

Pemberdayaan Ekonomi Keluarga melalui Pengembangan Usaha Rumah Tangga dan Media Sosial di Desa Baturiti

¹⁾I Wayan Chandra Adyatma, ²⁾I Nyoman Angga Prabawa, ³⁾I Made Dwi Sumba Wirawan

^{1,3)}Akuntansi Perpajakan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa, Bali, Indonesia

²⁾Teknik Komputer, Fakultas Teknik dan Perencanaan Universitas Warmadewa Denpasar, Bali, Indonesia

Email Corresponding Author: chandra.adyatma@warmadewa.ac.id*

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:

Ekonomi Keluarga
Literasi Keuangan
Media Sosial Pemberdayaan
Masyarakat Standardisasi
Produk
Usaha Rumah Tangga

Desa Baturiti, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan, Bali merupakan wilayah pedesaan dengan basis usaha rumah tangga di bidang olahan pangan, kerajinan, dan hasil pertanian yang berpotensi menopang ekonomi keluarga, namun belum berkembang optimal. Permasalahan utama mitra meliputi rendahnya standardisasi kualitas produk, pengelolaan keuangan usaha yang belum terpisah dari keuangan pribadi, serta minimnya pemanfaatan media sosial untuk pemasaran. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas produksi, literasi keuangan, dan pemasaran digital 20 pelaku usaha rumah tangga di delapan banjar Desa Baturiti. Metode pelaksanaan terdiri atas identifikasi kebutuhan mitra, sosialisasi, pelatihan tiga sesi (standardisasi produk, pengelolaan keuangan, pemasaran digital), penerapan teknologi berupa mesin pengemas dan pendampingan aplikasi kasir digital, serta pendampingan lapangan dengan evaluasi pre-test dan post-test. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dari rata-rata 38% menjadi 76%, dengan 70% mitra telah mengelola akun bisnis media sosial dan 80% mulai menerapkan pencatatan keuangan sederhana. Kegiatan ini berdampak pada peningkatan efisiensi produksi, transparansi arus kas usaha, dan terbukanya akses pasar yang lebih luas bagi pelaku usaha. Simpulannya, pendekatan pelatihan aplikatif yang dipadukan dengan pendampingan langsung terbukti efektif mendorong transformasi usaha rumah tangga berbasis sumber daya lokal menuju pengelolaan yang lebih profesional dan berkelanjutan.

ABSTRACT

Keywords:

Community Empowerment
Digital Marketing
Family Economy
Financial Literacy
Home-Based Business
Product Standardization

Baturiti Village, Baturiti District, Tabanan Regency, Bali is home to numerous household enterprises in processed food, handicrafts, and agricultural products with strong potential to support family income, yet remain underdeveloped. The partners' core problems include low product quality standardization, unseparated business and personal finances, and limited use of social media for marketing. This community service program aimed to strengthen production capacity, financial literacy, and digital marketing skills among 20 home-based entrepreneurs across eight banjar in Baturiti. The method comprised partner needs assessment, socialization, three training sessions (product standardization, financial management, and digital marketing), technology implementation through packaging machines and digital point-of-sale application mentoring, and field assistance with pre-test and post-test evaluation. Results showed participant understanding increased from an average of 38% to 76%, with 70% of partners managing social media business accounts and 80% beginning to adopt simple financial recording. The program improved production efficiency, cash-flow transparency, and market access for participating entrepreneurs. It is concluded that applied, hands-on training combined with direct mentoring effectively drives the transformation of local-resource-based household businesses toward more professional and sustainable management.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Usaha rumah tangga berbasis sumber daya lokal merupakan salah satu tulang punggung ekonomi pedesaan di Indonesia, khususnya di Bali, karena mampu menyerap tenaga kerja keluarga dan memanfaatkan bahan baku yang tersedia di lingkungan sekitar. Desa Baturiti, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan merupakan salah satu desa dengan potensi tersebut, di mana sebagian besar penduduknya menggantungkan sebagian pendapatan keluarga pada sektor pertanian, perkebunan, dan usaha rumah tangga berupa olahan pangan, kerajinan tangan, serta hasil pertanian. Meskipun bahan baku lokal tersedia melimpah dan lokasi desa

strategis karena dilintasi jalur wisata Denpasar–Bedugul, potensi ekonomi ini belum dimanfaatkan secara optimal akibat rendahnya standardisasi produk, manajemen usaha yang masih informal, dan minimnya pemanfaatan teknologi pemasaran.

