



Pemberdayaan Usaha Pembuatan Pelinggih Dari Bias Melela Pada Usaha “Andika Dewata” Desa Penatih, Denpasar

Putu Budi Anggiriawan^{1*}, I Gede Surya Pratama², I Ketut Selamat³ 

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

*Corresponding author: budianggiriawan@gmail.com

Abstrak

Seiring dengan pesatnya pembangunan hunian di Bali, permintaan pelinggih untuk rumah juga meningkat. Usaha produksi Pelinggih sudah ada sejak dahulu hingga sampai saat ini masih tetap eksis, ini karena makin meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap bangunan tempat suci yaitu pelinggih. Akan tetapi, pemberdayaan usaha yang dilakukan masih lemah sehingga masih mengalami beberapa permasalahan seperti keterbatasan dalam menghitung harga pokok dan kesulitan dalam menentukan keuntungan atas penjualan; minimnya cakupan pangsa pasar karena pemasaran produk yang dilaksanakan masih konvensional; terbatasnya modal yang menyebabkan kesulitan dalam hal sarana produksi. Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan memberikan Pelatihan Pencatatan Transaksi Keuangan serta Penyediaan Sistem Pencatatan Keuangan Ter-digitalisasi, Sosialisasi strategi pemasaran, Penyediaan Sarana dan Prasarana Penunjang Produksi. Sasaran kegiatan pengabdian ini adalah Bapak Komang Ariawan selaku pemilik usaha “Andika Dewata” yang berkecimpung dalam usaha pembuatan pelinggih dari biasa melela. Luaran yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian ini adalah Mitra sangat antusias dalam memperhatikan dan mempraktekkan aplikasi (Manual Book), penyerahan sarana dan prasarana kepada mitra yang digunakan dalam proses produksi pelinggih dari bias melela. Hasil pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang dialami mitra.

Kata Kunci: Bias melela, pencatatan keuangan, *marketing mix*.

Abstract

Along with the rapid development of housing in Bali, the demand for pelinggih for houses is also increasing. The Pelinggih production business has existed since ancient times until now, this is because of the increasing need for the community to build a sacred place, namely the shrine. However, the business empowerment carried out is still weak so that it is still experiencing several problems such as limitations in calculating the cost of goods and difficulties in determining the profit on sales; lack of market share coverage because product marketing is still conventional; limited capital which causes difficulties in terms of means of production. This Community Service aims to overcome these problems by providing Financial Transaction Recording Training and Provision of a digitized Financial Recording System, socialization of marketing strategies, Provision of Production Supporting Facilities and Infrastructure. The target of this service activity is Mr. Komang Ariawan as the owner of the "Andika Dewata" business who is involved in the business of making pelinggih from the usual release. The outputs resulting from this service activity are Partners are very enthusiastic in paying attention and practicing the application (Manual Book), handing over facilities and infrastructure to partners used in the pelinggih production process from being biased. The results of this community service are expected to be able to overcome the problems experienced by partners.

Keywords: Beach sand, financial transaction recording, online promotion strategy.

1. PENDAHULUAN

Hubungan antara orang Bali dengan alamnya melalui semangat religius dalam konsep yadnya, telah melahirkan harmonisasi kehidupan yang mengagumkan. Dewasa ini, Bali menjadi ‘pemuas’ selera manusia modern, khususnya dengan berbagai hal yang berkaitan dengan ‘kebutuhan’ pariwisata. Di era globalisasi ekonomi, informasi dan kultural dewasa ini terjadi kondisi tarik menarik antara kebudayaan lokal dengan tantangan dan pengaruh

History:

Received : July 10, 2022

Revised : July 12, 2022

Accepted : August 20, 2022

Published : August 25, 2022

Publisher: Undiksha Press

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



globalisasi (Hardiman & Ardianto, 2016; Yuniarto, 2016). Oleh sebab itu, di satu pihak globalisasi dianggap sebagai sebuah peluang bagi pengembangan potensi diri, sementara dilain pihak globalisasi dilihat sebagai ancaman terhadap eksistensi budaya lokal, termasuk desain-desain lokal dan keberlanjutan budaya local itu sendiri (Berkut et al., 2018; Julianto et al., 26 C.E.). Hasil pengkajian para ahli menunjukkan bahwa setiap kebudayaan senantiasa mengalami suatu perubahan (Lubis, 2018; Rosana, 2015).

