Synergy and Society Service

This is a community service journal

Journal homepage: https://save.untrimbali.ac.id/

# Optimalisasi Laporan Keuangan dan Pemasaran Digital Kelompok Pengrajin Batok Kelapa di Kabupaten Gianyar

*Optimizing Financial Reporting and Digital Marketing for Coconut Shell Craft Groups in Gianyar Regency*

I Gusti Ayu Ratih Permata Dewi[1*], Putu Yudha Asteria Putri[2], Putu Gede Wahyu Satya Nugraha[3], Ni Putu Tatya Suryani[4], Ni Kadek Hendri[5]

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa, Denpasar, Indonesia[1.2.4]
Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknik dan Perencanaan, Universitas Warmadewa, Denpasar, Indonesia[3]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa, Denpasar, Indonesia[5]
*Correspondence*: ratihpermatadewi1@gmail.com

## ABSTRACT

*The Coconut Shell Craftsmen Group in Gianyar Regency faces several challenges in developing its business, particularly limited production technology, inadequate financial management, and restricted marketing activities. This Community Partnership Program (PKM) aimed to strengthen the business capacity and sustainability of the partner through the application of appropriate production technology, improvement of financial management, and development of digital marketing strategies. The program employed a participatory approach consisting of socialization, training, technology implementation, mentoring, monitoring, and evaluation. In the production aspect, the program introduced appropriate technologies, including a bench drilling machine, electric engraving tool, modern sanding machine, and air compressor, to improve production efficiency, product quality, and work safety. In the financial management aspect, participants were trained to conduct simple bookkeeping, prepare basic financial statements, and calculate Cost of Goods Manufactured (COGM) using spreadsheet-based templates. Meanwhile, digital marketing assistance focused on developing digital product catalogs, preparing informative product descriptions, strengthening product branding, and optimizing social media as a promotional and marketing channel. The implementation of the program resulted in improvements in participants' technical skills, production processes, product quality, financial management practices, and marketing capabilities.*

© 2025 Universitas Triatma Mulya

## ARTICLE INFO

***Article History:***
*Received: August 12, 2026*
*Revised: September 30, 2026*
*Accepted: October 16, 2026*

***Keywords:***
*coconut shell crafts, appropriate technology, financial management, digital marketing, community partnership program.*

## 1. PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi Indonesia tidak terlepas dari peranan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM terbukti mampu menjadi penopang ekonomi nasional, terutama dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. UMKM berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pada tahun 2018, UMKM menyerap sekitar 97% tenaga kerja pada sektor dunia usaha, sementara kontribusinya terhadap perekonomian nasional mencapai 61,1%. Pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya 0,01% menyumbang sisanya 38,9% terhadap PDB nasional (DJKN Kementerian Keuangan RI, 2018). Data tersebut menunjukkan bahwa UMKM menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, dengan ketahanan yang kuat terhadap krisis, perputaran transaksi cepat, dan pemanfaatan bahan baku domestik.

Indonesia sebagai negara yang kaya sumber daya alam memiliki potensi yang besar untuk pengembangan UMKM (Suryana, 2008). Masyarakat semakin peka terhadap peluang usaha dan kemampuan mengolah sumber daya lokal menjadi produk unik, bernilai tambah, dan berdaya saing. Produk-produk hasil karya UMKM terutama yang bersifat *handmade* memiliki nilai tersendiri bagi konsumen sehingga permintaannya cenderung stabil. Meskipun demikian, pemerintah menyatakan bahwa Indonesia masih membutuhkan setidaknya empat juta wirausahawan untuk mencapai kemakmuran nasional. Saat ini jumlah wirausahawan baru di Indonesia masih berkisar 0,18%, jauh dari standar ideal minimal 2% dari total penduduk (Tambunan, 2012).

Tanaman kelapa dikenal sebagai *tree of life* karena hampir seluruh bagiannya memiliki nilai guna dan ekonomi. Salah satu bagian yang berpotensi tinggi adalah tempurung kelapa, yang memiliki karakter kuat, awet, tahan air, serta tampilan alami yang estetis, sehingga layak dikembangkan sebagai bahan baku kerajinan bernilai ekonomi. Meskipun sering dianggap limbah oleh sebagian masyarakat, tempurung kelapa mampu diolah menjadi produk fungsional dan bernilai budaya.

