

PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PENILAIAN KESEHATAN KOPERASI UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN PENGELOLA PADA KOPERASI DI KECAMATAN TEJAKULA

Komang Endrawan Sumadi Putra¹, Lucy Sri Musmini², RahutamaAtidira³

^{1,3}Jurusan Manajemen FE UNDIKSHA; ²Jurusan Ekonomi Akuntansi FE UNDIKSHA
Email: endrawan.sumadi@undiksha.ac.id

ABSTRACT

This activity was carried out starting from the problems of aluminum bowl craftsmen in Menyali Village, Sawan Buleleng District regarding the difficulties in marketing their products and managing business financial books. Based on these problems, the method of carrying out activities is carried out by holding training and assistance for competitive 4.0 industries through marketing and digital financial bookkeeping to aluminum bowl craftsmen in Menyali Village. In order for activities to be carried out according to the objectives, the method of activities is directed and designed systematically into three stages, namely the planning stage, implementation of training and mentoring and finally evaluation which is useful for knowing the benefits of implementing training and mentoring activities. The evaluation relates to the enthusiasm of the craftsmen to participate in activities and their success in making electronic brochures and digital bookkeeping. From the results of the evaluation, it can be seen that the aluminum bowl craftsmen have been able to make digital marketing tools and financial bookkeeping so that all craftsmen can take part in the training properly.

Keywords: training, marketing, financial, digital

ABSTRAK

Kegiatan ini dilaksanakan berawal dari permasalahan para pengrajin bokor aluminium di Desa Menyali Kecamatan Sawan Buleleng mengenai kesulitannya dalam memasarkan produknya serta mengelola pembukuan keuangan usaha. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka metode pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan mengadakan pelatihan serta pendampingan industri berdaya saing 4.0 melalui pemasaran dan pembukuan keuangan digital kepada pengrajin bokor aluminium di Desa Menyali. Agar kegiatan dapat terlaksana sesuai tujuan maka metode kegiatan diarahkan serta dirancang secara sistematis kedalam tiga tahapan yaitu tahapan perencanaan, pelaksanaan pelatihan dan pendampingan serta terakhir evaluasi yang berguna untuk mengetahui kebermanfaatan dari pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan. Evaluasi berkaitan dengan semangat para pengrajin mengikuti kegiatan dan keberhasilan dalam membuat brosur elektronik dan pembukuan digital. Dari hasil evaluasi dapat diketahui para pengrajin bokor aluminium sudah dapat membuat sarana pemasaran bokor dan pembukuan keuangan secara digital sehingga semua pengrajin sudah dapat mengikuti pelatihan dengan baik.

Kata kunci : pelatihan, pemasaran, keuangan, digital

PENDAHULUAN

Sejak tahun 2011, dunia internasional dianggap telah memasuki Industri 4.0. Kondisi ini ditandai dengan adanya peningkatan interaksi, konektivitas, dan batas antara manusia, mesin, serta sumber daya lainnya melalui komunikasi dan teknologi informasi. Istilah Industri 4.0 pertama kali dikenal pada tahun 2011 sebagai Industrie 4.0 oleh sekelompok perwakilan dari

berbagai bidang seperti bisnis, politik, dan akademisi di bawah inisiatif guna meningkatkan kekuatan daya saing Jerman pada industri manufaktur (Luenendonk, 2019). Menurut (Endarwati, 2017), saat ini Pemerintah Indonesia telah mempersiapkan diri untuk menghadapi dan mengoptimalkan era industri 4.0, salah satunya melalui Kementerian Perindustrian RI yang mengutarakan bahwa revolusi industri 4.0 sebagai sesuatu yang tak

dapat dihindarkan. dan menjadi peluang baru bagi semua pengusaha di Indonesia. Kondisi ini sebelumnya diperkuat oleh temuan (Zaelani, 2019) yang menyatakan para pelaku usaha mikro kecil dan menengah perlu melakukan inovasi dalam bidang teknologi sebagai pilar utama untuk meningkatkan daya dalam revolusi industri 4.0.

