

Pelatihan Strategi Pemasaran Dan Pengelolaan Keuangan Bagi Pengrajin Perak Di Banjar Tangsub, Gianyar, Bali

I Putu Iwan Pramana Putra^{1*}, Gede Sanjaya Adi Putra², A.A. Pt. Agung Mirah Purnama Sari³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Warmadewa, Denpasar, Bali, Indonesia

*e-mail korespondensi: iputuiwanpramanaputra888@gmail.com

Abstract

This Community Service Activity (PKM) was conducted in Banjar Tangsub, Celuk Village, Sukawati Subdistrict, Gianyar Regency, Bali Province, which is known as a centre for silver craftsmanship. The aim was to enhance the capacity of artisans in digital marketing strategies and basic financial management. The main challenges faced by the partners include low utilisation of digital media for marketing, limited market reach, and insufficient understanding of systematic financial record-keeping. The implementation methods include awareness-raising, training, technology application, mentoring, and evaluation. The activities conducted on 19 July 2025 included the use of digital platforms such as Instagram, TikTok, and Shopee, as well as financial record-keeping and calculation of production costs via smartphones. In addition to knowledge transfer (soft technology), partners received production equipment assistance (hard technology) in the form of Bench Grinders, Foredom tools, and silver materials. Preliminary results indicate improved knowledge and skills among partners, as well as media coverage of the activities. The next phases include intensive mentoring, regular evaluations, and the formation of a digital community to ensure the sustainability of the programme. This initiative is expected to enhance the competitiveness, productivity, and sustainability of silver craftsmen's businesses in both national and international markets.

Keywords: Marketing strategy; financial management; crafts

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di Banjar Tangsub, Desa Celuk, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali, yang dikenal sebagai sentra kerajinan perak. Tujuannya adalah meningkatkan kapasitas pengrajin dalam strategi pemasaran digital dan pengelolaan keuangan sederhana. Permasalahan utama mitra meliputi rendahnya pemanfaatan media digital untuk pemasaran, keterbatasan jangkauan pasar, serta minimnya pemahaman pencatatan keuangan yang sistematis. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, dan evaluasi. Kegiatan yang dilaksanakan pada tanggal 19 Juli 2025 ini mencakup penggunaan platform digital seperti Instagram, TikTok, dan Shopee, serta pencatatan keuangan dan perhitungan harga pokok produksi melalui *smartphone*. Selain transfer pengetahuan (*soft technology*), mitra menerima bantuan peralatan produksi (*hard technology*) berupa *Bench Grinder*, *Foredom*, dan bahan perak. Hasil awal menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra, serta publikasi kegiatan di media massa online. Tahapan selanjutnya meliputi pendampingan intensif, evaluasi berkala, dan pembentukan komunitas digital untuk keberlanjutan program. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing, produktivitas, dan keberlanjutan usaha pengrajin perak di pasar nasional maupun internasional.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran; pengelolaan keuangan; kerajinan

Accepted: 2025-08-13

Published: 2025-10-06

PENDAHULUAN

Desa Celuk, yang terletak di Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali, dikenal sebagai pusat industri kerajinan perak yang memiliki nilai seni tinggi dan telah terkenal hingga pasar internasional. Banjar Tangsub merupakan salah satu sentra pengrajin perak di desa ini, di mana mayoritas masyarakatnya bergantung pada industri kerajinan sebagai sumber utama mata pencaharian. Namun, dalam menghadapi persaingan global dan perubahan tren pasar, banyak pengrajin perak mengalami tantangan dalam aspek pemasaran dan pengelolaan keuangan. Kerajinan perak menghadapi tantangan serupa dengan kelompok usaha lain di Bali yang telah

menjadi sasaran program pengabdian sebelumnya. Seperti yang ditemukan pada pengrajin ukir kayu di Desa Batan Nyuh, pengrajin perak di Banjar Tangsub juga mengalami kendala dalam pemasaran digital dan pengelolaan keuangan (Putra dkk., 2023). Selain itu, rendahnya literasi keuangan dan ketergantungan pada pemasaran konvensional juga menjadi masalah utama, sebagaimana dialami oleh Keluarga Penerima Manfaat PKH di Desa Tegal Harum (Putra dkk., 2024).