Di Desa Sidan, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar, Bali, pengrajin lokal telah memanfaatkan tempurung kelapa menjadi berbagai perlengkapan dan sarana upacara Hindu. Salah satu mitra dalam program pengabdian masyarakat ini adalah kelompok usaha batok kelapa, yang berlokasi sekitar 17 km dari Kota Denpasar. Usaha ini dikelola oleh I Wayan Lanus sejak 12 Mei 2016 dan memproduksi beragam kerajinan batok kelapa dengan berbagai ukuran dan model.



**Gambar 1. Proses Pembuatan Alat Upacara Dari Batok Kelapa**

Hasil wawancara dengan Ketua Kelompok Pengrajin Batok Kelapa di Kabupaten Gianyar, I Wayan Lanus, menunjukkan bahwa kelompok ini memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai unit usaha berbasis kearifan lokal dan pemanfaatan sumber daya alam.

Pada bidang produksi, kegiatan usaha masih dilakukan secara sederhana dan manual tanpa adanya standar operasional prosedur (SOP) tertulis. Proses produksi berjalan berdasarkan kebiasaan masing-masing anggota, sehingga kualitas produk belum konsisten dan kapasitas produksi tidak stabil. Selain itu, belum terdapat sistem pengendalian mutu, pencatatan bahan baku, maupun perencanaan produksi yang terstruktur. Peralatan yang digunakan masih terbatas sehingga efisiensi dan produktivitas belum optimal.

Dari sisi manajemen usaha, mitra belum memiliki pembukuan keuangan yang terstruktur. Pencatatan transaksi masih sangat minim, belum dilakukan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), serta belum ada pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha. Kondisi ini menyebabkan mitra kesulitan mengetahui tingkat keuntungan yang sebenarnya dan belum mampu mengambil keputusan bisnis secara berbasis data. Selain itu, perencanaan usaha dan pengelolaan persediaan juga belum dilakukan secara sistematis.

Pada bidang pemasaran, mitra masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan pemasaran digital. Media sosial belum dikelola secara optimal, katalog produk belum tersedia, dan identitas merek belum terbentuk dengan kuat. Harga jual produk belum kompetitif karena tidak didasarkan pada perhitungan biaya produksi yang jelas. Saluran distribusi juga masih terbatas dan keterampilan promosi digital anggota kelompok masih rendah.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk mengatasi permasalahan mitra secara komprehensif melalui pendekatan partisipatif, aplikatif, dan berbasis teknologi tepat guna (Adi *et al.*, 2021**)**. Kegiatan difokuskan pada tiga aspek utama yaitu produksi, manajemen usaha, dan pemasaran yang saling terintegrasi. Pelaksanaan program dilakukan melalui beberapa tahapan utama, yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program.

Tahap sosialisasi merupakan langkah awal yang bertujuan untuk membangun pemahaman bersama antara tim pelaksana dan mitra terkait tujuan, manfaat, serta mekanisme pelaksanaan program (Adi *et al.*, 2022**)**. Pada tahap ini dilakukan pemaparan rencana kegiatan, ruang lingkup program, serta target luaran yang ingin dicapai. Selain itu, dilakukan identifikasi kondisi awal mitra secara lebih mendalam melalui observasi langsung dan diskusi, meliputi aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran.

Tahap pelatihan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam mengelola usaha kerajinan batok kelapa. Pelatihan dilaksanakan secara aplikatif dengan metode praktik langsung agar mitra dapat memahami dan menguasai teknologi serta teknik yang diajarkan. Pada aspek produksi, pelatihan difokuskan pada penggunaan mesin bor duduk, alat ukir elektrik, alat pengamplas modern, serta kompresor angin. Mitra diberikan pemahaman mengenai cara pengoperasian alat, perawatan, serta keselamatan kerja. Selain itu, mitra juga dilatih dalam teknik produksi yang lebih efisien dan menghasilkan kualitas produk yang lebih baik. Pada aspek manajemen usaha, pelatihan meliputi pencatatan keuangan berbasis digital sederhana, perhitungan harga pokok produksi, serta penyusunan laporan laba rugi. Mitra diajarkan cara mencatat transaksi secara sistematis dan memisahkan keuangan usaha dari keuangan pribadi. Pada aspek pemasaran, pelatihan difokuskan pada penggunaan media sosial dan marketplace, pembuatan katalog produk digital, teknik fotografi produk, serta strategi pemasaran online. Mitra juga diberikan pelatihan dalam pembuatan konten promosi yang menarik untuk meningkatkan daya tarik produk.

