

PENGEMBANGAN POTENSI DESA KALIANGET BALI UTARA SEBAGAI SENTRA UKM KAIN TENUN MASTULI

Sunitha Devi¹, A.A.N. Yudha Martin Mahardika², Putu Eka Dianita Marvilianti³, Ni Luh Gede Yastini⁴

¹Jurusan Ekonomi dan Akuntansi, FE UNDIKSHA; ² Jurusan Manajemen, FE UNDIKSHA
Email: sunitha.devi@undiksha.ac.id

ABSTRACT

A village in North Bali is famous for its potential for endek mastuli woven fabrics with a wide selection of unique and distinctive motifs, namely Kalianget Village. However, various problems arise from craftsmen, ranging from the inability to diversify products according to potential market needs, the inability in digital marketing, and the inability of endek mastuli craftsmen to calculate HPP and selling prices correctly. On that basis, the team developed a community service program that leads to providing training and assistance for product diversification, the use of digital marketing, and financial management for endek mastuli craftsmen in Kalianget Village. Based on the training and mentoring process, endek craftsmen in Kalianget Village have been able to independently diversify products by utilizing various digital marketing platforms and are also able to determine product cost and selling prices correctly.

Keywords: Endek Mastuli, Product diversification, Digital marketing, Financial governance

ABSTRAK

Desa di Bali Utara yang terkenal memiliki potensi karya kain tenun endek mastuli dengan berbagai pilihan motif unik dan khas yaitu Desa Kalianget. Namun berbagai permasalahan muncul dari pengrajin, mulai dari ketidakmampuan dalam membuat diversifikasi produk sesuai kebutuhan pasar potensial, ketidakmampuan dalam digital marketing serta ketidakmampuan pengrajin endek mastuli dalam menghitung HPP dan harga jual secara tepat. Atas dasar itulah, tim menyusun program pengabdian kepada masyarakat yang mengarah pada pemberian pelatihan dan pendampingan diversifikasi produk, pemanfaatan digital marketing, dan tata kelola keuangan bagi pengrajin endek mastuli di Desa Kalianget. Berdasarkan proses pelatihan dan pendampingan, pengrajin endek di Desa Kalianget telah mampu membuat diversifikasi produk secara mandiri memanfaatkan berbagai platform digital marketing dan juga mampu menentukan harga pokok produk dan harga jual dengan tepat.

Kata kunci: Endek Mastuli, Diversifikasi produk, Digital marketing, Tata kelola keuangan

PENDAHULUAN

Kain tenun endek merupakan salah satu produk unggulan Bali yang terkenal hingga ke Mancanegara karena terdapat identitas kultural dan artefak ritual didalam karya seni tenunan Bali ini (Sudhana dan Suardani, 2017). Pemerintah Provinsi Bali sangat mengunggulkan kain endek sebagai salah satu ikon produk lokal Bali yang dibuktikan dengan dukungan penuh pemerintah terhadap kemajuan produksi kain endek di Bali. Salah

satunya bentuk dukungan tersebut adalah melalui diterbitkannya Surat Edaran Gubernur Bali Nomor 04 Tahun 2021 Tentang Penggunaan Kain Tenun Endek Bali atau Kain Tenun Tradisional Bali. Dalam Peraturan Gubernur tersebut ditetapkan bahwa Masyarakat Bali dihimbau untuk menggunakan busana adat tradisional berbahan kain tenun endek Bali atau kain tenun tradisional Bali setiap hari Selasa. Hal tersebut didasari oleh pertimbangan bahwa kain tenun endek Bali

atau kain tenun tradisional Bali merupakan salah satu warisan budaya kreatif sekaligus kekayaan intelektual masyarakat Bali yang wajib dilindungi dan dilestarikan serta digunakan dan diberdayakan sebagai jati diri masyarakat Bali yang berkarakter dan berintegritas.

Salah satu jenis kain tenun endek Bali yang selalu menarik perhatian wisatawan adalah kain tenun endek mastuli. Benang sutera yang menjadi bahan utama dalam pembuatan kain tenun endek Bali dikenal dengan nama mastuli, oleh sebab itu kain endek yang berbahan benang sutera ini diberi nama kain tenun endek mastuli (Wijana dkk., 2017). Bahan benang sutera murni yang digunakan menyebabkan hasil lembaran kain tenun endek mastuli ini bersifat ringan, lembut, dan sejuk sehingga sangat nyaman dipakai. Warna mengkilap yang dihasilkan oleh benang sutera juga menyebabkan warna kain endek mastuli menjadi mengkilap dengan warna yang menawan (Wijana dkk., 2017).