Berbagai kajian terdahulu menunjukkan bahwa penguatan literasi keuangan dan pemasaran digital berkontribusi signifikan terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sapthiarsyah dan Junita (2024) menemukan bahwa penggunaan media sosial dan pemasaran digital secara bersamaan meningkatkan efisiensi pemasaran dan memperkuat hubungan pelanggan UMKM. Sejalan dengan itu, Mulyanto dan Budi (2025) membuktikan bahwa faktor internal, terutama kompetensi sumber daya manusia dan kapasitas inovasi, berperan lebih dominan dibandingkan faktor eksternal dalam mendorong adopsi pemasaran digital, meskipun keterbatasan infrastruktur dan literasi digital tetap menjadi kendala praktis. Pada aspek pengelolaan keuangan, Kundala dkk. (2024) serta Philip (2026) menunjukkan bahwa pelatihan literasi keuangan berbasis modul praktis mampu meningkatkan pemahaman dan kepercayaan diri pelaku usaha rumah tangga dalam mengelola arus kas. Adapun pada aspek produksi, Suminartika dkk. (2024) dan Romadloni dkk. (2026) menegaskan bahwa pelatihan standardisasi kemasan dan inovasi produk berperan penting dalam meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk UMKM berbasis potensi lokal.

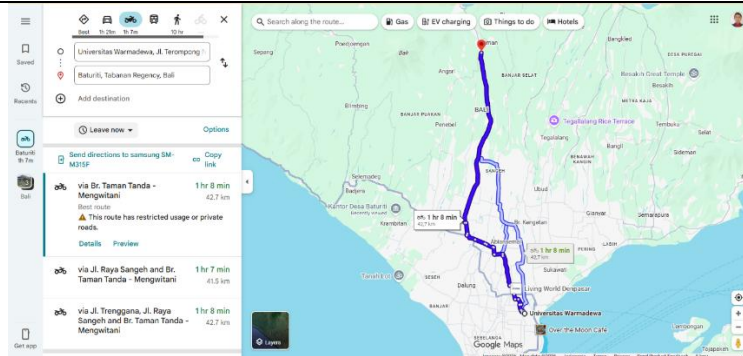
Program pemberdayaan berbasis potensi lokal juga telah banyak diterapkan pada konteks desa dan kelompok usaha rumah tangga. Susanto dkk. (2020) serta Setyawan dkk. (2025) menunjukkan bahwa pemanfaatan sumber daya lokal secara terarah mampu mendorong kemandirian ekonomi masyarakat, sementara Kaseng (2025) menekankan pentingnya strategi partisipatif dan akses pasar digital dalam pengembangan UMKM berbasis potensi lokal. Pada konteks kewirausahaan keluarga, Susanti (2026) dan Widodo dkk. (2024) mendokumentasikan bahwa pendampingan kewirausahaan bagi ibu rumah tangga efektif mendorong motivasi usaha dan pemanfaatan potensi ekonomi keluarga. Khusus di Bali, Warmadewi dkk. (2024) melaporkan bahwa program pemberdayaan berbasis kerajinan lokal yang dipadukan dengan pengenalan media sosial mampu memperkuat ekonomi kreatif sekaligus melestarikan kearifan budaya setempat.

Meskipun berbagai kajian tersebut secara terpisah membahas literasi keuangan, standardisasi produk, atau pemasaran digital, masih terbatas kajian pengabdian yang mengintegrasikan ketiga aspek tersebut secara simultan dalam satu program berkelanjutan bagi kelompok usaha rumah tangga di wilayah pedesaan Bali yang berbasis pada sumber daya lokal sekaligus mempertimbangkan segmen pasar wisatawan. Kebaruan (novelty) dari kegiatan ini terletak pada pendekatan terintegrasi yang menggabungkan pelatihan standardisasi produk, pengelolaan keuangan berbasis aplikasi kasir digital (Islamati dkk., 2025; Hernowo dkk., 2026), dan pemasaran media sosial dalam satu rangkaian tahapan yang disertai penyerahan alat produksi serta pendampingan lapangan door to door, dengan evaluasi terukur melalui instrumen pre-test dan post-test.