Tahap penerapan teknologi merupakan implementasi langsung dari solusi yang telah diberikan. Pada aspek produksi, mitra mulai menggunakan mesin bor duduk, alat ukir elektrik, alat pengamplas, dan kompresor angin dalam proses produksi sehari-hari. Selain itu, disusun

dan diterapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi sebagai acuan kerja yang mencakup seluruh tahapan produksi mulai dari pemilihan bahan baku hingga pengemasan produk. Pada aspek manajemen usaha, mitra mulai menerapkan sistem pencatatan keuangan berbasis digital menggunakan aplikasi sederhana dan spreadsheet. Mitra juga mulai menghitung biaya produksi dan menentukan harga jual produk secara lebih terstruktur. Pada aspek pemasaran, mitra mulai mengelola akun media sosial dan marketplace serta memanfaatkan katalog digital sebagai sarana promosi dan penjualan produk.

Pendampingan dilakukan secara intensif untuk memastikan bahwa mitra mampu mengimplementasikan teknologi dan pengetahuan yang telah diberikan. Tim pelaksana melakukan monitoring secara berkala terhadap kegiatan produksi, pencatatan keuangan, dan aktivitas pemasaran. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program menggunakan indikator kuantitatif seperti kapasitas produksi, tingkat cacat produk, jumlah penjualan, serta penggunaan sistem pencatatan keuangan.

Keberlanjutan program menjadi fokus utama agar manfaat kegiatan dapat dirasakan dalam jangka panjang. Mitra didorong untuk terus menggunakan teknologi yang telah diterapkan dan menjaga konsistensi penerapan SOP produksi. Selain itu, mitra diharapkan mampu mengembangkan pemasaran digital secara mandiri dan terus berinovasi dalam menciptakan produk baru.

Keberhasilan pelaksanaan program diukur melalui evaluasi sebelum dan sesudah kegiatan (*pre-test* dan *post-test*) serta pengukuran perubahan kinerja mitra berdasarkan indikator yang telah ditetapkan. Responden evaluasi adalah seluruh anggota mitra yang terlibat langsung dalam kegiatan pengabdian, yaitu sebanyak 13 orang pengrajin. Penggunaan seluruh anggota mitra sebagai responden dilakukan agar perubahan pengetahuan, keterampilan, dan penerapan teknologi dapat menggambarkan kondisi mitra secara keseluruhan.

Instrumen evaluasi menggunakan kuesioner terstruktur dengan skala Likert 1–5, yang mencakup tiga aspek utama, yaitu (1) pengetahuan dan keterampilan produksi, (2) pengetahuan dan penerapan manajemen usaha dan pencatatan keuangan, serta (3) pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital. Selain kuesioner, digunakan lembar observasi dan dokumentasi untuk mengukur penerapan teknologi, kepatuhan terhadap SOP produksi, penggunaan pencatatan keuangan, serta aktivitas pemasaran digital. Data kinerja usaha juga dikumpulkan melalui pencatatan kapasitas produksi, jumlah produk cacat, jumlah produk terjual, dan penggunaan sistem pencatatan keuangan sebelum dan sesudah program.

Peningkatan pengetahuan dan keterampilan dihitung dengan membandingkan skor rata-rata pre-test dan post-test. Persentase peningkatan dihitung menggunakan rumus:

**Persentase Peningkatan = [(Skor Post-test − Skor Pre-test) / Skor Pre-test] × 100%**

Selain itu, keberhasilan program pada aspek kinerja usaha dianalisis dengan membandingkan kondisi awal dan kondisi setelah pendampingan. Indikator keberhasilan meliputi: (1) peningkatan kapasitas produksi, (2) penurunan tingkat cacat produk, (3) peningkatan jumlah atau jangkauan penjualan, (4) tersusunnya dan diterapkannya SOP produksi, (5) meningkatnya kemampuan pencatatan keuangan dan perhitungan harga pokok produksi, serta (6) meningkatnya pemanfaatan media sosial, marketplace, dan katalog digital dalam pemasaran.

