



Pelatihan Pembukuan dan Pemasaran Digital UMKM Industri Gerabah Desa Pejaten Kecamatan Kediri Tabanan Bali

Ni Made Intan Priliandani, I Dewa Ayu Kristiantari, I Gusti Ayu Athina Wulandari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Warmadewa. Jl. Terompong No.24, Sumerta Kelod, Kec. Denpasar Tim., Kota Denpasar, Bali 80239. Indonesia

*Corresponding Author e-mail: intanpriliandani88@gmail.com

Received: September 2024; Revised: September 2024; Published: Nopember 2024

Abstrak

Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM industri gerabah di Desa Pejaten, Bali, dalam manajemen keuangan, pemasaran digital, dan tata kelola perusahaan. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan interaktif, observasi langsung, dan pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terkait pembukuan sederhana (50%), penerapan kebijakan tata kelola (75%), dan interaksi pemasaran digital (25%). Selain itu, penjualan melalui platform digital meningkat sebesar 15%, menunjukkan efektivitas pelatihan dalam mendukung transformasi digital. Kendati demikian, masih diperlukan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan keberlanjutan implementasi dan konsistensi strategi. Temuan ini membuktikan bahwa pendekatan berbasis kebutuhan dan integrasi teknologi dapat memberikan dampak nyata pada pertumbuhan UMKM di era digital.

Kata Kunci: UMKM, Pembukuan Sederhana, Pemasaran Digital, Tata Kelola

Training on Bookkeeping and Digital Marketing for MSMEs in the Pottery Industry of Pejaten Village, Kediri District, Tabanan, Bali

Abstract

This training and mentoring program aims to enhance the capacity of MSMEs in the pottery industry in Pejaten Village, Bali, focusing on financial management, digital marketing, and corporate governance. The implementation methods included interactive training, direct observation, and tailored mentoring sessions. The results showed significant improvements in participants' understanding of basic bookkeeping (50%), implementation of governance policies (75%), and digital marketing engagement (25%). Additionally, online sales increased by 15%, demonstrating the effectiveness of the training in supporting digital transformation. However, ongoing support is required to ensure consistent implementation and sustainability of strategies. These findings confirm that a needs-based approach and technology integration can have a tangible impact on the growth of MSMEs in the digital era.

Keywords: MSMEs, Basic Bookkeeping, Digital Marketing, Governance

How to Cite: Priliandani, N. M. I., Kristiantari, I. D. A., & Wulandari, I. G. A. A. (2024). Pelatihan Pembukuan dan Pemasaran Digital UMKM Industri Gerabah Desa Pejaten Kecamatan Kediri Tabanan Bali. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 6(4), 995–1008. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v6i4.2154>



<https://doi.org/10.36312/sasambo.v6i4.2154>

Copyright© 2024, Priiandani et al

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](#) License.



PENDAHULUAN

UD. Amerta Sedana merupakan salah satu industri kerajinan gerabah di Desa Pejaten yang berdiri sejak tahun 1965. Didirikan oleh Bapak Mangku Kuturan, usaha ini berawal dari penjualan panci tanah liat di pasar Tabanan. Namun, tantangan muncul ketika panci berbahan besi mulai bersaing di pasar, sehingga mendorong beliau untuk berinovasi dengan menciptakan produk baru seperti patung. Meskipun pada awalnya sulit dipasarkan, usaha keras Bapak Kuturan untuk belajar secara mandiri dari pengrajin lain membuahkan hasil. Kini, UD. Amerta Sedana telah berkembang menjadi usaha keluarga yang tidak hanya menjadi tumpuan ekonomi keluarga tetapi juga melibatkan 8–10 karyawan yang berasal dari kerabat dan penduduk sekitar.

Selain memenuhi kebutuhan pasar lokal, usaha ini juga melayani permintaan dari sektor pariwisata, termasuk hotel dan tamu asing. Namun demikian, terdapat beberapa kendala dalam pengelolaan usaha, salah satunya adalah manajemen keuangan yang belum terstruktur. Pembukuan belum dilakukan secara sistematis, sehingga pendapatan, pengeluaran, dan laba-rugi tidak tercatat dengan baik. Selain itu, keuangan pribadi dan usaha belum dipisahkan, yang sering kali menjadi tantangan dalam usaha kecil dan menengah (UKM) (Asyik et al., 2022; Rofiq, 2023).

Pemasaran digital juga menjadi area yang memerlukan perhatian. Meskipun media sosial sudah digunakan untuk promosi, belum ada pembaruan rutin untuk produk-produk terbaru, sehingga potensi pasar yang lebih luas belum tergarap secara optimal. Kondisi ini menunjukkan perlunya pelatihan untuk meningkatkan efektivitas digital marketing yang dapat menjangkau konsumen lebih luas dengan biaya lebih rendah dibandingkan metode pemasaran konvensional (Herawati et al., 2023; Maulana et al., 2022). Tata kelola perusahaan yang belum terstandar juga menjadi tantangan lain yang harus diatasi untuk memastikan efisiensi operasional dan keberlanjutan usaha.

