

# Geliat Upaya Pertumbuhan Ekonomi Melalui Inisiasi Pembentukan Sentra Ukm Sorgum Desa Telaga

Sunitha Devi<sup>1</sup>, Lucy Sri Musmini<sup>2</sup>, A.A.N. Yudha Martin Mahardika<sup>3</sup>

1,2,4Jurusan Ekonomi dan Akuntansi, FE UNDIKSHA;<sup>3</sup> Jurusan Manajemen, FE UNDIKSHA

e-mail: \*[sunitha.devi@undiksha.ac.id](mailto:sunitha.devi@undiksha.ac.id)

## Abstrak

*Desa Telaga memiliki potensi ekonomi yang besar, terutama dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) olahan sorgum. Namun, para pelaku UMKM di desa ini menghadapi sejumlah tantangan signifikan yang menghambat pertumbuhan usaha mereka, termasuk masalah dalam hal kemasan produk, pemasaran digital, dan pencatatan keuangan. Untuk mengatasi permasalahan ini, sebuah program pengabdian kepada masyarakat telah dirancang, yang berfokus pada pelatihan dan pendampingan intensif. Melalui implementasi program ini, para pelaku UMKM sorgum di Desa Telaga kini mampu melakukan branding produk mereka, menguasai strategi pemasaran digital, dan mengelola pencatatan keuangan dengan lebih modern. Keberhasilan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk dan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.*

**Kata kunci**— *Sorgum, Packaging produk, Digital marketing, Pembukuan*

## Abstract

*Telaga Village has great economic potential, especially in the development of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) processing sorghum. However, MSME players in this village face a number of significant challenges that hinder the growth of their businesses, including problems with product packaging, digital marketing, and financial record keeping. To overcome these problems, a community service program has been designed, focusing on intensive training and mentoring. Through the implementation of this program, sorghum MSME players in Telaga Village are now able to brand their products, master digital marketing strategies, and manage financial records in a more modern way. This success is expected to increase product competitiveness and community welfare in a sustainable manner.*

**Keywords**— *Sorghum, Product packaging, Digital marketing, Bookkeeping*

## 1. INTRODUCTION

Sorgum merupakan salah satu tanaman alternatif yang dapat digunakan sebagai pengganti pangan sehat seperti pengganti beras. Sorgum sangat menyehatkan karena mengandung sumber karbohidrat, protein, kalsium dan vitamin B1 yang lebih tinggi dibandingkan dengan beras dan jagung (Arisanti, 2017). Sorgum juga sering disebut dengan istilah “jagung gembal” yang memiliki keterkaitan erat terhadap historis kehidupan masyarakat Buleleng. Kepala Dinas Pertanian Kabupaten Buleleng (I Made Sumiarta) menyatakan bahwa kejayaan sorgum di Buleleng dapat dilihat dari patung Singa Ambara Raja yang memegang malai sorgum (Bardono, 2021). Namun, kebutuhan masyarakat akan sorgum

mengalami pasang surut mulai tahun 1980-an, hal ini dikarenakan kebijakan nasional yang menitikberatkan pada beras sebagai bahan pangan utama atau makanan pokok. Hal tersebut menyebabkan budidaya sorgum mulai ditinggalkan mulai tahun 1980-an, karena masyarakat beralih mengkonsumsi beras. Namun jika ditinjau lebih jauh, sorgum sangat potensial untuk diolah menjadi berbagai jenis makanan. Selain itu, budidaya tanaman sorgum juga dapat dilakukan di lahan-lahan kering yang mungkin selama ini tidak potensial untuk dimanfaatkan sebagai lahan perkebunan ataupun lahan bertani jenis tanaman lainnya (Metro Bali, 2021). Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) Bali, Badan Litbang Pertanian (Balitbangtan), serta Kementerian Pertanian terus mendorong potensi sorgum di pulau Dewata Bali

melalui pengembangan dan pembudidayaan sorgum sebagai bahan pangan sehat, pakan ternak, hingga sumber energi yang ramah lingkungan.

Salah satu daerah yang menjadi sentra budidaya sorgum di Bali adalah Kabupaten Buleleng, tepatnya di Desa Telaga Kecamatan Busungbiu (tatkala.com, 2024). Wilayah Desa Telaga yang cukup luas dengan sebagian besar masih berupa lahan produktif untuk pertanian, menyebabkan Desa Telaga terkenal akan sumber daya alam yang mampu memberikan potensi besar sebagai sarana penunjang ekonomi masyarakat Desa Telaga. Keadaan geografis Desa Telaga yang merupakan daerah kering dengan iklim tropis, serta masih memiliki lahan produktif yang luas, tentu sangat mendukung untuk dilakukannya pembudidayaan sorgum, karena tanaman sorgum merupakan tanaman yang tumbuh dan berkembang di lahan kering. Pengembangan sorgum di Desa Telaga telah dilakukan dengan bukti telah adanya benih sorgum yang telah dipanen di Desa Telaga tersebut, bahkan Deputi III Bidang Penganekaragaman Konsumsi dan Keamanan Pangan Badan Pangan Nasional ikut memanen sorgum di Desa Telaga pada tanggal 29 Maret 2024 (tatkala.com, 2024).