Evaluasi dilakukan dalam tiga tahap, yaitu (1) evaluasi awal (*pre-test*) sebelum pelatihan dimulai untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan kondisi awal mitra; (2) evaluasi akhir (*post-test*) segera setelah pelatihan untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan; dan (3) evaluasi tindak lanjut setelah pendampingan, untuk mengetahui tingkat penerapan pengetahuan, teknologi, SOP, pencatatan keuangan, dan pemasaran digital dalam kegiatan usaha sehari-hari. Hasil evaluasi selanjutnya digunakan sebagai dasar untuk menentukan keberhasilan program, mengidentifikasi kendala yang masih dihadapi mitra, serta menyusun tindak lanjut keberlanjutan program.

## 3. HASIL PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) pada Kelompok Pengrajin Batok Kelapa di Kabupaten Gianyar dilaksanakan melalui tahapan sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, monitoring, dan evaluasi. Program difokuskan pada penyelesaian permasalahan mitra pada aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital sehingga mampu meningkatkan kapasitas usaha, daya saing produk, dan keberlanjutan usaha.



**Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan PKM**

Pada aspek produksi, penerapan teknologi tepat guna berupa mesin bor, alat ukir elektrik, alat pengamplas modern, dan kompresor angin memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas dan kualitas produksi. Sebelum program dilaksanakan, kelompok pengrajin hanya mampu memproduksi sekitar 100 unit produk per bulan dengan proses pengerjaan yang masih dilakukan secara manual. Setelah penerapan teknologi dan pendampingan penggunaan peralatan, kapasitas produksi meningkat menjadi sekitar 200–250 unit produk per bulan. Peningkatan tersebut terjadi karena proses pengeboran, pengukiran, pengamplasan, dan finishing menjadi lebih cepat, presisi, dan efisien.

Selain peningkatan kapasitas produksi, penggunaan alat pengamplas modern dan spray gun berbasis kompresor angin mampu mengoptimalkan proses finishing sehingga kualitas permukaan produk menjadi lebih halus, rata, dan menarik. Efisiensi waktu produksi meningkat hingga sekitar 50%, sedangkan tingkat cacat produk menurun dari sekitar 15–20% menjadi kurang dari 5%. Kondisi ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi tepat guna mampu meningkatkan produktivitas sekaligus menjaga konsistensi kualitas produk kerajinan batok kelapa.

Sebagai upaya standarisasi proses produksi, tim juga menyusun dan menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) Produksi Kerajinan Batok Kelapa. SOP tersebut mengatur tahapan produksi mulai dari pemilihan bahan baku, proses pembentukan, penghalusan, finishing, hingga pengemasan. Seluruh anggota kelompok pengrajin telah menerapkan SOP tersebut secara konsisten sehingga proses produksi menjadi lebih sistematis dan kualitas produk lebih terjamin. SOP digital telah digunakan dalam berbagai UMKM dan terbukti meningkatkan konsistensi kualitas produk (Wibawa, 2020), mempercepat proses produksi hingga 30–35% (Sumantri, 2021).




**Gambar 3. SOP Produksi & Katalog Produk Kerajinan Batok Kelapa**

Pada aspek manajemen usaha, solusi yang diterapkan berupa administrasi usaha berbasis digital menggunakan template spreadsheet sederhana. Pendampingan dilakukan melalui pelatihan pencatatan transaksi, penyusunan laporan keuangan sederhana, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), dan penentuan harga jual.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 100% pengrajin telah mampu melakukan pencatatan keuangan usaha secara rutin menggunakan format pembukuan yang diberikan. Pengrajin tidak lagi hanya mengandalkan ingatan dalam mencatat transaksi, tetapi telah memiliki sistem administrasi yang lebih tertib dan terdokumentasi. Selain itu, melalui pendampingan perhitungan HPP, seluruh peserta telah mampu mengidentifikasi biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya overhead sehingga dapat menghitung biaya produksi secara lebih akurat. Kemampuan tersebut berdampak pada penyusunan laporan laba rugi sederhana secara mandiri dan membantu pengrajin menentukan harga jual berdasarkan struktur biaya yang sebenarnya. Perubahan lainnya terlihat pada pemisahan keuangan usaha dan keuangan rumah tangga.