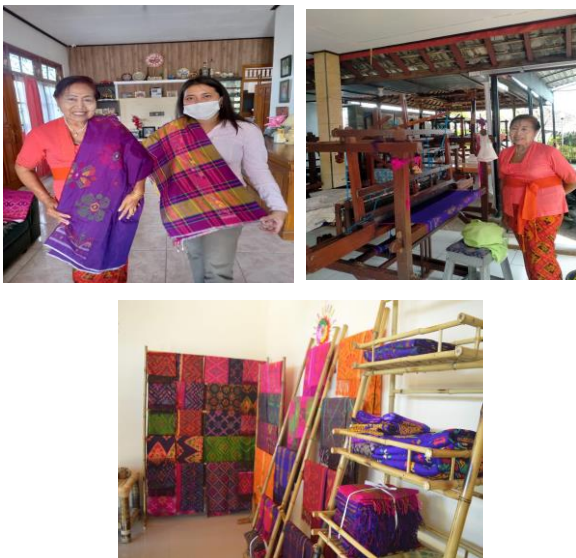
Salah satu Desa di Bali Utara yang terkenal memiliki potensi karya kain tenun endek mastuli dengan berbagai pilihan motif unik dan khas yaitu Desa Kalianget. Desa kalianget yang berada di Kecamatan Seririt Kabupaten Buleleng Provinsi Bali ini merupakan salah satu daerah yang menjunjung budaya menenun dari turun temurun yang dilestarikan oleh masyarakatnya hingga saat ini. Desa kalianget terdiri dari empat dusun yaitu Banjar Dinas Alas Harum, Banjar Dinas Dawan, Banjar Dinas Kelodan, dan Banjar Dinas Padma Sari. Pemuda-pemudi Desa Kalianget juga sangat aktif berkegiatan melalui organisasi pemuda pemudi desa yang diberi nama *Sekaa Teruna Teruni Yowana Loka Cita*. Pemuda-pemudi Desa Kalianget sangat menghormati warisan leluhur dibidang menenun yang terbukti dari kemauan pemuda pemudi Desa Kalianget ini dalam belajar menenun. Dari total 5.293 jiwa penduduk Desa Kalianget, sebanyak 20,06% merupakan buruh harian lepas yang bekerja di industri kain tenun endek mastuli (Data

Statistik Berdasar Pekerjaan Desa Kalianget, 2019). Kondisi masyarakat tersebut merupakan bukti dukung bahwa Desa Kalianget memiliki sumber daya manusia dengan kemampuan dan keterampilan tinggi mengenai aktivitas menenun.

Kain tenun endek mastuli khas Desa Kalianget terkenal akan kualitas dan juga motif unik yang dimiliki (Dewi, 2019). Motif-motif unik yang eksotik dari kain tenun endek mastuli ini meliputi desain pewayangan, endek kurungan, pot nyuh penyu kambang, singa yang bermakna Singaraja sebagai Kota Kabupaten Buleleng, dobol, sungenge, celagi manis, gringsing, dan pinggiran. Kisah cinta dan kesetiaan antara Jaya Prana dan Layon Sari yang menjadi cerita bersejarah dari keberadaan Pura Jaya Prana tak luput dari pemikiran pengrajin kain tenun Desa Kalianget untuk menjadikan kisah ini sebagai ide motif dan pewarnaan cerah pada kain tenun endek Mastuli. Pesona motif warna endek sutera Desa Kalianget mengambil kisah cinta Jaya Prana dan Layon Sari sehingga masyarakat mempercayai produksi tenun endek di Desa Kalianget sudah ada sejak zaman kerajaan (Ningsih, 2020).

Berdasarkan hasil wawancara awal tertanggal 14 Pebruari 2022 dengan salah satu pengrajin ternama di Desa Kalianget yaitu Ibu Ketut Resiani diperoleh informasi bahwa masyarakat Desa Kalianget juga memiliki kepercayaan khas terhadap pembuatan motif kain tenun endek mastuli seperti motif *Sekordi* yang digunakan untuk upacara Mepandes (potong gigi) dengan desain kotak-kotak dengan perpaduan dua warna yang melambangkan *Rwa Bhineda* (baik buruk) yang ada dalam kehidupan. Pada saat upacara Mepandes sifat-sifat buruk keraksasaan yang harus dihilangkan. Selain itu juga terdapat motif *Sananbeg* pada kain tenun endek mastuli karya masyarakat Desa Kalianget yang melambangkan upaya penangkal *bala* bagi seseorang yang telah kehilangan kakak dan juga adik. Keunikan kebudayaan yang

dipercaya turun temurun ini merupakan salah satu potensi besar untuk memberikan nilai jual pada produk kain tenun endek mastuli Desa Kalianget apabila masyarakat mampu mengemas kisah-kisah ini didalam proses pemasarannya. Begitu besarnya potensi sumber daya manusia Desa Kalianget yang memiliki keahlian menenun dengan cara yang masih murni tradisional juga dapat menjadi daya tarik promosi. Berdasarkan hasil wawancara awal tertanggal 14 Pebruari 2022 dengan Ibu Luh Sumiari selaku pengrajin tenun endek mastuli, tim pengabdian memperoleh informasi bahwa kualitas yang dihasilkan dengan pemahaman tradisional dari pengrajin endek Desa Kalianget seperti metode pencelupan dan perebusan pewarnaan benang dengan tingkat suhu dan waktu proses yang terbaik juga menyebabkan produk kain tenun endek mastuli yang masyarakat Desa Kalianget hasilkan sangat dapat bersaing. Pernyataan ini juga didukung oleh pernyataan dari Bapak Ketut Nanda Kusuma selaku Kepala Desa Kalianget.