Dalam konsep sebuah keluarga di Bali, selain satu keluarga harus memiliki rumah tinggal dan dapur, sebuah keluarga Hindu di Bali juga harus memiliki sebuah tempat pemujaan yang dikenal dengan nama Sanggah atau Pamerajan. Sanggah atau Merajan merupakan tempat suci untuk memuja Tuhan dan manifestasinya serta leluhur yang telah suci dan terletak di areal hulu rumah tangga (Astini, 2020; Suryosumunar & Narwadha, 2021). Seiring dengan pesatnya pembangunan hunian di Bali, permintaan pelinggih untuk rumah juga meningkat (Kharisma & Muni, 2017; Ngakan, 2013). Usaha produksi Pelinggih sudah ada sejak dahulu hingga sampai saat ini masih tetap eksis, ini karena makin meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap Bangunan Tempat suci yaitu pelinggih (Mendra & Watra, 2019; Rai et al., 2021). Pelinggih yang sudah lama bahkan yang sudah rusak sengaja diganti dengan pelinggih yang baru dengan motif dan variasi yang lebih bagus. Hal tersebut disambut menjadi peluang usaha bagi Komang Ariawan. Dengan berbekal keahlian membuat pelinggih di kampung, kemudian memberanikan diri untuk berwirausaha di Kota Denpasar.

Usaha Andika Dewata didirikan oleh Komang Ariawan pada tahun 2013. Lahir di Singaraja, 28 November 1985. Usaha ini memproduksi pelinggih dari bahan bias melela dan menjualnya. Meskipun Komang Ariawan hanya tamatan SD namun semangatnya untuk berwirausaha sangat tinggi. Terbukti yang awalnya pengerjaan pembuatan pelinggih dikerjakan 2 orang, Komang Ariawan dan 1 orang tenaga, sampai saat ini sudah berkembang menjadi 5 orang tenaga kerja dan Komang Ariawan sendiri tidak perlu terlibat dalam proses produksi. Komang Ariawan sendiri tidak memiliki kemampuan terkait proses pencatatan transaksi keuangan yang baik. Ini berakibat pada keterbatasan kemampuan dalam menentukan jumlah pendapatan dan biaya yang telah terjadi selama satu periode. Melalui pemberian pengetahuan terkait pencatatan keuangan sederhana, diharapkan dapat membantu mitra untuk mengetahui aliran keluar dan masuk dana yang terjadi. Selain di bidang pencatatan transaksi keuangan, mitra juga mengalami kendala pada sektor pemasaran, dimana belum ada bayangan harga dan proses untuk memasarkan ikan mujair. ini menjadi salah satu hal yang kami perhatikan dalam program pemberdayaan masyarakat ini.

Usaha pembuatan pelinggih menggunakan bias melela yang bernama Andika Dewata tergolong ke dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Permasalahan utama yang dihadapi yakni keterbatasan modal sehingga menyebabkan mitra kerap mengalami kesulitan dalam hal pemenuhan sarana penunjang. Permasalahan kedua yang dihadapi yakni keterbatasan kemampuan dalam hal pencatatan transaksi keuangan. Usaha ini kerap mengalami kesulitan dalam menentukan berapa biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi 1 unit pelinggih serta kesulitan dalam melakukan pencatatan 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. Permasalahan lain yang menghambat perkembangan usaha pembuatan pelinggih Andika Dewata adalah 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 (Fonna, 2019; I. G. B. N. P. Putra et al., 2021). Berdasarkan pemaparan analisis situasi di atas, tim pengabdian menggarisbawahi permasalahan yang dihadapi mitra yang bergerak di bidang ekonomi produktif, serta coba diatasi melalui

Program Kemitraan Masyarakat. Permasalahan yang diungkapkan oleh mitra adalah sebagai berikut: (1) Mitra mengalami permasalahan dalam proses pencatatan harga pokok dan transaksi penjualan produk. Kelompok usaha ini kerap mengalami kesulitan dalam menentukan harga pokok 1 unit pelinggih secara tepat. Sehingga sulit ditentukan laba secara akuntansi. Disamping itu karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman terkait akuntansi tidak pernah dilakukan pencatatan transaksi atas setiap penerimaan dan pengeluaran; (2) Mitra belum memiliki strategi pemasaran yang mumpuni. Saat ini mitra hanya mengandalkan konsumen yang datang ke tempat usahanya dan menggunakan media pemasaran dari mulut ke mulut; (3) Mitra pengabdian mengalami permasalahan di bidang produksi yakni keterbatasan modal sehingga menyebabkan mitra kerap mengalami kesulitan dalam hal pemenuhan sarana penunjang produksi.