Sebelum program berlangsung sebagian besar pengrajin masih mencampurkan kedua jenis keuangan tersebut, sedangkan setelah pendampingan 100% peserta telah memisahkan keuangan usaha dan keuangan pribadi. Penerapan administrasi usaha yang lebih profesional ini mempermudah pengrajin dalam mengevaluasi perkembangan usaha serta mengambil keputusan bisnis secara lebih tepat. Penelitian tim sebelumnya (Dewi dkk., 2023; Yogantara *et al.*, 2023) menunjukkan bahwa pencatatan laba rugi yang benar meningkatkan akurasi keputusan usaha dan mempengaruhi peningkatan laba bersih hingga 15–30%. Selanjutnya, perhitungan HPP yang benar Pelatihan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan menghitung seluruh komponen biaya produksi secara tepat, meliputi biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead. UMKM yang menggunakan template HPP mampu meningkatkan margin keuntungan 15–20% (Widya, 2022). Sistem kartu stok meningkatkan efisiensi inventori UMKM sebesar 30% (Harahap, 2022).

Target luaran pada aspek pemasaran yaitu meningkatnya jangkauan pasar hingga minimal 70% melalui pemanfaatan media digital dan marketplace online. Selain itu, program menargetkan peningkatan penjualan produk sebesar minimal 50% dibandingkan sebelum program dilaksanakan. Target lainnya yaitu terbentuknya minimal tiga media pemasaran digital aktif yang digunakan secara berkelanjutan oleh mitra untuk kegiatan promosi dan penjualan produk kerajinan batok kelapa. Dengan penguatan pemasaran digital dan branding produk, diharapkan usaha kerajinan mitra mampu menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan omzet usaha, dan memiliki daya saing yang lebih baik di tengah perkembangan industri kreatif

berbasis bahan alam. Penelitian tim sebelumnya (Dewi dkk., 2025) menunjukkan pemasaran digital dapat meningkatkan penjualan UMKM 20–40% dalam 3–6 bulan. Penelitian (Yuliana, 2023) mencatat peningkatan penjualan UMKM hingga 35% setelah menggunakan katalog digital.

**Tabel 1. Hasil Rekap Peningkatan Pembukuan Usaha Pengrajin (n = 13)**

| No | Indikator Pembukuan Usaha | Sebelum Pelatihan (orang) | Sesudah Pelatihan (orang) | Peningkatan |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Memahami pentingnya pencatatan keuangan usaha | 6 (46,2%) | 13 (100%) | +53,8% |
| 2 | Mencatat seluruh pemasukan dan pengeluaran usaha secara rutin | 4 (30,8%) | 12 (92,3%) | +61,5% |
| 3 | Mampu menyusun laporan laba rugi sederhana | 3 (23,1%) | 11 (84,6%) | +61,5% |
| 4 | Memisahkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi | 5 (38,5%) | 12 (92,3%) | +53,8% |
| 5 | Memahami manfaat laporan keuangan dalam pengambilan keputusan usaha | 5 (38,5%) | 13 (100%) | +61,5% |

Pada aspek pemasaran, program difokuskan pada pengembangan pemasaran digital melalui media sosial, marketplace, dan katalog digital. Seluruh pengrajin memperoleh pelatihan mengenai fotografi produk, penyusunan deskripsi produk, pembuatan katalog digital, serta strategi promosi melalui media sosial.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa jangkauan pemasaran mengalami peningkatan yang signifikan. Produk yang sebelumnya hanya dipasarkan melalui penjualan langsung kini telah dipromosikan melalui media digital sehingga jangkauan pemasaran meningkat lebih dari 70%. Produk tidak hanya dipasarkan di wilayah Kabupaten Gianyar, tetapi juga mulai menjangkau konsumen di Kabupaten Badung, Kota Denpasar, Bangli, dan beberapa wilayah lainnya. Program juga berhasil memperkuat branding produk melalui penyusunan logo, label, kemasan, dan desain promosi digital. Seluruh produk telah memiliki identitas usaha yang lebih profesional sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk kerajinan batok kelapa. Sebagai bagian dari penguatan pemasaran digital, kelompok pengrajin telah mengelola minimal tiga media pemasaran digital yang aktif, yaitu Instagram, yang digunakan secara rutin untuk mempromosikan produk dan berinteraksi dengan pelanggan. Aktivitas promosi tersebut didukung oleh katalog digital, deskripsi produk, serta dokumentasi pengiriman produk ke berbagai daerah. Peningkatan aktivitas pemasaran digital turut berdampak pada peningkatan penjualan. Berdasarkan hasil monitoring selama pelaksanaan program, omzet penjualan meningkat sekitar 50% dibandingkan sebelum program dilaksanakan. Peningkatan tersebut didorong oleh bertambahnya jumlah pelanggan, meluasnya wilayah pemasaran, serta meningkatnya kualitas tampilan produk melalui branding dan promosi digital.