Gambar 1. Potensi Kain Tenun Endek Mastuli

Dari total 5.293 jiwa penduduk Desa Kalianget, sebanyak 20,06% atau setara dengan 1.062 jiwa merupakan buruh harian lepas yang bekerja di industri kain tenun endek mastuli (Data Statistik Berdasar Pekerjaan Desa Kalianget, 2019). Kondisi masyarakat

tersebut merupakan bukti dukung bahwa Desa Kalianget memiliki sumber daya manusia dengan kemampuan dan keterampilan tinggi mengenai aktivitas menenun. Para pengrajin kain tenun endek mastuli Desa Kalianget sudah menggunakan ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin), dimana alat ini mampu mempermudah perajin tenun untuk menempatkan lungsin serta perpindahan pakan yang dapat membantu proses menenun dilakukan lebih cepat dibandingkan alat tenun tradisional seperti gedogan atau cagcag (Wijana dkk., 2017). Disamping alat, pengrajin tenun di desa Kalianget memilih bahan-bahan yang berkualitas untuk kain tenunnya.

Masyarakat Desa Kalianget juga memiliki kepercayaan khas terhadap pembuatan motif kain tenun endek mastuli seperti motif *Sekordi* yang digunakan untuk upacara Mepandes (potong gigi) dengan desain kotak-kotak dengan perpaduan dua warna yang melambangkan *Rwa Bhineda* (baik buruk) yang ada dalam kehidupan. Pada saat upacara Mepandes sifat-sifat buruk keraksasaan yang harus dihilangkan. Selain itu juga terdapat motif *Sananbeg* pada kain tenun endek mastuli karya masyarakat Desa Kalianget yang melambangkan upaya penangkal *bala* bagi seseorang yang telah kehilangan kakak dan juga adik. Keunikan kebudayaan yang dipercaya turun temurun ini merupakan salah satu potensi besar untuk memberikan nilai jual pada produk kain tenun endek mastuli Desa Kalianget apabila masyarakat mampu mengemas kisah-kisah ini didalam proses pemasarannya. Begitu besarnya potensi sumber daya manusia Desa Kalianget yang memiliki keahlian menenun dengan cara yang masih murni tradisional juga dapat menjadi daya tarik promosi. Metode pencelupan dan perebusan pewarnaan benang dengan tingkat suhu dan waktu proses yang terbaik juga menyebabkan produk kain tenun endek mastuli yang masyarakat Desa Kalianget hasilkan sangat dapat bersaing. Pernyataan ini juga didukung oleh pernyataan dari Bapak Ketut

Nanda Kusuma selaku Kepala Desa Kalianget. Berdasarkan data-data tersebut maka dapat dirumuskan beberapa prospek yang dapat dikembangkan di Desa Kalianget yaitu : 1) potensi kain tenun endek mastuli khas Desa Kalianget yang dapat dikemas menjadi produk-produk kreatif bernuansa endek seperti fashion, tas, dan anting-anting siap jual, 2) potensi budaya menenun secara tradisional yang dapat dikemas sebagai materi promosi dan materi edukasi tentang kualitas kain endek mastuli, 3) potensi keahlian teknologi pemuda pemudi Desa Kalianget dapat dijadikan sebagai pekerja marketing produk kain tenun endek mastuli.

METODE

Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terbagi kedalam lima tahapan yaitu: 1) observasi awal, 2). perencanaan alternatif solusi, 3) pelatihan dan diskusi, 4) pendampingan, dan 5) monitoring. Pada tahap pertama dilakukan observasi awal dengan berkunjung dan melakukan wawancara awal ke kelompok pengrajin kain tenun endek mastuli Sutra Wangi di Desa Kalianget yang diketuai oleh Ibu Luh Sumiari dan Kelompok Losiana yang diketuai oleh Ibu Ketut Resiani. Berdasarkan hasil observasi, permasalahan utama yang dihadapi adalah ketidakmampuan pengrajin untuk menarik pasar potensial sebagai pelanggan yang loyal karena para pengrajin tidak memiliki keahlian untuk melakukan diversifikasi produk mengikuti kebutuhan pasar potensial yang modern saat ini. Permasalahan dibidang produksi ini menyebabkan timbulnya risiko usaha yaitu kerusakan stok barang yang tidak laku terjual sebagai dampak dari ketidakmampuan bersaing dengan produk sejenis. Ketika permasalahan ini akan dikonsepskan alternatif solusinya melalui pembinaan diversifikasi produk dan penciptaan jejaring kerjasama maka timbul permasalahan lainnya yaitu media pemasaran yang harus dapat menjangkau pasar potensial tersebut sesuai kebutuhan era digital saat ini. Selama ini para pengrajin hanya menggunakan

facebook pribadi sebagai media promosi dan itupun tidak mengikuti konsep-konsep marketing yang terlihat dari ketidakkonsistenan didalam melakukan promosi di Facebook tersebut. Permasalahan lain yang juga menjadi faktor kunci perdagangan adalah harga jual yang kompetitif berdasarkan perhitungan harga pokok produk yang tepat.

Sebagian besar penduduk Desa Kalianget tidak pernah bersekolah yaitu sejumlah 1.748 (<http://kaliangetbuleleng.desa.id>, diakses 12 Pebruari 2022). Sebagian besar penduduk Desa Kalianget yang tidak bersekolah menyebabkan ketidakmampuan mereka untuk mengetahui cara-cara atau pola-pola manajemen bisnis modern sesuai tuntutan perkembangan IPTEK sehingga mereka tidak dapat mengelola potensi desa berupa kain tenun mastuli yang sebenarnya sangat potensial untuk menjadi produk unggulan Desa Kalianget. Hal inilah yang kemudian membuat pertumbuhan industri kain tenun endek mastuli di Desa Kalianget menjadi terhambat. Kebijakan *social distancing* dan *Work From Home* sebagai akibat maraknya virus Covid 19 semakin membuat pengrajin kain tenun endek mastuli Desa Kalianget mengalami kesulitan dalam memperdagangkan produk-produknya karena para pengepul juga mengurangi pengambilan produk.