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 Akuntansi serta terqualifikasi sebagai akuntan public yang memiliki ijin praktek langsung dari Menteri Keuangan, 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.

Sosialisasi strategi pemasaran

Sosialisasi strategi pemasaran dibantu oleh anggota II dan III yang berlatar belakang sebagai akademisi program studi Manajemen. Proses sosialisasi terkait strategi *marketing mix* akan dilakukan dengan media powerpoint. Adapun materi yang akan disampaikan yakni terkait pentingnya proses pemasaran dan strategi promosi. Mitra akan diberikan pemahaman terkait tujuan dan manfaat dari strategi pemasaran dalam peningkatan omset penjualan. Mitra akan diberikan pemahaman terkait penentuan posisi pasar. Hal ini erat kaitannya dengan membangun citra mitra di mata konsumen, serta menumbuhkan kepercayaan konsumen terkait kualitas produk yang dihasilkan. Pada tahapan ini, aktifitas utamanya adalah mendesain citra dan memosisikan diri di benak konsumen (Agustian et al., 2020). Materi berikutnya adalah strategi promosi melalui metode *marketing mix*. Bauran pemasaran merupakan variabel- variabel terkendali yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diharapkan dari pasar sasaran (Amanah, 2015; Diniaty & Agusrinal, 2014). Terdapat 7 unsur marketing mix (*Marketing Mix 7P*) yaitu: *Product, Price, Promotion, Place, Partisipant, Proses, dan Physical Evidence*. Melalui pemberian materi ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman produsen bahwa seluruh elemen dari strategi marketing mix 7P merupakan komponen yang saling melengkapi. Maka dari itu, untuk mencapai hasil penjualan yang optimal, serta keberlangsungan usaha yang maksimal, penting bagi produsen untuk mengimplementasikan keseluruhan komponen dari strategi marketing mix 7P. dan juga *Digital Marketing*.

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

Senin, 11 April 2022 dilakukan penanda tanganan berita acara penggunaan dana 70% terkait pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat yang bertempat di ruang Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM) Universitas Warmadewa. Menindaklanjuti hal tersebut, kami selaku tim pengabdian mulai mempersiapkan dan menentukan jadwal pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dengan tentunya tetap menyesuaikan jadwal dari mitra pengabdian yakni Bapak Komang Ariawan selaku Pemilik Usaha Andika Dewata, Desa Penatih. Sebagai tahap awal bentuk realisasi pengabdian kepada masyarakat ini, kami berangkat dari perencanaan yang telah disusun sebelumnya. Pertama, dilakukan persiapan terkait materi yang akan

disampaikan dan diberikan kepada mitra pengabdian. Ketua dan anggota mempersiapkan materi tentang penyusunan laporan keuangan sederhana dan catatan kas harian serta mempersiapkan materi terkait pemasaran menggunakan metode Marketing Mix dan juga Digital Marketing. Selanjutnya, kami mulai melaksanakan pengabdian ke lokasi mitra berpedoman pada jadwal pelaksanaan kegiatan yang telah disusun sebelumnya, tentunya dengan telah melakukan kesepakatan waktu pelaksanaan dengan mitra. Tak lupa kami mempersiapkan segala sarana pendukung dilaksanakannya pengabdian ini seperti alat tulis, laptop, kamera serta buku peraga terkait materi yang akan disampaikan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan melakukan pertemuan dengan mitra pada tanggal 7 Mei 2022 terkait sosialisasi yang akan diberikan pada 21 Mei 2022. Adapun kegiatan yang dilakukan pada saat itu antara lain: (1) Tim pengabdian menyampaikan materi tentang penyusunan laporan keuangan sederhana dan catatan kas harian dengan menggunakan aplikasi excel yang diberi nama Laporan Keuangan Sederhana. Aplikasi ini dirancang sendiri oleh ketua pengabdian. Kami juga telah menyiapkan buku peraga yang mengandung informasi tata cara pengoperasian aplikasi Laporan Keuangan Sederhana (manual book). Sehingga apabila dalam perjalanan penggunaan aplikasi ini terjadi kendala, maka mitra dapat langsung melihat panduannya pada buku peraga yang telah kami berikan. Pada aplikasi Laporan Keuangan Sederhana 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. Hal yang tak kalah pentingnya adalah mitra dapat membuat laporan laporan keuangan sederhana sesuai dengan jangka waktu yang diinginkan secara otomatis. Dengan segala kemudahan yang diberikan oleh aplikasi Laporan Keuangan Sederhana, sangat terlihat perbedaan antusiasme mitra dalam memperhatikan dan mempraktekkan aplikasi ini; (2) Tim pengabdian juga menyampaikan materi terkait metode pemasaran berbasis digital marketing. Metode marketing mix adalah metode pemasaran dengan memperhatikan tujuh komponen (7P) yang terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *participant* (orang), *process* (proses), dan *digital marketing*. Untuk aspek *product*, kami menekankan kepada mitra agar tetap memperhatikan kekhasan dari bentuk ukiran sehingga konsumen merasa tertarik. Kemudian untuk aspek *price*, kami menyarankan agar dibuatkan metode promo apabila membeli lebih dari satu pelinggih akan mendapat potongan harga. Untuk aspek *promotion*, kami menyarankan menggunakan media digital mengingat perkembangan jaman saat ini sudah sebagian besar menggunakan online. Selanjutnya untuk aspek *place*, kami melihat lokasi usaha sudah sangat tepat berada di pinggir jalan raya hanya saja perlu dibuatkan papan nama sehingga memudahkan seseorang menemukan lokasinya. Untuk aspek *participant*, mitra pengabdian telah mampu menciptakan lapangan pekerjaan di kota yang semua berasal dari desa. Ditinjau dari aspek *process*, kami menekankan pada mitra agar memperhatikan campuran dari bias melela dengan semen agar tidak mudah pecah. Dan yang terakhir yakni *digital marketing*, kami memberikan sosialisasi terkait pemasaran produk melalui facebook, instagram, maupun situs jual beli online; (3) 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 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 pelinggih dari bias melela, dan pencatatan terkait daftar yang perlu untuk diperbaharui. Tahap berikutnya adalah proses penyusunan anggaran dalam rangka pengadaan peralatan baru bagi

