

PENINGKATAN POTENSI DESA BANYUNING SEBAGAI DESA BINAAN DALAM MEWUJUDKAN *GREEN ECONOMY* BERBASIS TRI HITA KARANA

Gusti Ayu Ketut Rencana Sari Dewi¹, Made Arie Wahyuni², Made Dwi Ariani Mayasari³

¹Jurusan Ekonomi dan Akuntansi FE UNDIKSHA; ²Jurusan Ekonomi dan Akuntansi FE UNDIKSHA; ³Jurusan Manajemen FE UNDIKSHA

ayurencana@undiksha.ac.id, ariewahyuni@undiksha.ac.id, dwi.mayasari@undiksha.ac.id

ABSTRACT

Efforts to improve Micro, Small and Medium Enterprises into an industrial sector that can support the country's economy, this sector is even predicted to be able to survive in the midst of an economic recession. Banyuning Village is one of the villages in Buleleng District, Buleleng Regency, Bali Province. Banyuning Village consists of various types of MSMEs ranging from producers of pottery, culinary, to agricultural products. Based on observations from several MSME actors in Banyuning Village, many MSME actors experience problems in financial aspects, trademark rights registration and market and marketing aspects. The benefits resulting from this community service activity are increased understanding of financial literacy and digital marketing among MSME actors in Banyuning Village, consisting of Fertilizer Processors, Pottery Production, and Pia snack production. The activity method carried out is the first stage, holding internal meetings between lecturers and students, the second stage carrying out training and mentoring, the third stage carrying out activity evaluations and the final stage is reporting community service activities.

Keywords: *canva, brand rights, SI-APIK financial reports*

ABSTRAK

Usaha peningkatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah menjadi sektor industri yang dapat mendukung perekonomian negara, bahkan sektor ini diprediksi bisa bertahan ditengah resesi ekonomi. Desa Banyuning merupakan salah satu Desa yang ada di Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng Provinsi Bali. Di Desa banyuning terdiri dari berbagai jenis UMKM mulai dari produsen gerabah, kuliner, hingga produk pertanian. Berdasarkan hasil pengamatan di beberapa pelaku UMKM di Desa Banyuning, banyak pelaku UMKM yang mengalami kendala pada aspek keuangan, pendaftaran hak merek serta aspek pasar dan pemasaran. Manfaat yang dihasilkan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah meningkatnya pemahaman literasi keuangan dan digital marketing dari pelaku UMKM di Desa Banyuning yang terdiri dari Pengolah Pupuk, Produksi Gerabah, dan produksi jajanan Pia. Metode kegiatan yang dilakukan adalah tahap pertama mengadakan rapat internal antar dosen dengan mahasiswa, tahap kedua melaksanakan pelatihan dan pendampingan, tahap ketiga melakukan evaluasi kegiatan dan tahap yang terakhir adalah pelaporan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Kata kunci: *canva, hak merek, laporan keuangan si-apik*

PENDAHULUAN

Usaha peningkatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah menjadi sektor industri yang dapat mendukung perekonomian negara, bahkan sektor ini diprediksi bisa bertahan ditengah resesi ekonomi. Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) tahun 2022, jumlah pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99 persen dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. UMKM tersebut didominasi oleh pelaku usaha mikro yang berjumlah 98,68 persen dengan daya serap tenaga kerja sekitar 89 persen. Sementara itu sumbangan usaha mikro terhadap PDB hanya sekitar 37,8 persen. Nilai tambah dari UMKM adalah ketidaktergantungannya pada mata uang dollar, sehingga fluktuasi dollar tidak terlalu berpengaruh terhadap UMKM. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa tahun 2021 jumlah UMKM di Kabupaten Buleleng mengalami peningkatan sebesar 2727. Namun ditengah peningkatan UMKM, tidak diiringi dengan peningkatan kinerja UMKM tersebut. Menurut Vijaya et al., (2017) menyatakan bahwa pertumbuhan UMKM di Kecamatan Buleleng sangatlah diperhatikan dalam pencapaian kinerja usahanya. Hal ini diamati dari banyaknya kegiatan yang dilaksanakan dalam rangka meningkatkan pertumbuhan UMKM melalui pameran dan festival budaya yang dilakukan di Kecamatan Buleleng dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM. Kinerja UMKM dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Menurut Munizu, (2010) terdapat dua jenis faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor internal terdiri dari: (1). Aspek sumber daya manusia; (2). Aspek Keuangan; (3). Aspek teknis produksi atau operasional; (4). Aspek pasar dan pemasaran.