Tahap berikutnya adalah terkait pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang terbagi menjadi dua bentuk kegiatan yaitu pelatihan dan diskusi serta pendampingan. Kegiatan pelatihan dan diskusi bertujuan untuk memberikan wawasan dan pengetahuan awal kepada pengrajin endek mastuli terkait dengan diversifikasi produk berupa tas dan jepit rambut berbahan dasar endek mastuli Desa Kalianget. Dalam pelatihan ini pengrajin endek juga diberikan pelatihan terkait pemanfaatan digital marketing dan *social story* berbantuan aplikasi Imooji dan Instagram bisnis. Pelatihan dan diskusi juga diberikan kepada pengrajin endek terkait dengan penentuan harga pokok

produk sesuai dengan keilmuan keuangan yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead. Setelah dilaksanakannya pelatihan dan diskusi, peserta akan didampingi di dalam pengimplementasian diversifikasi produk yakni membuat tas dan jepit rambut berbahan dasar kain endek mastuli, pemanfaatan digital marketing dan *social story*, serta dalam penentuan harga pokok produk sehingga para pengrajin endek di Desa Kalianget mampu secara mandiri melakukan diversifikasi produk, menerapkan digital marketing dan *social story*, serta mampu memperhitungkan Harga Pokok Produk dan harga jual produk didalam mengelola usahanya.

Peserta yang dilibatkan dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan ini adalah 10 orang para pengrajin endek mastuli di Desa Kalianget. Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dilaksanakan secara terprogram, yakni 8 kali pelatihan dan pendampingan tentang diversifikasi produk berupa tas dan jepit rambut berbahan dasar kain endek mastuli, 1 kali pelatihan dan diskusi tentang digital marketing dan *social story* yang diselenggarakan di Desa Kalianget. Sedangkan pendampingan digital marketing dan penentuan harga pokok produk dilaksanakan 4 kali di Desa Kalianget. Kegiatan pendampingan bertujuan untuk memfasilitasi pengrajin endek dan pekerja endek mastuli di Desa Kalianget serta *Sekaa Teruna Teruni Yowana Loka Citra* dalam mengaplikasikan ilmu digital marketing dan penentuan harga pokok produk yang telah diperoleh selama mengikuti kegiatan pelatihan dan diskusi dengan harapan para peserta dapat menggunakannya secara mandiri dan tepat.

Tahapan terakhir dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah monitoring yang bertujuan untuk menilai kemajuan tata kelola produksi yakni dalam hal diversifikasi produk, pemanfaatan digital marketing dan *social story* melalui Imooji dan Instagram bisnis, serta implementasi penetapan harga pokok produksi

dan harga jual yang telah dilakukan secara mandiri oleh mitra. Monitoring dan evaluasi juga dilakukan guna menilai kemajuan dan konsistensi penerapan promosi berbasis digital yang dilakukan secara mandiri oleh peserta. Kegiatan monitoring ini dilakukan secara luring dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan yang ketat guna memberikan pelayanan prima kepada peserta. Mitra dapat berkonsultasi secara langsung pada tahap monitoring jika dalam implementasi mandiri ditemukan kendala-kendala.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seluruh tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil dilaksanakan dan diselesaikan dengan baik. Tahapan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diawali dengan pemberian pelatihan dan pendampingan tentang diversifikasi produk berupa tas dan jepit rambut berbahan dasar kain endek mastuli sebanyak 8 kali pertemuan dengan alokasi waktu pertemuan 3 jam setiap pertemuan, yakni pada

1. Sabtu, 23 Juli 2022
2. Minggu, 24 Juli 2022
3. Sabtu, 30 Juli 2022
4. Minggu, 31 Juli 2022
5. Sabtu, 6 Agustus 2022
6. Minggu, 7 Agustus 2022
7. Sabtu, 13 Agustus 2022
8. Minggu, 14 Agustus 2022

Pada hari pertama kegiatan pelatihan yaitu Hari Sabtu, 23 Juli 2022, kegiatan diawali dengan acara pembukaan yang dihadiri oleh Kepala Desa Kalianget, pengrajin endek mastuli Desa Kalianget, dan tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat dari Universitas Pendidikan Ganesha. Kegiatan pelatihan dan pendampingan dilaksanakan di Balai Banjar Desa Kalianget dan diikuti oleh 26 orang yang terdiri 10 orang pengrajin endek mastuli, 3 orang narasumber dan 13 pendamping. Pelatihan dan pendampingan tentang diversifikasi produk berupa tas dan jepit rambut berbahan dasar kain endek

mastuli disampaikan oleh Luh Putu Dina Febriana Dewi, S.E., Ni Ketut Devi Putri Iriani, dan Ni Putu Novi Darmi, S.Pd. yang memiliki keahlian di dalam bidang desain dan menjahit, sehingga sangat tepat untuk berbagi ilmu tentang diversifikasi kain endek menjadi tas.

