

Pelatihan Manajemen Produksi, Keuangan, dan Pemasaran Kelompok Pengrajin Bambu untuk Keberlanjutan Usaha di Desa Sidetapa, Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng, Bali

Ni Made Wahyuni¹, Made Setini², Kadek Goldina Puteri Dewi³

^{1,2,3}Universitas Warmadewa, Denpasar

¹mdwahyuni17@gmail.com

Received: 6 Oktober 2025; Revised: 18 November 2025; Accepted: 2 Desember 2025

Abstract

Bamboo woven products support business to business and have social and economic value in Sidetapa Village, Buleleng Regency, Bali. However, product and marketing competition creates problems for bamboo craftsmen such as assets and stagnant turnover. By considering the partners' problems, based on situational analysis, the purpose of this community service activity is to provide solutions and implementation of management aspects such as production, financial, and marketing management for the sustainability of bamboo craftsmen in Sidetapa Village. The targeted activity output is an increase in the level of empowerment in the aspects of production, finance, and marketing. The methods used are pre-test, socialization and counseling, training, mentoring, and evaluation. The results of the community service show positive changes in the attitudes, knowledge, and behavior of partners in managing bamboo weaving businesses. Mira showed an increase in the level of production empowerment, able to use electric machine technology for business effectiveness. Partners showed an increase in the level of marketing empowerment with the ability to design products that function to meet the needs and desires of business to business, build relationships related to the distribution of business results, and use technological devices (cell phones) to market products on social media such as Facebook (FB). Mira showed an increase in the level of empowerment of business management and financial governance, distinguishing between business and personal cash flow, being able to create a balance sheet, being able to compile sales, cost, and profit reports, and being able to manage profits to increase business capital (for example, purchasing bamboo raw materials, replacing equipment such as saws, knives, blakas that have worn out or reached the end of their economic life. The implications of this service are stimulating the potential for the development of multi-functional bamboo businesses for sustainable performance.

Keywords: manajemen; business to business; anyaman bambu; Desa Sidetapa

Abstrak

Produk anyaman berbahan bambu mendukung business to business memiliki nilai sosial dan ekonomis di Desa Sidetapa, Kabupaten Buleleng, Bali. Namun, persaingan produk dan pemasaran membuat problem di pengrajin bambu seperti aset dan omzet tidak mengalami pertumbuhan. Dengan mempertimbangkan problem mitra, berdasarkan analisis situasi, tujuan kegiatan pengabdian ini untuk memberikan solusi dan implementasi aspek manajemen seperti manajemen produksi, keuangan, dan pemasaran untuk keberlanjutan pengrajin bambu di Desa



Sidetapa. Output kegiatan yang ditargetkan adalah peningkatan level keberdayaan dari aspek produksi, keuangan, dan pemasaran. Metode yang digunakan adalah pre-test, sosialisasi dan penyuluhan, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Hasil pengabdian menunjukkan perubahan positif sikap, pengetahuan dan perilaku mitra dalam mengelola usaha anyaman bambu. Mira menunjukkan adanya kenaikan tingkat keberdayaan produksi, mampu menggunakan teknologi mesin listrik untuk efektivitas usaha. Mitra menunjukkan adanya kenaikan tingkat keberdayaan pemasaran dengan kemampuan mendesain produk yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan business to business, membangun hubungan yang terkait dengan distribusi hasil usaha, dan menggunakan perangkat teknologi (HP) untuk memasarkan produk di media sosial seperti Facebook (FB). Mira menunjukkan adanya kenaikan tingkat keberdayaan manajemen usaha dan tata kelola keuangan, membedakan aliran uang usaha dan pribadi, mampu membuat neraca, mampu menyusun laporan penjualan, biaya, dan profit, serta mampu mengelola keuntungan untuk menambah modal usaha (misalnya membeli bahan baku bambu, mengganti peralatan seperti gergaji, pisau, blakas yang telah aus atau habis umur ekonomisnya. Implikasi pengabdian ini, merangsang potensi perkembangan usaha bambu multi-fungsi untuk kinerja berkelanjutan.

Kata Kunci: manajemen; business to business; anyaman bambu; Desa Sidetapa

A. PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Desa Sidetapa, Kecamatan Banjar dengan luas wilayah 1690 Ha terletak di wilayah Kabupaten Buleleng. Dengan topografi desa berbukit-bukit, Desa Sidetapa merupakan desa unik di Provinsi Bali, dengan pemandangan alam sangat indah, sumber daya alam seperti pohon cengkeh, buah durian, buah manggis, pohon bambu, kemudian didukung oleh penduduk ramah, pekerja keras, dan tingkat gotong-royong yang tinggi. Terletak di ketinggian 500-700 dari permukaan laut, desa ini memiliki suhu udara yang sejuk serta masyarakat yang menjaga alam dan kearifan lokal warisan leluhur yang memberikan mereka penghidupan.