Sedangkan faktor-faktor eksternal terdiri dari: (1). Aspek kebijakan pemerintah; (2). Aspek sosial budaya dan ekonomi; (3). Aspek peranan lembaga terkait.

Desa Banyuning merupakan salah satu Desa yang ada di Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng Provinsi Bali. Luas wilayah Desa Banyuning yakni sebesar 5,13 km², dengan jumlah penduduk sebanyak 18.401 jiwa pada tahun 2019 dikutip dari buleleng.go.id. Di Desa banyuning ada banyak UMKM yang terdiri dari berbagai jenis mulai dari produsen gerabah, kuliner, hingga produk pertanian.

Berdasarkan hasil pengamatan di beberapa pelaku UMKM di Desa Banyuning, banyak pelaku UMKM yang mengalami kendala pada aspek keuangan serta aspek pasar dan pemasaran. Berikut adalah kendala-kendala tersebut beserta solusi yang dirancang dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.

a. Terbatasnya cara memasarkan produk UMKM. Terkait dengan pemasaran, beberapa pelaku UMKM yang hanya memasarkan produknya secara tradisional (langsung) seperti pelaku UMKM di bidang kerajinan gerabah (tanah liat), pertanian, dan produsen jajan pia. Dikutip dari dewatapos.com (2023) menurut Dhukajaya salah satu pengusaha di Banyuning, kerajinan gerabah Banyuning sudah terkenal dari dulu, namun tidak setenar gerabah dari Lombok, maupun Jogja, sehingga perlu diadakan pengembangan terutamanya pada bidang digital marketing.

b. Kurangnya promosi produk. Selain dari segi pasar, yang hanya mengandalkan pasar tradisional, kendala kedua pada aspek pasar dan pemasaran di UMKM yang ada di Desa Banyuning adalah dari segi promosi yang masih berjalan dari mulut ke mulut, kurangnya pengiklanan akan produk menghambat pemasaran. Promosi perlu dilakukan untuk menyampaikan informasi mengenai produk dari UMKM tersebut agar dikenal masyarakat.

c. Tidak adanya pendaftaran atas Hak Merk Usaha. Kendala ketiga pada aspek pasar dan pemasaran yakni berkaitan dengan pendaftaran Hak Merk.

d. Aspek Keuangan. Terkait dengan aspek keuangan, ditemukan permasalahan dalam pengelolaan keuangan oleh pelaku UMKM. Dimana pelaku UMKM hanya melakukan pembukuan secara sederhana hanya sekedar menghitung laba secara kasar, tidak rinci atau tidak sesuai dengan ilmu akuntansi.

Untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat akan ditawarkan solusi yakni edukasi dan pelatihan menggunakan *platform shopee* sebagai *market-place*, pelatihan menggunakan aplikasi canva untuk membuat *banner advertising*, pendampingan pendaftaran Hak Merk, serta edukasi dan pelatihan manajemen keuangan menggunakan aplikasi Si-Apik. Melalui kegiatan edukasi dan pelatihan tersebut dalam proram pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja UMKM di luaranah Banyuning untuk kelompok UMKM dibidang

pertanian, kerajinan gerabah, dan produsen jajan pia.

pendampingan, dan evaluasi mengenai pengetahuan menyusun pembukuan sederhana.

METODE

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam program ini yakni metode *PALS (participatory actionlearning system)* (Mayoux,2005). *PALS* adalah metode baru dalam Program Pengabdian Masyarakat yang bersifat *problem solving*, komprehensif, bermakna, tuntas, dan *sustainable*.

