

PEMBERDAYAAN KERAJINAN BAJRA SEBAGAI MEDIA PENGANTAR UPACARA KEAGAMAAN HINDU KHAS BANJAR BUDAGA-KLUNGKUNG

I Gst. B Ngr. P. Putra¹, Ida Ayu Dinda Priyanka Maharani², Dewi Soraya³, Anak Agung Ketut Jayawarsa⁴

¹ Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa

^{2,3} Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa

⁴ Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa

e-mail: ngurahpanji.putra@gmail.com¹, iadindapriyanka@gmail.com², dewisoraya207@gmail.com³, agungjayawarsa@gmail.com⁴

ABSTRACT

The people of Budaga Village preserve their ancestral heritage by engaging in handicraft arts, especially those made from brass metal. The types of handicraft products produced are generally related to Balinese Hindu ceremonial and ritual facilities such as the Dewata Nawa Sanga, Shiva Krana, sangku, anteg-anteg, gongseng and tray (bokor) weapons. However, the superior and typical craft product of Budaga Village is the bajra or bell craft. The bajra craft business that is carried out by the majority of the people of Budaga Village is still classified as a Micro, Small and Medium Scale Business, a home industry. Along the way, businesses with a small scope, such as the bajra craft business in Budaga Village, often experience business ups and downs. The main problem faced is increasingly tight product competition. The emergence of competitors for bajra producers from other areas, including outside Bali, is something that should be paid attention to. The second problem faced is limited capacity in recording financial transactions. Bajra entrepreneurs in Budaga Village often experience difficulties in determining cash inflows and outflows appropriately. The process of recording transactions is still done manually. The solutions offered for this problem are 1) Training in Recording Financial Transactions and Providing a Digitalized Financial Recording System; 2) Providing a Website as a Form of Marketing Strategy and Online Marketing Strategy Training.

Keywords: Handicraft products, Socialization of Financial Records, Marketing via Website and Social Media

ABSTRAK

Masyarakat Desa Budaga melestarikan warisan leluhur dengan menggeluti seni kerajinan tangan khususnya yang berbahan dasar logam kuningan. Jenis produk kerajinan tangan yang dihasilkan umumnya berkaitan dengan sarana upacara dan ritual Umat Hindu Bali seperti senjata Dewata Nawa Sanga, Siwa Krana, sangku, anteg-anteg, gongseng dan nampun (bokor). Namun, yang menjadi produk kerajinan unggulan dan khas dari Desa Budaga adalah kerajinan bajra atau genta. Usaha kerajinan bajra yang digeluti oleh mayoritas masyarakat Desa Budaga masih tergolong ke dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah berskala industri rumah tangga. Dalam perjalanannya, usaha dengan scope kecil seperti halnya usaha kerajinan bajra di Desa Budaga kerap mengalami pasang surut bisnis. Permasalahan utama yang dihadapi yakni persaingan produk yang semakin ketat. Kemunculan kompetitor produsen bajra dari daerah lain termasuk luar Bali menjadi salah satu hal yang patut diperhatikan. Permasalahan kedua yang dihadapi yakni keterbatasan kemampuan dalam hal pencatatan transaksi keuangan. Para pengusaha bajra di Desa Budaga kerap mengalami kesulitan dalam menentukan aliran kas masuk dan keluar secara tepat. Proses pencatatan transaksi pun masih dilakukan secara manual. Solusi yang ditawarkan untuk masalah ini adalah 1) Pelatihan Pencatatan Transaksi Keuangan serta Penyediaan Sistem Pencatatan Keuangan Ter-digitalisasi; 2) Penyediaan Website sebagai Bentuk Strategi Pemasaran dan Pelatihan Strategi Marketing Secara Online.