Permasalahan utama mitra yang menjadi fokus penyelesaian dalam kegiatan ini adalah: (1) rendahnya standardisasi kualitas dan kemasan produk usaha rumah tangga; (2) belum terpisahnya pengelolaan keuangan usaha dari keuangan pribadi akibat rendahnya literasi keuangan; dan (3) minimnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran produk kepada pasar yang lebih luas, termasuk segmen wisatawan yang melintasi kawasan Baturiti. Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas produksi, literasi keuangan, dan kemampuan pemasaran digital pelaku usaha rumah tangga di Desa Baturiti, sekaligus memberikan kontribusi praktik pengabdian yang dapat direplikasi pada desa lain dengan karakteristik serupa, serta memperkuat peran perguruan tinggi dalam pemberdayaan ekonomi keluarga berbasis sumber daya lokal.

II. ANALISIS SITUASI DAN PERMASALAHAN MITRA

Mitra sasaran kegiatan ini adalah kelompok pelaku usaha rumah tangga di Desa Baturiti, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali, yang dipimpin oleh Perbekel (Kepala Desa) I Ketut Matra, S.H. Desa Baturiti terbagi menjadi delapan banjar, yaitu Banjar Abang, Pekarangan, Baturiti Kaja, Baturiti, Baturiti Kelod, Pacung, Abianluang, dan Bangah, dengan jumlah mitra sasaran sebanyak 20 orang pelaku usaha yang bergerak di bidang olahan pangan, kerajinan tangan, dan hasil pertanian lokal. Sebagian besar usaha dijalankan secara turun-temurun dengan basis bahan baku lokal yang melimpah, dan lokasi desa yang strategis karena berdekatan dengan kawasan wisata Bedugul serta jalur wisata Denpasar–Singaraja menjadi modal awal yang berharga bagi perluasan pasar.



Gambar 1. Peta lokasi kegiatan pengabdian di Desa Baturiti, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan, Bali

Hasil observasi, wawancara, dan diskusi kelompok terarah (focus group discussion) bersama perangkat desa dan pelaku usaha pada tahap identifikasi kebutuhan mitra mengungkap kondisi eksisting sebagai berikut. Pertama, standardisasi kualitas produk masih rendah karena sebagian besar pelaku usaha mengandalkan cara produksi tradisional tanpa prosedur mutu yang konsisten, baik dari sisi bahan baku, proses produksi, maupun kemasan akhir, sehingga produk sulit bersaing di pasar yang lebih luas. Kedua, pemanfaatan teknologi digital masih minim; hampir seluruh pelaku usaha telah memiliki ponsel pintar dan akses internet, namun perangkat tersebut lebih banyak digunakan untuk kebutuhan pribadi dibandingkan kegiatan produktif seperti pemasaran atau pencatatan keuangan digital. Ketiga, meskipun modal dan bahan baku umumnya tersedia cukup, pengelolaan usaha masih dijalankan secara informal tanpa pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha, sehingga pelaku usaha kesulitan mengukur keuntungan maupun membuat keputusan bisnis yang tepat. Keempat, dari sisi sosial ekonomi, pelaku usaha umumnya berasal dari keluarga berpenghasilan menengah yang menggantungkan sebagian pendapatan pada sektor pertanian, sehingga rentan menjalankan usaha tanpa perencanaan keuangan yang memadai akibat keterbatasan pengetahuan dan pendampingan.

Akar permasalahan tersebut dapat dikategorikan ke dalam dua rantai, yaitu hulu berupa rendahnya standardisasi produk, pemanfaatan teknologi produksi, serta pengelolaan keuangan dan sumber daya manusia usaha, dan hilir berupa minimnya jaringan pemasaran digital yang dapat menjangkau pasar wisatawan maupun konsumen di luar desa dengan biaya relatif rendah. Berdasarkan skala prioritas hasil kesepakatan dengan mitra, permasalahan pemisahan keuangan usaha dan literasi digital pemasaran ditetapkan sebagai prioritas utama karena berdampak langsung terhadap keberlanjutan usaha, mengingat tanpa pencatatan yang jelas pelaku usaha tidak dapat mengukur kelayakan usahanya secara akurat sebelum melakukan ekspansi produksi atau pemasaran.

Kondisi ini sejalan dengan temuan Larasati dkk. (2024) bahwa keterbatasan pengetahuan dan keterampilan digital merupakan hambatan utama UMKM dalam mengoptimalkan media sosial untuk pengembangan usaha. Seluruh data dan informasi yang diperoleh pada tahap analisis situasi ini menjadi dasar dalam merumuskan metode pelaksanaan, materi pelatihan, serta indikator evaluasi keberhasilan kegiatan pengabdian.