Metode *PALS* merupakan metode pemberdayaan masyarakat dengan tahapan-tahapan kegiatan, yakni (1) tahap penyadaran merupakan tahap inisiasi untuk menyadarkan kelompok mitra agar memahami kondisi dan potensi pemasaran online, serta upaya inovatif yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penghasilan, (2) tahap pengkapasitasan adalah tahap pelibatan partisipasi aktif seluruh anggota kelompok mitra dalam memasarkan, mempromosikan, dan mengelola keuangan uasahnya (3) tahap pendampingan adalah tahap pengawalan aktivitas anggota kelompok mitra dalam memberdayakan dirinya secara berkelanjutan. Penerapan secara lebih rinci metode pelaksanaan dengan menggunakan *PALS* yaitu:

1. Memberikan penyuluhan, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi pasar dan pemasaran online yang akan diberikan oleh anggota tim yang merupakan Dosen Akuntansi dan Manajemen Undiksha.
2. Memberikan penyuluhan, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi mengenai pengetahuan dan keterampilan mengelola Keuangan dengan Si- Apik. Kegiatan ini akan diberikan oleh anggota tim yang merupakan Dosen Akuntansi, FE, Undiksha.
3. Memberikan penyuluhan, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi mengenai pengetahuan dan keterampilan untuk promosi dan pemasaran secara *online* melalui *online shop*.
4. Memberikan penyuluhan, pelatihan, pendampingan dalam mendaftarkan Hak Merk. Kegiatan ini akan diberikan oleh anggota tim yang merupakan Dosen Akuntansi, FE, Undiksha.
5. Memberikan penyuluhan, pelatihan,

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang dicapai dalam pelaksanaan PkM ini dapat disampaikan pada beberapa tahapan yang telah dilaksanakan.

Tahap Persiapan

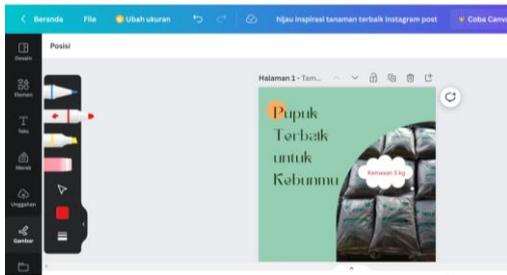
Pada tahap persiapan ini yang dilakukan adalah melakukan rapat internal tim pelaksana PkM dan koordinasi dengan pihak mitra yaitu Sekretaris Kelurahan Banyuning, Bapak Made Sumardika, S.IP. Dalam proses persiapan penekanan kegiatan adalah untuk mengetahui secara lebih mendalam kondisi yang ada di mitra dan dari hasil observasi serta wawancara pada beberapa pelaku UMKM di Desa Banyuning, banyak pelaku UMKM yang mengalami kendala pada aspek keuangan serta aspek pasar dan pemasaran.

Berdasarkan hasil koordinasi Bapak Made Sumardika, S.IP pada tanggal 18 Juni 2023 diperoleh kesepakatan bahwa kegiatan akan dimulai pada tanggal 6 Agustus 2023. Kegiatan yang dilakukan berupa edukasi dan pelatihan menggunakan platform *shopee* sebagai *market-place*, pelatihan menggunakan aplikasi canva untuk membuat *banner advertising*, pendampingan pendaftaran Hak Merk, serta edukasi dan pelatihan manajemen keuangan menggunakan aplikasi Si-Apik.

Kemudian dalam proses persiapan dilakukan penyusunan metode pelatihan sesuai hasil evaluasi awal, penyedia software yang dibutuhkan, penyiapan media alternatif untuk mendukung proses pembelajaran terutama yang berbasis e-learning/internet, serta mempersiapkan berbagai prosedur pelatihan dan pendampingan.

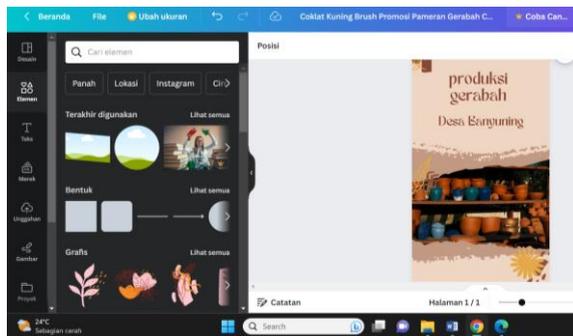
Tahap Pelatihan Entrepreneurship membuat E-catalog dengan aplikasi Canva dan pendaftaran Hak Merek

Pada tahap pelaksanaan kegiatan dilakukan instalasi software yang dibutuhkan yaitu aplikasi Canva.