Kata Kunci: Produk kerajinan tangan, Sosialisasi Pencatatan Keuangan, Pemasaran Via Website dan Media Sosial

PENDAHULUAN

Berjarak kurang lebih tiga puluh tiga kilometer dari Kota Denpasar, atau sekitar satu kilometer sebelah barat dari Kota Semarapura, Desa Budaga menyimpan potensi kearifan lokal yakni warisan seni dan budaya khususnya dalam hal kerajinan tangan. Warisan budaya didefinisikan sebagai serangkaian aktivitas pada masyarakat yang sebagai suatu ciri khas dan bersumber dari historis dan mempengaruhi tingkat pengetahuan serta gagasan dalam pikiran manusia (Ekasani dan Supartini, 2018). Selain berprofesi sebagai petani dan karyawan, masyarakat Desa Budaga juga melestarikan warisan leluhur dengan menggeluti seni kerajinan tangan khususnya yang berbahan dasar logam kuningan. Pengunjung dapat menyaksikan secara langsung proses produksi, memesan atau bahkan membeli barang kerajinan yang dihasilkan para pengrajin Desa Budaga. Jenis produk kerajinan tangan yang dihasilkan umumnya berkaitan dengan sarana upacara dan ritual Umat Hindu Bali seperti senjata Dewata Nawa Sanga, Siwa Krana, sangku, anteg-anteg, gongseng dan naman (bokor). Namun, yang menjadi produk kerajinan unggulan dan khas dari Desa Budaga adalah kerajinan bajra atau genta. Dikatakan unggulan karena kualitas kerajinan bajra khas Desa Budaga terkenal sangat baik didasarkan pada pemilihan dan campuran bahan baku yang digunakan pada proses produksinya.

Peran dan fungsi dari bajra sangat krusial dalam sebuah upacara keagamaan Hindu dikarenakan suara, vibrasi dan getaran yang dihasilkan ketika bajra dibunyikan mampu memudahkan umat Hindu dalam berkonsentrasi ketika peribadatan berlangsung. Untuk diketahui, bajra umumnya digunakan oleh para sulinggih (orang suci yang dimuliakan oleh umat Hindu Bali) sebagai media atau alat pengantar upacara suci keagamaan. Tersohornya Pulau Bali sebagai Pulau Seribu Pura, membuktikan bahwa tatanan kehidupan masyarakat Bali sangat identik dengan budaya dan upacara keagamaan yang dikenal dengan konsep yadnya (persembahan suci yang tulus ikhlas dari Umat Hindu). Klasifikasi bajra disesuaikan dengan ritual upacara keagamaan yang dilaksanakan. Bajra berwarna putih diperuntukkan untuk mengiringi upacara Dewa Yadnya seperti upacara piodalan di Pura. Bajra berwarna emas diperuntukkan untuk mengiringi upacara Manusa Yadnya seperti upacara perkawinan dan upacara potong gigi atau metatah. Sementara bajra berwarna hitam diperuntukkan untuk mengiringi upacara Bhuta Yadnya seperti upacara pecaruan (menjaga keharmonisan dengan alam semesta). Sementara apabila ditinjau dari segi pengguna, bajra diklasifikasikan menjadi dua (2) yakni bajra berbentuk seperti lonceng untuk sulinggih lanang (laki-laki), dan bajra berbentuk agak pipih untuk sulinggih wadon (perempuan). Keberadaan bajra yang sangat lekat dengan filosofi Hindu khususnya dalam tatanan kehidupan upacara keagamaan masyarakat Hindu Bali, tercermin pada salah satu monumen penting di Bali yaitu Monumen Bajra Sandhi.