mitra pengabdian disesuaikan dengan spesifikasi yang dibutuhkan dan anggaran yang tersedia. Selanjutnya seluruh tim pengabdian melakukan penyediaan sarana prasarana khususnya peralatan penunjang produksi bagi mitra pengabdian. Tahap terakhir yaitu serah terima peralatan kepada mitra pengabdian.

Pembahasan

Laporan keuangan dibuat untuk mengetahui kondisi finansial perusahaan secara keseluruhan (Herawati, 2019; Pongoh, 2013). Sehingga para stakeholder dan pengguna informasi akuntansi bisa melakukan evaluasi dan cara pencegahan dengan tepat dan cepat jika kondisi keuangan usaha mengalami masalah atau memerlukan perubahan (Pratiwi et al., 2014; Purwanti, 2018). Berangkat dari permasalahan yang dihadapi oleh mitra, maka solusi pemecahan masalah yang kami tawarkan berupa sosialisasi dan pelatihan penggunaan buku kas serta bagaimana cara membuat laporan keuangan sederhana dengan menggunakan buku kas tersebut. Strategi pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan sebuah usaha (Rusdi, 2019; Utaminingsih, 2016). Penerapan strategi pemasaran yang tepat akan mempengaruhi sustainability usaha (Islam, 2018; Shaputra, 2013). Proses observasi menemukan bahwa mitra belum memiliki pengetahuan yang memadai terkait strategi pemasaran yang harus diterapkan. Melalui penyuluhan strategi pemasaran dapat membantu mitra untuk menentukan faktor-faktor yang harus diperhatikan untuk meningkatkan luas cakupan pangsa pasar serta penjualan produk.