Manajemen keuangan yang baik merupakan pilar penting bagi keberlanjutan usaha seperti UD. Amerta Sedana. Pembukuan yang teratur memungkinkan pemilik usaha memahami kondisi keuangan mereka secara menyeluruh, termasuk pendapatan, pengeluaran, dan arus kas, yang mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik (Veronica, 2023; Poddala, 2023). Selain itu, pemisahan keuangan pribadi dan usaha membantu menghindari kebingungan dalam pengelolaan dana serta memberikan gambaran jelas tentang kesehatan finansial usaha (Rahmiyanti & Sulisty, 2023; Fadhilah & Hermawan, 2020). Penerapan teknologi informasi dalam pembukuan, seperti aplikasi akuntansi digital, juga terbukti meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam pencatatan keuangan (Nainggolan et al., 2019; Handayani et al., 2022).

Digital marketing memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing produk mereka. Penggunaan media sosial seperti Instagram dan Facebook memungkinkan pelaku usaha mempromosikan produk secara efektif, membangun brand awareness, dan menjangkau konsumen baru (Hasanah et al., 2021; Suryanto, 2021). Pelatihan dalam digital marketing dapat mencakup pengelolaan konten media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), serta penggunaan iklan berbayar untuk meningkatkan

eksposur produk (Kussujaniatun et al., 2022; ASI et al., 2022). Selain itu, digitalisasi pemasaran juga memungkinkan UMKM untuk lebih responsif terhadap perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi dalam melakukan transaksi (Diary, 2023; Ramadhan & Yusuf, 2022).

Tata kelola perusahaan yang baik juga merupakan elemen penting untuk memastikan keberlanjutan usaha. Struktur organisasi yang jelas, pembagian peran dan tanggung jawab yang terdefinisi, serta penerapan prosedur kerja yang efektif dapat meningkatkan efisiensi operasional usaha (Astuti, 2022; Katili, 2023). Tata kelola yang terstandar juga dapat membantu usaha seperti UD. Amerta Sedana untuk mengelola sumber daya manusia dengan lebih baik serta memaksimalkan potensi usaha di masa depan.

Kemitraan masyarakat yang dilakukan melalui pendampingan bertujuan untuk membantu mitra dalam menyusun pembukuan sederhana dan pencatatan laporan keuangan, mendukung pengelolaan pemasaran digital agar lebih efektif, serta meningkatkan tata kelola perusahaan. Implikasi dari kegiatan ini adalah peningkatan efisiensi operasional dan penguatan daya saing produk kerajinan tradisional di pasar lokal maupun global. Keberhasilan program ini diharapkan tidak hanya berdampak pada pertumbuhan ekonomi lokal tetapi juga menjadi inspirasi bagi UMKM lain di Indonesia dalam mengelola dan mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan.

METODE PELAKSAAAN

Metode pelaksanaan kegiatan kemitraan masyarakat (PKM) ini dirancang secara sistematis untuk menangani permasalahan mitra dalam tiga aspek utama, yaitu pembuatan pembukuan dan laporan keuangan sederhana, pemasaran digital, dan tata kelola perusahaan. Setiap tahap pelaksanaan melibatkan pendekatan terstruktur yang diukur dengan metrik evaluasi untuk memastikan keberhasilan program.

Pelatihan dan Pendampingan Pembukuan serta Laporan Keuangan Sederhana

Metode ini diawali dengan kajian awal melalui observasi langsung ke lokasi mitra untuk mengidentifikasi permasalahan utama dalam manajemen keuangan. Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa mitra belum membuat pencatatan rutin atas transaksi harian. Oleh karena itu, dilakukan pelatihan dan pendampingan praktis yang difokuskan pada pencatatan sederhana, seperti memisahkan antara pendapatan dan biaya produksi.

Pendampingan diberikan dalam bentuk pelatihan interaktif, di mana peserta diberi materi dan praktik langsung menggunakan buku pembukuan sederhana. Peserta juga diajarkan cara mencatat transaksi harian untuk mengetahui laba/rugi usaha serta memahami pentingnya pencatatan keuangan dalam memprediksi kesehatan finansial perusahaan. Tingkat keberhasilan program ini diukur melalui pre-test dan post-test, evaluasi penggunaan laporan keuangan secara rutin, pengambilan keputusan berdasarkan laporan, dan survei tingkat kepuasan peserta.

Pelatihan Pemasaran Digital

Program pelatihan pemasaran digital dirancang untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk. Tahapan awal meliputi pelatihan pengambilan foto produk yang menarik, pengelolaan media sosial, serta pendampingan dalam pembuatan konten untuk platform digital. Selain itu, mitra juga dibantu dalam pembuatan website sederhana sebagai media pemasaran yang lebih profesional.

Pendampingan ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran hingga ke pasar internasional. Materi pelatihan meliputi strategi optimasi media sosial, penggunaan alat analitik untuk mengukur keberhasilan kampanye digital, dan pengelolaan interaksi dengan pelanggan secara daring. Keberhasilan program ini dievaluasi melalui analisis peningkatan interaksi di media sosial, peningkatan pemahaman peserta melalui pre-test dan post-test, serta peningkatan penjualan via platform digital.