Gambar 1. Bajra Hitam, Putih, Emas serta Bajra Lanang dan Bajra Wadon



Gambar 2. Monumen Bajra Sandhi

Usaha kerajinan bajra yang digeluti oleh mayoritas masyarakat Desa Budaga masih tergolong ke dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah berskala industri rumah tangga. Dalam perjalanannya, usaha dengan scope kecil seperti halnya usaha kerajinan bajra di Desa Budaga kerap mengalami pasang surut bisnis. Permasalahan utama yang dihadapi yakni persaingan produk yang semakin ketat. Kemunculan kompetitor produsen bajra dari daerah lain termasuk luar Bali menjadi salah satu hal yang patut diperhatikan. Hal tersebut dikarenakan kemampuan para pesaing tersebut mampu menghasilkan produk dalam jumlah yang massif. Kemunculan produk kesenian bajra dari daerah luar mengancam kelestarian budaya dan eksistensi pengrajin bajra Desa Budaga. Bagaimanapun juga, pemanfaatan sarana upacara bajra dalam melengkapi sebuah ritual upacara Hindu Bali menjadi wadah untuk menghasilkan nilai ekonomis khususnya bagi keluarga pengrajin bajra Desa Budaga. Masalah lain yang perlu mendapat perhatian yakni produsen bajra luar hanya memproduksi tanpa memperhatikan filosofi sakral dari bajra itu sendiri. Berdasarkan kepercayaan umat Hindu, tidak sembarang orang diperbolehkan menggunakan bajra dalam ritual upacara keagamaan. Bajra hanya boleh dipergunakan oleh orang tertentu yang sudah mewinten atau dengan kata lain, sudah disucikan secara niskala oleh seorang Pendeta (Dewi, 2018). Bajra merupakan sarana upacara suci dan sakral yang diperuntukkan hanya bagi pendeta yang telah disucikan. Oleh karena itu terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan ketika proses produksi bajra dilakukan salah satunya adalah penentuan hari baik. Tujuannya adalah agar produk bajra yang dihasilkan mampu memberikan manfaat sebagaimana mestinya dan memiliki daya magis/kekuatan serta memberikan kharisma bagi penggunanya yang di Bali dikenal dengan istilah taksu.

Permasalahan kedua yang dihadapi yakni keterbatasan kemampuan dalam hal pencatatan transaksi keuangan. Para pengusaha bajra di Desa Budaga kerap mengalami kesulitan dalam menentukan aliran kas masuk dan keluar secara tepat. Proses pencatatan transaksi pun masih dilakukan secara manual. Permasalahan ini menjadi hal yang krusial untuk diperhatikan apabila dikaitkan dengan aspek permodalan. Salah satu syarat penting dalam pengajuan pinjaman adalah tersedianya pencatatan keuangan atau pembukuan yang jelas dan sistematis. Permasalahan lain yang menghambat perkembangan usaha bajra di Desa Budaga 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 belum maksimal.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan di atas, kami memutuskan untuk turun langsung ke lapangan guna mengetahui secara lebih dekat dan rinci permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin bajra di Desa Budaga. Untuk membatasi ruang pengabdian, kami memilih Usaha Bajra Nengah Sasih sebagai mitra pengabdian. Untuk diketahui, leluhur atau nenek moyang dari Keluarga Nengah Sasih merupakan perintis usaha kerajinan bajra di Desa Budaga. Dari proses survey tahap awal serta wawancara yang dilakukan, diketahui bahwa Usaha Bajra Nengah Sasih mengalami permasalahan yang sama terutama dalam rangka mempertahankan bisnis kerajinan bajra di Desa Budaga. Mitra pengabdian sebenarnya

memiliki keinginan untuk memajukan usahanya, namun mitra tidak berdaya untuk mencari solusi pemecahan atas permasalahan yang dihadapi. Akhirnya mereka lebih banyak menghabiskan waktu dengan kegiatan adat istiadat di banjar atau di desa, sembari tetap menjalankan bisnis dengan segala keterbatasan yang ada. Keadaan ini terjadi cenderung disebabkan oleh 1) Kurangnya sarana dan prasarana produksi, 2) Kurangnya keterampilan dan keahlian pembukuan, 3) Kurangnya keahlian pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi, 4) Kurangnya kemampuan pemasaran dan promosi online. Berikut ini disajikan profil mitra pada Tabel 1.

