

PENINGKATAN DAYA SAING UMKM “CEMILAN BALI JAEN” MELALUI DIGITALISASI, PEMBUKUAN, DAN STRATEGI PEMASARAN BANJAR KENANGA DI DESA BATUBULAN KANGIN KECAMATAN SUKAWATI KABUPATEN GIANYAR

**Made Doni Permana Putra^{1,*}, Ni Luh Ketut Ayu Sintya Dewi²,
Ni Putu Novi Astuti³**

^{1,2,3}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80223, Indonesia

Email : donipermana@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kabupaten Gianyar dikenal sebagai salah satu wilayah yang memiliki pertumbuhan industri olahan yang pesat, termasuk di dalamnya UMKM “Cemilan Bali Jaen” yang berlokasi di Desa Batubulan Kangin. Pengabdian kepada masyarakat merupakan implementasi nyata dari Tridharma Perguruan Tinggi, terutama dalam membantu masyarakat mengatasi permasalahan yang dihadapi. UMKM memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, namun masih banyak yang menghadapi tantangan, seperti keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, manajemen keuangan, dan strategi pemasaran. Menanggapi hal tersebut, tim mahasiswa Universitas Mahasaraswati Denpasar melaksanakan program pengabdian masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan UMKM Cemilan Bali Jaen. Tujuan utama kegiatan ini adalah meningkatkan daya saing usaha melalui pendekatan terpadu, meliputi digitalisasi usaha (pembuatan akun e-commerce dan media sosial), pelatihan pembukuan sederhana berbasis arus kas, serta pendampingan strategi pemasaran melalui penguatan branding dan desain kemasan produk. Kegiatan ini diawali dengan observasi lapangan untuk mengidentifikasi permasalahan, dilanjutkan dengan penyusunan program berbasis solusi, dan pelaksanaan kegiatan secara partisipatif bersama pelaku UMKM. Hasil program menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital, kesadaran akan pentingnya identitas merek, serta kemampuan pencatatan keuangan dasar. Partisipasi aktif dari pelaku usaha selama kegiatan juga menjadi indikator keberhasilan program ini dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM secara berkelanjutan.

Kata Kunci: UMKM, Digitalisasi, Pembukuan Sederhana, Strategi Pemasaran, E-Commerce, Pemberdayaan Masyarakat, Branding Produk

ANALISIS SITUASI

Perkembangan dan pertumbuhan ekonomi tentu dipengaruhi oleh berbagai sektor usaha, salah satunya yaitu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM sebagai pilar perekonomian mempunyai peran signifikan seperti menciptakan lapangan pekerjaan baru sehingga mengurangi jumlah pengangguran. Pemerintah berkomitmen untuk terus mendukung UMKM sehingga dapat bertahan dan berkembang. Salah satu upaya pemerintah dalam mendukung dan melindungi UMKM yakni melalui Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) yang bertujuan untuk memulihkan ekonomi. Program pemerintah lainnya yakni Kredit Usaha Rakyat yang

bertujuan untuk menjadi solusi UMKM yang memiliki kendala pembiayaan modal usaha. Selain dukungan dari pemerintah, pengelolaan UMKM juga harus dilakukan secara maksimal oleh pemilik usaha selaku penanggung jawab usaha. Pada era globalisasi ini tidak bisa dipungkiri jika para pengusaha tidak mampu mengelola usahanya, maka usaha tersebut tidak dapat bersaing. Adanya peningkatan daya saing, sangat diperlukan keahlian pengusaha dalam mengelola strategi pemasaran digitalisasi dan keuangan terutama di dalam pembukuan (Kaukab dan lain-lain, 2020). Oleh karena itu, pelaku UMKM dituntut untuk mampu menelaah dan menggunakan strategi pemasarannya dengan cara digitalisasi melalui e-commerce dan pembukuan sederhana. Kendala utama bagi pelaku UMKM adalah pelaku usaha belum menyadari pentingnya penggunaan pemasaran melalui digitalisasi dan pembukuan (Suariedewi, 2021). Hal ini juga dapat menyebabkan pelaku usaha kesulitan mendapatkan tambahan dana permodalan dari perbankan karena bank membutuhkan laporan keuangan untuk mengetahui perkembangan usaha pemohon kredit (Zakiah, 2020). Setiap pelaku usaha pasti berbeda-beda, seperti lingkungan keluarga, pendidikan, dan lain sebagainya. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi persepsi yakni pengalaman usaha (Tambunan, 2019). Pengalaman usaha adalah pembelajaran yang diterima saat menjalankan usaha.