Desa Telaga memiliki luas wilayah 834 ha (8,34 km<sup>2</sup>), dengan sebagian besar wilayahnya adalah berupa tanah tegalan dan sawah yaitu mencapai 140,255 ha. Wilayah Desa Telaga yang cukup luas dengan sebagian besar masih berupa lahan produktif untuk pertanian, menyebabkan Desa Telaga terkenal akan sumber daya alam yang mampu memberikan potensi besar sebagai sarana penunjang ekonomi masyarakat Desa Telaga. Potensi pertanian tersebut mengarah ke pertanian tanaman sorgum. Keadaan geografis Desa Telaga yang merupakan daerah yang cukup kering dengan iklim tropis, serta masih memiliki lahan produktif yang luas, tentu sangat mendukung untuk dilakukannya pembudidayaan sorgum, karena tanaman sorgum merupakan tanaman yang tumbuh dan berkembang di lahan yang cukup kering.

Selain dilihat dari kondisi alam yang mendukung pembudidayaan tanaman sorgum, dari sudut pandang ketersediaan sumber daya manusia juga sangat mendukung program pengembangan makanan olahan sorgum di Desa Telaga. Desa Telaga memiliki jumlah penduduk mencapai 1.140 jiwa dan sebagian besar masyarakatnya memiliki lahan perkebunan dan pertanian. Kepala Desa Telaga mengungkapkan bahwa cukup banyak masyarakat juga bergerak sebagai pelaku usaha. Berdasarkan data-data tersebut maka dapat dirumuskan beberapa

prospek yang dapat dikembangkan di Desa Telaga yaitu : 1) potensi lahan pertanian Desa Telaga dalam menghasilkan sorgum tentunya sangat potensial untuk dimanfaatkan, dimana sorgum yang dihasilkan dapat dijadikan sebagai bahan baku berbagai jenis makanan olahan yang tentunya sangat menyehatkan, 2) Edukasi tentang kandungan sorgum yang sangat menyehatkan dibandingkan dengan beras dan jagung karena mengandung sumber karbohidrat, protein, kalsium dan vitamin B1 yang lebih tinggi, yang dapat dijadikan sebagai jargon pada setiap kemasannya yang menarik, tentunya akan menjadi daya tarik promosi tersendiri bagi produk olahan sorgum, sehingga sangat membantu akses pasar yang lebih luas, 3) sumber daya manusia di Desa Telaga yang siap memproduksi berbagai jenis makanan olahan sorgum dengan penuh kreatifitas, inovasi, dan dengan rasa yang tidak kalah enakannya dengan makanan lain berbahan tepung terigu, tentunya dapat dijadikan sebagai daya saing untuk memenangkan pasar.

Konsultan pertanian dari Buleleng (I Nengah Suparna) berharap Desa Telaga mampu mengolah hasil panen sorgumnya menjadi berbagai jenis olahan sorgum seperti bolu sorgum, sorgum *cookies peanut*, sorgum *cookies cornflakes*, pie susu sorgum, roti manis sorgum, *brownies* sorgum, spikuk kenari sorgum, bubur ayam sorghum, hingga *popcorn* sorgum. Potensi Desa Telaga dalam menghasilkan bahan baku sorgum harus dioptimalkan melalui pembuatan unit-unit usaha olahan sorgum yang dapat dijadikan sumber pendapatan masyarakat setempat. Berbagai referensi olahan pangan berbahan dasar sorgum yang dapat diolah oleh masyarakat Telaga guna mendorong roda perekonomian Desa Telaga dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Olahan Sorgum

Sebagai Desa pemula penghasil sorgum, masyarakat Desa Telaga tentu akan mengalami kesulitan didalam pengolahan sorgum, karena sebagian besar masyarakat Desa Telaga selama ini hanya berfokus pada pertanian. Kendala ini kemudian disikapi oleh Kepala Dinas Dagperinkopukm (Drs. Dewa Made Sudiarta, M.Si.) melalui kerjasama dengan pemerintah desa, wirausaha, dan perguruan

tinggi untuk melatih keterampilan masyarakat Desa Telaga membuat olahan sorgum. Tidak hanya berhenti pada kerjasama pelatihan keterampilan membuat olahan, Kepala Dinas Dagperinkopukm juga telah menyusun rencana penguatan manajemen usaha produk olahan sorgum di Desa Telaga guna menjadikan Desa Telaga sebagai salah satu sentra produk sorgum. Manajemen usaha yang perlu dipelajari adalah dari segi tampilan produk termasuk kemasan, *digital marketing* sebagai media promosi, dan juga penyusunan laporan keuangan usaha yang pada umumnya masih sangat minim dimiliki oleh pelaku usaha.