Kegiatan tahap kedua yakni pelatihan dan diskusi terkait dengan digital marketing dan *social story*. Yang mana kegiatan ini dilaksanakan pada Sabtu, 20 Agustus 2022 di Balai Banjar Desa Kalianget selama 1 kali pertemuan dengan alokasi waktu 3 jam. Antusias kehadiran peserta masih sangat tinggi, yakni dihadiri oleh 10 orang dari pengrajin dan pekerja endek mastuli Desa Kalianget serta *Sekka Teruna Teruni Yowana Loka Cita*. Materi yang diberikan pada kegiatan tahap dua ini yakni terkait dengan pemasaran digital dan *social story* melalui aplikasi Imooji dan Instagram Bisnis. Materi tentang digital marketing dan *social story* ini disampaikan oleh Bapak Dr. A.A.N. Yudha Martin Mahardika, S.Pd., M.Pd. Beliau bertugas sebagai dosen Prodi D3 Perhotelan yang memiliki sertifikat sertifikasi di bidang *design canva* dan *Imooji*, serta juga memiliki keterampilan dibidang seni fotografi sehingga sangat kompeten di dalam *sharing* ilmu terkait dengan fotografi, *design canva*, pemasaran secara digital serta pemanfaatan *Imooji* dan *instagram bisnis* sebagai media pemasaran digital.

Kegiatan tahap ketiga yakni pelatihan dan diskusi terkait dengan Penentuan Harga Pokok Produk. Kegiatan ini dilaksanakan pada Minggu, 21 Agustus 2022 bertempat di Balai Banjar Desa Kalianget Selama 1 kali pertemuan dengan alokasi waktu selama 3 jam. Kegiatan ini dihadiri oleh pengrajin dan pekerja endek mastuli Desa Kalianget serta *Sekaa Teruna Teruni Yowana Loka Cita* dengan antusias yang sangat tinggi. Narasumber pertama pada kegiatan pelatihan dan diskusi terkait dengan Penentuan Harga Pokok Produk ini adalah Ibu Sunitha Devi,

S.E., M.Si., Ak. Pemberian materi penetapan harga pokok produk khusus ditujukan untuk manajemen usaha pengrajin endek. Ibu Sunitha Devi, S.E., M.Si., Ak adalah dosen Prodi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha yang memiliki kompetensi keilmuan di bidang mengajar Pengantar Akuntansi serta berpengalaman mengikuti sertifikasi kewirausahaan yang didalamnya termasuk mempelajari tentang penyusunan laporan keuangan untuk entitas bisnis dan penentuan harga Pokok Produk, sehingga sangat tepat beliau untuk *sharing* ilmu tentang penetapan harga pokok produk.

Pemateri kedua yakni Ibu Putu Eka Dianita Marvilianti Dewi S.S.T., Ak., M.Si. Pemberian materi terkait dengan penentuan harga jual sangat berdampak pada keberlangsungan dari usaha pengrajin endek di Desa Kalianget. Ibu Putu Eka Dianita Marvilianti Dewi S.S.T., Ak., M.Si. adalah dosen Prodi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha yang memiliki kompetensi keilmuan dibidang akuntansi keuangan dan berpengalaman mengajar mata kuliah Akuntansi Keuangan sehingga sangat tepat beliau untuk *sharing* ilmu tentang penetapan harga jual produk.

Selama proses pelatihan, mahasiswa dilibatkan sebagai petugas yang membantu mendampingi para peserta apabila terdapat kendala-kendala yang dihadapi oleh para peserta didalam memahami materi yang diberikan oleh pemateri. Sepuluh anggota mahasiswa pada saat kegiatan pelatihan tersebut juga membantu dalam proses pembukaan acara yaitu sebagai MC sekaligus moderator kegiatan, membantu dokumentasi, dan membantu proses absensi peserta. Kegiatan pelatihan terlaksana dengan memperhatikan protokol kesehatan melalui penyediaan masker, *hand sanitizer*, dan alat pengecek suhu tubuh. Peserta kegiatan juga dibatasi tidak lebih dari 20 orang dan dilakukan juga pengaturan jarak.

