5i1.380>.
- Awali, H. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19. *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.35905/balanca.v2i1.1342>.
- Baihaqi, B., AS, A. P., Suwardi, A. B., & Latief, A. (2020). Peningkatan Kemandirian Ekonomi Pokdakan Tanah Berongga Melalui Budidaya Lele Bioflok Autotrof di Kabupaten Aceh Tamiang. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(6), 1138–1149. <https://doi.org/10.31764/jmm.v4i6.2981>.
- Cahyani, E. N., & Fitriyani, E. (2021). Analisis Instagram Sebagai Social Media Marketing Di Industri Perhotelan. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 10(1), 29–46. <https://doi.org/10.47492/jih.v10i1.642>.
- Craig, J. B., Dibrell, C., & Davis, P. S. (2008). Leveraging family-based brand identity to enhance firm competitiveness and performance in family businesses. *Journal of Small Business Management*, 46(3), 351–371.
- El Hasanah, L. L. N. (2015). Pengembangan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Studi Pemuda*, 4(2), 268–280. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.36812>.
- Febriyanto, D. P., Soegiono, L., & Kristanto, A. B. (2019). Pemanfaatan Informasi Keuangan dan Akses Pembiayaan Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 9(2). <https://doi.org/10.23887/jiah.v9i2.21010>.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>.
- Frias-Aceituno, J. V., Rodríguez-Ariza, L., & Garcia-Sánchez, I. M. (2014). Explanatory factors of integrated sustainability and financial reporting. *Business Strategy and the Environment*, 23(1), 56–72. <https://doi.org/10.1002/bse.1765>.
- Ghaida, G., Cahyana, A., & Yana, D. (2021). Pola Pewarisan Teknik Pahat Batu Andesit Pada Kerajinan Batu Alam Padalarang. *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 9(2), 1–12. <https://doi.org/10.26742/atrat.v9i2.1717>.
- Holinesti, R., Kasmita, K., Insan, R. R., Gusnita, W., & Zulfikar, D. (2020). Pelatihan Pengolahan Ikan Air Tawar Sebagai Potensi Lokal Untuk Peningkatan Ekonomi Keluarga di Nagari Alahan Panjang Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok. *LOGISTA-Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 32–40.

- <https://doi.org/10.25077/logista.4.2.32-40.2020>.
- Mardhia, D., Firdaus, R., Saputra, A., Asriyanti, F., & Pratama, D. A. (2019). Pemanfaatan *Achantus ilicifolius* sebagai Produk Olahan Teh dalam Rangka Melestarikan Mangrove di Desa Labuhan Sumbawa. *Jurnal Abdi Insani*, 6(3), 348–358. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v6i3.262>.
- Marheni, M., Ulyah, H., & Rizki, R. (2022). Pelatihan SIAPIK Berbasis Android untuk Mengoptimalkan Pengelolaan Keuangan UMKM Syariah di Kabupaten Bangka. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 3(3). <https://doi.org/10.33394/jpu.v3i3.5867>.
- Nopi, N., Sulaiman, A., & Sujadmi, S. (2021). Optimalisasi Potensi Lokal untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Tanjung Gunung. *Jurnal Studi Inovasi*, 1(3), 23–29. <https://doi.org/10.52000/jsi.v1i3.45>.
- Nusantari, E., Abdul, A., & Harmain, R. M. (2017). Ikan bandeng tanpa duri (*Chanos chanos*) sebagai peluang bisnis masyarakat desa Mootinelo, Kabupaten Gorontalo Utara, Provinsi Gorontalo. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 78–87. <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.3.1.78-87>.
- Paramita, M., Muhlisin, S., & Palawa, I. (2018). Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemanfaatan Sumber daya Lokal. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 19–30. <https://doi.org/10.30997/qh.v4i1.1186>.
- Purwasih, J. H. G., Sari, K. A., Madhanni, L. R., A., Kharisma, A. M., Arsyantie, R., Sanah, B. F., & Ningsih, M. K. (2021). Pemberdayaan Melalui Pelatihan Pemasaran Produk Umkm Omah Jenang Blitar di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdimasa Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 64–72. <https://unimuda.e-journal.id/jurnalabdimasa/article/view/1213/650>.
- Rahmadanti, A. R., Aditasari, K., & Wibawa, B. M. (2021). Efektivitas Strategi Iklan dengan Menggunakan Instagram Ads untuk Meningkatkan Penjualan dan Branding Produk: Studi Kasus Privet. *id. Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 10(1). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v10i1.60335>.
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 214–224. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.26>.
- Rengganawati, H., & Taufik, Y. (2020). Analisis Pelaksanaan Digital Marketing pada UMKM Tahu Rohmat di Kuningan. *KOMVERSAL: Jurnal Komunikasi Universal*, 2(1), 28–50. <http://jurnal.plb.ac.id/index.php/komversal/article/view/496%0A>.
- Setiawan, A. (2018). Karakteristik Relief Batu Karya Bengkel Art Stone Kalasan Yogyakarta. *Pend. Seni Kerajinan-SI (e-Craft)*, 7(3), 240–253. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ecraft/article/download/10927/10461>.
- Sinaga, R. E., Simbolon, J. B., & Sitepu, J. (2022). Sosialisasi Strategi Pemasaran Pancake Stroberi Di Kabupaten Karo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEK*, 2(2), 67–72. <https://doi.org/10.53513/abdi.v2i2.5730>.
- Sirojudin, G. A., & Nazaruddin, I. (2014). Pengaruh modal intelektual dan pengungkapannya terhadap nilai dan kinerja perusahaan. *Journal of Accounting and Investment*, 15(2), 77–89. https://journal.umy.ac.id/index.php/ai/article/view/1328/pdf_16.
- Sopandi, E. (2017). Strategy Of Business Development Bamboo Craft (A Study In Pasirjambu Village Pasirjambu District Bandung Regency). *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(1). <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v2i1.12876>.
- Subekan, S., Azasi, K., & Purnomo, M. W. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mandiri Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Batu Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Industri Kerajinan Batu PT. Bejo Panuntun Group Desa Kebonagung Kecamatan Sawahan Kabupaten Nganjuk). *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 8(2),

- 129–138. <https://doi.org/10.53429/jdes.v8i2.233>.
- Sumantika, A., & Ardiyanto, F. (2017). Analisis Faktor-faktor Bauran Pemasaran (7p) yang Mempengaruhi Keputusan Pelaku Usaha UMKM dalam Pemilihan Pengajuan Kredit pada Bank di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 7(2), 1–12.
- Suryani, I. (2014). Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran produk dan potensi Indonesia dalam upaya mendukung ASEAN community 2015.(Studi Social media marketing pada twitter kemenparekraf ri dan facebook disparbud provinsi jawa barat). *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 123–138.
- Urva, G., Pratiwi, M., & Syarief, A. O. (2022). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 56–61. <https://doi.org/10.52072/abdine.v2i1.301>.