Ditengah upaya pemerintah Kabupaten Buleleng menggalakkan program budidaya tanaman sorgum di Desa Telaga dan menjadikan Desa Telaga sebagai sentra UMKM sorgum, terdapat beberapa kendala yang harus segera diatasi agar program pemerintah tersebut berjalan secara optimal dan berhasil mencapai target yang telah ditetapkan. Saat tim PKM melakukan kunjungan dan observasi ke Kepala Desa Telaga, diperoleh informasi yaitu permasalahan utama yang dihadapi didalam mengembangkan usaha makanan olahan sorgum adalah ketidakmampuan masyarakat didalam membuat olahan sorrgum yang inovatif serta membuat desain kemasan yang menarik. Beliau menyadari bahwa selain kualitas produk, persaingan saat ini lebih menekankan pada nilai visual seperti halnya *packaging* produk. Calon konsumen potensial yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia bahkan di seluruh dunia akan tertarik membeli apabila tampilan visual di media promosi mampu menggugah selera mereka untuk mencoba produk tersebut. Calon konsumen yang berada jauh dari tempat usaha tentu tidak dapat mencoba rasa produk dengan datang segera ke lokasi usaha, maka dari itu diperlukan perantara daya tarik lainnya berupa *packaging* produk yang mampu menggugah selera para calon konsumen untuk mencoba produk tersebut dengan membelinya. Ketika permasalahan *packaging* produk ini akan dikonsepskan alternatif solusinya oleh tim PKM melalui bantuan pembuatan desain kemasan dan juga pelatihan mekanisme *packaging* produk, timbul permasalahan lainnya yaitu pemanfaatan media pemasaran yang tepat sesuai dengan kebutuhan era digital saat ini sehingga pelaku usaha dapat menjangkau pasar potensial secara lebih luas. Selama ini para pelaku usaha hanya menggunakan *WhatsApp* dan *facebook* pribadi dengan kontak pertemanan yang terbatas sebagai media promosi, dan itupun tidak mengikuti konsep-konsep marketing yang tepat. Hal ini terlihat dari ketidakkonsistenan pelaku usaha didalam melakukan promosi di *WhatsApp* ataupun di *facebook* tersebut (terkadang hingga 3 bulan tidak melakukan promosi produk), selain itu pelaku usaha

juga tidak mengenal konten postingan yang menarik bahkan tidak mengetahui cara membuat konten yang menarik. Permasalahan lain yang juga menjadi faktor kunci dalam manajemen usaha adalah informasi keuangan usaha, karena melalui informasi keuangan usaha para pelaku usaha akan dapat mengontrol pengeluaran yang berlebih, mengontrol ketepatan harga pokok ataupun harga jual yang pada akhirnya berpengaruh pada laba usaha. Informasi ini hanya akan bisa didapatkan oleh pelaku usaha hanya jika pelaku usaha memiliki pembukuan. Permasalahan dalam lingkup yang lebih besar yang dihadapi oleh masyarakat Desa Telaga adalah masih cukup banyak masyarakat Desa Telaga tidak memiliki pekerjaan. Jika Desa Telaga mampu mengembangkan potensi sebagai Sentra UMKM sorgum, maka hal ini akan berdampak pula pada pengurangan pengangguran di Desa Telaga dan sekaligus dapat mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Telaga. Berdasarkan input informasi yang diterima dari berbagai kalangan yaitu pemerintah daerah Kabupaten Buleleng, Kepala Desa Telaga, dan telaah informasi pada media pemberitaan, tim PKM terdorong untuk turut serta membantu penanganan permasalahan yang dihadapi tersebut berdasarkan keahlian dari masing-masing tim PKM. Tim PKM akan melakukan *sharring* pengetahuan yang dimiliki terkait dengan inovasi olahan sorgum, pengemasan produk, digital marketing, dan juga penyusunan laporan keuangan usaha, sesuai dengan kebutuhan dunia usaha saat ini.

## 2. METHOD

Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terbagi kedalam lima tahapan yaitu: 1) observasi awal, 2). perencanaan alternatif solusi, 3) pelatihan dan *discsusion*, 4) pendampingan, dan 5) monitoring. Tahap observasi awal akan dilaksanakan dengan melaksanakan FGD untuk mendapatkan masukan terkait permasalahan yang muncul di Desa Telaga. FGD dirancang untuk bisa dihadiri oleh pihak pemerintah Kabupaten Buleleng, Kepala Desa, pelaku UMKM, dan akademisi. Setelah melakukan tahapan pertama, kemudian dilakukan perencanaan kegiatan dengan melakukan penganalisaan permasalahan dan pemberian solusi terhadap permasalahan yang dihadapi. Setelah melalui proses perencanaan, tahapan pelatihan dan diskusi kemudian dilakukan. Pelatihan difokuskan pada permasalahan utama yang dihadapi, yaitu pengolahan sorgum, pengembangan kemasan produk, pelatihan *social media marketing*, dan manajemen keuangan usaha. Tujuan dari pelatihan dan diskusi adalah memberikan pemahaman baru, penguatan informasi dan ketrampilan, serta mencari alternatif-alternatif inovatif dan solutif

dalam penyelesaian masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Telaga.

Proses perbaikan dan pengembangan usaha tidak hanya dilakukan dengan pelatihan, namun dilanjutkan dalam proses pendampingan. Proses pendampingan dilakukan selama masa program kegiatan dilaksanakan. Tujuannya adalah untuk melihat progress dari usaha perbaikan usaha yang diberikan sebelumnya. Tahapan terakhir dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah monitoring yang bertujuan untuk menilai kemajuan tata kelola produksi yakni dalam hal pengolahan produk, *product branding*, pemanfaatan digital marketing dan *social story* melalui Imooji, Instagram bisnis dan WhatsApp bisnis, serta implementasi pencatatan keuangan usaha menggunakan aplikasi SiApik BI oleh mitra. Monitoring dan evaluasi juga dilakukan guna menilai kemajuan dan konsistensi penerapan promosi berbasis digital yang dilakukan secara mandiri oleh peserta. Mitra dapat berkonsultasi secara langsung pada tahap monitoring jika dalam implementasi mandiri ditemukan kendala-kendala.