III. METODE PELAKSANAAN

1. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan di Desa Baturiti, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali, berjarak sekitar 42,7 km dari Universitas Warmadewa, berlangsung dari April hingga Agustus 2026 dengan pusat kegiatan di Kantor Perbekel dan Balai Banjar Baturiti.

2. Sasaran/Mitra Pengabdian

Sasaran kegiatan adalah 20 orang pelaku usaha rumah tangga yang tersebar di delapan banjar Desa Baturiti, bergerak di bidang olahan pangan, kerajinan tangan, dan hasil pertanian lokal. Kriteria pemilihan sasaran meliputi kepemilikan usaha rumah tangga aktif, kesediaan mengikuti seluruh rangkaian pelatihan, serta rekomendasi dari perangkat desa berdasarkan pemetaan awal potensi usaha.

3. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan disusun dalam enam tahapan yang saling berkesinambungan, mulai dari identifikasi kebutuhan hingga rencana keberlanjutan program, sebagai berikut:

- a. Identifikasi kebutuhan (need assessment) mitra, dilaksanakan 15 April 2026 melalui wawancara terstruktur dan FGD bersama Perbekel, perangkat desa, dan perwakilan pelaku usaha untuk memetakan kesiapan usaha, ketersediaan alat produksi, serta ekspektasi materi pelatihan.
- b. Sosialisasi program, dilaksanakan 13 Juni 2026 di Balai Banjar Baturiti dihadiri 20 pelaku usaha, disertai pengisian kuesioner pre-test sebagai baseline evaluasi.
- c. Pelatihan, dilaksanakan dalam tiga sesi setiap dua minggu (27 Juni, 11 Juli, dan 25 Juli 2026) yang masing-masing berfokus pada standardisasi kualitas produk dan pengemasan, pengelolaan keuangan dan sumber daya manusia usaha, serta pemasaran digital melalui media sosial, menggunakan metode ceramah interaktif, diskusi, dan praktik langsung.
- d. Penerapan teknologi, dilaksanakan 2 Agustus 2026 melalui penyerahan enam unit mesin pengemas dan tiga set peralatan memasak, disertai demonstrasi penggunaan alat serta pendampingan pembuatan akun bisnis media sosial dan instalasi aplikasi kasir digital POS Olsera.
- e. Pendampingan dan evaluasi akhir, dilaksanakan 8–9 Agustus 2026 melalui kunjungan lapangan (door to door) ke lokasi usaha mitra disertai pengisian kuesioner post-test.
- f. Keberlanjutan program, direncanakan berupa fasilitasi pembentukan kelompok usaha atau koperasi serta perluasan jaringan pemasaran setelah musyawarah desa pada awal September 2026.

4. Materi, Media, dan Teknologi yang Digunakan

Materi pelatihan mencakup standar bahan baku dan teknik pengemasan produk, prinsip pemisahan keuangan usaha dan pribadi, penyusunan laporan laba-rugi sederhana, serta strategi konten dan promosi di media sosial. Media dan teknologi yang digunakan meliputi modul cetak dan digital, template pencatatan keuangan berbasis Microsoft Excel, aplikasi kasir digital POS Olsera, platform Instagram dan Facebook, enam unit mesin pengemas, dan tiga set peralatan memasak.

5. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui kuesioner pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta pada tiga aspek (standardisasi produk, pengelolaan keuangan, pemasaran digital), lembar observasi lapangan, wawancara semi-terstruktur, serta dokumentasi kegiatan berupa foto dan catatan pendampingan.

6. Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan program ditetapkan sebagai berikut: (1) minimal 70% peserta mengalami peningkatan pemahaman berdasarkan hasil post-test dibandingkan pre-test; (2) minimal 70% mitra menerapkan pencatatan keuangan sederhana; dan (3) minimal 70% mitra memiliki dan mengelola akun bisnis di media sosial.

7. Teknik Analisis Data

Data kuantitatif hasil pre-test dan post-test dianalisis secara deskriptif dengan menghitung persentase rata-rata capaian pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan, sedangkan data kualitatif dari observasi dan wawancara dianalisis secara deskriptif-tematik untuk mengidentifikasi faktor pendukung, kendala, dan rekomendasi tindak lanjut.