Gambar 1. Pelatihan Canva

Canva merupakan sarana online yang dapat digunakan untuk membuat brosur, undangan suatu event serta katalog produk/jasa dengan gratis. Canva mudah untuk digunakan karena memiliki tampilan yang simple dan tidak memerlukan proses downloading template yang berpotensi memakan waktu. E-catalog Canva lebih efektif dibandingkan dengan mencetak flyer secara manual. Promosi yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* masyarakat yaitu dengan cara menyebarkan informasi tentang kegiatan atau promo yang sedang berlangsung dengan Canva dan bisa di broadcast melalui whatsapp. Pelatihan membuat E-catalog Canva tersebut memperoleh antusias yang lebih banyak karena mudah menyebarkan informasinya hingga ke daerah luar Bali.



Gambar 2. E-catalog untuk UMKM Gerabah

Kesadaran dan pemahaman tentang pendaftaran HKI secara online bagi masyarakat luas pada umumnya dan pelaku UMKM pada khususnya masih sangat kurang. Tidak terkecuali di Kabupaten Buleleng, karena masyarakat merasa untuk mendaftarkan Hak Merknnya prosesnya yang rumit, memakan waktu dan memerlukan biaya. Hal ini terjadi karena kurangnya sosialisasi pemerintah akan tata cara pendaftaran atas Hak Kekayaan Intelektual. Kami

memberikan pendampingan untuk mendaftarkan Hak Merek secara online bagi pelaku UMKM pengolah Pupuk di Desa Banyuning.



Gambar 3. Hak Merek dalam proses

Pelatihan Manajemen Keuangan dengan Si-Apik

Pelatihan Administrasi keuangan menjadi hal yang sangat penting dilakukan bagi para pelaku usaha. Keuangan yang tercatat dengan baik akan mengoptimalkan profesionalisme pengelolaan keuangan. Pelaku usaha dapat mengetahui untung rugi dari usaha yang dijalankan, guna kemudian dapat mengambil keputusan yang tepat berkaitan dengan keuangan usaha. Pelaku UMKM banyak yang belum melakukan pencatatan keuangannya. Bank Indonesia dalam rangka mendorong peningkatan kapasitas usaha dan akses permodalan serta pembiayaan UMKM telah menyediakan sarana pencatatan transaksi keuangan yang terstandar dan sederhana. BI telah mengupayakan aplikasi berbasis android yang tersedia secara gratis di playstore bernama Si-Apik. Aplikasi ini sangat mudah digunakan dan telah memenuhi standar akuntansi Entitas Mikro Kecil Menengah (EMKM).



Gambar 4. Fasilitator dan pendampingan UMKM

Manfaat yang diterima dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh kelompok pelaku UMKM di Desa Banyuning adalah

penambahan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM di Desa Banyuning dalam memperluas cakupan pemasaran produk, khususnya bagi kelompok petani (Pengolahan Pupuk Organik), pengerajin gerabah, dan produsen jajan pia dengan memanfaatkan teknologi, mendorong pelaku UMKM untuk memiliki merk nya sendiri, dan menambah pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM di Desa Banyuning dalam manajemen keuangan usahanya.

Tahapan terakhir dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pendampingan kepada mitra. Pengelolaan transaksi keuangan memerlukan pendampingan yang berkelanjutan secara daring melalui media online yaitu WA grup. Kegiatan berupa pelatihan dan pendampingan kepada mitra ini mampu menaikkan pendapatan pelaku UMKM di Desa Banyuning, serta memperluas pemasaran Usaha UMKM.

Tingkat partisipasi masyarakat sasaran dalam kegiatan pengabdian ini sangat tinggi dan aktif, ini dibuktikan dari kehadiran yang selalu lengkap dari awal pelatihan sampai akhir pelatihan dengan pelaksanaan secara luring dan media online Wa Grup. Tindak lanjut yang akan dilakukan agar masyarakat tetap bisa mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang sudah diberikan yaitu melaksanakan pendampingan secara berkelanjutan baik melalui media online maupun memberikan solusi secara langsung kepada mitra agar keterampilan mitra dalam mengelola keuangan serta memasarkan produk dapat dimanfaatkan secara optimal.