### 3. RESULT AND DISCUSSION

Target luaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang ingin dicapai melalui kegiatan pemberdayaan pelaku UMKM melalui pendampingan dalam pengembangan potensi Desa Telaga yang terletak di Kabupaten Buleleng sebagai sentra budidaya sorgum di Bali. Adapun kegiatan yang dilaksanakan adalah sebagai berikut.

#### 1) Observasi Awal

Kepala Dinas DagperinkopUKM Kabupaten Buleleng menegaskan bahwa upaya pembinaan potensi desa tidak akan berjalan optimal tanpa keterlibatan lintas pihak, termasuk akademisi yang memiliki kapabilitas di bidang manajemen usaha. Dalam pertemuan awal yang melibatkan perwakilan perguruan tinggi dan pelaku UMKM, Dinas memaparkan rencana program unggulan pertengahan 2024 untuk mengembangkan sentra-sentra UMKM produk unggulan di beberapa desa, dan Desa Telaga dipandang potensial sebagai salah satu lokasi prioritas. Penilaian potensi ini didasarkan pada ketersediaan lahan serta kondisi sumber daya alam yang mendukung budidaya sorgum sehingga desa tersebut layak menjadi fokus intervensi. Pernyataan resmi Dinas dan dialog awal dengan berbagai pihak menjadi dasar perumusan strategi PKM yang mengintegrasikan aspek budidaya, pengolahan, dan manajemen usaha. Dalam forum itu juga ditegaskan pentingnya sinergi antara pemerintah daerah, akademisi, dan pelaku usaha agar peningkatan produksi dan tata kelola usaha berjalan terarah.

Kesepakatan awal mengenai peran pemangku kepentingan kemudian menjadi pijakan bagi penyusunan rencana kegiatan teknis dan manajerial. Dengan menyelaraskan program pada kebijakan daerah dan kebutuhan lapangan, diharapkan inisiatif sentra UMKM sorgum dapat tumbuh berkelanjutan.

Dalam pertemuan lanjutan antara Kepala Dinas, Kepala Desa Telaga, perwakilan perguruan tinggi, dan pelaku usaha, Kepala Desa menyatakan kesiapan Desa Telaga bila ditetapkan sebagai sentra UMKM sorgum. Namun diskusi tersebut juga mengidentifikasi sejumlah kendala penting yang harus diatasi agar program berjalan efektif dan berkelanjutan. Isu utama yang muncul meliputi kebutuhan inovasi pada pengolahan sorgum serta keterbatasan kemampuan masyarakat dalam merancang desain kemasan yang menarik. Selain itu, pemasaran berbasis digital masih lemah sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas dan promosi tidak dilakukan secara konsisten. Aspek pembukuan dan penyusunan laporan keuangan usaha juga mendapat perhatian karena pencatatan yang rapi penting bagi pengambilan keputusan dan akses permodalan. Kepala Dinas menegaskan perlunya kolaborasi lintas sektor untuk menumbuhkan semangat produksi sekaligus meningkatkan kapasitas manajerial pelaku UMKM. Menanggapi hambatan tersebut, tim PKM merancang langkah intervensi yang mencakup pelatihan pengolahan produk, pendampingan desain kemasan, pelatihan digital marketing, serta pelatihan pembukuan usaha menggunakan aplikasi SiApik BI.

Arah pengembangan produk unggulan Desa Telaga difokuskan pada sorgum yang dinilai memiliki nilai gizi dan manfaat lingkungan sehingga layak didorong kembali sebagai komoditas strategis. Sorgum tidak hanya dipandang sebagai alternatif pangan sehat dengan kandungan karbohidrat, protein, kalsium, dan vitamin B1, tetapi juga memiliki potensi diolah menjadi berbagai produk olahan yang menarik bagi konsumen. Pengembangan sorgum selaras dengan arahan pemerintah mengenai diversifikasi pangan dan pemanfaatan lahan kering, sehingga mendapat dukungan kebijakan dan perhatian lembaga terkait. Oleh sebab itu, program PKM dirancang untuk mendukung peningkatan budidaya, menambah jumlah pelaku UMKM olahan, serta mendorong inovasi produk olahan sorgum. Rangkaian kegiatan yang diusulkan meliputi pelatihan teknik pengolahan, pendampingan pembuatan desain kemasan, penguatan strategi pemasaran digital, dan pembinaan manajemen keuangan usaha. Tujuan utamanya agar produk olahan sorgum memiliki daya saing serta akses pasar yang lebih luas sehingga mampu meningkatkan pendapatan pelaku usaha lokal. Implementasi intervensi ini

ditempatkan dalam kerangka yang sesuai dengan kebijakan daerah dan kebutuhan pasar.

Semangat dan motivasi pembudidaya serta masyarakat Desa Telaga untuk menggeliatkan perekonomian pasca pandemi COVID-19 sangat besar, karena tekanan ekonomi yang masih dirasakan oleh banyak keluarga. Dampak penurunan ekonomi turut memengaruhi kondisi kemiskinan di Kabupaten Buleleng; data menunjukkan peningkatan garis kemiskinan pada 2022 dibanding 2021 sebesar 42,68 ribu jiwa, sehingga program pengentasan menjadi prioritas. Menyikapi kondisi ini, Pemerintah Kabupaten Buleleng menempatkan pembentukan sentra UMKM sebagai salah satu strategi utama untuk meningkatkan pendapatan dan mengurangi kerentanan ekonomi masyarakat. Laporan program daerah juga mencatat penurunan angka kemiskinan pada 2023 hingga mencapai 49%, sehingga pemerintah berkomitmen melanjutkan pengembangan inisiatif serupa pada 2024. Harapan bersama adalah bahwa pembentukan sentra UMKM seperti di Desa Telaga dapat berkontribusi nyata pada perbaikan kesejahteraan warga. Karena itu, dukungan akademisi melalui PKM, keterlibatan praktisi, dan kebijakan dinas dinilai krusial untuk menjamin efektivitas dan keberlanjutan intervensi.