8. Evaluasi dan Keberlanjutan Program

Evaluasi dilakukan secara berkala pada setiap tahapan kegiatan dan dirangkum pada tahap pendampingan akhir. Keberlanjutan program direncanakan melalui pendampingan lanjutan, monitoring berkala, fasilitasi pembentukan kelompok usaha, serta pengembangan modul pelatihan yang dapat digunakan secara mandiri oleh mitra.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan sosialisasi pada 13 Juni 2026 dihadiri oleh Perbekel Desa Baturiti beserta 20 perwakilan pelaku usaha dari delapan banjar, dengan antusiasme tinggi yang tercermin dari aktifnya diskusi mengenai kendala pencampuran keuangan pribadi dan usaha serta keterbatasan pemasaran daring. Rangkaian pelatihan pada 27 Juni, 11 Juli, dan 25 Juli 2026 masing-masing diikuti 18–20 peserta dengan pendekatan praktik langsung menggunakan produk mitra sebagai studi kasus. Penerapan teknologi pada 2 Agustus 2026 meliputi penyerahan enam unit mesin produksi, tiga set peralatan memasak, alat pertanian, dan aplikasi pencatatan keuangan sederhana disertai demonstrasi penggunaan, dilanjutkan pendampingan lapangan door to door pada 8–9 Agustus 2026 ke seluruh lokasi usaha mitra.



Gambar 2. Pengabdian kepada masyarakat

b. Hasil Kegiatan

Evaluasi pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan pemahaman peserta pada ketiga aspek pelatihan, dengan rata-rata keseluruhan meningkat dari 38% menjadi 76%, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Pre-Test dan Post-Test Peserta

Aspek	Pre-Test	Post-Test
Pengelolaan keuangan usaha	35%	78%
Standardisasi kualitas produk	40%	73%
Pemasaran digital & media sosial	39%	77%
Rata-rata	38%	76%

Selain peningkatan pemahaman, hasil pendampingan lapangan menunjukkan bahwa 14 dari 20 pelaku usaha (70%) telah memiliki dan mulai mengelola akun bisnis di media sosial, sedangkan 16 pelaku usaha (80%) telah mulai menerapkan pencatatan keuangan sederhana menggunakan template Excel maupun aplikasi POS Olsera.

c. Luaran Pengabdian

Luaran yang dihasilkan mencakup luaran hard berupa enam unit mesin pengemas dan tiga set peralatan memasak yang diserahkan kepada mitra, serta luaran soft berupa modul pelatihan standardisasi produk, pengelolaan keuangan, dan pemasaran digital; template pencatatan keuangan berbasis Excel dan panduan aplikasi POS Olsera; serta 14 akun bisnis media sosial yang telah dibuat dan mulai dikelola mitra beserta contoh konten promosi produk.

d. Pembahasan

Ketercapaian tujuan kegiatan tercermin dari peningkatan pemahaman peserta pada ketiga aspek pelatihan yang melampaui indikator keberhasilan minimal 70% pada aspek pengelolaan keuangan (78%) dan pemasaran digital (77%), sedangkan aspek standardisasi produk (73%) juga melampaui target meski dengan margin lebih tipis, mengindikasikan bahwa perubahan kebiasaan produksi memerlukan waktu adaptasi yang relatif lebih lama dibandingkan aspek pengetahuan administratif. Efektivitas metode pelatihan yang memadukan ceramah interaktif dengan praktik langsung pada produk milik peserta sendiri sejalan dengan temuan Suminartika dkk. (2024) bahwa pelatihan berbasis praktik langsung pada UMKM pangan skala rumah tangga mampu meningkatkan pemahaman standar kemasan secara signifikan, dari 60% menjadi 97% pada kelompok yang mereka dampingi. Demikian pula pada aspek keuangan, capaian peningkatan pemahaman dalam kegiatan ini sejalan dengan Kundala dkk. (2024) dan Philip (2026) yang menunjukkan bahwa pelatihan literasi keuangan berbasis modul praktis efektif meningkatkan kepercayaan diri dan kemampuan pencatatan pelaku usaha rumah tangga.

Pada aspek pemasaran digital, tingkat adopsi akun bisnis media sosial sebesar 70% pada kegiatan ini relatif lebih tinggi dibandingkan hambatan literasi digital yang dilaporkan Larasati dkk. (2024), yang menunjukkan bahwa keterbatasan pengetahuan digital masih menjadi hambatan dominan bagi banyak UMKM. Perbedaan ini diduga disebabkan oleh pendampingan langsung door to door yang diterapkan pada kegiatan ini, sejalan dengan pendekatan Putri dkk. (2025) yang menekankan bahwa pendampingan intensif dan berkelanjutan menjadi faktor penentu keberhasilan pelatihan kewirausahaan digital bagi pelaku usaha di wilayah pedesaan. Penggunaan aplikasi kasir digital POS Olsera dalam kegiatan ini juga memperkuat temuan Islamiati dkk. (2025) dan Hernowo dkk. (2026) bahwa digitalisasi pencatatan transaksi meningkatkan efisiensi operasional dan transparansi keuangan usaha mikro, meskipun kendala literasi digital pada sebagian pelaku usaha lanjut usia tetap perlu diantisipasi melalui pendampingan yang lebih personal.