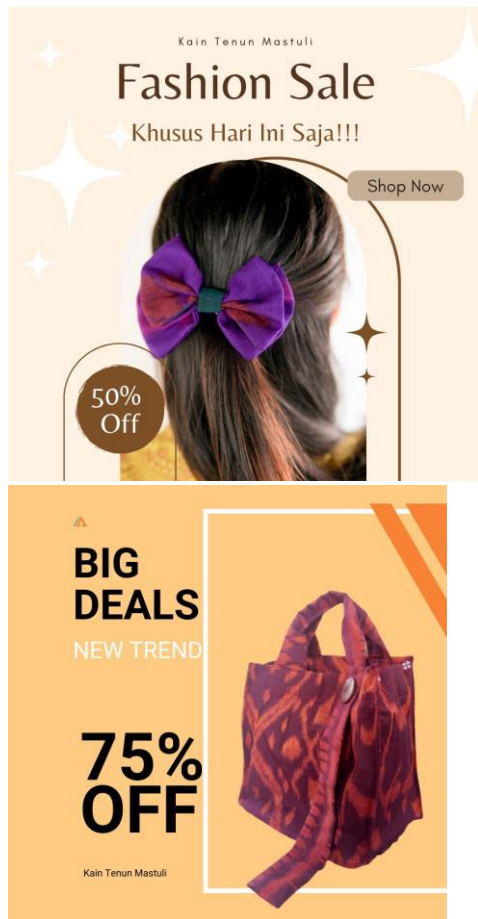
Pada awal pelatihan, peserta kegiatan

(pengrajin endek) menyampaikan bahwa ketidakmampuan pengrajin dalam menarik pasar potensial sebagai pelanggan yang loyal dikarenakan pengrajin tidak memiliki keahlian untuk melakukan diversifikasi produk mengikuti kebutuhan pasar potensial yang modern saat ini. Permasalahan ini menyebabkan risiko kerusakan stok barang yang tidak laku terjual. Permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin endek tersebut yang menyebabkan para peserta sangat antusias untuk menghadiri dan mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan tentang diversifikasi produk ini. Semangat dan antusias para pengrajin endek didalam mengikuti kegiatan pelatihan ini terbukti dari adanya diskusi dua arah yang sangat intensif dan juga keberhasilan dari perwakilan peserta dalam menghasilkan diversifikasi produk berupa tas dan jepit rambut yang telah dilatihkan oleh narasumber. Berikut adalah hasil diversifikasi produk berupa tas dan jepit rambut berbahan dasar endek yang berhasil diselesaikan oleh pengrajin endek seperti tampak pada Gambar 2.



**Gambar 2. Hasil Diversifikasi Produk
Pengrajin Endek Mastuli**

Ketika permasalahan produksi dikonsepkan dengan alternatif solusi melalui pembinaan diversifikasi produk dan penciptaan jejaring kerjasama maka timbul permasalahan lainnya yaitu media pemasaran yang harus dapat menjangkau pasar potensial tersebut sesuai kebutuhan era digital saat ini. Selama ini para pengrajin hanya menggunakan Facebook pribadi sebagai media promosi dan itupun tidak mengikuti konsep-konsep marketing yang terlihat dari ketidakkonsistenan dalam melakukan promosi di facebook tersebut. ketidakmampuan mereka untuk mengetahui cara-cara atau pola-pola manajemen bisnis modern sesuai tuntutan perkembangan IPTEK sehingga mereka tidak dapat mengelola potensi desa berupa kain tenun mastuli yang sebenarnya sangat potensial untuk menjadi produk unggulan Desa Kalianget. Terlebih lagi di tengah situasi pandemi Covid-19 saat ini yang berdampak pada adanya perubahan pola kehidupan masyarakat menuju basis digital didalam pemenuhan berbagai kebutuhan hidup, membuat para pengrajin endek di Desa Kalianget ini sangat ingin mempelajari peluang-peluang tersebut. Permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin endek tersebut yang menyebabkan para peserta sangat antusias untuk menghadiri dan mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan tentang digital marketing dan *social story* ini. Berikut adalah hasil karya brosur digital yang berhasil diselesaikan oleh pengrajin endek mastuli di Desa Kalianget seperti tampak pada Gambar 3.



Gambar 3. Brosur Digital Hasil Karya Pengrajin Endek

<i>Pre-tes</i>				
Skor	10	80	80	80
<i>Post-tes</i>				
<i>Valid N (Listwise)</i>	10			

Pelatihan yang ditujukan khusus untuk pengrajin endek mastuli Desa Kalianget yaitu pelatihan tata kelola keuangan yakni penentuan Harga Pokok Produk (HPP) dan harga jual produk yang selama ini tidak dapat dilakukan dengan maksimal di dalam mengelola unit usaha. Selama ini Pengrajin endek di Desa Kalianget belum melakukan perhitungan harga pokok dan harga jual secara tepat. Dalam proses pelatihan tersebut, pengrajin endek mastuli tidak hanya diberikan kesempatan untuk mendapatkan informasi berupa teori saja akan tetapi juga diberikan kesempatan untuk mencoba menyusun HPP dan harga jual dari satu produk yang dihasilkan selama ini. Didampingi oleh narasumber, pengrajin endek mastuli menyusun rencana jumlah produk yang akan dihasilkan dalam waktu 1 bulan, disusul dengan perkiraan biaya-biaya yang dikeluarkan di dalam menghasilkan sejumlah produk yang telah direncanakan tersebut yang terbagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik (BOP). Selama proses pelatihan tersebut, pengrajin endek mastuli berhasil menghitung HPP dan harga jual dari 1 jenis produknya berdasarkan ketentuan keilmuan akuntansi biaya.

Target pemahaman pengrajin endek mastuli Desa Kalianget terkait tata kelola keuangan berhasil dicapai dalam tahapan kegiatan pelatihan yang dibuktikan dengan berhasilnya peserta menyusun perhitungan harga pokok produk, harga jual hingga *BEP* pada saat narasumber melakukan kegiatan simulasi. Keberhasilan ini juga terbukti dari adanya peningkatan rata-rata nilai *test* dari yang

Tabel 1
Descriptive Statistics
Nilai Tes Digital Marketing Peserta Pengrajin Endek Mastuli Desa Kalianget

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>
Skor	10	40	50	45

awalnya nilai rata-rata *pre test* sebesar 45 menjadi 78 pada nilai *post test* (Tabel 2).