Dari sisi sumber daya, Desa Telaga memiliki luas wilayah 834 ha (8,34 km<sup>2</sup>) dengan areal tegalan dan sawah sekitar 140,255 ha sehingga ketersediaan lahan menjadi modal signifikan untuk pengembangan sorgum. Kondisi geografis yang relatif kering dan iklim tropis sangat mendukung tanaman sorgum yang tumbuh baik pada lahan semacam itu. Dukungan sumber daya manusia juga terlihat memadai, dengan jumlah penduduk sekitar 1.140 jiwa yang mayoritas bermata pencaharian sebagai petani dan pelaku usaha. Berdasarkan kondisi tersebut dapat dirumuskan beberapa prospek pengembangan, antara lain: memaksimalkan lahan sebagai sumber bahan baku sorgum, mengedukasi masyarakat tentang kandungan gizi sorgum sebagai nilai jual produk, serta meningkatkan kapasitas SDM untuk menghasilkan olahan yang kreatif dan kompetitif. Potensi ini diharapkan diwujudkan melalui unit-unit usaha olahan sorgum yang dapat menjadi sumber pendapatan baru bagi warga. Untuk mewujudkannya, tim PKM akan mengimplementasikan sharing ilmu terkait inovasi olahan, pembuatan desain kemasan, pemanfaatan pemasaran digital, dan penyusunan laporan keuangan usaha. Intervensi tersebut diarahkan tidak hanya untuk meningkatkan kualitas produk, tetapi juga membangun kemandirian pengelolaan usaha sehingga dapat menurunkan pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Telaga.



**Gambar 2.** Diskusi Bersama Pemerintah Daerah, Kepala Desa Telaga, Wirausaha, dan Perwakilan Perguruan Tinggi

## 2) Pelatihan dan *Disscusion* tentang Pengolahan Sorgum

Pelatihan Pengolahan Sorgum dirancang sebagai kegiatan untuk masyarakat Desa Telaga yang berminat menjadi pelaku usaha sorgum. Pelaksanaan pelatihan ini akan diberikan secara terprogram selama 4 kali pertemuan dengan waktu 4 jam setiap pertemuan sehingga total alokasi waktu untuk pelatihan adalah 16 jam. Tujuan utama pelatihan adalah menyampaikan materi-materi mengenai inovasi pengolahan sorgum dan praktik langsung pembuatan produk bernilai tambah. Narasumber utama yang ditetapkan adalah Liman Dewi (Pelaku Usaha Sorgum Kabupaten Buleleng), sehingga sesi difokuskan pada praktik lapangan dan sharing pengalaman usaha. Dalam setiap pertemuan Liman Dewi membawakan topik demonstrasi resep, teknik pengolahan higienis, dan cara menyesuaikan resep untuk skala kecil sampai menengah. Kegiatan ini didukung oleh tim PKM dan pendamping yang tercantum dalam rencana pelaksanaan.

Untuk materi teknis, Liman Dewi membawakan topik-topik praktis yang langsung dapat dicoba peserta, seperti demonstrasi pembuatan bolu sorgum, sorgum *cookies* (peanut/cornflakes), roti manis, brownies, dan varian lain yang sudah pernah diidentifikasi sebagai potensial. Selain resep, pembahasan perlu mencakup pemilihan bahan baku sorgum berkualitas, teknik penggilingan/ayak tepung, dan penyesuaian campuran untuk tekstur yang konsisten. Aspek sanitasi dan keamanan pangan wajib diberi porsi khusus agar produk yang dibuat layak jual; Liman dapat menunjukkan langkah-langkah sanitasi sederhana yang mudah diikuti. Materi tentang optimasi takaran dan skala produksi juga penting sehingga peserta tahu bagaimana menaikkan volume produksi tanpa menurunkan mutu. Sesi singkat mengenai penyimpanan dan *shelf-life* serta kemasan dasar (misal bungkus kedap udara sederhana) akan

memperkaya kemampuan peserta untuk menjaga kualitas produk.

Kegiatan ini secara keseluruhan didukung oleh tim pelaksana yang berdedikasi. Tim ini terdiri dari narasumber dan pendamping yang memberikan bimbingan intensif kepada para peserta. Secara total, terdapat 14 pendamping dalam kegiatan ini, yang terdiri dari empat dosen dan sepuluh mahasiswa dari Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha). Mereka secara aktif membantu peserta selama proses pelatihan dan praktik. Sementara itu, jumlah peserta yang mengikuti pelatihan ini adalah 8 orang, yang merupakan perwakilan dari para pelaku usaha olahan sorgum di Desa Telaga. Kolaborasi antara tim pelaksana dan peserta ini menciptakan suasana belajar yang interaktif dan produktif.