Faktor pendukung utama keberhasilan kegiatan ini meliputi dukungan penuh Perbekel dan perangkat Desa Baturiti dalam mengoordinasikan peserta, tingginya antusiasme pelaku usaha, keterlibatan aktif mahasiswa dalam pendampingan langsung, serta ketersediaan bahan baku lokal yang memungkinkan praktik standardisasi produk dilakukan langsung pada hasil produksi peserta. Adapun kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan kemampuan teknis sebagian pelaku usaha lanjut usia dalam mengoperasikan aplikasi digital, keterbatasan waktu akibat kesibukan bertani, serta jaringan internet yang belum sepenuhnya stabil di Banjar Abianluang dan Bangah. Temuan ini konsisten dengan Islamiati dkk. (2025) yang turut mengidentifikasi keterbatasan literasi digital dan keandalan jaringan sebagai kendala umum digitalisasi UMKM di wilayah semi-pedesaan. Kegiatan ini juga memberikan kontribusi terhadap penyelesaian permasalahan mitra secara langsung, yaitu memfasilitasi pemisahan awal antara keuangan usaha dan pribadi serta membuka kanal pemasaran baru bagi 14 pelaku usaha yang sebelumnya belum memiliki akun bisnis, sehingga menjembatani kesenjangan hulu-hilir yang teridentifikasi pada tahap analisis situasi.

e. Evaluasi Keberhasilan Program

Berdasarkan indikator yang ditetapkan, program ini dinyatakan berhasil karena mencapai seluruh target minimal, yaitu peningkatan pemahaman peserta di atas 70% pada tiga aspek pelatihan, 80% mitra menerapkan pencatatan keuangan sederhana, dan 70% mitra memiliki akun bisnis media sosial aktif. Tingkat partisipasi peserta pada setiap tahapan kegiatan juga tergolong tinggi, dengan kehadiran rata-rata 18–20 dari 20 pelaku usaha pada setiap sesi pelatihan.

f. Faktor Pendukung dan Kendala

Faktor pendukung meliputi dukungan kelembagaan desa, antusiasme mitra, keterlibatan mahasiswa, dan ketersediaan bahan baku lokal sebagaimana diuraikan pada bagian pembahasan. Kendala utama berupa keterbatasan literasi digital sebagian peserta lanjut usia dan kestabilan jaringan internet di dua banjar diatasi tim pengabdian melalui pendampingan susulan yang lebih personal, penyediaan modul panduan bergambar, penyesuaian jadwal pendampingan ke sore hari, serta pemanfaatan fasilitas Wi-Fi di Kantor Perbekel untuk pengunggahan konten promosi.

g. Dampak Kegiatan

Dampak jangka pendek yang dirasakan mitra meliputi peningkatan efisiensi produksi melalui penggunaan mesin pengemas, peningkatan transparansi arus kas usaha melalui pencatatan digital, serta terbukanya akses pasar yang lebih luas melalui media sosial, yang ditandai dengan peningkatan jumlah pesanan pada sejumlah pelaku usaha setelah mulai mempromosikan produk secara daring. Dampak jangka panjang yang diharapkan meliputi peningkatan pendapatan keluarga secara berkelanjutan serta terbentuknya ekosistem usaha rumah tangga yang lebih profesional dan berdaya saing di Desa Baturiti, sejalan dengan capaian SDG 8 mengenai pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi inklusif di tingkat desa.

h. Keberlanjutan Program

Keberlanjutan program direncanakan melalui pendampingan lanjutan bagi mitra yang belum optimal menerapkan hasil pelatihan, fasilitasi pembentukan kelompok usaha atau koperasi pelaku usaha rumah tangga sebagai wadah kolaborasi dan pemasaran bersama pasca musyawarah desa, monitoring berkala terhadap penerapan pencatatan keuangan dan aktivitas media sosial mitra, serta pengembangan modul pelatihan lanjutan yang dapat diakses secara mandiri oleh pelaku usaha di masa mendatang.

V. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Baturiti berhasil menjawab permasalahan utama mitra berupa rendahnya standardisasi produk, belum terpisahnya keuangan usaha dan pribadi, serta minimnya

pemasaran digital, melalui rangkaian sosialisasi, pelatihan tiga sesi, penerapan teknologi mesin pengemas dan aplikasi kasir digital, serta pendampingan lapangan yang terukur melalui evaluasi pre-test dan post-test. Peningkatan pemahaman peserta dari rata-rata 38% menjadi 76%, disertai adopsi pencatatan keuangan sederhana oleh 80% mitra dan pengelolaan akun bisnis media sosial oleh 70% mitra, menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan aplikatif yang dipadukan dengan pendampingan langsung dan penyerahan alat produksi efektif mendorong transformasi usaha rumah tangga berbasis sumber daya lokal menuju pengelolaan yang lebih profesional. Kegiatan ini memberikan kontribusi praktis bagi penguatan ekonomi keluarga di pedesaan Bali sekaligus memperkaya khazanah praktik pengabdian yang mengintegrasikan aspek produksi, keuangan, dan pemasaran digital secara simultan, dengan rekomendasi keberlanjutan berupa pendampingan lanjutan dan fasilitasi kelembagaan usaha bagi mitra.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Universitas Warmadewa selaku lembaga pemberi dana dan fasilitas melalui skema Hibah Pengabdian Kepada Masyarakat Internal skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat (PBM) tahun 2026, serta kepada Perbekel Desa Baturiti I Ketut Matra, S.H. beserta perangkat Desa Baturiti dan Masyarakat selaku mitra pengabdian yang telah memberikan dukungan penuh selama pelaksanaan kegiatan, serta kepada seluruh pelaku usaha rumah tangga Desa Baturiti yang telah berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan.

PERNYATAAN PENGGUNAAN KECERDASAN BUATAN (ARTIFICIAL INTELLIGENCE)

Pernyataan Penggunaan AI: Dalam penyusunan naskah ini, penulis menggunakan asisten AI generatif Claude (Anthropic) pada periode Agustus–September 2026 untuk membantu menyusun draf awal narasi pada bagian Pendahuluan, Analisis Situasi dan Permasalahan Mitra, berdasarkan data primer kegiatan pengabdian (laporan kemajuan, hasil pre-test/post-test, dan dokumentasi pelaksanaan) yang disediakan oleh penulis, serta membantu penelusuran dan pemformatan referensi pendukung sesuai gaya sitasi APA edisi ke-7. AI tidak digunakan untuk menciptakan data hasil kegiatan, menciptakan temuan yang tidak diverifikasi, maupun menetapkan simpulan ilmiah tanpa verifikasi penulis. Seluruh keluaran AI telah diperiksa, diverifikasi terhadap sumber data primer kegiatan dan referensi ilmiah yang relevan, serta diedit dan disunting oleh penulis. Penulis memastikan penggunaan AI tidak mengakibatkan fabrikasi data, falsifikasi, plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau penyajian referensi yang tidak dapat diverifikasi. Tanggung jawab ilmiah dan etis atas seluruh isi naskah, termasuk keakuratan data kegiatan, interpretasi, dan simpulan, sepenuhnya berada pada penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Hernowo, H., Kristalisasi, E. N., Dinarti, S. I., Ardiani, F., Noviana, G., Nurjanah, D., Mawandha, H. G., Suryanti, S., & Handru, A. (2026). Penguatan kapasitas pemasaran produk kelompok wanita tani melalui pelatihan dan pendampingan digital marketing berbasis marketplace. *Agrimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Pertanian*, 5(2), 43–48. <https://doi.org/10.25047/agrimas.v5i2.75>
- Islamiati, I., Aini, S. Q., Anisah, A., & Asman, N. (2025). Peran digitalisasi dalam pemberdayaan ekonomi UMKM melalui aplikasi kasir pintar. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 6(2), 545–558. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v6i2.23678>
- Kaseng, E. S. (2025). Pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal dalam pengembangan UMKM: Community empowerment based on local potential in UMKM development. *Journal of Marginal Social Research*, 2(1), 1–8.
- Kundala, M. M., Setyowati, H., Purwanto, W., Safitri, E., Nurrohman, U., & Mony, Y. Y. (2024). Literasi pengelolaan keuangan keluarga untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Widya Wiwaha*, 2(2), 67–72. <https://doi.org/10.32477/jpm.v2i2.998>
- Larasati, S. A., Istiqomah, A., Ramadani, A. S., Khoiriyah, A., & Radianto, D. O. (2024). Peran media sosial dalam pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(2), 321–332. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i2.2867>
- Mulyanto, D., & Budi, A. P. (2025). Penerapan pemasaran digital dan kinerja UMKM: Dukungan faktor lingkungan internal dan eksternal. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 14(2), 301–313.
- Philip, N. (2026). Peningkatan literasi keuangan ibu rumah tangga melalui pelatihan manajemen keuangan keluarga berbasis modul praktis. *Community: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 6(1), 12–18. <https://doi.org/10.51903/02w81085>