Tabel 2

Descriptive Statistics

Nilai Tes Tata Kelola Keuangan Oleh
Pengrajin endek Desa Kalianget

	<i>N</i>	<i>Mini mum</i>	<i>Maxim um</i>	<i>Mean</i>
Skor <i>Pre-tes</i>	10	40	50	45
Skor <i>Post-tes</i>	10	70	85	78
<i>Valid N (Listwise)</i>	10			

Test yang diberikan adalah berupa pilihan ganda yang menguji pemahaman masyarakat terkait istilah keuangan dan pembukuan, komponen perhitungan harga pokok dan harga jual. Hasil tes tersebut menunjukkan bahwa melalui kegiatan pelatihan ini mampu membantu peningkatan pemahaman peserta terkait keuangan yakni penentuan harga pokok produk dan harga jual produk (terjadi peningkatan literasi keuangan).



Gambar 4. Situasi Kegiatan Pelatihan

Tahapan selanjutnya dalam Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini setelah melaksanakan kegiatan pelatihan adalah melaksanakan kegiatan pendampingan dengan tujuan untuk memantapkan kemandirian dari peserta pelatihan di dalam mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama pelatihan. Kegiatan pendampingan dilakukan di Balai Banjar Desa Kalianget pada tanggal 27 Agustus 2022, 28 Agustus 2022, 3 September 2022 dan 4 September 2022. Pada tanggal 27 Agustus dilakukan pendampingan terkait dengan pemanfaatan Imooji dalam pembuatan konten *social story*. Pada tanggal 28 Agustus dilakukan pendampingan terkait dengan pemanfaatan Instagram bisnis sebagai media pemasaran berbasis digital.

Pada tanggal 3 September 2022 dilakukan pendampingan terkait dengan perhitungan Harga Pokok Produk. Pendampingan lanjutan dilakukan pada tanggal 4 September dengan Pratik langsung terkait dengan perhitungan harga jual produk.

Interaksi dua arah antara narasumber dan peserta berjalan optimal yang dibuktikan dengan terdapatnya pertanyaan dari peserta kemudian dijawab oleh narasumber sehingga peserta menjadi lebih memahami. Salah satu

contoh pertanyaan yang diutarakan oleh pengrajin endek terkait dengan diversifikasi produk pada saat proses pendampingan ini adalah “Produk apa saja yang mudah dibuat bagi kami pemula dalam diversifikasi produk ini?” Narasumber memberikan pemahaman bahwa terdapat beberapa produk diversifikasi yang dapat dibuat oleh para pengrajin endek dengan mudah yang menjadi kebutuhan pasar saat ini, seperti halnya pembuatan karet rambut, bando, dompet, anting yang menjadi kebutuhan sehari-hari masyarakat saat ini.

Dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan terkait dengan digital marketing juga terdapat komunikasi dua arah antara pengrajin endek mastuli dengan narasumber. Salah satu pertanyaan terkait dengan digital marketing dan *social story* yakni, “Bagaimana cara kita mempromosikan produk kita untuk dapat menjangkau pasar hingga lebih luas lagi?” Narasumber memberikan pemahaman bahwa “Para pengrajin endek mastuli harus dapat selalu aktif membagikan postingan terkait dengan produknya, baik itu ke grup WhatsApp, media sosial yang dimiliki, serta dapat juga melakukan promosi berbayar. Dalam hal ini terdapat ada dua jenis promosi yang dapat dilakukan melalui media sosial yaitu promosi tidak berbayar dan promosi berbayar. Perbedaannya adalah jika kita merasa cukup melakukan promosi hanya untuk orang-orang yang berada dalam kontak pertemanan kita maka cukup melakukan postingan tidak berbayar di media sosial, sedangkan jika ingin menjangkau orang-orang lebih luas lagi termasuk orang-orang yang tidak ada dalam kontak pertemanan kita maka kita dapat melakukan postingan iklan berbayar”. Untuk lebih memberikan pemahaman tentang tata cara promosi berbayar tersebut, narasumber memberikan simulasi cara melakukan iklan berbayar sekaligus memperlihatkan perbedaannya kepada peserta.

Selain itu, dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan terkait dengan tata kelola keuangan, yakni penetapan Harga Pokok

Produk dan Harga jual produk, antusiasme peserta masih terlihat yakni dibuktikan dengan pertanyaan dari peserta, yakni “Dalam perhitungan biaya tenaga kerja langsung, jika waktu kerja antara satu orang dan orang lain berbeda, bagaimana cara menentukannya?”. Narasumber kemudian memberikan pemahaman bahwa “Perhitungan biaya dapat diukur dengan jumlah produksi satuan yang dapat dihasilkan atau dari jumlah jam kerja, jika dalam satu hari dapat memproduksi satu kain dengan alokasi waktu yang berbeda di setiap pekerja maka perhitungan dapat menggunakan jam kerja sebagai dasar perhitungan biaya tenaga kerja langsung”

Tabel 3. Hasil Monitoring

No	Keterangan	Sebelum P2M	Setelah P2M
1	Persentase penerapan pembuatan diversifikasi produk	0%	80%
	Persentase Pemanfaatan digital marketing dan <i>social story</i>	25%	80%
2	Pemahaman Penentuan Harga Pokok Produk dan Harga Jual Produk	20%	80%

Pada tahap terakhir dilakukan monitoring. Dalam kegiatan monitoring dilakukan penilaian kemajuan pelaksanaan termasuk ketepatan serta kesesuaian implementasi diversifikasi produk, digital marketing dan penerapan tata kelola keuangan yang telah dilakukan secara mandiri oleh mitra seperti

pada Tabel 3.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan untuk memberikan wawasan serta pengetahuan kepada pengrajin endek, pekerja, dan *sekaa teruna teruni Yowana Loka Cita* tentang diversifikasi produk, pemanfaatan media digital dalam proses pemasaran serta penentuan harga pokok produk dan harga jual produk yang tepat. Para pengrajin endek mastuli di Desa Kalianget juga ditargetkan untuk mampu membuat perhitungan harga pokok produk secara matematis dan akurat dengan memilah unsur biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik sehingga akan diperoleh nilai harga pokok yang lebih tepat.