Salah satu inovasi teknologi yang saat ini diaplikasikan oleh para pengusaha dalam Industri 4.0 yaitu dengan menjadikan digital marketing sebagai alat dan strategi utama dalam memasarkan produknya. Hal ini disebabkan karena di masa industri 4.0, gaya hidup umat manusia mengalami perubahan. Apabila dahulu banyak orang hanya memanfaatkan komputer dan internet untuk berkomunikasi saja, kini di masa Industri 4.0 komputer dan internet telah menjadi bagian dari seluruh aspek kehidupan manusia sehari-hari, mulai dari berkomunikasi, bekerja, belajar, berbelanja, hiburan, dan lain sebagainya sehingga sangat cocok digunakan sebagai alat pemasaran modern.

Menurut (Sanjaya & Joshua, 2009), digital marketing merupakan kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial. Tentu saja digital marketing bukan hanya berbicara tentang marketing internet. Strategi digital marketing adalah strategi yang digunakan para pelaku bisnis dalam memaksimalkan potensi aktivitas digital marketing yang sedang dilaksanakan. Setiap pelaku bisnis atau perusahaan saat ini sebagian besar menggunakan strategi digital marketing yang berbeda-beda, disesuaikan pada kebutuhan dan tujuan yang ingin dicapai. Biasanya strategi digital marketing ini sering digunakan saat mempromosikan produknya. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Triwardhani, 2020) mengenai peningkatan keputusan pembelian pada agensi iklan online melalui promosi digital. Dilain tempat, (Candra Irawan, 2020) menemukan bahwa secara keseluruhan E-Marketing dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara

online. Berdasarkan dua hasil penelitian tersebut maka secara ilmiah digital marketing dapat meningkatkan penjualan, sehingga secara tidak langsung juga dapat meningkatkan daya saing perusahaan.

Secara sederhana, langkah strategi digital marketing bagi para pengusaha sebagai berikut:

- Digital Assets Development, merupakan kegiatan yang dilakukan dengan membangun dan mengembangkan website serta menyiapkan akun social media (contoh: Facebook, Instagram, YouTube, dll)
 - Meningkatkan kunjungan website, yaitu dengan melakukan beberapa cara seperti optimasi SEO (Search Engine Optimization), pemasangan iklan CPC melalui Google Adsense, dll.
 - Optimasi akun social media, yaitu mengupayakan peningkatan interaksi dengan para pengguna social media dengan cara menyiapkan dan mempublikasikan konten yang menarik. Selain itu optimalisasi dengan cara beriklan di social media juga patut untuk dipertimbangkan.
 - Email Marketing activities. Email sebagai alat komunikasi digital yang dikenal kuno ini nyatanya masih memiliki potensi peningkatan sales sebuah bisnis. Tidak dapat dipungkiri bahwa semua pengguna smartphone diwajibkan untuk memiliki akun email untuk bisa memanfaatkan fitur smartphone secara maksimal. Kondisi ini merupakan potensi yang sangat bagus jika dapat dimanfaatkan dengan baik.
 - Broadcast message adalah bagian dari digital marketing yang masih bisa kita jumpai. Tak jarang kita masih mendapatkan broadcast message seperti pesan singkat (SMS), Whatsapp, hingga Social Media Direct Message. Meskipun rentan mengalami pemblokiran akun, nyatanya broadcast message masih memiliki conversion rate yang cukup baik.
- Selain penerapan manajemen pemasaran yang tepat, berkembangnya sebuah bisnis juga berkaitan dengan manajemen keuangan yang baik. Pengelolaan keuangan usaha yang baik