Di era sekarang ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan e-commerce nya, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut. (Wardhana, 2018) Salah satu media digital marketing yang sering digunakan adalah Google Bisnis. Google Bisnis merupakan aplikasi gratis yang dapat digunakan untuk membantu agar bisnis para pelaku UMKM dapat ditemukan di berbagai produk Google, seperti di Maps dan penelusuran. Jika pelaku UMKM menjalankan bisnis yang melayani pelanggan dilokasi tertentu, atau melayani pelanggan di area layanan yang ditentukan, GoogleBisnis dapat membantu orang lain menemukan bisnis UMKM tersebut. (Ridwan et al, 2019) Media lain yang juga seringkali digunakan dalam digital marketing adalah media sosial, salah satunya Instagram. Instagram memiliki fitur Akun Bisnis yang memudahkan pelaku bisnis untuk membuat profil bisnis di Instagram dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan media sosial tersebut.

Dengan fitur ini, perusahaan dengan berbagai ukuran dapat memperkenalkan profil bisnisnya, memperoleh wawasan tentang pengikut dan kiriman, serta mempromosikan kiriman untuk mendorong tujuan bisnis. (Rachmawati, 2018). Desa Batubulan Kangin memiliki potensi di beberapa sektor usaha seperti bidang kerajinan, usaha dagang dan sebagainya. Sehingga untuk dapat bertahan dalam persaingan yang

ketat, maka pelaku usaha harus meningkatkan pengelolaan usaha, salah satunya dengan cara peningkatan daya saing umkm melalui digitalisasi, pembukuan, dan strategi pemasaran. Lokasi ini dipilih karena UMKM di Desa Batubulan Kangin cukup banyak dan berpotensi untuk tumbuh juga berkembang untuk memenuhi permintaan yang timbul dari aktivitas sektor pariwisata dan pengolahan usaha.

Pengabdian kepada masyarakat merupakan bagian dari Tridharma Perguruan Tinggi yang bertujuan untuk menerapkan ilmu pengetahuan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam konteks ini, UMKM memiliki peran strategis dalam menggerakkan ekonomi lokal, terutama bagi masyarakat berpenghasilan rendah. Salah satu UMKM yang menjadi sasaran program ini adalah Cemilan Bali Jaen yang berlokasi di Banjar Kenanga, Desa Batubulan Kangin, Gianyar. Berdasarkan observasi awal, Cemilan Bali Jaen menghadapi beberapa kendala utama dalam pengelolaan dan pengembangan usahanya. Pertama, kurangnya pemahaman tentang pentingnya digitalisasi dalam pemasaran menyebabkan UMKM ini masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, sehingga jangkauan konsumennya terbatas. Kedua, produk yang dihasilkan belum memiliki label kemasan yang mencantumkan informasi penting seperti nama produk, kontak, dan alamat usaha, yang membuatnya kurang menarik dan kurang dikenal oleh konsumen. Ketiga, pemilik usaha belum menerapkan sistem pembukuan yang baik, sehingga pencatatan keuangan tidak terdokumentasi dengan jelas, yang berisiko terhadap pengelolaan modal dan keuntungan usaha. Melihat permasalahan tersebut, program pengabdian ini dirancang untuk membantu Cemilan Bali Jaen dalam mengatasi tantangan yang dihadapi. Dengan penerapan digitalisasi melalui platform e-commerce seperti Instagram, WhatsApp Business, dan marketplace, pemasangan label pada kemasan produk, serta pelatihan pencatatan keuangan sederhana, diharapkan UMKM ini dapat meningkatkan daya saingnya di pasar yang lebih luas dan mengelola bisnisnya dengan lebih efektif.

PERUMUSAN MASALAH

Terkait dengan permasalahan yang telah ditemui dari hasil observasi yang telah dilakukan pada tanggal 26 Februari di desa Batubulan Kangin, penulis menyimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Kurangnya pemahaman mengenai pentingnya digitalisasi untuk mempromosikan produknya yang dimana hal tersebut menyebabkan tidak maksimalnya pendapatan penjualan karena hanya dijangkau oleh sedikit orang.
2. Belum dilakukannya labelling pada kemasan produk sehingga kurangnya informasi mengenai nama produk, no. telepon, alamat usaha yang dimiliki oleh Ibu Mawar serta kurangnya dalam pembuatan pembukuan secara sederhana.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Adapun solusi yang telah direncanakan oleh penulis guna mengatasi permasalahan yang terjadi yang dituangkan ke dalam satu program kerja dengan 2 spesifikasi kegiatan yang dapat dilihat dibawah ini:

1. Sosialisasi dan praktek pembuatan digitalisasi melalui E-commerce yaitu Instagram, Wa Bisnis dan Marketplace kepada owner UMKM Cemilan Bali Jaen By Ibu Mawar.
2. Sosialisasi dan pendampingan pemasangan label kemasan pada produk Cemilan Bali Jaen By Ibu Mawar serta mengajarkan pembukuan secara sederhana.