Strategi pemasaran yang akan ditawarkan dalam proses sosialisasi ini adalah melalui strategi marketing mix. Strategi marketing mix sering diartikan sebagai beberapa panduan dari faktor-faktor penting yang ada di dalam pemasaran (Labaso, 2018; Lestari et al., 2019). Strategi marketing mix memiliki faktor atau elemen yang biasa dikenal dengan unsur 7P. Unsur 7P itu sendiri berguna untuk mengembangkan bisnis dan juga memenangkan persaingan pasar (N. P. Putra et al., 2020; Sudarwati & Satya, 2013). Unsur 7P terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *participant* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti atau fasilitas fisik). Dari proses survei yang telah kami lakukan, kami menemukan bahwa kondisi permodalan dari mitra sangat terbatas, sehingga kerap mengalami kesulitan dalam sarana penunjang proses produksi. Kondisi ini menyebabkan proses produksi menjadi terhambat, sehingga berpengaruh terhadap jumlah kuantitas produk yang dihasilkan (Sihombing & Sumartini, 2017; Sofyan, 2017). Berdasarkan permasalahan tersebut, kami memberikan solusi berupa bantuan penyediaan sarana dan prasarana penunjang produksi seperti halnya penyediaan peralatan baru seperti gerinda, gerobak sorong, dan seperangkat alat perkakas.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan atas kegiatan yang telah dilaksanakan maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut: (1) Mitra usaha Andika Dewata belum memiliki pencatatan transaksi keuangan yang memadai, serta keinginan untuk memperluas pangsa pasar. Setelah diberikan media yakni aplikasi penyusunan laporan keuangan sederhana berupa buku kas, mitra mudah menyerap materi yang diberikan dan mempraktekannya; (2) Sosialisasi terkait strategi pemasaran berbasis Marketing Mix dirasa sesuai dengan kebutuhan dari mitra. Kami mencoba menjabarkan komponen 7P dan Digital Marketing memberikan contoh nyata strategi yang dapat diimplementasikan oleh mitra pada usahanya. Hal ini dilakukan tentu bertujuan untuk memajukan usaha dari mitra pengabdian; (3) Mitra usaha Andika Dewata mengalami kesulitan dalam hal pemenuhan kebutuhan sarana pendukung produksi karena keterbatasan modal. Adanya bantuan berupa alat-alat penunjang produksi pelinggih dari bias melesa sangat membantu proses produksi, terutama dari segi kuantitas jumlah produksi.

5. DAFTAR RUJUKAN

- Agustian, E., Mutiara, I., & Rozi, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 5(2), 257–262. <https://doi.org/10.33087/jmas.v5i2.192>.
- Amanah, D. (2015). Pengaruh bauran pemasaran terhadap kinerja usaha kecil dan menengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 21(81). <https://doi.org/10.24114/jpkm.v21i81.3406>.
- Astini, K. Y. W. (2020). Pentingnya Berelasi Dengan Bhatara Hyang Guru Melalui Sanggah Kemulan Dalam Mencapai Kelepasan. *Vidya Darsan: Jurnal Mahasiswa Filsafat Hindu*, 2(1), 52–62. <https://doi.org/10.55115/vidyadarsan.v2i1.887>.
- Berkut, V. P., Bondareva, Y. V., Kostyukova, T. A., Maikova, V. P., Molchan, E. M., & Pesotsky, V. A. (2018). The problem of society consolidation in the era of globalization: methodological and axiological aspects. *Modern Journal of Language Teaching Methods*, 8(5), 223–237.
- Diniaty, D., & Agusrinal, A. (2014). Perancangan strategi pemasaran pada produk anyaman pandan. *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 11(2), 175–184. <https://doi.org/10.24014/sitekin.v11i2.745>.
- Fonna, N. (2019). *Pengembangan Revolusi Industri 4.0 dalam Berbagai Bidang*. Guepedia.
- Hardiman, H., & Ardianto, A. (2016). Kabhanti Wuna Media Komunikasi Tradisional dan Tantangannya di Era Globalisasi. *Potret Pemikiran*, 20(2). <https://doi.org/10.30984/pp.v20i2.751>.
- Herawati, H. (2019). Pentingnya Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan. *JAZ: Jurnal Akuntansi Unihaz*, 2(1), 16–25. <https://doi.org/10.32663/jaz.v2i1.806>.
- Islam, D. (2018). Tinjauan penerapan konsep green marketing dalam pelestarian lingkungan. *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 11(1), 10–18. <https://doi.org/10.21107/pamator.v11i1.4436>.
- Julianto, I. N. L., Jodog, M., & Santoso, I. (26 C.E.). Nilai interaksi simbol tradisi dalam wujud pelinggih pada ruang publik. *Panggung*, 1. <https://doi.org/10.26742/panggung.v26i1.159>.
- Kharisma, P. G. Y., & Muni, P. K. S. (2017). Local-wisdom-based spa tourism in Ubud village of Bali, Indonesia. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 68(8), 188–196. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2017-08.22>.
- Labaso, S. (2018). Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta. *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 289–311. <https://doi.org/10.14421/manageria.2018.32-05>.
- Lestari, W., Musyahidah, S., & Istiqamah, R. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada CV. Tinta Kaili dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 63–84. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v1i1.5.63-84>.
- Lubis, M. S. A. (2018). Dampak Perubahan Sosial Terhadap Pendidikan. *Al-Ikhtibar: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 5(2), 513–523. <https://doi.org/10.32505/ikhtibar.v5i2.558>.
- Mendra, I. N., & Watra, I. W. (2019). Implementasi Tri Hita Karana di SMP Negeri 5 Singaraja. *Dharmasmrti: Jurnal Ilmu Agama Dan Kebudayaan*, 19(1), 56–64. <https://doi.org/10.32795/ds.v10i1.335>.
- Ngakan, K. A. D. (2013). Quality of affordable housing projects by public and private developers in Indonesia: The case of Sarbagita Metropolitan Bali. *Journal of Geography and Regional Planning*, 6(3), 69–81.
- Pongoh, M. (2013). Analisis Laporan Keuangan untuk Menilai Kinerja Keuangan PT. Bumi Resources Tbk. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan*