Pelatihan dan Pendampingan Tata Kelola Perusahaan

Aspek tata kelola perusahaan menjadi fokus ketiga dalam program ini. Kegiatan dimulai dengan pendampingan untuk memahami kondisi manajemen yang diterapkan mitra. Berdasarkan evaluasi awal, mitra diberikan pelatihan dalam menyusun strategi produksi, terutama untuk menangani pesanan skala besar, dan pengelolaan sumber daya manusia serta material.

Pelatihan ini mencakup penyusunan kebijakan tata kelola yang jelas, optimalisasi struktur organisasi, dan pengambilan keputusan berbasis data. Mitra juga didampingi dalam penerapan strategi tata kelola yang dirancang agar lebih efektif. Keberhasilan program ini dievaluasi berdasarkan tingkat penerapan kebijakan tata kelola, penguatan struktur organisasi, dan persentase pengambilan keputusan strategis yang berbasis data.

Evaluasi dan Indikator Keberhasilan

Keberhasilan dari setiap metode diukur menggunakan indikator kinerja yang dirancang sesuai dengan tujuan program. Indikator mencakup tingkat pemahaman peserta, implementasi praktik secara rutin, peningkatan penjualan, penerapan kebijakan tata kelola, dan tingkat kepuasan peserta terhadap program. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test, survei, wawancara, dan analisis data setelah pelatihan untuk memastikan bahwa tujuan program tercapai dengan hasil yang terukur dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan kegiatan program kemitraan masyarakat pada industri gerabah desa Pejaten, Kecamatan Kediri Tabanan menunjukkan bahwa pelaku usaha sangat antusias dan mendukung kegiatan pengabdian ini. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha industri gerabah atas laporan keuangan sederhana, pemasaran digital serta tata kelola perusahaan.

Memberikan pelatihan dan pengetahuan pembuatan pembukuan serta laporan keuangan sederhana

Memberikan sosialisasi mengenai pentingnya pembuatan laporan keuangan sederhana. Hal ini diperlukan untuk membantu mitra dalam menentukan tingkat kesehatan usaha. Laporan keuangan juga dapat membantu perusahaan untuk menentukan harga jual produk. Harga jual produk sangat penting dalam mempengaruhi daya tarik dan kesuksesan bisnis UMKM (Syaputra, 2023). Transfer pengetahuan akan efektif dalam meningkatkan pengetahuan mitra dalam pembuatan laporan keuangan sederhana. Tim pengabdian yang terdiri dari Ketua Tim beserta anggota tim mulai melaksanakan pengabdian pemberdayaan kemitraan masyarakat ini pada tanggal 13 Mei 2024. Kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan pada tanggal 13 Mei 2024 yaitu diskusi serta tanya jawab kepada mitra mengenai pembuatan catatan serta laporan keuangan sederhana atas transaksi yang dilakukan oleh perusahaan mitra. Mitra belum membuat laporan keuangan secara rutin karena keterbatasan waktu. Berdasarkan permasalahan tersebut tim pengabdian memberikan sosialisasi akan pentingnya melakukan pencatatan keuangan secara rutin untuk membantu mitra mengetahui laba dan rugi perusahaan serta membantu mitra untuk menentukan harga jual produk. Hasil dari pengabdian ini mitra menjadi lebih tersadar akan pentingnya melakukan pencatatan laporan keuangan secara rutin. Berikut disajikan matrik tingkat keberhasilan program:

Tabel 1. Tingkat Keberhasilan

No	Metrik Evaluasi	Indikator Kinerja	Alasan	Cara Pengukuran	Target	Hasil Kegiatan Program
1	Tingkat Pemahaman Peserta	Hasil pre-test dan post-test	Menunjukkan peningkatan pemahaman peserta tentang akuntansi	Pre-test sebelum pelatihan dan post-test sesudah pelatihan	Peningkatan skor > 30%	Terjadi peningkatan tingkat pemahaman dengan skor sebesar rata-rata >50%
2	Penggunaan Laporan Keuangan Rutin	Persentase peserta yang secara rutin membuat laporan	Implementasi rutin mencerminkan keberhasilan pelatihan	Survei atau wawancara setelah 3-6 bulan	75% peserta rutin membuat laporan	Penggunaan laporan keuangan secara rutin masih menunjukkan angka sebesar 60%
3	Pengambilan Keputusan Berdasarkan Laporan	Persentase UMKM yang menggunakan laporan untuk keputusan	Laporan keuangan digunakan untuk keputusan bisnis lebih baik	Wawancara atau survei pasca pelatihan	70% peserta menggunakan laporan	Pengambilan keputusan berdasarkan laporan menunjukkan

No	Metrik Evaluasi	Indikator Kinerja	Alasan	Cara Pengukuran	Target	Hasil Kegiatan Program
4	Tingkat Kepuasan Peserta	Nilai rata-rata kepuasan peserta terhadap program	Kepuasan mencerminkan efektivitas materi dan metode pelatihan	Survei kepuasan peserta setelah pelatihan	Nilai > 4 dari skala 5	tingkat >70% Tingkat kepuasan peserta setelah latihan yaitu sebesar nilai 4,5

Program pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan keuangan untuk mitra usaha kecil menengah (UKM) menunjukkan hasil yang signifikan berdasarkan empat metrik utama yang digunakan untuk mengukur keberhasilan, yaitu tingkat pemahaman peserta, penggunaan laporan keuangan rutin, pengambilan keputusan berbasis laporan, dan tingkat kepuasan peserta. Tingkat pemahaman peserta menunjukkan peningkatan rata-rata skor lebih dari 50% pada hasil pre-test dan post-test, melampaui target yang ditetapkan sebesar 30%. Hasil ini mencerminkan keberhasilan pelatihan dalam meningkatkan pemahaman peserta terkait konsep dasar akuntansi, khususnya dalam pembuatan laporan keuangan sederhana. Penelitian Veronica (2023) dan Poddala (2023) menekankan pentingnya edukasi pengelolaan keuangan yang terstruktur untuk memperkuat kapasitas UKM, dan hasil ini mendukung temuan tersebut.