berarti para pelaku usaha mengetahui setiap pergerakan arus kas dan dapat mengontrol pengeluaran uang agar usaha mereka tidak mengalami kerugian. Agar dapat mengontrol keuangan maka diperlukanlah suatu pembukuan. Menurut (Resmi, 2011) pembukuan merupakan sebuah proses pencatatan yang dilakukan secara wajib dan teratur dalam mengakumulasi semua jenis data dan informasi tentang keuangan yang terdiri atas kewajiban, penghasilan, harta, biaya dan modal yang ditutup dengan menyusun laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi pada setiap akhir tahun. Jumlah nilai pemberian serta pendapatan barang atau jasa, diakhiri dengan penyusunan kas harian dan buku besar berupa neraca, serta laporan laba rugi sesuai periode tahun tersebut sesuai dengan yang dijelaskan dalam UU Nomor 28 Tahun 2007 Pasal 28. Mengenai pembukuan yang telah dijabarkan dalam UU menekankan pada seluruh pengusaha tentang pentingnya pembukuan. Sebab pembukuan pada internal perusahaan merupakan dasar utama yang menjadi fondasi dari sistem akuntansi. Pada sistem akuntansi tercatat dapat diketahui pergerakan keuangan perusahaan secara rinci. Sama seperti pemasaran, pembukuan keuangan juga mengalami perkembangan seiring dengan kemajuan teknologi. Saat ini pembukuan keuangan tidak lagi menggunakan metode konvensional melainkan sudah tersedia secara digital. Pembukuan keuangan digital dirasa lebih aman, mudah dan terdapat beberapa pilihan yang tidak memerlukan biaya dalam menggunakannya. Pembukuan keuangan digital akan memudahkan pelaku usaha dalam memonitor transaksi keuangan, menyusun laporan keuangan secara otomatis, dan mengetahui keuntungan usahanya setiap saat, sehingga bisnis yang dijalankannya menjadi lebih berkembang. Berbagai fitur pada pembukuan keuangan digital membantu para pengusaha untuk mengelola keuangan usahanya dari mulai pencatatan hingga pembuatan laporan keuangan. Para pengusaha akan terbebas dari rumitnya menghitung secara

manual, karena transaksi keuangan bisnis dikelola secara otomatis sehingga meminimalisir kesalahan.

Dengan menggunakan pembukuan keuangan digital, semua pengusaha mempunyai lebih banyak waktu untuk mengelola dan mengembangkan usahanya secara efisien. Selain itu, yang paling penting, data pengusaha terjamin keamanannya. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh (Azizah et al., 2021) dimana para pengusaha usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) akan dapat berkembang apabila pengelolaan keuangannya dilakukan secara baik dan sistematis apalagi didukung oleh teknologi berbasis digital pasti akan menjadi lebih baik lagi. Selain itu dengan pengimplemtasian pemakaian laporan keuangan digital dapat mempermudah pengusaha mendapatkan bantuan dana dari pemerintah maupun swasta (Dewi et al., 2021). Salah satu sektor pembangunan ekonomi Indonesia yang memegang peranan penting dan strategis untuk dikembangkan dalam industri 4.0 adalah Industri Kecil dan Menengah (IKM). saat ini keberadaan IKM yang berjumlah 3,8 juta unit usaha dengan sebaran 75% yang berada di pulau Jawa dan 25% diluar pulau Jawa, diharapkan akan bergeser menjadi 60% di pulau Jawa dan 40% di luar pulau Jawa. penciptaan wirausaha baru dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu pendekatan by design dan pendekatan fast track. Pendekatan By Design dilakukan melalui serangkaian kegiatan rekrutmen, pelatihan, magang, dan pemberian modal usaha sebelum orang menjadi wirausaha. Sedangkan, pendekatan fast track dilakukan melalui serangkaian kegiatan dengan pelatihan, inkubator, diiringi pemberian fasilitas peralatan produksi atau modal kerja (Kemenperin RI, 2012).

Desa Menyali merupakan salah satu Desa yang terletak di Kecamatan Sawan, Kabupaten Buleleng dan berjarak 14 km timur laut dari Kota Singaraja. Secara geografis, Desa Menyali memiliki wilayah seluas 4,27 km² dengan sebaran penduduk mencapai 5.344 jiwa, yang terdiri dari 2.691 laki-laki dan 2.653 wanita.

Ditinjau dari analisis situasi, sebagian besar penduduk desa Menyali memiliki pekerjaan sebagai petani, kondisi ini dikarenakan Desa Menyali memiliki lahan basah dan subur yang cocok untuk areal persawahan. Selain Bertani, masyarakat Desa Menyali yang lain ($\pm 15\%$) juga memiliki aktivitas seperti berkebun dan berternak. Pekebunan yang dikembangkan di Desa Menyali saat ini adalah perkebunan kopi, coklat, kelapa, rambutan dan duren Bangkok, sedangkan peternakannya meliputi pemeliharaan sapi, ayam, dan babi. Sedangkan sisanya, terdapat sekitar $\pm 21\%$ dari jumlah penduduk pekerja di desa ini berkecimpung dalam dunia kerajinan, seperti kerajinan seni tabuh (pembuatan rindik, tingkelik, gerantang, kebyur, dan lain-lain), pembuatan batu bata, kerajinan pengobatan alternatif sengat lebah, dan yang paling populer adalah kerajinan alumunium berupa "bokor".