Anyaman industri bambu yang memproduksi perangkat rumah tangga dan pendukung *business to business* memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi dan berperan penting sebagai sumber pendapatan masyarakat merupakan salah satu industri kreatif yang melestarikan nilai-nilai warisan leluhur yang bernilai jual (Fahmi *et al.*, 2016). Anyaman bambu dikenal sebagai keterampilan, bakat mengolah hasil alam

menjadi produk rumah tangga dan pendukung *business to business* yang ramah lingkungan pendukung *green economy*. Wilayah Indonesia, Bali, dan khususnya Desa Sidetapa dengan kontur tanah berbukit-bukit cocok untuk berkembang biaknya bambu mendukung kewirausahaan. Program ekonomi berbasis inovasi hijau sebagai usaha mewujudkan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, relevan dalam penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan akan menciptakan wirausaha baru dan industri baru (Ebrahimi & Mozaffar, 2017).

Terkait keunggulan desa, Desa Sidetapa memiliki sumber daya alam dan SDM sangat terampil mengolah bambu menjadi beragam anyaman bambu. Produk bambu ini dimanfaatkan oleh *business to business* atau bisnis lainnya seperti pedagang, distributor sayur-mayur, pengawetan ikan laut (*pindang*), bisnis rumah makan, bisnis restoran, bisnis adat budaya/agama seperti pengusaha banten, bisnis distributor buah-buahan dan bisnis lainnya.

Namun, di samping peluang dan kekuatan, masih banyak tantangan, kelemahan, dan masalah yang dihadapi untuk keberlanjutan usaha ini. Demikian halnya,

Pelatihan Manajemen Produksi, Keuangan, dan Pemasaran Kelompok Pengrajin

Bambu untuk Keberlanjutan Usaha di Desa Sidgetapa, Kecamatan Banjar,

Kabupaten Buleleng, Bali

Ni Made Wahyuni, Made Setini, Kadek Goldina Puteri Dewi

kelompok wanita pengrajin yaitu Side Rahayu yang beranggotakan 14 orang menghadapi problem sebagai usaha ekonomi kreatif. Kelompok pengrajin ini menjadi mitra pengabdian. Keberadaan kelompok Side Rahayu yang terpencil dan jauh dari keramaian menghadapi ketertinggalan dalam berbagai hal terkait wawasan, pengetahuan dan keterampilan manajemen. Di sisi lain, sampai saat ini, hasil produksi kelompok pengrajin bambu ini masih dibutuhkan serta diminati oleh pasar dan pelanggan.



Gambar 1. Analisis Situasi Mitra

Berdasarkan analisis situasi (Gambar 1), masih ada permasalahan dari aspek ekonomi dan bisnis. Sebagai masyarakat produktif secara ekonomi, maka permasalahan prioritas mitra meliputi bidang produksi, manajemen usaha dan pemasaran (hulu hilir usaha).

Kondisi ekonomi dan bisnis saat ini terkait mitra, yakni sampai saat ini mitra mengalami permasalahan di aspek produksi, pemasaran, sosial kemasyarakatan, dan manajemen usaha atau tata kelola keuangan.

Permasalahan di mitra di aspek manajemen produksi, mitra belum mampu berproduksi secara kontinyu, belum mampu menggunakan peralatan produksi berteknologi inovasi. Dari aspek sarana produksi, peralatan produksi masih menggunakan alat-alat tradisional yang kurang memadai, yang berakibat output produksi kurang maksimal.

Mitra belum memiliki peralatan proses menghasilkan anyaman bambu multifungsi yang memadai.

Dari sisi manajemen usaha dan tata kelola keuangan, mitra tidak mampu mengelola aliran kas masuk-keluar, tidak mampu mencatat laporan laba rugi, dan neraca. Dari aspek keuangan, mitra belum memiliki pengetahuan tata pembukuan keuangan yang benar. Mitra tidak mampu mengelola modal usaha, sehingga keuangan usaha dan uang milik pribadi digabungkan, yang berefek pada stagnannya aset dan modal.