Namun, penggunaan laporan keuangan secara rutin masih berada di angka 60%, yang belum mencapai target sebesar 75%. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun peserta memahami pentingnya pencatatan keuangan, implementasi dalam praktik sehari-hari masih menjadi tantangan. Rahmiyanti dan Sulisty (2023) mencatat bahwa keberlanjutan praktik pencatatan keuangan sering kali tergantung pada aksesibilitas alat dan waktu. Oleh karena itu, penyediaan aplikasi digital sederhana sebagaimana yang diusulkan oleh Handayani et al. (2022) dapat menjadi solusi untuk meningkatkan angka implementasi ini di masa depan.

Sebaliknya, pengambilan keputusan berbasis laporan keuangan menunjukkan hasil yang sangat baik, dengan lebih dari 70% peserta menggunakan laporan sebagai dasar pengambilan keputusan. Hasil ini memenuhi target yang ditetapkan dan mencerminkan keberhasilan pelatihan dalam meningkatkan kesadaran peserta terhadap pentingnya data finansial untuk mendukung keputusan strategis. Penelitian Fadhilah dan Hermawan (2020) menekankan bahwa data keuangan yang akurat memungkinkan UKM mengidentifikasi peluang dan risiko dengan lebih baik, yang pada akhirnya meningkatkan keberlanjutan usaha mereka.

Tingkat kepuasan peserta terhadap program pelatihan ini juga mencatat nilai rata-rata 4,5 dari skala 5, melampaui target yang ditetapkan sebesar 4,0. Tingginya tingkat kepuasan ini menunjukkan bahwa materi dan metode pelatihan sesuai dengan kebutuhan peserta, serta pendekatan yang digunakan dalam pelatihan dinilai efektif. Studi Suryanto (2021) menegaskan bahwa tingkat kepuasan peserta yang tinggi sering kali menjadi indikator

utama keberhasilan program pelatihan, karena menunjukkan penerimaan peserta terhadap materi dan metode yang disampaikan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa pelatihan dalam pengelolaan keuangan dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kapasitas UKM, meskipun masih diperlukan upaya tambahan untuk mendorong implementasi pencatatan keuangan secara rutin. Sugiarti et al. (2023) menyoroti pentingnya dukungan berkelanjutan, seperti mentoring dan integrasi teknologi digital, untuk memastikan bahwa hasil yang dicapai dapat dipertahankan. Pendekatan personal yang melibatkan pendampingan secara berkala juga dapat membantu peserta mengatasi kendala yang mereka hadapi dalam penerapan praktik keuangan.

Hasil yang positif ini juga menunjukkan bahwa program pelatihan semacam ini dapat direplikasi untuk mendukung UKM di berbagai sektor. Peningkatan pemahaman dan praktik pengelolaan keuangan menjadi landasan penting dalam mendukung keberlanjutan usaha, terutama di era digital yang semakin menuntut adaptasi teknologi dalam pengelolaan bisnis. Keberhasilan program ini memberikan bukti bahwa pendekatan berbasis kebutuhan dan sistematis dapat memberikan dampak nyata bagi pertumbuhan UKM. Namun, untuk memastikan keberlanjutan hasil yang telah dicapai, diperlukan strategi pendampingan lanjutan yang fokus pada implementasi rutin dan pemanfaatan teknologi yang lebih luas.

Peningkatan pengetahuan akan pemasaran digital

Selanjutnya pada tanggal 30 Mei 2024 tim pengabdian melakukan pertemuan kembali dengan mitra yang di hadiri oleh tim pengabdian untuk mengambil gambar serta melakukan pendampingan dalam pemasaran digital yaitu pembuatan website perusahaan serta media sosial. Selain itu juga tim pengabdian melakukan diskusi dengan mitra untuk memberikan sosialisasi mengenai strategi pemasaran digital untuk dapat memperluas pangsa pasar mitra. Optimalisasi manajemen usaha kecil dapat dilakukan dengan melakukan pelatihan secara kolaboratif serta edukasi dalam aplikasi bisnis (Sopanah, 2023). Selain itu juga pentingnya mentor dalam mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang nantinya dapat diterapkan dalam konteks meningkatkan kemampuan pemasaran digital pelaku UMKM industry gerabah (DeMaria et al, 2019). Hasil dari kegiatan PKM ini memperlihatkan bahwa pelatihan dan pendampingan secara efektif mampu meningkatkan ketrampilan serta pengetahuan mitra dalam pemasaran digital. Berikut disajikan matrik tingkat keberhasilan program:

Tabel 2. Peningkatan pengetahuan akan pemasaran digital

No	Metrik Evaluasi	Indikator Kinerja	Alasan	Cara Pengukuran	Target	Hasil Kegiatan Program
1	Peningkatan Interaksi di Media Sosial	Peningkatan jumlah like, komen dan share	Interaksi yang lebih tinggi mencerminkan konten yang relevan dan menarik	Jumlah like, komen dan share pada akun media sosial	Peningkatan 20-30%	Terjadi peningkatan jumlah like, komen dan share pada akun media sosial mitra sebesar 25%

No	Metrik Evaluasi	Indikator Kinerja	Alasan	Cara Pengukuran	Target	Hasil Kegiatan Program
2	Tingkat Pemahaman Peserta tentang Pemasaran Digital	Skor pre-test dan post-test tentang konsep pemasaran digital	Mengukur peningkatan pemahaman peserta mengenai strategi pemasaran digital	Pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan	Peningkatan skor > 30%	Terjadi peningkatan tingkat pemahaman peserta tentang pemasaran digital sebesar 50%
3	Peningkatan Penjualan via Platform Online	Persentase kenaikan penjualan melalui media digital	Penjualan yang lebih tinggi menunjukkan penerapan teknik pemasaran yang berhasil	Survei penjualan peserta atau data transaksi online	Peningkatan penjualan 15-20%	Terjadi peningkatan penjualan online mitra sebesar 15%

Program pelatihan dan pendampingan pemasaran digital menunjukkan hasil yang menggembirakan berdasarkan evaluasi terhadap tiga metrik utama: peningkatan interaksi di media sosial, tingkat pemahaman peserta tentang pemasaran digital, dan peningkatan penjualan melalui platform online. Hasil ini mengindikasikan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan kapasitas mitra dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk.

Peningkatan interaksi di media sosial mencapai 25%, berada dalam rentang target yang ditetapkan sebesar 20-30%. Data menunjukkan adanya peningkatan jumlah like, komentar, dan share pada akun media sosial mitra, yang mencerminkan konten yang lebih relevan dan menarik bagi audiens. Menurut Diary (2023), konten yang menarik dan konsisten di media sosial memainkan peran penting dalam membangun keterlibatan pelanggan dan memperluas jangkauan pemasaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang mencakup strategi pengelolaan konten dan teknik fotografi produk memberikan dampak positif pada peningkatan interaksi di media sosial.

Tingkat pemahaman peserta tentang pemasaran digital juga menunjukkan peningkatan yang signifikan, dengan skor pre-test dan post-test yang meningkat sebesar 50%, jauh melampaui target peningkatan sebesar 30%. Hasil ini mencerminkan keberhasilan materi pelatihan yang berfokus pada strategi pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, optimasi konten, dan analitik. Hasanah et al. (2021) menekankan pentingnya pemahaman mendalam tentang konsep pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital. Dengan pengetahuan yang lebih baik, peserta dapat lebih percaya diri dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang efektif.

Peningkatan penjualan melalui platform online mencapai 15%, sesuai dengan target yang ditetapkan sebesar 15-20%. Hasil ini menunjukkan bahwa teknik pemasaran yang diajarkan, seperti penggunaan media sosial untuk promosi produk dan pengelolaan toko online, berhasil meningkatkan penjualan mitra. Penelitian oleh Herawati et al. (2023) mendukung temuan

ini, di mana pelatihan pemasaran digital terbukti mampu meningkatkan penjualan UMKM melalui optimalisasi platform digital. Meskipun angka ini berada di batas bawah target, hasil tersebut tetap menunjukkan bahwa penerapan teknik pemasaran digital yang efektif dapat memberikan dampak nyata pada peningkatan pendapatan mitra.

Namun, meskipun hasil yang dicapai sudah sesuai target, terdapat tantangan yang masih perlu diatasi, seperti keberlanjutan dan konsistensi dalam penerapan strategi pemasaran digital. Studi oleh Kussujaniatun et al. (2022) menyoroti pentingnya pelatihan lanjutan dan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan bahwa peserta dapat mengatasi kendala teknis dan tetap konsisten dalam mengelola pemasaran digital mereka. Selain itu, pemanfaatan alat analitik media sosial seperti Facebook Insights atau Instagram Analytics dapat lebih dioptimalkan untuk memberikan wawasan mendalam tentang perilaku audiens dan efektivitas kampanye.

Keberhasilan dalam meningkatkan interaksi di media sosial, pemahaman peserta, dan penjualan menunjukkan bahwa program pelatihan ini telah memberikan manfaat signifikan bagi mitra. Peningkatan pemahaman tentang pemasaran digital tidak hanya membantu mitra dalam memanfaatkan teknologi, tetapi juga memperkuat kapasitas mereka untuk bersaing di pasar yang semakin digital. Suryanto (2021) menegaskan bahwa digitalisasi pemasaran memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan metode konvensional.