Berdasarkan hasil observasi awal diketahui keberadaan IKM bokor Desa Menyali ini masih memiliki potensi dan bisa dikembangkan guna mendukung perekonomian masyarakat Desa Menyali. Namun dengan perubahan jaman serta pesatnya perkembangan teknologi dalam bidang pemasaran membuat hasil produksi bokor alumunium belum dapat dipasarkan secara optimal oleh pengerajin. Hal ini diperkuat pengabdian sebelumnya yang dilakukan oleh (Antara et al., 2014), dimana ditemukannya kelemahan dari sistem pemasaran bokor alumunium menyali yang selama ini dijalankan oleh para pengrajin, sehingga diperlukan fasilitas promosi dalam memperluas pangsa pasarnya. Selain itu, keuangan para pengerajin masih banyak yang mengalami kerugian, sehingga tidak jarang para pengrajin berhenti membuat bokor alumunium. Berdasarkan kondisi tersebut maka permasalahan manajemen usaha saat ini meliputi manajemen pemasaran serta keuangannya.

Permasalahan dari aspek manajemen pemasaran bahwa para pengerajin bokor alumunium kesulitan dalam memasarkan produknya ditambah dengan adanya Pandemi COVID-19

saat ini. Banyak event-event pameran yang sebelumnya sudah dipersiapkan akhirnya dibatalkan. Kondisi ini menyebabkan diperlukan pelatihan teknologi informasi berupa pemasaran digital khususnya penggunaan brosur digital Imooji dalam mengganti event pameran guna memasarkan produk bokor alumunium, sehingga penyampaian informasi mengenai produk meliputi kualitas produk, harga, serta lokasi pembelian tetap dapat diketahui oleh calon konsumen potensial secara jelas dan akurat.

Sedangkan permasalahan dari aspek manajemen keuangan bahwa selama ini para pengerajin bokor alumunium belum bisa mengelola keuangan dari usahanya, sehingga sering sekali terjadi kesalahan dalam menghitung keuntungan. Hal ini akibat dari system pembukuan yang digunakan masih sangat sederhana dan belum menerapkan sistem pembukuan standar akuntansi. Oleh karena itu diperlukan pelatihan dan pendampingan pembukuan keuangan secara digital sesuai tuntutan industry 4.0 untuk memberikan kemampuan pengerajin bokor alumunium dalam mengelola sumber-sumber pembiayaan baik dari internal maupun eksternal dalam mengembangkan produk kerajinan bokor alumunium.

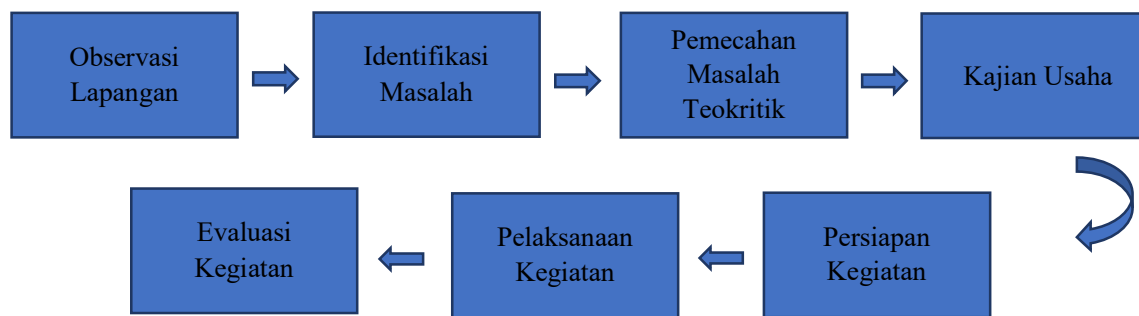
Tujuan dari pelaksanaan kegiatan pelatihan pemasaran serta pembukuan keuangan digital ini secara umum untuk memberdayakan pengerajin bokor alumunium menjadi industri yang berdaya saing. Namun secara khusus, kegiatan ini memiliki tujuan agar para pengerajin bokor aluminium di Desa Menyali memahami pentingnya manajemen pemasaran dan pembukuan keuangan digital dalam usaha yang saat ini mereka geluti. Selain itu kegiatan ini juga membantu para pengerajin bokor alumunium agar terbiasa menggunakan aplikasi digital dalam memasarkan produknya serta menyusun pembukuan keuangan usahanya secara efektif dan efisien sesuai dengan standar akuntansi keuangan, sehingga dapat berdaya saing di kancah nasional maupun global.