Hasil dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini menunjukkan bahwa peserta kegiatan pengabdian pada masyarakat telah memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik mengenai tata kelola keuangan dan digital marketing yang dapat dijadikan sebagai langkah awal penguatan unit usaha yang dikelola oleh pengrajin endek di Desa Kalianget.

Target pemahaman pengrajin endek mastuli terkait digital marketing telah berhasil dicapai yang dibuktikan dengan keberhasilan peserta didalam membuat brosur digital pada saat pelatihan. Keberhasilan ini juga terlihat dari kemandirian pengrajin endek mastuli dalam memanfaatkan media sosial dan *marketplace* untuk promosi

Target pemahaman pengrajin endek mastuli terkait tata kelola keuangan juga telah berhasil dicapai dalam tahapan kegiatan pelatihan ini yang dibuktikan dengan berhasilnya pengrajin endek menyusun perhitungan harga pokok produk dan harga jual saat narasumber melakukan kegiatan simulasi. Keberhasilan ini juga terbukti dari adanya peningkatan rata-rata nilai *test* dari yang awalnya nilai rata-rata *pre test* sebesar 45 menjadi 78 pada nilai *post test*. Selain itu berdasarkan proses pendampingan manajemen

telah mampu secara mandiri melakukan perhitungan HPP dan harga jual,

Keterbatasan yang dihadapi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah terkait dengan pelaksanaan di masa situasi pandemi COVID 19 yang menyebabkan tidak banyak pengrajin endek di Desa Kalianget yang dapat mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan. Namun meskipun demikian seluruh peserta dan juga mitra tetap antusias mengikuti kegiatan dan menyatakan kebermanfaatan yang diterima dari kegiatan ini. Mitra juga menyatakan akan mengambil langkah kedepannya untuk mendistribusikan ilmu yang telah peserta dapatkan kepada rekan-rekan pengrajin endek lainnya sehingga semakin banyak para yang memiliki keterampilan untuk mendiversifikasi produk kain endek mastuli, digital marketing, dalam penentuan harga pokok produk dan harga jual untuk membantu kemandirian mereka di dalam memperoleh penghasilan.

Kegiatan pelatihan dan pendampingan terkait digital marketing bagi para pengrajin endek di Desa Kalianget diharapkan tetap dapat dilanjutkan tidak hanya terbatas pada pengrajin endek di Desa Kalianget saja, melainkan juga pada pengrajin endek yang tersebar di seluruh Bali. Pemberian keterampilan ini tentunya akan sangat membantu peningkatan kepercayaan diri para pengrajin endek akan hasil produk yang dimiliki dan berupaya untuk memperoleh peningkatan penghasilan. Pelatihan dan pendampingan secara intensif harus terus dilakukan untuk mengoptimalisasikan hasil produksi kain endek mastuli yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan di Desa Kalianget.

DAFTAR RUJUKAN

Dewi, Putu Eka Dianita Marvilianti, Nyoman Sugihartini. (2019). Pkm Pengrajin Kain Endek Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali. *Prosiding Senadimas Ke-4*.

- Tersedia Pada
<https://Es.Scribd.Com/Document/384772475/Prosiding-Senadimas-2017-Pdf>.
- BPS Kabupaten Buleleng. (2021). Kondisi Ekonomi. <https://bulelengkab.bps.go.id/>, diakses tanggal 2 Maret 2022.
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil. (2019). https://disdukcapil.bulelengkab.go.id/info/rmasi/detail/bank_data/jumlah-penduduk-berdasarkan-pekerjaan-desa-kalianget diakses tanggal 2 Maret 2022.
- Ningsih, Widjaja. (2021). [Perancangan Ilustrasi Koleksi Busana Dengan Karakter Visual Tenun Tradisional Indonesia](#). *Jurnal Dimensi Seni Rupa*.
- Puspariani, Komang, Luh Artaningsih, Nyoman Suandana. (2020). Bauran Pemasaran Dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Toko Gex Enyx Olshop Di Singaraja. *Jurnal*
- Manajemen Widya Amerta*, Vol. 7, No.2.
- Slat Andre Henri. (2013). Analisis Harga Pokok Produk Dengan Metode Full Costing Dan Penentuan Harga Jual. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, Vol. 1, No.3.
- Sudhana, I G P Fajar Pranadi, Made Suardani, dan I Gusti Agung Bagus Mataram. (2015). Pemberdayaan Usaha Kain Tenun Ikat Di Desa Sukahet Sidemen Karangasem Dengan E-Commerce. *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, Vol. 1, No. 1.
- Wijana, Gede, dkk. (2017). Tenun Endek Mastuli Di Desa Kalianget, Kecamatan Seririt, Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha* Vol. 7(2), pp. 77-96, Tersedia pada <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPSP/article/view/12214>.