Dampak yang diharapkan dari pelatihan ini adalah terciptanya produk olahan sorgum yang lebih bervariasi dan inovatif di Desa Telaga. Dengan keterampilan baru ini, para pelaku usaha dapat meningkatkan nilai tambah produk mereka, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada pendapatan. Selain itu, diversifikasi produk ini akan memperkuat citra Desa Telaga sebagai sentra sorgum yang kreatif dan berkualitas. Pelatihan ini juga merupakan wujud dukungan nyata dalam pengentasan kemiskinan dengan memberikan alat dan pengetahuan praktis kepada masyarakat. Secara keseluruhan, program ini tidak hanya meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi Desa Telaga yang berkelanjutan.



**Gambar 3.** Dokumentasi Pelatihan dan *Discussion* tentang Pengolahan Sorgum

### 3) Pelatihan dan *Discussion* tentang *Packaging* Produk

Kegiatan pelatihan dan *discussion* tentang *packaging* produk ini secara khusus dirancang untuk meningkatkan dua aspek utama pada kemasan olahan

sorgum, yaitu daya tarik visual dan kelengkapan informasinya. Tujuan strategis dari peningkatan ini agar kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pembungkus, tetapi juga mampu menjadi alat pemasaran yang efektif untuk menarik minat calon konsumen dan sekaligus mengkomunikasikan nilai gizi yang menjadi keunggulan produk. Secara terstruktur, rangkaian acara akan dimulai dengan sesi pembukaan yang dilanjutkan dengan pemaparan materi konseptual tentang prinsip-prinsip desain kemasan yang baik. Setelah itu, peserta akan mendapatkan demonstrasi teknis yang menunjukkan penerapan teori tersebut secara nyata sebelum akhirnya terjun ke dalam sesi praktik langsung untuk menciptakan purwarupa atau *mock-up* kemasan. Seluruh proses belajar ini dirancang dengan format yang memadukan pemahaman teori secara singkat namun komprehensif dengan pelaksanaan praktik yang bersifat intensif dan aplikatif. Dari segi alokasi waktu, pertemuan inti untuk materi *packaging* direncanakan berlangsung selama 4 jam, yang kemudian akan ditindaklanjuti dengan dua sesi pendampingan terpisah yang khusus berfokus pada penyempurnaan dan realisasi desain.

Adapun tujuan utama yang ingin dicapai dari seluruh rangkaian kegiatan ini adalah untuk membekali seluruh peserta dengan kompetensi inti dalam menyusun pesan pada kemasan yang tidak hanya ringkas dan mudah dimengerti, tetapi juga mampu menyoroti manfaat spesifik dari produk sorgum. Selain aspek konten, peserta juga akan dibimbing untuk menguasai pembuatan elemen-elemen grafis dasar yang desainnya dipastikan mudah untuk direproduksi dalam skala produksi, sehingga memudahkan implementasinya. Materi pelatihan yang diberikan juga secara khusus dirancang untuk menghubungkan secara erat antara strategi kemasan dengan strategi pemasaran digital yang tengah berkembang pesat. Dengan pendekatan terintegrasi ini, diharapkan setiap kemasan yang dihasilkan peserta tidak hanya berfungsi untuk membungkus produk, tetapi dapat langsung dialihfungsikan menjadi materi promosi yang siap digunakan pada berbagai platform digital populer, seperti Imooji dan Instagram Business. Untuk memandu seluruh materi tersebut, narasumber kegiatan merupakan Ibu Sunitha Devi, S.E., [M.Si.](#), Ak., merupakan dosen dari Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha) yang memiliki keahlian dalam menyampaikan prinsip-prinsip branding pada kemasan dan teknik penyusunan konten informasi produk yang persuasif dan informatif.

Kegiatan ini secara keseluruhan didukung oleh tim pelaksana yang berdedikasi. Tim ini terdiri dari narasumber dan pendamping yang memberikan

bimbingan intensif kepada para peserta. Secara total, terdapat 14 pendamping dalam kegiatan ini, yang terdiri dari empat dosen dan sepuluh mahasiswa dari Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha). Mereka secara aktif membantu peserta selama proses pelatihan dan praktik. Sementara itu, jumlah peserta yang mengikuti pelatihan ini adalah 8 orang, yang merupakan perwakilan dari para pelaku usaha olahan sorgum di Desa Telaga. Kolaborasi antara tim pelaksana dan peserta ini menciptakan suasana belajar yang interaktif dan produktif.

Pada sesi praktik yang merupakan implementasi langsung dari teori, para peserta akan memperoleh bimbingan langkah demi langkah, mulai dari tahap pemilihan konsep *layout* yang mencakup penentuan logo, palet warna, dan tipografi yang sesuai dengan karakter produk. Selanjutnya, peserta akan didampingi dalam proses menetapkan semua informasi wajib yang secara hukum dan marketing harus tercantum pada kemasan, seperti nama produk, komposisi bahan, tanggal produksi dan kadaluarsa, serta klaim gizi yang diperbolehkan. Aspek kritical lain yang tidak kalah pentingnya adalah dilakukannya simulasi biaya produksi kemasan secara singkat, yang bertujuan untuk memastikan bahwa desain yang dibuat tidak hanya menarik secara visual tetapi juga *feasible* secara ekonomi dan tidak membuat harga jual produk akhir menjadi tidak kompetitif di pasaran. setiap kelompok kecil kemudian dijadwalkan untuk mempresentasikan hasil karyanya di depan forum dan menerima umpan balik yang konstruktif serta saran yang membangun dari narasumber dan juga para pendamping. Berdasarkan masukan tersebut, setiap kelompok kemudian akan menyempurnakan desain awal mereka sebelum akhirnya menghasilkan beberapa desain kemasan yang diharapkan sudah siap untuk diuji responsnya secara langsung di pasar lokal.