Tabel 1 Profil Mitra

Nama Pemilik	I Nengah Sasih
Nama UMKM	Pengrajin Kuningan N. Sasih
Jenis Usaha	Kerajinan Tangan Bajra atau Genta
Alamat	Jl. Pudak Gg. XII/2 Br. Budaga, Desa Adat Budaga, Klungkung
Rata-rata penjualan/bulan (pcs)	1-2 pcs
Rata-rata pendapatan/bulan (rupiah)	Rp 2.000.000,00
Rata-rata produksi/bulan (pcs)	1-2 unit
Jumlah Tenaga kerja	4 orang



Gambar 3. Proses Produksi Bajra Nengah Sasih



Gambar 4. Hasil Produksi Bajra Nengah Sasih

IDENTIFIKASI DAN PERUMUSAN MASALAH

Identifikasi permasalahan dapat dirinci sebagai berikut:

1. Permasalahan pencatatan transaksi keuangan.
Mitra kerap mengalami kesulitan dalam menentukan aliran kas masuk dan keluar secara tepat setiap periodenya. Mitra juga mengalami kesulitan terkait pencatatan perincian penerimaan dan penggunaan dana. Dampaknya adalah terjadi ketidaksesuaian antara nominal kas di tangan dengan jumlah kas yang tercatat pada pembukuan. Hal tersebut disebabkan karena kurangnya pemahaman dan keterampilan terkait pencatatan keuangan sederhana. Dengan tingkat pendidikan yang terbatas, mitra juga belum pernah memperoleh pembekalan dalam hal pelatihan pembukuan. Pembukuan masih dilakukan secara manual, sehingga tingkat akurasi dan efektivitas perhitungan transaksi belum memadai, serta tingkat efisiensi waktu pencatatan pembukuan masih tergolong rendah. Hal ini menjadi penting untuk diperhatikan karena ketika mitra ingin memperoleh tambahan modal dengan mengajukan pinjaman kredit ke bank, salah satu syarat pendukung yang diperlukan adalah laporan keuangan usaha. Permasalahan ini coba kami atasi dengan menyediakan program pencatatan keuangan ter-digitalisasi, sehingga laporan keuangan yang dihasilkan lebih meyakinkan dan tentunya hasil perhitungannya lebih tepat.
2. Permasalahan model pemasaran dan promosi yang dilakukan masih secara konvensional.
Mitra belum mampu menerapkan model promosi secara online dengan benar serta efektif dalam hal menentukan target pasar yang menjadi sasaran. Perkembangan zaman menuntut mitra untuk mengadaptasi model marketing dan promosi online secara ekstensif. Oleh karena itu diperlukan pendampingan dan bantuan terkait pelatihan promosi secara online untuk meningkatkan pangsa pasar produk. Melalui penerapan strategi promosi secara online yang lebih ekstensif bertujuan agar mampu untuk mengatasi persaingan yang semakin ketat dengan masuknya kompetitor dari luar bahkan hingga luar Bali.

Berdasarkan pemaparan analisis situasi, tim pengabdian menggarisbawahi permasalahan yang dihadapi mitra yang bergerak di bidang ekonomi produktif, serta coba diatasi melalui Program Kemitraan Masyarakat. Hal ini merupakan bentuk dukungan terhadap visi dan misi dari Kabupaten Klungkung. Visi dari Kabupaten Klungkung adalah "Klungkung yang Unggul dan Sejahtera". Unggul dimaksudkan terwujudnya Klungkung sebagai pusat pengembangan kegiatan kesenian dan budaya unggulan daerah yang didukung oleh SDM dan sumber daya keunggulan lokal. Apabila dikaitkan dengan visi dari Kabupaten Klungkung tersebut, maka seni kerajinan bajra yang menjadi produk unggulan dari Desa Budaga patut untuk diberdayakan sebagai budaya dan produk unggulan daerah. Tujuannya adalah agar keberlangsungan dari usaha seni kerajinan bajra khas Desa Budaga tetap terjaga dan tidak punah. Adapun cara dan langkah mewujudkannya tercermin dari misi Kabupaten Klungkung yaitu "Menguatkan Perekonomian dan Meningkatkan Kesejahteraan Sosial Masyarakat Melalui Pemberdayaan dengan Konsep Kemitraan". Hal tersebut menjadi dasar bagi kami untuk melakukan pemberdayaan mitra pengabdian yakni Usaha Bajra Nengah Sasih melalui Program Kemitraan Masyarakat. Bentuk pemberdayaan mitra yang akan dilaksanakan yakni seperti program pendampingan mitra dan pelatihan keahlian.