Permasalahan serupa juga ditemukan pada petani Subak Sidakarya, di mana kurangnya pemanfaatan teknologi digital menyebabkan terbatasnya jangkauan pasar (Dewi dkk., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mitra sasaran bergerak di sektor yang berbeda (kerajinan kayu, pertanian, dan perak), tantangan yang dihadapi memiliki kesamaan, terutama dalam aspek pemasaran digital dan manajemen keuangan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa UKM di sektor kerajinan sering menghadapi kendala dalam pemasaran produk dan manajemen keuangan yang efektif (Tambunan, 2019). Selain itu, penguatan strategi pemasaran berbasis digital dapat meningkatkan daya saing produk lokal di pasar global (Kotler & Keller, 2021). Strategi pemasaran yang efektif sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing produk perak, terutama dalam menghadapi persaingan dengan produk impor dan perubahan tren pasar (Lusch & Vargo, 2014).

Dalam hal ini, kinerja catatan keuangan masih sangat kurang di para pengrajin. Hal ini ditunjukkan dengan tidak adanya laporan keuangan yang seragam dan terstandarisasi (Ardhi dkk., 2022). Selain itu, kemampuan dalam mengelola keuangan dengan baik akan membantu para pengrajin dalam menjaga stabilitas usaha mereka (Brigham & Ehrhardt, 2017). Oleh karena itu, diperlukan pendampingan bagi para pengrajin dalam strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan untuk meningkatkan daya saing serta keberlanjutan usaha mereka.

Pelaksanaan kegiatan ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan kemampuan pengrajin dalam menggunakan teknologi digital untuk pemasaran produk mereka.
2. Memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pencatatan keuangan usaha dan perhitungan HPP.
3. Meningkatkan daya saing produk perak dari Desa Celuk di pasar nasional dan internasional.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan ini disusun secara sistematis melalui lima tahapan utama untuk memberikan dampak optimal bagi mitra.

1. **Sosialisasi:** Tahap awal untuk memperkenalkan program kepada pengrajin perak, memaparkan tujuan kegiatan, dan mendiskusikan kebutuhan mitra untuk menyesuaikan materi pelatihan. Partisipasi mitra dalam tahap ini adalah dengan mengikuti sesi perkenalan dan menyepakati jadwal kegiatan.
2. **Pelatihan:** Tahap inti dimana tim pelaksana memberikan materi dalam dua sesi utama: Pemasaran Digital (pengenalan media sosial, *marketplace*, teknik fotografi produk) dan Pengelolaan Keuangan (pencatatan keuangan sederhana, perhitungan HPP). Mitra berpartisipasi aktif dengan mengikuti pelatihan dan praktik langsung.
3. **Penerapan Teknologi:** Implementasi teknologi yang relevan untuk mendukung solusi, seperti penggunaan aplikasi pencatatan keuangan (misalnya BukuKas) dan optimasi fitur-fitur di *marketplace* dan media sosial. Mitra akan mencoba langsung teknologi yang diperkenalkan dengan bantuan tim.
4. **Pendampingan dan Evaluasi:** Setelah pelatihan, tim akan melakukan pendampingan secara berkala untuk memastikan program berjalan baik. Evaluasi dilakukan melalui monitoring peningkatan penjualan dan keterampilan mitra. Partisipasi mitra adalah dengan melaporkan perkembangan usaha dan memberikan umpan balik.
5. **Keberlanjutan Program:** Untuk menjaga keberlanjutan setelah kegiatan selesai, akan dibentuk komunitas digital untuk berbagi pengalaman dan menjalin kerja sama dengan

instansi terkait. Mitra diharapkan aktif dalam komunitas untuk terus mengembangkan usahanya.



Gambar 1: Identifikasi masalah pada mitra



Gambar 2 : Pemaparan Materi oleh Narasumber

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada hari Selasa, 19 Juli 2025 di rumah ketua kelompok yang berada di Banjar Tangsub Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar Provinsi Bali, dengan Tema yaitu "Pelatihan Strategi Pemasaran Dan Pengelolaan Keuangan Bagi Pengrajin Perak Di Banjar Tangsub, Gianyar, Bali". Pada kesempatan ini, Tahapan sosialisasi, pelatihan, dan penerapan teknologi awal telah berhasil dilaksanakan. Selain itu, pengrajin juga menunjukkan proses pembuatan cincin yang berbahan dasar perak hingga proses finishing.

Pelaksanaan kegiatan berjalan lancar dan mendapat partisipasi aktif dari kelompok pengrajin. Materi pelatihan disampaikan oleh ketua dan anggota tim sesuai dengan bidang keahliannya:

1. I Putu Iwan Pramana Putra, S.E., M.M.
Menyampaikan penggunaan teknologi sebagai media pemasaran, dengan memberikan contoh pemanfaatan aplikasi populer seperti Instagram, Tiktok dan Shopee untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
2. A. A. Pt. Agung Mirah Purnama Sari, SE., M.Si.
Menyampaikan materi mengenai pentingnya pencatatan laporan keuangan sederhana. Pelatihan ini didasari oleh kurangnya pemahaman mitra dalam memisahkan dan mencatat keuangan usaha, yang krusial untuk mengetahui profitabilitas.
3. Gede Sanjaya Adi Putra, SE., Ak., M.Si.