**Gambar 4.** Dokumentasi Pelatihan dan *Discussion* tentang *Packaging* Produk

4) Pendampingan Pembuatan Desain Kemasan  
Pendampingan Pembuatan Desain Kemasan disusun sebagai tahap lanjutan setelah pelatihan branding dengan tujuan agar pelaku usaha mampu menerapkan prinsip desain kemasan yang menarik dan informatif

secara mandiri. Kegiatan dimulai dengan pembukaan singkat, paparan materi teknis, demonstrasi visual, praktik pembuatan *mock-up*, presentasi hasil, serta diskusi evaluatif sehingga pembelajaran bersifat aplikatif dan terukur. Fokus utama adalah pada perancangan layout kemasan, pemilihan elemen visual (logo, warna, tipografi), serta penyusunan informasi wajib di kemasan seperti komposisi dan klaim gizi. Selain estetika, pendampingan juga mengarahkan peserta untuk mempertimbangkan aspek biaya kemasan agar desain yang dihasilkan tetap ekonomis. Format dua pertemuan dimana setiap pertemuan selama 4 jam memberi kesempatan bagi setiap kelompok untuk merevisi desain setelah mendapat umpan balik. Dengan pendekatan iteratif ini, peserta diharapkan tidak hanya memahami teori, tetapi juga mempunyai *mock-up* kemasan yang siap diuji pasar.

Pelaksanaan pendampingan dijadwalkan dua kali pertemuan sehingga total alokasi waktu cukup untuk sesi praktik intensif dan review desain. Secara total, terdapat 14 pendamping dalam kegiatan ini, yang terdiri dari empat dosen dan sepuluh mahasiswa. Sementara itu, program pendampingan ini diikuti oleh 8 orang peserta, yang merupakan perwakilan dari para pelaku usaha olahan sorgum di desa tersebut. Narasumber teknis untuk sesi ini adalah Dr. A.A.N. Yudha Martin Mahardika, M.Pd., yang merupakan dosen dari Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha). Narasumber memberikan materi tentang prinsip desain kemasan, teknik fotografi produk, serta pemanfaatan Canva dan Imooji untuk membuat brosur dan *mock-up* digital. Penyampaian materi dilakukan melalui demonstrasi langkah demi langkah sehingga peserta dapat langsung mempraktikkan pembuatan layout dan pengolahan foto produk. Setiap demonstrasi dilengkapi sesi tanya jawab agar hambatan teknis atau estetika dapat diatasi secara real time. Mahasiswa pendamping juga dilibatkan untuk membantu teknis, dokumentasi, dan asistensi selama praktik sehingga fasilitasi menjadi lebih intensif. Kombinasi narasumber ahli, demonstrasi, dan asistensi mahasiswa memastikan peserta menghasilkan *file* desain dan foto produk yang bisa dipakai untuk promosi.

Di sesi praktik peserta membuat beberapa konsep layout kemasan, menyusun label ringkas (nama produk, komposisi, instruksi penyimpanan), serta memproduksi *mock-up* yang bisa dicetak atau digunakan sebagai materi promosi digital. Sesi fotografi produk mengajarkan teknik pencahayaan sederhana, *styling*, dan *framing* agar foto hasil produksi layak tampil di katalog *online* dan brosur Imooji. Peserta dipandu memanfaatkan *template* Canva/Imooji sehingga mereka memperoleh bahan promosi digital (brosur dan *feed* Instagram) dalam

bentuk siap unggah. Mahasiswa pendamping berperan aktif sebagai asisten teknis yang membantu *troubleshooting* desain dan operasional perangkat lunak selama praktik berlangsung. Setelah pembuatan *mock-up*, tiap kelompok mempresentasikan karyanya lalu menerima masukan terarah dari narasumber dan pendamping untuk penyempurnaan. Hasil praktik (foto, *file* desain, brosur digital) didokumentasikan sebagai portofolio bersama yang dapat dipakai untuk promosi dan evaluasi lanjutan.

Luaran yang diharapkan dari program pendampingan ini meliputi terciptanya beberapa desain kemasan baru, foto produk berkualitas, serta materi promosi digital yang siap dipakai oleh pelaku usaha. Rencana kegiatan menetapkan indikator capaian seperti minimal empat desain kemasan baru dan sejumlah postingan Imooji/Instagram sebagai bukti penerapan ke lapangan. Monitoring dan evaluasi rutin akan dilakukan untuk menilai konsistensi penerapan desain dan efektivitas materi promosi bila diperlukan, tim pendamping akan melakukan kunjungan tindak lanjut untuk menyempurnakan desain berdasarkan umpan balik pasar. Keterlibatan narasumber ahli ditambah jumlah pendamping yang memadai diharapkan meningkatkan peluang produk sorgum lokal memperoleh daya tarik visual yang lebih kompetitif. Dengan demikian, pendampingan desain kemasan tidak hanya meningkatkan estetika produk tetapi juga mendukung kesiapan pemasaran digital dan keberlanjutan usaha. Semua rencana, indikator, dan penanggung jawab tertulis dalam dokumen program sehingga pelaksanaan dan pelaporan dapat dilakukan secara transparan dan terukur.