METODE PELAKSANAAN

Metode Pelaksanaan atas solusi yang di tawarkan dari permasalahan mitra, yaitu:

1. Tahap Observasi
Pada tahap ini penulis mencari informasi mengenai permasalahan yang terjadi dengan terjun langsung ke lapangan guna mendapatkan informasi yang akurat dan jelas mengenai UMKM
2. Tahap Edukasi
Pada tahap ini dilakukan oleh pemilik UMKM secara langsung kepada mahasiswa pengabdian masyarakat:
 - a) Sosialisasi yang dilakukan oleh pemilik UMKM mengenai bagaimana proses pembuatan, penjualan, dan keuangan dalam menghadapi permasalahan
 - b) Sosialisasi yang dilakukan oleh mahasiswa pengabdian masyarakat mengenai bagaimana cara memecahkan permasalahan yang dihadapi pemilik UMKM
3. Tahap Pendampingan
Langkah yang akan diambil dalam tahap penelitian ini adalah sebagai berikut:
 - a) Sosialisasi dan praktik digitalisasi (Instagram, WhatsApp Bussiness, Markerplace)
 - b) Pemasangan stiker produk dan papan usaha
 - c) Pelatihan pembukuan secara sederhana
4. Tahap Evaluasi
Melakukan evaluasi terhadap berlangsungnya pelaksanaan kegiatan, sehingga hasil program kerja kegiatan yang belum maksimal agar dapat berjalan lebih maksimal.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah tercapai 100% dan memberikan manfaat bagi masyarakat di desa BatuBulan Kangin. Pada awal kegiatan ini telah dilaksanakan berbagai persiapan, seperti melakukan observasi dan wawancara kepada warga desa. Sosialisasi mengenai permasalahan UMKM warga di desa Batubulan Kangin terjadinya kurangnya pemasaran digitalisasi, pembukuan serta strategi pemasaran yang telah dilaksanakan di banjar Kenanga. Dalam sosialisasi mengenai pentingnya Peningkatan Daya Saing Umkm Cemilan Bali Jaen, banyak manfaat yang

di dapatkan oleh pemilik UMKM. Pemilik UMKM menjadi lebih mengetahui mengenai strategi pemasaran melalui digitalisasi dan pembukuan sederhana.



Gambar 1. Observasi dengan pemilik UMKM mengenai permasalahan yang dihadapinya



Gambar 2. Dokumentasi dengan pemilik UMKM yang sudah bersedia ikut bekerja sama dengan program kerja kami

Tabel 1. Hasil evaluasi kegiatan sosialisasi

No	Pertanyaan	Presentase				
		STS	TS	CS	S	SS
1	apakah anda memahami pentingnya digitalisasi dalam pengembangan usaha setelah mengikuti pelatihan ini?	0%	0%	0%	0%	100%
2	Apakah menurut anda pengguna media sosial (Instagram, wa business, dan marketplace) dapat meningkatkan penjualan produk?	0%	0%	0%	0%	100%
3	Apakah anda pelatihan pembukuan sederhana yang diberikan mudah dipahami dan apakah bermanfaat bagi usaha anda?	0%	0%	0%	0%	100%
4	Apakah anda setuju bahwa pembelian stiker dan kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya Tarik produk?	0%	0%	0%	0%	100%

5	Apakah anda berencana untuk terus menggunakan startegi digital dan pembukuan keuangan setelah pelatihan ini?	0%	0%	0%	0%	100%
RATA RATA		0%	0%	0%	0%	100%

Keterangan:

STS : Sangat tidak setuju

TS : Tidak setuju

CS : Cukup setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Berdasarkan tabel diatas, di peroleh Hasil Evaluasi dari pemilik UMKM yang mayoritas memiliki jawaban sangat setuju dari setiap pertanyaan maka dapat disimpulkan program kerja yang kami lakukan sangat bermanfaat serta berjalan dengan sangat baik. Hal tersebut ditandai dengan antusias peserta yang ikut serta dalam menyukseskan program kerja yang telah kami lakukan.

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui program kerja yang telah dilaksanakan melalui observasi, sosialisasi dan pendampingan. Mitra telah sepakat untuk berpartisipasi dalam pelaksanaan program pengabdian ini melalui:

1. Mitra sasaran mengizinkan penulis untuk melakukan observasi.
2. Mitra sasaran bersedia memberikan informasi mengenai kondisi serta menyampaikan permasalahan yang di hadapi.
3. Mitra sasaran bersedia bekerjasama dalam pelaksanaan program kerja yang telah kami rancang.
4. Mitra sasaran bersedia untuk mengikuti pembinaan dan pelatihan program kerja yang diberikan.
5. Mitra sasaran bersedia ikut serta dalam pembuatan video reportase sebagai salah satu luaran kegiatan ini.
6. Mitra sasaran bersedia ikut serta dalam melakukan evaluasi kegiatan.