- Putri, F. B., Lestari, W., Aliman, A., & Purnamasari, P. (2025). Empowering rural farmers through digital entrepreneurship and marketing training in Pancakarya, Karawang, Indonesia. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 502–511. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v5i2.3962>
- Romadloni, S., Azzahra, A. F., Akbar, L. D., Rosyidah, E., & Fahrurrozi, M. (2026). Optimalisasi potensi produk lokal melalui inovasi produk dan revitalisasi kemasan untuk meningkatkan nilai tambah UMKM Omah Kopi Telemung. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–20. <https://doi.org/10.62734/ipm.v3i1.684>
- Sapthiarsyah, M. F., & Junita, D. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial dan pemasaran digital terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis (JIEB)*, 21(2), 1–10. <https://doi.org/10.31849/jieb.v21i2.23686>
- Setyawan, A. A., Desembrianita, E., Santoso, M. H., Syahril, & Kalalo, R. R. (2025). Pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan kemandirian ekonomi lokal: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(1), 1494–1503. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1769>
- Sudiarti, S., Ruslana, N., Setyoningrum, N. G., Alam, A., & Syfa, R. H. A. (2025). Pendampingan pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal di desa wisata. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 201–209. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v3i3.379>
- Suminartika, E., Hapsari, H., & Deliana, Y. (2024). Pelatihan kemasan produk UMKM di desa Mekarmanik kecamatan Cimenyan kabupaten Bandung Jawa Barat. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(11), 2011–2019. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i11.8139>
- Susanti, A. (2026). Pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga dalam kewirausahaan keluarga melalui usaha rumahan. *ABDI KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 73–84. <https://doi.org/10.69697/abdikarya.v3i1.357>
- Susanto, B., Hendajany, N., Ratnawati, R. A., Suaesih, A., Hendawati, H., Rachmawati, E., Saepudin, D., Syafariah, A., Setiawan, A., Rustandi, B., Sukardi, H. A., Garnia, E., Rizal, D., Sartika, T., Handayani, W., Ubaidillah, A. Z., Lilyana, F., Nuryadin, R., Sukiati, W., & Nawangsasi, Y. (2020). Pemanfaatan potensi dan sumber daya lokal untuk peningkatan ekonomi masyarakat Kampung Areng Lembang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat USB*, 1(1), 23–29.
- Wahyuni, P. R., Rahman, S. A., & Santosa, R. (2026). Pemberdayaan perempuan melalui pelatihan kewirausahaan, inklusi keuangan digital, dan penguatan UMKM berbasis gender responsif sebagai strategi meningkatkan kemandirian ekonomi dan daya saing usaha. *Masyarakat Mandiri: Jurnal Pengabdian dan Pembangunan Lokal*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.62951/masyarakatmandiri.v3i1.2713>
- Warmadewi, A. A. I. M., Gunawarman, A. A. G. R., Dewi, I. G. A. A. I. S., Devi, N. K. D. P., Yuliasih, N. L. M. M., & Kusuma, I. M. A. (2024). Upaya pengembangan potensi ekonomi kreatif dan pelestarian bahasa Bali melalui program pemberdayaan masyarakat di sentra pengrajin gerabah, Banjar Binoh, Desa Ubung Kaja. *Jurnal Abdidas*, 5(5), 511–518. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v5i5.1011>
- Widodo, Z. D., Wijastuti, S., Handoko, T., Alhusin, S., Vanesa, P. R., & Rahmadani, N. (2024). Sosialisasi kewirausahaan untuk mengembangkan potensi ibu rumah tangga mandiri dalam ekonomi kreatif. *GANESHA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 94–98. <https://doi.org/10.36728/ganesha.v4i1.3159>
- Zuriati, Z., Subyantoro, E., Asrowardi, I., & Dwi Putra, S. (2024). Pelatihan pemasaran digital pada UMKM Dapur Omah Cinta: Langkah menuju transformasi digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(4), 6120–6127. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i4.4843>