METODE DAN MATERI KEGIATAN

Tujuan dilakukannya program kemitraan masyarakat ini adalah untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra pengabdian dalam upaya pengembangan usahanya. Usaha produksi produk pangan alam tergolong ke dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah, dimana dalam perjalanannya, usaha dengan scope kecil seperti ini kerap mengalami pasang surut bisnis dikarenakan beberapa permasalahan yang dihadapi. Adapun metode serta materi kegiatan yang dilakukan tim pengabdian yakni:

Bidang Akuntansi (Sosialisasi dan Pelatihan Pencatatan Transaksi Keuangan Terdigitalisasi)

Adapun solusi yang kami tawarkan adalah dengan melakukan sosialisasi dan pendampingan terkait pencatatan keuangan sederhana, dimulai dari penentuan aliran kas masuk dan keluar. Tujuannya agar mitra pengabdian dapat melakukan perincian terkait penerimaan dan pengeluaran dana secara tepat. Luarannya adalah mitra dapat melakukan pencatatan keuangan dengan tepat, ditunjukkan dengan kesesuaian jumlah nominal saldo kas di tangan dengan saldo kas pada pencatatan pembukuan. Selain

itu, kami juga melakukan sosialisasi terkait pencatatan keuangan ter-digitalisasi. Tujuannya agar proses pembukuan dari mitra pengabdian dapat lebih efisien dari segi waktu serta efektif dalam hal ketepatan pencatatan. Melalui penggunaan sistem pembukuan maka output laporan keuangan yang dihasilkan akan lebih meyakinkan sehingga dapat membantu dalam proses pengajuan kredit pinjaman pada lembaga keuangan seperti bank.

Bidang Teknologi Informasi (Pembaharuan Website sebagai Bentuk Strategi Pemasaran dan Pelatihan Strategi Promosi Secara Online Via Facebook Ads dan Instagram Ads)

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra pengabdian, kami memberikan solusi berupa penyediaan model pemasaran dan promosi secara online. Kemajuan teknologi digital di era globalisasi tanpa diimbangi dengan adanya kemampuan dalam pemanfaatan kemajuan iptek menyebabkan perkembangan usaha menjadi belum maksimal. Kami memberikan program kerja melalui penyediaan dan pendampingan model promosi secara online via facebook ads dan Instagram ads.

Metode ini bertujuan untuk meningkatkan pangsa pasar serta mampu bersaing dengan kompetitor produk bajra dari luar Desa Budaga. Pemanfaatan kemajuan teknologi digital di era globalisasi merupakan bentuk relevansi marketing dalam upaya memasarkan produk khususnya untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan lebih berfokus pada foto atau gambar (Faqih dkk, 2019). Melalui sosialisasi strategi pemasaran mitra dapat memiliki gambaran yang jelas dan terarah mengenai apa yang akan dilakukan, sehingga posisi mitra di pasar dapat dipertahankan sekaligus dapat ditingkatkan (Trianto,2019).

PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan tahap awal Program Kemitraan Masyarakat dilakukan dengan turun ke lokasi untuk melakukan survey ke Desa Budaga. Tahap berikutnya menentukan pertimbangan kelayakan mitra disesuaikan dengan kriteria dari Program Kemitraan Kepada Masyarakat yaitu mitra sasaran adalah Industri Rumah Tangga dengan kepemilikan bersifat individu/perseorangan dengan karyawan minimal 4 orang, mengalami permasalahan di bidang ekonomi seperti bidang produksi, pemasaran, dan bidang akuntansi, serta mitra mengalami permasalahan minimal dua keparakan berbeda. Setelah melalui beberapa pertimbangan kelayakan disesuaikan dengan kriteria tersebut maka kami memutuskan memilih Pengrajin Bajra Nengah Sasih sebagai mitra pengabdian.

Adapun tahap pelaksanaan program kerja yang kami lakukan disesuaikan dengan pemecahan masalah serta pencapaian target luaran adalah sebagai berikut:

1. 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 *Chartered Accountant*, maka program sosialisasi dan pelatihan pencatatan transaksi keuangan dipercayakan kepada ketua. Sementara anggota III akan membantu dalam hal pendampingan mitra apabila mengalami kesulitan ketika sosialisasi dilaksanakan. Tahapan pelaksanaan program kerja ini yaitu pada tahap awal ketua 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.

Kemudian tim pengabdian memberikan pengabdian dalam bentuk penyediaan 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 pertama penyediaan dan pengenalan sistem pembukuan

berbasis Microsoft Excel. Alasan pemilihan sistem Microsoft Excel karena sistem ini bersifat paling adaptif dan fleksibel terkait penyesuaiannya dengan karakteristik usaha. Tahap kedua 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.

2. Pelaksanaan program kerja kedua terkait pemasaran secara online dilakukan oleh anggota I dan II yang berlatar belakang sebagai akademisi di bidang manajemen. Kami mencoba untuk menawarkan program kerja berupa penyediaan website dengan menyediakan katalog produk disertai dengan varian jenis produk, harga, dan ukuran serta dilengkapi dengan link yang langsung terhubung ke aplikasi whatsapp sehingga akan memudahkan konsumen ketika melakukan pesanan pembelian. Tahap berikutnya adalah menyajikan informasi selang pandang tentang esensi dari produk kesenian bajra. Ini bertujuan mengedukasi masyarakat bahwa produk bajra merupakan sarana kelengkapan upacara sakral sehingga disarankan untuk membeli pada produsen yang paham akan substansi inti dan hakikat dari bajra tersebut yakni salah satunya pada Pengrajin Bajra Nengah Sasih. Salah satu keunggulan dari mitra usaha pengabdian dibandingkan dengan usaha bajra lain yakni mitra pengabdian tetap memperhatikan unsur sakral dan suci dari proses produksi bajra, seperti misalnya pemilihan dan penentuan hari baik. Informasi ini dirasa sangat penting sehingga akan kami selipkan di kolom deskripsi website.

Tahap berikutnya yaitu penerapan metode promosi online via Facebook ads dan Instagram ads. Mitra akan diminta untuk memilih kategori yang dirasa tepat untuk menggambarkan usaha atau bisnis. Selanjutnya mitra diarahkan untuk membuat iklan terpadu dan menentukan tujuan iklan misalnya untuk menjangkau calon konsumen yang kemungkinan besar tertarik terhadap produk atau untuk meningkatkan kunjungan ke website usaha, Tahap berikutnya mitra akan diarahkan untuk menentukan jenis iklan dan melakukan top up dana untuk beriklan di facebook. Mitra pengabdian juga dapat menampilkan promo produk usaha. Tahap terakhir adalah penentuan target audience sesuai dengan spesifikasi terperinci yang diinginkan.

HASIL KEGIATAN

Efektivitas dan keberhasilan program yang diberikan dinilai berdasarkan indikator kesuksesan target capaian.