- Akuntansi*, 1(3). <https://doi.org/10.35794/emba.1.3.2013.2135>.
- Pratiwi, A. A., Sondakh, J. J., & Kalangi, L. (2014). Analisis penerapan SAK ETAP pada penyajian laporan keuangan PT. Nichindo Manado Suisan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3). <https://doi.org/10.35794/emba.2.3.2014.5498>.
- Purwanti, E. (2018). Analisis pengetahuan laporan keuangan pada umkm industri konveksi di Salatiga. *Among Makarti*, 10(2). <https://doi.org/10.52353/ama.v10i2.152>.
- Putra, I. G. B. N. P., Jayawarsa, A. A. K., Maharani, I. A. D. P., & Setiyawan, P. A. (2021). Pemberdayaan Usaha Kerajinan Anyaman Bambu Karya Kelompok Usaha Ibu-Ibu “Sari Murni” Desa Landih, Dusun Buayang-Bangli. *International Journal of Community Service Learning*, 5(2), 136–144. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v5i2.34496>.
- Putra, N. P., Larasdiputra, G. D., Pratama, I. G. S., & Putra, A. P. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Pada Kelompok Usaha Loloh Cemcem. *International Journal of Community Service Learning*, 4(4), 304–313. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v4i4.29680>.
- Rai, I. B., Suwendi, I. M., & Mahendra, P. R. A. (2021). Implementasi Tri Hita Karana Dalam Pengelolaan Pendidikan di SMP Dwijendra Denpasar. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 9(2), 431–439. <https://doi.org/10.23887/jpku.v9i2.34145>.
- Rosana, E. (2015). Modernisasi Dalam Perspektif Perubahan Sosial. *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama*, 10(1), 67–82. <https://doi.org/10.24042/ajsla.v10i1.1423>.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>.
- Shaputra, R. K. (2013). Penerapan green marketing pada bisnis produk kosmetik. *Jurnal Jibeka*, 7(3), 47–53. https://www.academia.edu/download/39646375/Rizky-Kharismawan-Shaputra_Green-Marketing-pada-produk-Kosmetik.pdf.
- Sihombing, M. I. S., & Sumartini, S. (2017). Pengaruh Pengendalian Kualitas Bahan Baku dan Pengendalian Kualitas Proses Produksi terhadap Kuantitas Produk Cacat dan Dampaknya pada Biaya Kualitas (Cost of Quality). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 42–49. <https://doi.org/10.17509/jimb.v8i2.12665>.
- Sofyan, D. K. (2017). Analisis Persediaan Bahan Baku Buah Kelapa Sawit Pada Pt. Bahari Dwikencana Lestari. *Industrial Engineering Journal*, 6(1). <https://doi.org/10.53912/iejm.v6i1.158>.
- Sudarwati, Y., & Satya, V. E. (2013). Strategi pengembangan merek usaha mikro, kecil, dan menengah. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 4(1), 89–101. <https://doi.org/10.22212/jekp.v4i1.70>.
- Suryosumunar, J. A. Z., & Narwadha, I. K. (2021). Sanggah Kamulan sebagai Media Pemujaan pada Masyarakat Hindu di Kota Mataram: Sebuah Kajian Filsafat. *Sophia Dharma: Jurnal Filsafat, Agama Hindu, Dan Masyarakat*, 4(1), 21–35. <https://doi.org/10.53977/sd.v4i1.325>.
- Utaminingsih, A. (2016). Pengaruh orientasi pasar, inovasi, dan kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada UKM kerajinan rotan di desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 31(2). <https://doi.org/10.24856/mem.v31i2.411>.
- Yuniarto, P. R. (2016). Masalah globalisasi di Indonesia: Antara kepentingan, kebijakan, dan tantangan. *Jurnal Kajian Wilayah*, 5(1), 67–95. <https://doi.org/10.14203/jkw.v5i1.124>.