**Tabel 2. Bukti Peningkatan Aspek Pemasaran**

| No. | Bukti Pemasaran | Kondisi Sebelum Pendampingan | Kondisi Setelah Pendampingan | Indikator Keberhasilan |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Dokumen pengiriman produk | Pengiriman produk belum terdokumentasi secara sistematis dan hanya dilakukan berdasarkan komunikasi langsung dengan pelanggan. | Pengiriman produk telah didokumentasikan melalui bukti resi, nota pengiriman, dan dokumentasi penyerahan produk kepada konsumen di berbagai wilayah. | Tersedianya arsip dokumen pengiriman sebagai bukti transaksi dan distribusi produk. |
| 2 | Deskripsi produk | Produk belum memiliki deskripsi yang lengkap sehingga informasi mengenai bahan, ukuran, fungsi, dan keunggulan produk belum tersampaikan secara optimal kepada konsumen. | Setiap produk telah dilengkapi dengan deskripsi yang memuat nama produk, bahan baku, ukuran, fungsi, keunggulan, cara perawatan, serta informasi kontak pemesanan. | Deskripsi produk digunakan pada katalog, media sosial, dan marketplace sehingga memudahkan promosi dan meningkatkan kepercayaan konsumen. |
| 3 | Jangkauan pemasaran | Pemasaran masih terbatas pada lingkungan sekitar dan penjualan langsung. | Produk dipasarkan melalui media sosial, katalog digital, serta melayani pengiriman ke berbagai daerah dengan dukungan dokumen pengiriman. | Terjadi perluasan wilayah pemasaran dan peningkatan profesionalisme dalam pelayanan kepada pelanggan. |

## 4. KESIMPULAN

Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat pada Kelompok Pengrajin Batok Kelapa di Kabupaten Gianyar memberikan kontribusi utama berupa penguatan kapasitas usaha secara terintegrasi pada aspek produksi, manajemen, dan pemasaran. Integrasi teknologi tepat guna dengan peningkatan kapasitas pengelolaan usaha tidak hanya diarahkan pada peningkatan keterampilan teknis pengrajin, tetapi juga pada terbentuknya praktik usaha yang lebih terstruktur melalui penerapan SOP produksi, pencatatan keuangan, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), serta pemanfaatan media digital dalam pemasaran.

Implikasi dari program ini adalah meningkatnya kesiapan kelompok pengrajin untuk mengelola usaha secara lebih mandiri, efisien, dan berorientasi pada pengembangan pasar. Penggunaan teknologi produksi dan penerapan SOP memberikan dasar bagi standardisasi proses dan kualitas produk, sedangkan penerapan pembukuan dan perhitungan HPP dapat mendukung pengambilan keputusan terkait biaya dan harga jual. Di sisi pemasaran, pemanfaatan katalog digital, branding, media sosial, dan marketplace membuka peluang perluasan akses pasar yang sebelumnya masih terbatas pada wilayah lokal. Dengan demikian, model pemberdayaan yang menggabungkan intervensi teknologi, peningkatan literasi usaha,

dan digitalisasi pemasaran dapat menjadi pendekatan yang relevan bagi pengembangan usaha kerajinan berbasis potensi lokal.