METODE

Metode kegiatan pelatihan pemasaran dan pembukuan keuangan digital ini menggunakan pemecahan permasalahan yang sudah diidentifikasi, yaitu dengan memberikan materi mengenai pentingnya industry berdaya saing 4.0 saat ini dan Memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai pemasaran serta pembukuan keuangan digital. Pemasaran digital yang diberikan berupa pelatihan membuat brosur elektronik imooji dan pembukuaan keuangan Si Apik BI oleh narasumber.

Adapun kerangka pemecahan masalah kegiatan pelatihan pemasaran serta pembukuan

keuangan digital dalam memberdayakan pengerajin bokor alumunium menjadi industri yang berdaya saing sebagaimana ditunjukkan pada gambar 1 berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemecahan Masalah

Pemecahan masalah diawali dengan melakukan observasi lapangan yaitu mengadakan kunjungan tim pengabdian ke Desa Menyali untuk melihat secara langsung permasalahan yang terjadi di pengerajin bokor alumunium. Kegiatan ini melibatkan tenaga dosen dan mahasiswa yang mempunyai bidang keahlian dan pengalaman dalam bidang pemasaran digital serta pembukuan keuangan digital. Selanjutnya kegiatan pelatihan dijalankan dalam tiga tahap kegiatan yaitu: (1) tahap perencanaan dan pengembangan usaha berdaya saing melalui manajemen pemasaran dan pembukuan keuangan digital secara konseptual dan teknis, (2) tahap pelaksanaan pelatihan tentang berbagai aplikasi pemasaran digital dan pembukuan keuangan digital, dan terakhir (3) merupakan tahap evaluasi yang

difokuskan pada kemampuan pengerajin bokor alumunium dalam membuat brosur elektronik sebagai sarana pemasaran digital serta membuat pembukuan keuangan digital masing-masing usahanya.

Evaluasi pelaksanaan kegiatan dilakukan dua kali yaitu evaluasi sebelum dan sesudah dilaksanakannya pelatihan serta pendampingan. Evaluasi sebelum pendampingan dilakukan dengan mengungkap pengetahuan awal pengerajin bokor alumunium di Desa Menyali tentang pentingnya pemasaran serta pembukuan keuangan digital menuju industry yang berdaya saing. Sedangkan evaluasi sesudah pelaksanaan dengan melihat kemampuan para pengerajin dalam membuat brosur elektronik serta menyusun pembukuan keuangan secara digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian diawali dengan observasi ke Desa Menyali khususnya ke sentra-sentra kerajinan bokor alumunium sebagaimana ditunjukkan oleh gambar 2. Hal ini dilaksanakan untuk mengetahui secara langsung kondisi para pengrajin lapangan. Setelah melihat proses kerja dan sistem pemasarannya, dilanjutkan dengan melakukan diskusi serta wawancara terhadap para pengrajin beserta kepala desa Menyali mengenai permasalahan yang saat ini dihadapi oleh para pengrajin bokor alumunium.



Gambar 2. Kegiatan Observasi Lapangan

Dari hasil observasi, diskusi dan wawancara terhadap para pengrajin serta kepala desa, diketahui bahwa selama pandemic COVID-19 ini, para pengrajin kesulitan dalam memasarkan produknya akibat dari adanya pembatasan-pembatasan kegiatan social. Selain kesulitan dalam pemasaran, para pengrajin juga kesulitan mengatur keuangan usaha akibat dari tidak adanya sistem pembukuan yang terstandarisasi secara akuntansi, sehingga berangkat dari permasalahan tersebut dilaksanakan pelatihan mengenai pemasaran dan pembukuan digital untuk menghasilkan usaha yang berdaya saing. Selanjutnya dilakukan penentuan jadwal pelaksanaan pelatihan dan pendampingan serta penyiapan materi mengenai pemasaran dan pembukuan keuangan digital. Pelatihan pemasaran dan pembukuan keuangan digital bagi pengrajin bokor alumunium desa

Menyali ini dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 8 Juni tahun 2021 bertempat di gedung serba guna kantor Desa Menyali. Pelatihan dihadiri langsung oleh para pengrajin bokor alumunium yang berjumlah 22 orang serta dibuka langsung oleh kepala Desa Menyali sebagaimana terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Pembukaan Kegiatan Pelatihan