Dan, pada aspek pemasaran, saat ini pemasaran hanya dari mulut ke mulut (WOM). Mitra memasarkan hasil produksi hanya berdasarkan pesanan, hanya dipasarkan seputar kecamatan. Mereka belum memiliki merek (*branding*), tidak ada plang papan nama usaha. Berdasarkan observasi dan wawancara, mitra belum menggunakan teknik pemasaran digital di platform sosial media bisnis secara online. Atas permasalahan tersebut, kelompok pengrajin bambu ini sangat membutuhkan dukungan. Kemudian, di Desa Sidgetapa masih ada kategori keluarga miskin ekstrim untuk hidup lebih layak (www.dinsos.bulelengkab.go.id).

Akselerasi inovasi dan kolaborasi perguruan tinggi (PT) dan mitra menjadi kunci yang mendukung penyelesaian permasalahan kinerja usaha kelompok mitra. Dalam menghadap tantangan mitra dalam mengelola usaha berbahan bambu, pemberdayaan dan pelatihan menjadi solusi atas permasalahan mitra. Menurut kajian teori, orientasi pasar dan kemampuan pemasaran meningkatkan kinerja usaha (Wahyuni & Sara, 2020). Selanjutnya, orientasi pemasaran seorang wirausaha yang kuat (Wahyuni dan Sara, 2020) terhadap perangkat operasional yang selaras dengan manajemen keuangan, sumber daya, perencanaan, pengorganisasian, aktualisasi manajemen, dan pengendalian proses mendukung kinerja usaha. Keselarasan strategis antara kapasitas internal dan peluang eksternal berdampak pada pertumbuhan bisnis UMKM (Hanoum et al., 2025). Literatur



pemasaran menegaskan bahwa manajemen pemasaran dengan memanfaatkan media sosial akan menciptakan niat dan perilaku pembelian konsumen (Boateng, 2015; Susanto et al., 2023), pemasaran dan peningkatan teknologi di produksi bambu meningkatkan nilai komersial (Sawarkar et al., 2020). Praktik baru di bidang manajerial seperti pelatihan dan pembinaan akan menguatkan hubungan produsen (dan atau penjual) dengan pelanggan mereka (Bagozzi, 2006).

Selanjutnya, dalam rangka menawarkan solusi, maka tahap-tahap pemberdayaan, yakni sosialisasi tentang peran manajemen terhadap kinerja bisnis, dilanjutkan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan, serta evaluasi.

Tujuan dari program pengabdian kepada masyarakat (PKM) Universitas Warmadewa ini adalah untuk memberikan edukasi sikap, pengetahuan, dan keterampilan manajemen yang diperlukan untuk menguatkan usaha produksi barang berbahan bambu.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Kelompok pengrajin Side Rahayu dipimpin oleh Ibu Made Widiami dengan anggota kelompok berjumlah 14 orang menjadi lokasi pengabdian. Pelaksanaan di bulan Juli-Agustus 2025. Seluruh peserta berjenis kelamin wanita yang tergabung di kelompok Side Rahayu dengan rentang usia 20-60 tahun. Langkah dan tahapan secara konkret dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi
2. Penyuluhan
3. Pelatihan
4. Penerapan teknologi menjadi stimulus bagi mitra untuk selanjutnya di masa-masa yang akan datang mengelola proses produksi dengan peralatan tradisional maupun peralatan berteknologi inovatif secara efektif dan efisien.
5. Pendampingan dan evaluasi

Mitra berpartisipasi secara aktif dalam pelaksanaan program. Hal ini ditunjukkan dengan semangat mereka hadir di setiap sesi

kegiatan, menyediakan tempat, mengumpulkan anggota kelompok pengrajin Side Rahayu, serta mengikuti kegiatan sampai selesai.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang dihasilkan dari analisis situasi, proses observasi, dan wawancara dengan mitra yang berlangsung di wilayah Desa Sidetapa, Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng, yang dijalankan oleh tim pengabdian, menemukan permasalahan yang menjadi pijakan utama dalam memberikan solusi dan merumuskan strategi pengembangan usaha anyaman bambu, melalui pemberdayaan kepada masyarakat (Gambar 2).



Gambar 2. Observasi Tim Pengabdian kepada Mitra

Pelaksanaan pengabdian dalam bentuk sosialisasi, pelatihan, penyuluhan, penyerahan peralatan berteknologi dan monitoring evaluasi dilaksanakan selama 2 bulan mulai bulan Juli-Agustus 2025 (Gambar 3).

