



## Optimalisasi Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Produksi dan Penjualan Dupa di Toko Dupa Ganesha Galang Jaya, Ketewel

Ni Made Wisni Arie Pramuki<sup>1</sup>, Ni Putu Ayu Kusumawati<sup>2</sup>, Ni Putu Yeni Yuliantari<sup>3</sup>,  
Gusti Alit Suputra<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Hindu Indonesia Denpasar  
e-mail: [wisnari Pramuki@gmail.com](mailto:wisnari Pramuki@gmail.com)

Received: 5 June 2025, Revised: 19 June 2025, Accepted: 21 July 2025

DOI: <https://doi.org/10.54099/jpma.v4i3.1422>

### Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan dan pemasaran digital pada Toko Dupa Ganesha Galang Jaya di Ketewel yang juga memproduksi dupa secara mandiri. Dengan melakukan optimalisasi penyusunan laporan keuangan yang lebih terstruktur dan terintegrasi dengan proses produksi, serta penerapan strategi pemasaran digital yang tepat sasaran dan inovatif, diharapkan usaha mikro ini dapat secara signifikan meningkatkan volume produksi serta memperluas jaringan penjualan secara online, baik di pasar lokal maupun nasional. Kegiatan pengabdian meliputi pelatihan intensif dalam penyusunan laporan keuangan, pendampingan penggunaan berbagai platform digital untuk pemasaran, serta evaluasi dan monitoring hasil secara berkelanjutan guna mendukung keberlanjutan dan daya saing usaha di era digital. Dengan pendekatan ini, pengabdian diharapkan dapat memperkuat kapabilitas pelaku usaha dalam mengelola aspek keuangan dan pemasaran secara profesional, modern, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

**Kata kunci:** optimalisasi keuangan, pemasaran digital, produksi dupa, penjualan online.

### Abstract

This community service aims to improve the effectiveness of financial management and digital marketing at the Ganesha Galang Jaya Incense Store in Ketewel, which also produces incense independently. By optimizing the preparation of more structured financial reports that are integrated with the production process, as well as implementing targeted and innovative digital marketing strategies, it is hoped that this micro-business can significantly increase production volume and expand its online sales network, both in local and national markets. Community service activities include intensive training in preparing financial reports, mentoring in the use of various digital platforms for marketing, and continuous evaluation and monitoring of results to support the sustainability and competitiveness of businesses in the digital era. With this approach, community service is expected to strengthen the capabilities of business actors in managing financial and marketing aspects in a professional, modern, and adaptive manner to technological developments.

**Keywords:** financial optimization, digital marketing, incense production, online sales.

### 1. PENDAHULUAN

Toko Dupa Ganesha Galang Jaya yang berlokasi di Ketewel merupakan salah satu usaha mikro yang memproduksi dan menjual dupa secara mandiri. Usaha ini memiliki potensi besar untuk berkembang mengingat meningkatnya permintaan pasar baik di tingkat lokal maupun nasional. Namun, dalam menghadapi persaingan bisnis yang



semakin ketat dan tuntutan perkembangan teknologi, usaha mikro ini masih menghadapi berbagai tantangan terutama dalam aspek pengelolaan keuangan dan pemasaran produk secara digital. Oleh karena itu, pengembangan kapasitas di kedua aspek tersebut menjadi hal yang sangat penting untuk mendukung keberlanjutan dan peningkatan daya saing usaha.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra adalah kurangnya sistem pengelolaan laporan keuangan yang terstruktur dan terintegrasi dengan kegiatan produksi. Hal ini menyebabkan pemilik usaha kesulitan dalam memantau arus kas, menghitung biaya produksi secara akurat, serta merencanakan keuangan untuk pengembangan usaha. Secara empiris, sistem informasi akuntansi memiliki peranan penting dalam meningkatkan kemajuan usaha kecil (Trisnadewi dan Amlayasa, 2020). Kusumawati, dkk (2023) menjelaskan bahwa pelaku usaha penting memahami akuntansi sebagai sumber informasi keuangan yang dapat digunakan untuk mempertahankan keberlanjutan usahanya. Selain itu, mitra juga mengalami keterbatasan dalam memanfaatkan platform pemasaran digital secara optimal, sehingga jangkauan pasar dan volume penjualan menjadi terbatas. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran online menjadi hambatan dalam menghadapi perkembangan tren bisnis yang semakin mengarah ke digitalisasi. Tingkat adopsi pelaku usaha terhadap teknologi informasi dan komunikasi media sosial masih sangat rendah (Pramuki dan Ayu, 2019)

Identifikasi masalah lebih lanjut menunjukkan bahwa pelaku usaha belum memiliki strategi pemasaran digital yang terencana dan konsisten, termasuk penggunaan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi dan penjualan. Keterbatasan dalam pemasaran digital juga berdampak pada rendahnya visibilitas produk di pasar yang lebih luas. Di sisi lain, tanpa pengelolaan keuangan yang baik, pelaku usaha sulit untuk mengukur profitabilitas dan mengoptimalkan penggunaan dana dalam operasional dan ekspansi usaha. Oleh sebab itu, permasalahan ini perlu segera diatasi dengan pendekatan yang sistematis dan berkelanjutan.