Kegiatan dimulai dengan pemaparan materi awal mengenai industry yang berdaya saing di tengah era 4.0, kemudian pelatihan dan pendampingan pemasaran digital melalui platform imooji serta yang terakhir pembukuan keuangan digital melalui platform SIAPIK BI sebagaimana terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Pemaparan Materi Usaha yang Berdaya Saing

Dalam pelatihan dan pendampingan pemasaran digital, para pengrajin diberikan cara membuat dan menggunakan brosur elektronik melalui platform imooji sebagaimana terlihat pada Gambar 5. Hal ini dilakukan karena

penggunaan brosur elektronik sangat efektif dan efisien dalam penyampaian produk kepada calon konsumen. Dengan Platform imooji para pengrajin dapat memuat sekaligus 4 elemen dalam bauran pemasaran meliputi produk, harga, promosi serta saluran distribusi/tempat dimana nantinya konsumen bisa memesan sekaligus membeli bokor alumunium menyali. Selain efektif, brosur elektronik juga sangat efisien disebabkan dalam pembuatannya para pengrajin tidak mengeluarkan biaya hanya cukup adanya jaringan internet, sehingga dapat menekan biaya pemasaran yang dikeluarkan selama ini. Brosur elektronik imooji ini juga dapat disebarluaskan lewat berbagai media social, sehingga dapat lebih banyak menjangkau pasar diseluruh belahan dunia.



Gambar 5. Pendampingan Pembuatan Brosur Elektronik

Sedangkan untuk pelatihan pembukuan keuangan digital, para pengrajin diberikan melalui platform SIAPIK BI. Platform pembukuan keuangan digital ini sangat mudah digunakan dan bebas biaya sehingga para pengrajin tidak perlu mengalokasikan anggaran dalam pembuatan pembukuan keuangan. Proses pelatihan serta pendampingan pembuatan pembukuan keuangan ini diberikan yang bersifat sederhana yakni neraca dan laporan laba rugi usaha agar para pengrajin cepat mengaplikasikan dalam pembukuan usahanya. Selain mudah dan murah, sistem pembukuan keuangan berdasarkan SIAPIK BI ini juga sudah terintegrasi dengan sistem perbankan

karena dibawah otorisasi BI. Hal ini tentunya memudahkan bagi para pengrajin saat pengajuan bantuan modal kepada pihak bank maupun Lembaga keuangan non bank.



Gambar 6. Pelatihan Pembukuan Keuangan Digital

Adapun hasil dalam kegiatan pelatihan serta pendampingan tersebut, dimana para pengrajin sudah dapat membuat brosur elektronik melalui platform imooji, sehingga proses pemasaran yang dilakukannya sudah dapat beralih dari pemasaran konvensional ke pemasaran digital. Hal ini tentunya sangat menggembirakan karena sekarang para pengrajin tidak perlu lagi keluar rumah, apalagi ditengah pandemic COVID-19 untuk memasarkan produk mereka. Cukup dengan mengirimkan atau mengunggah brosur elektronik pada media social, mereka sudah dapat memperkenalkan bokor alumunium sekaligus melakukan transaksi kepada pembeli. Salah satu brosur elektronik dari pengrajin bokor tersebut dapat dilihat pada tautan <https://imooji.com/stage/v5/2eV6v/69369>.

Begitu juga dalam pembuatan pembukuan keuangan digital, para pengrajin bokor alumunium sudah berhasil dalam menyusun neraca akhir bulan menggunakan platform SIAPIK BI sehingga pembukuan mereka menjadi tertata rapi sesuai standarisasi akuntansi. Secara keseluruhan semua peserta pelatihan sangat antusias dan puas dengan kegiatan yang dilakukan. Mereka sangat terbuka dan bersemangat dalam mengikuti seluruh kegiatan. Selain itu, dengan memiliki

pemahaman yang lebih baik tentang usaha yang berdaya saing dan sistem pemasaran serta pembukuan keuangan digital menjadikan mereka terampil mengelola usaha mereka saat ini yang sebagian besar kegiatan social dibatasi. Di Akhir kegiatan pelatihan dilakukan evaluasi untuk mengetahui tingkat keberhasilan pelatihan dan pendampingan. Evaluasi

dilaksanakan dengan cara memberikan seluruh peserta angket pertanyaan mengenai kemampuan para pengrajin bokor alumunium dalam menyerap dan memahami tentang usaha berdaya saing, pemasaran serta pembukuan keuangan digital. Dari jawaban para peserta pada angket yang disebar dapat diketahui hasil evaluasi sebagaimana ditunjukkan oleh tabel 1.