Menjelaskan tentang pemanfaatan teknologi digital. Materi ini mencakup dua hal utama: pertama, penggunaan teknologi untuk membantu pengelolaan keuangan agar lebih mudah dan efisien.

Secara umum program kegiatan pengabdian masyarakat pada kelompok pengerajin perak di Banjar Tangsub ini sudah terlaksana sesuai dengan rencana. Program kegiatan ini dapat berjalan lancar tidak lepas dari dukungan aparat desa, ketua kelompok pengerajin, serta tim pelaksana pengabdian masyarakat yang selalu siaga dalam mempersiapkan kegiatan pelatihan dan sosialisasi untuk pemberdayaan kelompok pengerajin perak supaya semua mampu memiliki kemampuan dalam menganalisis peluang, melakukan pemasaran di media sosial, serta melakukan pencatatan laporan keuangan sederhana.

Kegiatan diakhiri dengan ucapan terima kasih dari ketua pelaksana, I Putu Iwan Pramana Putra, S.E., M.M., kepada semua pihak yang telah mendukung kesuksesan acara dan foto bersama sekaligus pemberian bantuan alat dan bahan kepada pengerajin.



Gambar 3 : Penyerahan bantuan *bench grinder*, *foredom*, dan bahan perak kepada ketua kelompok pengerajin

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang berfokus pada pengerajin perak di Banjar Tangsub telah berjalan sesuai harapan, meskipun terdapat kendala yaitu ada salah satu anggota yang tidak hadir dikarenakan sedang sakit namun kegiatan pengabdian tetap berjalan dan diikuti oleh anggota lainnya. Mitra telah menerima pengetahuan mengenai strategi pemasaran digital menggunakan platform seperti Instagram, Tiktok dan Shopee, serta keterampilan pengelolaan keuangan sederhana. Selain itu, mitra juga telah menerima bantuan alat produksi (*Bench Grinder*, *Foredom*, dan bahan perak) yang dapat meningkatkan produktivitas mereka. Kegiatan ini diterima dengan baik dan diikuti secara antusias oleh para pengerajin perak.

Selain memberikan dampak bagi pelaku usaha, melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat juga mampu menjadi tempat bagi para dosen dan mahasiswa dalam merealisasikan ilmu pengetahuan dan teknologi yang diperoleh di kampus.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhi, K. F., Mardhika, R., Amaliyah, F., & Wahyuni, F. (2022). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Binaan Tradha Foundation Kabupaten Kebumen. 5(4), 762–768.
- Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2017). Financial Management: Theory & Practice. Cengage Learning.
- Dewi, A. A. I. K. G., Putra, I. P. I. P., & Dewi, N. L. M. I. M. (2024). Pemberdayaan Kelembagaan Petani Melalui Pemasaran Digital Hasil Tani di Subak Sidakarya Kecamatan Denpasar Selatan

- Kota Denpasar Provinsi Bali. *Bernas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(3), 2165-2170. <https://doi.org/10.31949/jb.v5i3.9668>.
- Hendro, 2011, Modul Kewirausahaan, Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Lusch, R. F., & Vargo, S. L. (2014). *Service-Dominant Logic: Premises, Perspectives, Possibilities*. Cambridge University Press.
- Novitasari, D., Pebrina, E. T., Sutardi, D., Nugroho, Y. A., & Putra, F. (2022). Pelatihan Digital Marketing dan Social Media Marketing Terhadap Pelaku UMKM di Tangerang. *Journal of Community Service and Engagement (JOCOSAE)*, 2(2), 7–16.
- Putra, I. P. I. P., Pramana, M. S., & Pramatha, I. M. A. (2023). Pemberdayaan Kelompok Usaha Ukir Kayu di Desa Batan Nyuh Kecamatan Marga Kabupaten Tabanan Provinsi Bali. *Bernas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(4), 3467-3471. <https://doi.org/10.31949/jb.v4i4.6866>.
- Putra, I. P. I. P., Sari, A. A. P. A. P., & Putra, G. S. A. (2024). Penyuluhan Kewirausahaan, Pemasaran Digital Dan Pembuatan Laporan Keuangan Sederhana Pada Keluarga Penerima Manfaat Program Keluarga Harapan di Desa Tegal Harum, Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar, Provinsi Bali. *Bernas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(4), 2573-2577. <https://doi.org/10.31949/jb.v5i4.10484>.
- Tambunan, T. (2019). *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu dan Tantangan*. Jakarta: LP3ES.