Pelatihan pemasaran digital ini telah berhasil memberikan dampak positif bagi mitra, baik dalam hal peningkatan keterlibatan di media sosial maupun penjualan melalui platform digital. Meski demikian, untuk memastikan keberlanjutan dampak ini, diperlukan dukungan berkelanjutan berupa mentoring dan pelatihan lanjutan, terutama dalam penggunaan alat digital dan analitik secara optimal. Dengan langkah ini, diharapkan mitra dapat terus meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di era digital yang semakin kompetitif.

Tata Kelola Perusahaan

Pada tanggal yang sama yaitu tanggal 30 Mei 2024 tim pengabdian juga memberikan sosialisasi mengenai tata kelola perusahaan. Tim pengabdian berdiskusi dengan mitra mengenai pemisahan antara kepentingan keluarga dan kepentingan perusahaan atas pengelolaan keuangan. Selain itu juga memisahkan antara urusan pribadi dengan urusan perusahaan pada saat mengelola usaha karena usaha yang dijalani oleh mitra merupakan usaha keluarga. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat aturan serta membuat standar operasional prosedur perusahaan. Hasil dari pengabdian ini yaitu mitra jadi mengetahui akan pentingnya pemisahan mengenai keluarga dan perusahaan, hal ini dilakukan untuk menghindari konflik antar keluarga. Berikut disajikan matrik tingkat keberhasilan program:

Tabel 3. Hasil analisis pemahaman tata kelola

No	Metrik Evaluasi	Indikator Kinerja	Alasan	Cara Pengukuran	Target	Hasil Kegiatan Program
1	Penerapan Kebijakan Tata Kelola	Persentase kebijakan tata kelola	Implementasi kebijakan menunjukkan	Survei atau wawancara	70-80% kebijaksanaan	Adanya implementasi penerapan

		yang diimplemen- tasikan	an pelatihan diterapkan secara nyata	setelah Penggunaan	diterapk- an	kebijakan tata kelola sebesar 75%
2	Penguatan Struktur Organisasi	Perubahan atau penguatan struktur organisasi	Tata kelola yang baik memerlukan struktur organisasi yang jelas	Survei internal perusahaan atau wawancara	60-70% peserta memper- baiki struktur organisasi	Adanya pembagian tugas masing-masing sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya sebesar 70%
3	Pengambilan Keputusan yang Lebih Baik	Persentase keputusan strategis berbasis data dan kebijakan	Tata kelola yang baik melibatkan pengambilan keputusan berbasis informasi	Survei atau wawancara dengan manajemen	75% keputus- an berbasis data	Pengambilan keputusan dari pemilik usaha dengan memanfaatkan informasi atau data yang tersedia sebesar 80%

Program pelatihan dan pendampingan dalam tata kelola perusahaan menunjukkan hasil yang positif, dengan keberhasilan yang diukur melalui tiga metrik utama: penerapan kebijakan tata kelola, penguatan struktur organisasi, dan pengambilan keputusan berbasis data. Temuan ini menunjukkan bahwa program berhasil membantu mitra usaha kecil dan menengah (UKM) dalam mengembangkan sistem tata kelola yang lebih terstruktur dan efektif.

Implementasi kebijakan tata kelola mencapai angka 75%, berada di tengah rentang target 70-80%. Hal ini menunjukkan bahwa peserta berhasil menerapkan kebijakan yang diperkenalkan selama pelatihan ke dalam operasional bisnis mereka. Penerapan ini mencakup pembuatan prosedur standar dan kebijakan internal untuk mengelola sumber daya manusia, keuangan, dan produksi secara lebih terorganisir. Temuan ini selaras dengan penelitian Katili (2023), yang menekankan bahwa tata kelola perusahaan yang baik memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan UKM. Hasil ini mencerminkan keberhasilan program dalam memberikan pemahaman praktis yang relevan dan aplikatif.

Penguatan struktur organisasi juga menunjukkan hasil yang menggembirakan, dengan 70% peserta melaporkan adanya pembagian tugas yang lebih jelas sesuai dengan tanggung jawab masing-masing. Hasil ini berada di batas atas target 60-70% dan mencerminkan bahwa program berhasil meningkatkan kesadaran peserta terhadap pentingnya struktur organisasi yang terdefinisi dengan baik. Penelitian oleh Astuti (2022) mendukung temuan ini, di mana struktur organisasi yang jelas memungkinkan UKM untuk mendistribusikan tugas secara efisien, mengurangi tumpang tindih tanggung jawab, dan meningkatkan produktivitas. Hal ini menjadi fondasi penting untuk mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

Pengambilan keputusan berbasis data mencapai 80%, melampaui target yang ditetapkan sebesar 75%. Hasil ini menunjukkan bahwa peserta telah

memanfaatkan informasi dan data yang tersedia untuk membuat keputusan strategis. Keberhasilan ini sejalan dengan penelitian oleh Rahmiyanti dan Sulisty (2023), yang menyebutkan bahwa keputusan berbasis data memungkinkan pemilik usaha untuk mengurangi risiko dan memanfaatkan peluang dengan lebih baik. Dengan memanfaatkan data yang lebih terstruktur, mitra usaha dapat mengoptimalkan operasional bisnis mereka, terutama dalam merespons permintaan pasar atau menangani tantangan produksi.