1. Indikator kesuksesan kemampuan pencatatan transaksi keuangan akan tercapai dengan adanya pendampingan dan sosialisasi dari pakar akuntansi seperti adanya peningkatan kemampuan dan keahlian mitra dimana pada awalnya belum mampu melakukan pencatatan secara tepat, kemudian setelahnya memiliki kemampuan pencatatan transaksi keuangan yang lebih baik.
2. Indikator kesuksesan pembukuan ter-digitalisasi dapat dari mitra yang pada awalnya masih melakukan pembukuan secara manual, kemudian setelah adanya Program Kemitraan Masyarakat memiliki sistem aplikasi pembukuan yang lebih modern. Selain itu, mitra juga mampu meningkatkan pangsa pasar produk

Dari permasalahan yang dihadapi oleh Mitra/peserta pelatihan maka dapat dirangkum rincian pelaksanaan kegiatan sebagai solusi untuk menyelesaikan permasalahan serta persentase capaian target yang sudah dicapai seperti pada Tabel 2.

Tabel 2. Capaian target Luaran Kegiatan

No	Permasalahan	Solusi/Kegiatan	Target Luaran	Capaian target Luaran
1	Keterampilan, efektivitas dan efisiensi pencatatan keuangan kurang memadai	Pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana dan penyediaan sistem pencatatan keuangan terdigitalisasi.	<ul style="list-style-type: none">• Kemampuan pembukuan meningkat• Kesalahan pencatatan transaksi berkurang• Waktu penyusunan laporan keuangan lebih efisien	Telah dilakukan sosialisasi serta penyediaan sistem keuangan terdigitalisasi (100%)
2	Distribusi serta pemasaran produk yang masih dilakukan secara konvensional.	Sosialisasi terkait strategi pemasaran online (e-marketing)	Mitra mampu meningkatkan pangsa pasar produk	Telah dilakukan sosialisasi dan penyediaan sistem pemasaran secara online (100%)

KESIMPULAN

Partisipasi mitra pengabdian yang paling mendasar adalah mitra berkenan untuk mengaplikasikan program yang kami sarankan. Pun yang tak kalah pentingnya yakni mitra memberikan umpan balik (*feed-back*) apabila mengalami kebingungan atau kurang memahami program yang kami berikan. Perlu dipahami bahwa program kerja kami memang bertujuan untuk mengatasi permasalahan yang mitra hadapi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyiyah, Putri Rachma Dewi. 2020. Efektivitas Terpaan Iklan Ads Instagram Tiket.Com Pada Pengguna Instagram Menggunakan Metode Pendekatan Epic Model. *Commercium*. Volume 02 Nomor 02.
- Dewi, Kadek Enny Rusmala. 2018. Aplikasi Multimedia Pembelajaran Membuat Kerajinan Genta di Bali Berbasis Flash. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Teknik Informatika (SENAPATI) Ke-9*.
- Ekasani, Kadek Ayu. Supartini, Ni Luh. 2018. Penggunaan Istilah Budaya Bali Pada Media Promosi Pariwisata Berbahasa Inggris Kota Denpasar. *Widyadari*. Vol 19 Nomor 1.
- Gita, Aprinta, G. B. 2016. Pemanfaatan Facebook Ads Untuk meningkatkan Brand Awareness pada Produk Lokal. *The Messenger* Volume. VIII Nomor 1.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2013. Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP). Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia
- M. Faqih, H, M. L., Ulum, M., H, M. T., Rozak, A., M, N. A., B, F. L., Suryaningsih, S., K, S. L., & Wulandari, F. E. (2019). Meningkatkan Pemasaran Produk Para Pelaku UMKM di Pedukuhan Ngaseman melalui Program Kerja Pengenalan dan Penyuluhan Digital Marketing Sistem. *Prosiding Konferensi Pengabdian Masyarakat*, 1, 425–427.
- Trianto, Bagas.Cholvian. (2019). Analisis Pemasaran Online Kerajinan Tempurung Kelapa (Studi Kasus Kerajinan Tempurung Kelapa “ONI MADE” Desa Ngemplak, Kecamatan Undaan, Kabupaten Kudus). Skripsi. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.