Tahap sosialisasi berbentuk presentasi dan tanya jawab tentang pengetahuan manajemen atau metode mengelola usaha mulai dari aspek produksi dan operasi, aspek mengelola keuangan usaha, dan aspek pemasaran sebagai upaya memenuhi kebutuhan & keinginan konsumen dengan cara memproduksi produk-produk bambu berdaya guna bagi bisnis lanjutan.

Tahap sosialisasi juga memberikan penjelasan awal terkait pengetahuan fungsi-fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, aktualisasi, dan kontrol atau evaluasi kegiatan perusahaan (POAC). Kemudian, tahap penyuluhan menegaskan

Pelatihan Manajemen Produksi, Keuangan, dan Pemasaran Kelompok Pengrajin

Bambu untuk Keberlanjutan Usaha di Desa Sidgetapa, Kecamatan Banjar,

Kabupaten Buleleng, Bali

Ni Made Wahyuni, Made Setini, Kadek Goldina Puteri Dewi

kesadaran pentingnya sikap dan pengetahuan mengelola produksi dengan efektif & efisien.



Gambar 3. Penyerahan Alat dan Sosialisasi

Penyuluhan manajemen pemasaran memperjelas pengetahuan cara merancang pemasaran secara *online* di platform media sosial yakni Facebook dengan nama Citra Baliaga Keben. Penyuluhan manajemen keuangan mengemukakan wawasan pengetahuan seperti: memisahkan uang usaha, uang pribadi, modal, dan keuntungan; mencatat arus kas masuk dan arus kas keluar; mengelola utang dan piutang (tagihan); mencatat dan mengatur tata kelola keuangan usaha dan pribadi, sehingga mitra mengetahui profit usaha. Tim pengabdian dibantu mahasiswa membagikan buku tulis dan pulpen sebagai perangkat melakukan sosialisasi, penyuluhan, dan praktik.



Gambar 4. Monitoring dan Evaluasi

Tahap pelatihan, di aspek produksi dilaksanakan simulasi menggunakan mesin berteknologi dan inovasi untuk mempercepat produksi dan pemenuhan pesanan konsumen. Pelatihan pemasaran dengan praktik mengelola pemasaran oleh mitra dan anggota

di aplikasi *Facebook*. Pelatihan manajemen usaha dengan praktik membuat neraca dan laporan laba rugi sederhana untuk menghitung penjualan, mencatat biaya, dan mengetahui profit selama periode tertentu.

Keberhasilan program dapat diamati dari beberapa indikator. Peserta yang terdiri atas kelompok pengrajin bambu di Desa Sidgetapa saat antusias dalam proses pengabdian ini, mulai dari mengumpulkan anggota kelompok pengrajin, mendiskusikan lokasi, waktu, teknik tatap muka, dan menyiapkan peralatan untuk simulasi produksi (Gambar 4).

Tabel 1. Level keberdayaan mitra

Aspek	Manajemen	
	Sebelum	Setelah PKM
Produksi	Belum mampu memproduksi dengan teknologi.	Mampu naik 57%-80%
Keuangan	Belum mampu mengelola keuangan usaha.	Mampu naik 57%-80%
Pemasaran	Belum mampu mengelola pemasaran <i>online</i> .	Mampu naik 57%-80%



Gambar 5. Level Keberdayaan Sebelum dan Setelah Pemberdayaan Mitra

Sebelum kegiatan dilaksanakan *pre-test* dengan membagikan kuesioner yang berisi pertanyaan topik manajerial atau pengelolaan usaha. Setelah berakhirnya kegiatan kembali dibagikan kuesioner (*post-test*). Keberhasilan

kegiatan pemberdayaan ditampilkan pada Tabel 1 dan Gambar 5.

Faktor-faktor pendorong kesuksesan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah kemauan mitra untuk belajar, kesediaan berkolaborasi dan bekerja sama dengan tim pengabdian untuk merealisasi kegiatan.

Sedangkan penghambat pelaksanaan program yakni jarak PT dengan lokasi pengabdian, jarak antara anggota mitra yang berjauhan di wilayah dusun/desa, dan mitra yang juga berprofesi sebagai buruh lepas tenaga pemotik cengkeh, kopi, dan ibu rumah tangga serta acara budaya adat agama di desa. Namun, dengan komunikasi dan koordinasi semua hambatan bisa teratasi dengan baik. Luaran program dihasilkan mitra sebagai indikator keberhasilan program yakni peningkatan level keberdayaan dari aspek produksi, level keberdayaan aspek pemasaran dan distribusi, dan level keberdayaan dari aspek mengelola keuangan usaha, menyusun neraca sederhana, dan menghitung pendapatan-biaya-keuntungan per periode misalnya 1 minggu.