Namun, meskipun hasil yang dicapai sangat positif, ada beberapa tantangan yang masih perlu diperhatikan, seperti keberlanjutan implementasi kebijakan tata kelola dalam jangka panjang. Studi oleh Sugiarti et al. (2023) menyoroti pentingnya pendampingan lanjutan untuk memastikan bahwa kebijakan yang diterapkan tetap relevan dan terintegrasi dengan baik dalam operasional bisnis. Selain itu, pelatihan tambahan yang berfokus pada manajemen risiko dan optimalisasi sumber daya dapat membantu mitra untuk terus meningkatkan kinerja tata kelola mereka.

Keberhasilan program ini memberikan bukti bahwa pendekatan berbasis kebutuhan dan praktik dapat memberikan dampak nyata dalam meningkatkan tata kelola perusahaan UKM. Dengan struktur organisasi yang lebih baik dan keputusan yang didasarkan pada data, mitra usaha dapat mengelola operasional mereka secara lebih efisien dan strategis. Hasil ini juga menunjukkan bahwa program pelatihan semacam ini dapat direplikasi untuk mendukung UKM lainnya dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. Diperlukan langkah lanjutan, seperti mentoring berkala dan evaluasi kebijakan, untuk memastikan bahwa hasil positif ini dapat dipertahankan dan ditingkatkan di masa mendatang.

KESIMPULAN

Program pelatihan dan pendampingan untuk UMKM industri gerabah di Desa Pejaten, Bali, berhasil meningkatkan kapasitas mitra dalam manajemen keuangan, pemasaran digital, dan tata kelola perusahaan. Hasil menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta tentang pembukuan sederhana hingga 50%, penerapan kebijakan tata kelola sebesar 75%, serta peningkatan interaksi di media sosial sebesar 25%. Selain itu, penjualan melalui platform digital meningkat sebesar 15%, mencerminkan dampak positif dari pelatihan ini dalam mendukung transformasi digital. Meskipun hasilnya menggembirakan, tantangan tetap ada, terutama dalam memastikan keberlanjutan penerapan strategi dan konsistensi dalam praktik rutin. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan berkelanjutan, seperti mentoring dan integrasi teknologi digital, untuk memperkuat hasil yang telah dicapai. Program ini memberikan bukti bahwa pendekatan berbasis kebutuhan dan kolaborasi aktif dapat memberikan dampak nyata pada pertumbuhan UMKM, sekaligus menjadi model yang dapat direplikasi di sektor lainnya untuk mendukung daya saing dan keberlanjutan usaha.

REKOMENDASI

Untuk mendukung keberlanjutan dan peningkatan kapasitas UMKM industri gerabah di Desa Pejaten, beberapa rekomendasi penting dapat diberikan. Pendampingan berkelanjutan melalui mentoring secara berkala

perlu dilakukan untuk memastikan konsistensi penerapan pembukuan sederhana, tata kelola perusahaan, dan pemasaran digital. Selain itu, mitra disarankan untuk mengintegrasikan teknologi digital, seperti aplikasi akuntansi berbasis smartphone dan alat analitik media sosial, guna meningkatkan efisiensi operasional. Diversifikasi produk sesuai kebutuhan pasar lokal maupun internasional, serta penguatan strategi pemasaran melalui platform e-commerce, juga menjadi langkah strategis untuk memperluas jangkauan pasar. Peningkatan kompetensi karyawan melalui pelatihan tambahan di bidang pengelolaan sumber daya dan pemasaran digital akan mendukung produktivitas dan memperkuat tim dalam menghadapi dinamika pasar. Selanjutnya, evaluasi dan monitoring secara rutin perlu dilakukan untuk mengukur dampak program, mengidentifikasi kendala, dan memastikan implementasi yang optimal. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan keberlanjutan hasil program dapat terwujud dan mendukung pertumbuhan UMKM secara signifikan..

REFERENCES

- ASI, Y., Sundari, A., & Susanto, H. (2022). The influence of local content towards the sales of SMEs product through media of marketplace. *Journal of Tourism Economics and Policy*, 2(2), 51–62. <https://doi.org/10.38142/jtep.v2i2.324>
- Astuti, T. (2022). Sistem pengendalian internal kas dan setara kas UKM di era new normal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 5(2), 262–269. <https://doi.org/10.30591/japhb.v5i2.2967>
- Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Umkm Di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>
- Arista, R., & Nurlaila, N. (2022). Pengaruh Sistem Pencatatan Laporan Keuangan Terhadap Optimalisasi Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Umum Daerah (Pud) Pasar Kota Medan. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(5), 585–594.
- Diary, P. (2023). Local food MSME digital marketing strategy (case study in Banda Aceh City). *International Journal of Economic Business Accounting Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAS)*, 3(5), 1579–1588. <https://doi.org/10.54443/ijebas.v3i5.1133>
- DeMaria, A. L., Meier, S., & Ramos-Ortiz, J. (2019). Mentoring the Next Generation of Health Professionals: A Mentor-the-Mentor Approach. *Health Behavior Research*. <https://doi.org/10.4148/2572-1836.1062>
- Fadhillah, A., & Hermawan, D. (2020). Peningkatan pengelolaan keuangan UKM keripik pisang di Kabupaten Tulungagung melalui sistem keuangan berbasis Microsoft Access. *J-Dinamika Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 31–35. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v5i1.1388>