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan bertujuan untuk memberikan pendampingan dan pelatihan dalam penyusunan laporan keuangan yang efektif serta optimalisasi pemasaran digital pada Toko Dupa Ganesha Galang Jaya. Melalui kegiatan ini, diharapkan pemilik dan pengelola usaha dapat mengembangkan kemampuan dalam mengelola keuangan secara profesional serta mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang tepat sasaran. Selain itu, pengabdian ini juga akan mengedukasi mitra tentang pentingnya integrasi antara aktivitas produksi, pengelolaan keuangan, dan pemasaran untuk mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

Dengan mengatasi masalah tersebut, usaha mikro Toko Dupa Ganesha Galang Jaya diharapkan dapat meningkatkan volume produksi serta memperluas pangsa pasar melalui penjualan online yang lebih efektif. Pendekatan ini juga diharapkan dapat mendorong peningkatan kesejahteraan pelaku usaha melalui pengelolaan bisnis yang lebih efisien dan profesional. Oleh karena itu, pengabdian ini selain memberikan kontribusi bagi kemajuan mitra, juga berkontribusi dalam pemberdayaan ekonomi lokal serta pengembangan UMKM di Ketewel.

## 2. METODE

### a. Pendataan dan Analisis Awal

- 1) Melakukan survei dan wawancara mendalam dengan pengelola toko untuk memahami kondisi pengelolaan keuangan dan pemasaran saat ini.
- 2) Mengumpulkan data terkait proses produksi, pencatatan keuangan, dan aktivitas pemasaran digital yang sudah berjalan.
- 3) Analisis kebutuhan utama yang mendesak untuk ditingkatkan.



- b. **Penyusunan Modul Pelatihan Keuangan dan Pemasaran Digital**
  - 1) Menyusun modul pelatihan yang disesuaikan dengan tingkat kemampuan dan kebutuhan mitra.
  - 2) Modul keuangan fokus pada pencatatan arus kas, biaya produksi, dan penyusunan laporan keuangan sederhana.
  - 3) Modul pemasaran digital fokus pada pemanfaatan media sosial, pembuatan konten digital, penggunaan marketplace, dan dasar pengelolaan iklan digital.
- c. **Pelatihan Intensif dan Praktik Langsung**
  - 1) Melaksanakan pelatihan secara tatap muka, memberikan materi dan praktik langsung di tempat usaha.
  - 2) Latihan membuat laporan keuangan harian dan bulanan untuk usaha guna membiasakan pencatatan terstruktur.
  - 3) Praktik penggunaan media sosial dan marketplace untuk pemasaran, termasuk pembuatan akun, pengelolaan postingan, dan interaksi dengan pelanggan.
- d. **Evaluasi dan Optimasi Implementasi**
  - 1) Melakukan monitoring dan evaluasi hasil implementasi, seperti kemajuan dalam pencatatan keuangan dan peningkatan penjualan online.
  - 2) Mengumpulkan feedback dari mitra untuk memperbaiki proses pendidikan dan pendampingan.
  - 3) Menganalisis data hasil usaha untuk memberikan masukan optimasi lebih lanjut.
- e. **Dokumentasi dan Pelaporan**
  - 1) Mendokumentasikan seluruh proses dan hasil kegiatan pengabdian secara lengkap sebagai bahan laporan.
  - 2) Menyusun rekomendasi strategis terkait pengelolaan keuangan dan pemasaran digital ke depan bagi mitra.

Adapun **partisipasi mitra pengabdian** sangat diharapkan demi kesuksesan program kerja tim PKM. Partisipasi mitra dalam pelaksanaan PKM ini antara lain menyatakan kesediaan untuk menyiapkan tempat untuk melakukan kegiatan PKM. Selain itu bersedia untuk mengikuti kegiatan secara aktif selama berlangsungnya kegiatan sebagai bentuk umpan balik (*feed-back*) ketika mitra mengalami kebingungan atau kurang memahami atas materi yang diberikan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Kegiatan pengabdian diawali dengan tahap pendataan dan analisis awal melalui survei dan wawancara mendalam dengan pemilik dan pengelola Toko Dupa Ganesha Galang Jaya. Dari tahap ini, diperoleh gambaran jelas mengenai permasalahan utama, yaitu kurangnya sistem pengelolaan keuangan yang terstruktur dan keterbatasan dalam pemanfaatan pemasaran digital. Data terkait proses produksi dan pencatatan keuangan saat ini menunjukkan kurangnya pencatatan yang rapi dan konsisten sehingga sulit untuk perencanaan keuangan yang matang. Di sisi pemasaran, pemilik juga belum optimal dalam menggunakan media sosial dan marketplace sebagai saluran penjualan dan promosi.