Tahapan selanjutnya dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pendampingan kepada mitra. Pengelolaan manajemen keuangan memerlukan pendampingan yang berkelanjutan secara daring melalui media online. Kegiatan berupa pelatihan dan pendampingan kepada mitra ini nantinya mampu menaikkan kesejahteraan dan keberlanjutan UMKM di Desa Banyuning, serta memperluas pemasaran UMKM. Tahapan akhir dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pembahasan hasil evaluasi dan pembuatan laporan akhir PkM.

SIMPULAN

Adapun kesimpulan yang dapat diperoleh dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah: 1. Kegiatan Pelatihan E-catalog dengan aplikasi canva mampu meningkatkan jangkauan pemasaran pelaku UMKM di Desa Banyuning serta Pelatihan manajemen keuangan Si-Apik dapat membantu pelaku UMKM dalam mencatat dan melaporkan keuangan mereka, 2. Dari hasil evaluasi pelaksanaan, kegiatan pendampingan dalam pendaftaran hak merek telah berhasil mengajukan Hak Merek salah satu UMKM secara online. Selanjutnya akan terus dilakukan pendampingan terutama dalam pengelolaan keuangan dan pendaftaran hak merek agar UMKM di Desa Banyuning segera naik kelas.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahdiat, A. (2023, January 31). *5 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal Iv 2022*.
<https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2023/01/31/5-E-Commerce-Dengan-Pengunjung-Terbanyak-Kuartal-Iv-2022>
- Dewatapos, Redaksi. (2023, March 6). *Sumarjaya Linggih Kembangkan Umkm Buleleng Melalui Digital Marketing - Www.Dewatapos.Com*.
[Dewatapos.Hhttps://Dewatapos.Com/Sumarjaya-Linggih-Kembangkan-Umkm-Buleleng-Melalui-Digital-Marketing/](https://Dewatapos.Com/Sumarjaya-Linggih-Kembangkan-Umkm-Buleleng-Melalui-Digital-Marketing/)
- Hadi, D. F., Zakiah, K., & Bandung, I. (2021). *Strategi Digital Marketing Bagi Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Untuk Bersaing Di Era Pandemi_Strategi Digital Marketing Bagi Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Untuk Bersaing Di Era Pandemi. Competitive, 16(1), 32-41*.
<https://Doi.Org/10.36618/Competitive.V16i1.1171>
- Munizu, M. (2010). *Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Dan Kecil (UmK) Di Sulawesi Selatan. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 12(1), 33-41*.
<https://Doi.Org/10.9744/Jmk.12.1.Pp>
- Prameswari Vijaya, D., Rudi, M., Jurusan, I., & Program, A. (2017). *Pengaruh Modal Psikologis, Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Startegi Pemasaran Terhadap*

- Perkembangan Usaha Umkm Di Kecamatan Buleleng Tahun 2017. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 45–51. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v5i1.15571>
- Rinandiyana, L. R., Kusnandar, D. L., & Rosyadi, A. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Akuntansi Berbasis Android (Siapik) Untuk Meningkatkan Administrasi Keuangan Umkm. *Jurnal Nakti Masyarakat Indonesia*, 3(1), 309–316. <https://journal.untar.ac.id/index.php/baktimas/article/view/8006/5376>
- Rustini, T., Husen Arifin, M., Istianti, T., Wahyuningsih, Y., Pgsd,), & Cibiru, K. (2022). Pelatihan Digital Marketing Dengan Pemanfaatan Aplikasi Bagi Pelaku Umkm Kabupaten Pangandaran Di Masa Pandemi Covid-19. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 987–993. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i2.4670>
- Supolo, S., & Asri, D. P. B. (2022). Peran Pemerintah Daerah Dalam Rangka Perlindungan Hukum Merek Bagi Industri Kreatif Ukm Di Klaten Pada Masa Pandemi Covid 19. *Kajian Hasil Penelitian Hukum*, 4(2), 858–883. <https://doi.org/10.37159/jmh.v4i2.1742>