- Febriyana, R. A. "Edukasi Pembukuan Sederhana Menggunakan Aplikasi Bukukas Melalui Webinar Kepada UMKM Di Desa Bojong Kulur". *Abdi Implementasi Pancasila: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol 1 No 2 (2021): 56–61.
- 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
- Hasanah, M., Jumriani, J., Juliana, N., & Kirani, K. (2021). Digital marketing: A marketing strategy for UMKM products in the digital era. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(1), 36.
<https://doi.org/10.20527/kss.v3i1.4146>
- Herawati, A., Sarwani, S., Listyawati, L., Kamariyah, S., & Widiarto, D. (2023). Strengthening spice coffee SMEs based on digital marketing for sustainable business improvement. *Abdimas Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 8(2), 336–346.
<https://doi.org/10.26905/abdimas.v8i2.8982>
- Handayani, N., & Mustika, H. (2022). Peningkatan Bisnis UMKM Kerupuk Melalui Optimalisasi Packaging Produk. *Khaira Ummah*, 1(02), 95-102.
- Harinie, L. T., Hukom, A., & Juma'eh. (2020). Pendampingan dalam Memasarkan Produk Hasil Usaha UKM melalui Penggunaan Media Sosial di Kabupaten Gunung Mas Kalimantan Tengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 04(1), 51–59.
<https://doi.org/https://doi.org/10.29062/engagement.v4i1.179>.
- Hasbullah, H., Silvia, D., Anwar, A., Perani, M., & Desriantika, E. (2023). Pendampingan Pembuatan Laporan Keuangan Pada Usaha Dagang Ud. Palwa Group. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdi Untuk Negeri*, 2(3), 128-133.
- Katili, M. (2023). Pengelolaan dan manajemen usaha produk UMKM menuju kemandirian ekonomi masyarakat desa. *El-Mujtama Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 317–322.
<https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i1.3380>
- Kussujaniatun, S., Sujatmika, S., & Hartati, A. (2022). Digital marketing to competitive advantages of MSMEs in Kasongan, Kajigelem, Bantul, Yogyakarta. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (Rekomen)*, 5(2), 128–137.
<https://doi.org/10.31002/rn.v5i2.5522>
- Maulana, Z., Hidayat, M., & Agustina, I. (2022). Using digital marketing for small and medium enterprises (SMEs) in Bumdes Remboko Sumberrejo Village Sleman Regency. *Spekta (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Teknologi dan Aplikasi)*, 3(1), 31–38.
<https://doi.org/10.12928/spekta.v3i1.4563>
- Nainggolan, E., Asymar, H., Hidayah, S., & Lase, M. (2019). Aplikasi manajemen kas berbasis Android untuk membantu pelaku usaha kecil dan menengah. *Jurnal Pendidikan Informatika dan Sains*, 8(1), 10.
<https://doi.org/10.31571/saintek.v8i1.1154>
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 dan implikasi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 59-64.

- Priliandani, Ni Made Intan Dkk. (2024). Peningkatan Kompetensi Petani Pacar Air Mengenai Pencatatan Penjualan dan Strategi Pemasaran Desa Sedang Abianseml Badung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol 3 No 1
- Rahmiyanti, S., & Sulistyo, A. (2023). Sosialisasi penyusunan laporan keuangan sederhana bagi UKM/UMKM Kota Cilegon. *Abdikarya Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 42–47. <https://doi.org/10.47080/abdikarya.v5i1.2488>
- Rofiq, A. (2023). Peningkatan kapasitas UKM Kab. Malang melalui pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran digital. *Mangente Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 164. <https://doi.org/10.33477/mangente.v2i2.3495>
- RAHMATULLAH, S. A. (2023). Analisis Kesiapan Umkm Batik Mugi Barokah Untuk Mengimplementasikan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, Menengah (Sak EMKM).
- Sawitri, N. P. Y. R., Kariyana, I. M., Sudiyani, N. N., & Dewi, K. A. P. D. (2023). Penerapan teknologi dan inovasi dalam meningkatkan pengembangan usaha mikro mamak peyek. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6), 11510–11517.
- Suhartati, Titi., Herbirowo Nugroho, Lia Ekowati, Utami Puji Lestari. 2020. Peningkatan Keterampilan Usaha dan Pembukuan Untuk Usaha Mikro Jamu Tradisional di Wilayah Bogor. *Jurnal Mitra Akademia Politeknik Negeri Jakarta*
- Sugiarti, Y., Sari, Y., Hadiyat, M., & Andre, A. (2023). Akselerasi daya saing usaha kecil dan menengah (UKM) sambal di Surabaya melalui program pendampingan yang holistik. *Kumawula Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 60. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v6i1.41382>
- Suryanto, D. (2021). Digital marketing, MSME product marketing innovation. *International Journal of Educational Research & Social Sciences*, 2(6), 1308–1315. <https://doi.org/10.51601/ijersc.v2i6.233>
- Veronica, M. (2023). Pelatihan manajemen keuangan usaha kecil dan menengah di Desa III Srinanti Kecamatan Banyuasin I Sumatera Selatan. *AKM Aksi Kepada Masyarakat*, 4(2), 389–396. <https://doi.org/10.36908/akm.v4i2.756>