SIMPULAN DAN SARAN

Program kerja yang telah dilaksanakan di Desa Batubulan Kangin, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar yaitu sosialisasi mengenai Peningkatan Daya Saing UMKM “Cemilan Bali Jaen” Melalui Digitalisasi Pembukuan Dan Strategi Pemasaran, yang sudah berjalan dengan baik serta penting untuk mengatasi permasalahan UMKM di Desa Batubulan Kangin. Dengan adanya sosialisasi ini sangat membantu bagi para pemilik UMKM yang berada di Desa Batubulan Kangin:

1. Digitalisasi dan Pembukuan

Program pengabdian masyarakat berhasil memberikan solusi terhadap kendala yang dihadapi UMKM "Cemilan Bali Jaen" dengan memperkenalkan digitalisasi melalui e-commerce (Instagram, WhatsApp Bisnis, dan

Marketplace) serta pembukuan sederhana. Hal ini diharapkan meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM.

2. Logo/Stiker Produk

Pendampingan dalam pembuatan stiker kemasan produk telah membantu UMKM meningkatkan daya tarik produk, memberikan informasi penting kepada konsumen, dan membangun identitas usaha yang lebih profesional.

3. Partisipasi Masyarakat

Kegiatan ini melibatkan masyarakat setempat secara aktif, baik dalam pelaksanaan program maupun penerapan hasilnya. Hal ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara akademisi, pelaku UMKM, dan masyarakat dapat menjadi solusi efektif untuk mengatasi tantangan lokal.

4. Peningkatan Kapasitas SDM

Sosialisasi yang dilakukan berhasil memberikan pemahaman kepada pemilik UMKM tentang pentingnya inovasi dalam bisnis, seperti digitalisasi dan pembukuan, sehingga mereka lebih siap menghadapi persaingan pasar

Berdasarkan kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan maka ditemukan beberapa saran yang bermanfaat sebagai berikut:

1. Pendampingan Jangka Panjang

Disarankan untuk melanjutkan program pendampingan secara berkala agar UMKM dapat terus mengembangkan kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital dan menerapkan pembukuan secara konsisten.

2. Pengembangan Produk

UMKM "Cemilan Bali Jaen" dapat mempertimbangkan diversifikasi produk atau inovasi rasa untuk menarik lebih banyak konsumen dan memperluas pasar.

3. Promosi Digital

Pemilik UMKM perlu meningkatkan aktivitas promosi di platform digital dengan memanfaatkan fitur iklan berbayar di media sosial serta membuat konten kreatif untuk menarik perhatian konsumen.

4. Kerja Sama dengan Pemerintah dan Lembaga Lokal

Disarankan untuk menjalin kerja sama dengan pemerintah daerah atau lembaga terkait untuk mendapatkan akses pendanaan, pelatihan lanjutan, atau bantuan pemasaran produk.

5. Evaluasi Berkala

Lakukan evaluasi rutin terhadap hasil implementasi program kerja untuk memastikan bahwa strategi yang diterapkan berjalan efektif dan memberikan dampak positif bagi usaha.

Dengan kesimpulan dan saran ini, diharapkan UMKM "Cemilan Bali Jaen" dapat terus berkembang, meningkatkan daya saingnya, serta berkontribusi pada perekonomian lokal di Desa Batubulan Kangin.

DAFTAR PUSTAKA

- Godwin, G., Junaedi, S. R. P., Hardini, M., & Purnama, S. (2024). Inovasi bisnis digital untuk mendorong pertumbuhan UMKM melalui teknologi dan adaptasi digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 5(2), 41–47.
- Kamisah, N., Almahirah, J., Fadillah, N., Muhlisotin, S., & Kusumawati, S. N. (2024). Sosialisasi pemberdayaan usaha kecil mikro dan menengah (UMKM) dalam pemanfaatan teknologi sebagai strategi pemasaran. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1).
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119–130.
- Putra, A. H. (2016). Peran UMKM dalam pembangunan dan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2).
- Setiadi, I., & Jepri, J. (2022). Pemanfaatan media sosial dan marketplace untuk meningkatkan pemasaran produksi UMKM Legita Kelurahan Bambu Apus. *Kapas: Kumpulan Artikel Pengabdian Masyarakat*, 1(1).