Selanjutnya, dilakukan penyusunan modul pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan mitra. Modul keuangan difokuskan pada pencatatan arus

kas, biaya produksi, dan penyusunan laporan keuangan sederhana yang mudah dipahami. Modul pemasaran digital berisi teknik pembuatan konten menarik di media sosial, cara memanfaatkan marketplace secara efektif, serta pengenalan dasar pengelolaan iklan digital. Penyusunan modul ini bertujuan agar pelatihan bisa disampaikan dengan jelas dan langsung dapat diterapkan oleh mitra dalam aktivitas keseharian usahanya.

Pada tahap pelatihan intensif dan praktik langsung, mitra diberikan materi dan kesempatan berlatih membuat laporan keuangan harian dan bulanan. Mitra juga secara langsung diarahkan untuk membuat dan mengoptimalkan akun toko di media sosial serta marketplace. Pelatihan ini meningkatkan pemahaman sekaligus keterampilan mitra dalam mengelola keuangan serta memperluas jangkauan pemasaran produk melalui kanal online. Mitra mulai mampu mencatat pemasukan dan pengeluaran dengan lebih teratur, serta aktif memposting dan berinteraksi dengan pelanggan digital yang menunjang peningkatan volume penjualan.

Evaluasi hasil implementasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pengelolaan keuangan yang lebih rapi dan transparan, serta peningkatan performa pemasaran digital. Mitra berhasil membuat laporan keuangan yang membantu mengetahui profitabilitas dan pengelolaan biaya produksi secara lebih tepat. Pada sisi pemasaran, toko dupa mulai mendapatkan lebih banyak interaksi dan pesanan melalui media sosial dan marketplace, sehingga volume penjualan secara online meningkat. Data ini menunjukkan keberhasilan pengabdian dalam menjawab masalah utama yang dihadapi mitra.

Seluruh proses kegiatan dan hasilnya didokumentasikan secara lengkap sebagai bahan pelaporan dan referensi pengembangan program serupa di masa depan. Mitra juga mendapatkan rekomendasi strategis untuk terus mengoptimalkan pengelolaan keuangan dan pemasaran digital. Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya memberikan solusi jangka pendek, tetapi juga membangun fondasi yang kuat bagi kelangsungan dan pengembangan usaha Toko Dupa Ganesha Galang Jaya, sekaligus memberdayakan pelaku UMKM di wilayah Ketewel secara berkelanjutan.

Berikut merupakan dokumentasi kegiatan pengabdian kepada Masyarakat.



#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan kemampuan mitra dalam pengelolaan keuangan dan pemanfaatan pemasaran digital. Melalui pelatihan, pendampingan, dan evaluasi, mitra mampu menerapkan pencatatan keuangan yang lebih rapi dan memanfaatkan media sosial serta marketplace sebagai sarana promosi



yang efektif. Hal ini berdampak positif pada peningkatan produksi dan penjualan produk dupa di Toko Dupa Ganesha Galang Jaya.

Selain memberikan solusi teknis, kegiatan ini juga memberdayakan mitra untuk lebih mandiri dan percaya diri dalam mengelola usaha mereka secara berkelanjutan. Rekomendasi strategis yang diberikan menjadi fondasi penting untuk pengembangan usaha di masa depan dan memberikan kontribusi signifikan dalam peningkatan kapasitas UMKM di Ketewel secara umum.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kusumawati, N. P. A., Pramuki, N. M. W. A., Pratiwi, N. P. T. W., Ayu, P. C., Hutnaleontina, P. N., Yuliantari, N. P. Y., & Suputra, G. A. (2023). Pelatihan Perencanaan Dan Pengelolaan Keuangan Bagi Kube Sari Jaya Di Desa Sumerta Kauh-Denpasar. *Jurnal Sewaka Bhakti*, 9(1), 9-15.
- Trisnadewi, A., Amlayasa, A. A. B., & Rupa, I. W. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Siskeudes Dalam Meningkatkan Kualitas Laporan Keuangan Dana Desa. *Jurnal Akuntansi*.  
<https://ejournal.unib.ac.id/index.php/JurnalAkuntansi/article/view/9346>
- Pramuki, N. M. W., & Cita Ayu, P. (2020). Antecedents of the Use of MSME Social Media: In The Perspective of Technology Acceptance Model Theory. *International Journal of Contemporary Research and Review*, 11(04), 21776-21786.  
<https://doi.org/10.15520/ijcrr.v11i04.800>