Meskipun demikian, program ini memiliki beberapa keterbatasan. Evaluasi dampak masih dilakukan dalam periode pendampingan yang relatif terbatas sehingga belum dapat menggambarkan keberlanjutan perubahan produktivitas, penjualan, dan pendapatan dalam jangka panjang. Selain itu, pengukuran perubahan kemampuan mitra masih berfokus pada indikator pengetahuan, keterampilan, dan kinerja usaha yang dapat diamati selama program, sehingga dampak ekonomi jangka panjang belum dapat diukur secara komprehensif. Oleh karena itu, keberlanjutan program memerlukan pendampingan lanjutan dan evaluasi secara periodik untuk mengetahui konsistensi penerapan SOP, keberlanjutan pembukuan, perkembangan pemasaran digital, serta perubahan omzet dan profitabilitas usaha.

Keberlanjutan program selanjutnya diarahkan pada penguatan kemandirian kelompok melalui penerapan SOP secara konsisten, pembaruan pencatatan keuangan secara berkala, pengembangan variasi produk, serta pengelolaan pemasaran digital secara berkelanjutan. Evaluasi berkala terhadap indikator produksi, keuangan, dan pemasaran juga diperlukan sebagai dasar bagi kelompok dalam melakukan perbaikan dan pengembangan usaha secara mandiri.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM), Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan (Risbang), Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemdiktisaintek) Republik Indonesia sebagai pemberi dana Program Pengabdian kepada Masyarakat, sehingga seluruh rangkaian kegiatan dapat terlaksana dengan baik sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Warmadewa atas dukungan kelembagaan dan fasilitas yang diberikan selama pelaksanaan program.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

Adi, I. K. Y., Setiawan, K. R., & Kusumawijaya, I. K. (2021). Pendampingan Dan Pemberdayaan Pengelolaan Keuangan Pada Lpd Desa Adat Cepaka. Save Synergy And Society Service, 1(1), 21-30.

Adi, I. K. Y., Kusumawijaya, I. K., & Setiawan, K. R. (2022). Pendampingan Pembuatan Laporan Keuangan Sederhana Untuk Pengelolaan Bumdesa Adat Cepaka Kecamatan Kediri Kabupaten Tabanan. Synergy And Society Service, 2(1), 14-18.

Dewi, I. G. A. R. P., Putri, P. Y. A., & Nugraha, P. G. W. S. (2023). PKM pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana dan pemasaran online usaha kerajinan kulit di Bali. Jurnal Pengabdian Mandiri, 2(10), 1981–1998.

Dewi, I. G. A. R. P., Yamawati, N. K. S., & Nugraha, P. G. W. S. (2025). PKM pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana dan pemasaran online bagi pelaku usaha anggota koperasi simpan pinjam Bhuana Artha Mulia. Jurnal Sewaka Bhakti, 11(2), 136–149.

Direktorat Jenderal Kekayaan Negara. (n.d.). Direktorat Jenderal Kekayaan Negara. https://www.djkn.kemenkeu.go.id

Harahap, R. A. (2022). Penerapan sistem kartu stok untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan persediaan pada UMKM. Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan, 7(1), 41–50.

Sumantri, B. (2021). Implementasi SOP digital dalam proses produksi UMKM: Dampaknya terhadap kecepatan dan efisiensi. Jurnal Teknologi dan Industri Mikro, 6(1), 33–45.

Suryana, Y. (2008). Kewirausahaan: Pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses. Salemba Empat.

Tambunan, T. (2012). Kebijakan dan pemberdayaan UMKM di Indonesia. Kementerian Koperasi dan UKM.

Wibawa, I. M. (2020). Penerapan SOP digital untuk meningkatkan konsistensi kualitas produk UMKM. Jurnal Manajemen Operasional, 12(3), 101–110.

Widya, N. L. (2019). Penerapan template perhitungan harga pokok produksi untuk optimalisasi keuntungan UMKM. Jurnal Akuntansi Terapan Nusantara, 4(2), 55–63.

Yogantara, K. K., Prayogi, P. A., Ariesta, I. P. A. S., Jokosaharjo, S., Wibisono, G., Wartana, M. H., & Aristana, I. N. (2023). Optimalisasi Pemberdayaan Pelaku Usaha Tenun Cag-Cag Melalui Edukasi Literasi Keuangan. Synergy and Society Service, 3(1), 20-26.

Yuliana, P. (2023). Pengaruh penggunaan katalog digital terhadap peningkatan penjualan UMKM. Jurnal Pemasaran Digital Nusantara, 8(1), 12–25.