Tabel 1 Hasil PenilaianKemampuanPesertaKegiatanPelatihan dan Pendampingan

No	Uraian	SkorMaksimal	Rerata SkorPeserta
1	Mampumemahamiusahaberdayasaing	100	85
2	Mampu membuatbrosurelektronikdalammemasarkanproduk bokor	100	89
3	Mampu menyusunlaporankeuangan digital	100	86
Skor Total		300	260

$$\text{Skor Penilaian} = \frac{260}{300} \times 100\% = 86,67$$

Berdasarkan skor penilaian akhir, maka diperoleh skor penilaian evaluasi sebesar 86,67. Oleh karena itu proses kegiatan kegiatan pelatihan pemasaran dan pembukuan keuangan digital pengrajin bokor Desa Menyali ini dinyatakan berhasil.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, maka dapat diketahui bahwa keberhasilan pelaksanaan kegiatan pelatihan pemasaran dan pembukuan keuangan digital ini mempunyai dampak positif bagi pengrajin bokor alumunium di Desa Menyali. Hal ini dikarenakan mereka mendapatkan informasi dan pengetahuan baru mengenai sistem pemasaran yang efektif dan efisien untuk dilakukan saat ini apalagi ditengah pandemic COVID-19 ini. Selain itu dengan berhasilnya para pengrajin menyusun pembukuan keuangan digital, maka akan berimbas dengan lancarnya pengelolaan keuangan pada usaha mereka yang bermuara pada peningkatan nilai daya saing usaha bokor alumunium secara para pengrajin.

DAFTAR RUJUKAN

- Antara, I. N. G. D. E., Suarda, M., Sucipta, M., Gusti, I., & Sukadana, K. (2014). PEMBINAAN PENGRAJIN BOKOR ALUMINIUM DI DESA MENYALI. *Jurnal Udayana Mengabdikan*, 13(1), 30–34.
- Azizah, N. L., Indahyanti, U., Latifah, F. N., & Sumadyo, S. B. (2021). Pemanfaatan Pembukuan Digital pada Kelompok UMKM di Sidoarjo Sebagai Media Perencanaan Keuangan. *COMMUNITY EMPOWERMENT*, 6(1), 64–70. <https://doi.org/https://doi.org/10.31603/c.e.4378>
- Candra Irawan, I. (2020). Analisis e-marketing terhadap keputusan pembelian konsumen secara online. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 247. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.1907>
- Dewi, S. R., Andari, Masitoh, M. R., & Octaviani, S. (2021). PELATIHAN PEMBUKUAN KEUANGAN DAN PEMASARAN ONLINE BAGI. *Kaibon Abhinaya : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 79–86. <https://doi.org/https://doi.org/10.30656/k.a.v3i2.3084>

- Endarwati, O. (2017). Industri 4.0 Ciptakan Peluang Baru. Sindonews.Com. <https://ekbis.sindonews.com/berita/1201970/34/industri-40-ciapkan-peluang-baru>
- Kemenperin RI. (2012). Mengembangkan Wirausaha Baru yang Berdaya Saing Global.
- Luenendonk, M. (2019). Industry 4.0: Definition, Design Principles, Challenges, and the Future of Employment. Cleverism. <https://www.cleverism.com/industry-4-0/>
- Resmi, S. (2011). Perpajakan: Teori dan Kasus. Salemba Empat.
- Sanjaya, R., & Joshua, T. (2009). Creative Digital Marketing. PT Elex Media Komputindo.
- Triwardhani, D. (2020). Pengaruh Promosi Digital Pada Keputusan Pembelian Agensi Iklan Online. JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika), 16(3), 284–296. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v16i3.9071>
- Zaelani, I. R. (2019). Peningkatan Daya Saing Umkm Indonesia: Tantangan Dan Peluang Pengembangan Iptek. Jurnal Transborders, 3(1), 15. <https://doi.org/10.23969/transborders.v3i1.1746>