D. PENUTUP

Simpulan

Hasil dari penerapan manajemen produksi, pemasaran, dan tata kelola keuangan dapat terlihat dalam peningkatan. Melalui perubahan yang signifikan dalam pengetahuan dan praktik produksi, terjadi peningkatan jumlah dan jenis produk. Melalui perubahan positif dalam pengetahuan dan praktik pemasaran, terjadi peningkatan pangsa pasar, pelanggan, dan peningkatan metode pemasaran di *Facebook*. Melalui perubahan positif dalam pengetahuan dan praktik tata kelola keuangan, terjadi peningkatan kemampuan membuat laporan laba/rugi, membuat neraca yang menggambarkan aset, utang, dan modal sendiri, serta kemampuan mengalokasikan profit ke aset seperti peralatan produksi yang mendukung proses produksi bambu.

Saran

Desa Sidetapa Buleleng memiliki keunggulan sumber daya alam dan SDM yang semangat dan keterampilan menganyam bambu uang fungsional dalam business to business. Disarankan kelompok mitra dan masyarakat desa terus mendukung konsep dan ilmu manajemen yang telah dimiliki untuk mengatur bisnis produk berbahan bambu mencapai tujuan dengan efektif dan efisien serta pencapaian kesejahteraan, kesetaraan gender, keberlanjutan dalam jangka panjang.

Ucapan Terima Kasih

Tim Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Universitas Warmadewa atas hibah pendanaan program penagabdian institusi tahun 2025 skema pengabdian kepada masyarakat (PKM) dengan Surat Keputusan (SK) Rektor Universitas Warmadewa Nomor: 1055/UNWAR/PD-02/2025 tentang Penetapan Penerima Hibah Pengabdian Kepada Masyarakat Internal Universitas Warmadewa Tahun 2025. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Perbekel dan staf Desa Sidetapa atas ijin, kerjasama, dan penyediaan tempat dalam menjalani kegiatan pelatihan ini.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Bagozzi, R. P. (2006). The role of social and self-conscious emotions in the regulation of business-to-business relationships in salesperson-customer interactions. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 7, 453–457. <https://doi.org/10.1108/08858620610708948>
- Boateng, H. A. F. O. (2015). Consumers' attitude towards social media advertising and their behavioural response The moderating role of corporate reputation. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 9(4), 299–312. <https://doi.org/10.1108/JRIM-01-2015-0012>
- Ebrahimi, P., & Mozaffar, S. (2017). Green entrepreneurship and green innovation for SME. *Eurasian Business Review*.

Pelatihan Manajemen Produksi, Keuangan, dan Pemasaran Kelompok Pengrajin Bambu untuk Keberlanjutan Usaha di Desa Sidgetapa, Kecamatan Banjar,

Kabupaten Buleleng, Bali

Ni Made Wahyuni, Made Setini, Kadek Goldina Puteri Dewi

<https://doi.org/10.1007/s40821-017-0073-9>

Fahmi, F. Z. S. K. J. van D. (2016). The location of creative industries in a developing country: The case of Indonesia. *JCIT*, 59, 66–79. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2016.06.005>

Hanoum, S., Palalic, R., Durman, T. Y., & Shubbak, M. (2025). Enhancing SME performance through e - business : the interplay of ambidexterity and entrepreneurial orientation in technology parks. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1186/s13731-025-00556-y>

Sawarkar, A. D., Shrimankar, D. D., Kumar, A., Kumar, A., Singh, E., Singh, L., Kumar, S., & Kumar, R. (2020). Industrial Crops & Products Commercial clustering of sustainable bamboo species in India. *Industrial Crops & Products*, 154(June), 112693. <https://doi.org/10.1016/j.indcrop.2020.12693>

12693

Susanto, P., Hoque, M. E., Shah, N. U., Candra, A. H., Hashim, N. M. H. N., & Abdullah, N. L. (2023). Entrepreneurial orientation and performance of SMEs: the roles of marketing capabilities and social media usage. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(2), 379–403. <https://doi.org/10.1108/JEEE-03-2021-0090>

Wahyuni, N. M. (2020). *The effect of entrepreneurial orientation variables on business performance in the SME industry context*. 32(1), 35–62. <https://doi.org/10.1108/JWL-03-2019-0033>

Wahyuni, N. M., & Sara, I. M. (2020). Market Orientation and Innovation Performance: Mediating Effects of Customer Engagement in SMEs. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(1), 28–37. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i1.2040>