**Gambar 5.** Dokumentasi Pendampingan Pembuatan Desain Kemasan

##### 5) Pelatihan dan *Discussion* tentang Digital Marketing

Pelatihan dan *discussion* tentang digital marketing dirancang untuk meningkatkan kapasitas pemasaran berbasis daring bagi pelaku usaha olahan sorgum dan tim pendamping. Kegiatan ini menekankan pengenalan konsep *social story* serta tutorial praktis

penggunaan aplikasi seperti Imooji, Instagram Business, dan WhatsApp Business sehingga peserta memahami alur promosi digital yang sesuai karakter produk. Sesi ini direncanakan dalam satu pertemuan terprogram berdurasi empat jam agar materi padat dapat disampaikan dan langsung didiskusikan secara interaktif. Audiens utama adalah kepala desa, pemilik usaha makanan olahan sorgum, dan tim PKM sehingga pendekatan materi dibuat aplikatif untuk kebutuhan usaha mikro. Materi disusun sedemikian rupa agar peserta tidak hanya mendapatkan teori tetapi juga contoh pembuatan konten yang bisa langsung direplikasi. Dalam perencanaan juga disertakan indikator keluaran yang terukur, misalnya pembuatan akun bisnis dan konten Imooji untuk keperluan promosi.

Rangka materi dimulai dari pengenalan antarmuka dan fungsi dasar Imooji serta Instagram Business, kemudian dilanjutkan ke langkah pembuatan akun secara bertahap agar setiap peserta mampu menyiapkan profil bisnis sendiri. Selanjutnya ada praktik pembuatan konten, seperti pengambilan foto sederhana, penyusunan *caption* yang komunikatif, serta pemilihan *hashtag* relevan untuk memperbesar jangkauan posting. Peserta juga dibimbing cara memposting produk siap jual ke media digital dan praktik pembuatan brosur digital sederhana sebagai materi pendukung promosi. Hal lainnya yang penting adalah demonstrasi contoh *social story* yang efektif sebagai narasi produk serta latihan membuat konten singkat yang menarik perhatian konsumen. Modul juga memasukkan pengantar simulasi iklan berbayar agar peserta memahami perbedaan hasil antara promosi organik dan berbayar. Semua subtopik tersebut disusun mengikuti indikator keluaran dan panduan teknis yang ada pada dokumen rencana.

Metode pelatihan memadukan pemaparan singkat, demonstrasi langsung di aplikasi, dan sesi praktik sehingga peserta tidak hanya mendengar tetapi juga langsung mencoba membuat konten sendiri. Diskusi interaktif diprioritaskan sehingga masalah implementasi nyata di lapangan bisa segera diidentifikasi dan dicarikan solusi bersama narasumber. Untuk mengukur efektivitas pelatihan, rencana kegiatan mencakup *pre-test* dan *post-test* serta monitoring hasil praktik peserta sebagai alat evaluasi kapasitas. Bukti kegiatan serupa menunjukkan adanya peningkatan skor rata-rata peserta pada tes digital marketing setelah pelatihan sebagai indikator pemahaman yang meningkat. Durasi satu pertemuan selama empat jam dirancang memberi ruang praktik cukup sekaligus waktu tanya jawab intensif. Selain tenaga pengajar, mahasiswa dan tim pendamping dilibatkan untuk membantu aspek teknis dan

administrasi agar proses belajar lebih lancar. Evaluasi akhir difokuskan pada output terukur seperti akun bisnis yang dibuat, jumlah posting, dan konten Imooji yang dihasilkan.

Narasumber dalam kegiatan ini adalah Dr. A.A.N. Yudha Martin Mahardika, M.Pd. merupakan dosen dari Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha), yang menyampaikan materi utama tentang *social story* dan strategi digital marketing serta praktik pembuatan konten. Peran pendamping mencakup fasilitasi teknis, dokumentasi, pengelolaan absensi, dan membantu peserta yang mengalami kendala saat praktik sehingga interaksi antara peserta dan narasumber lebih efektif. Topik yang dibawakan oleh narasumber diantaranya perancangan *social story* yang menjual, perencanaan konten mingguan, teknik fotografi produk sederhana, pembuatan *caption* dan *hashtag* yang efektif, serta pengantar iklan berbayar di Instagram. Dengan komposisi narasumber yang ahli dan pendamping yang memadai, transfer keterampilan praktis diharapkan berjalan sistematis. Dari sisi luaran yang ditargetkan, pelatihan ini bertujuan agar peserta mampu meningkatkan kapabilitas pemasaran digital dan menghasilkan output yang terukur, seperti pembuatan akun bisnis dan konten promosi.



**Gambar 6.** Dokumentasi Pelatihan dan *Discussion* tentang Digital Marketing

#### 6) Pendampingan Pembuatan Konten Digital Marketing

Pendampingan Pembuatan Konten Digital Marketing dirancang sebagai tahap lanjutan untuk memperkuat kemampuan pelaku usaha sorgum dalam membuat materi promosi berbasis Imooji, Instagram Business, dan WhatsApp Business. Kegiatan ini dijadwalkan berlangsung dalam dua pertemuan masing-masing 4 jam sehingga total alokasi waktu adalah 8 jam, memberi ruang praktik intensif dan sesi evaluasi. Struktur pelaksanaan mengikuti pola pembukaan singkat, demonstrasi teknis, praktik pembuatan konten, dan diskusi evaluatif sehingga transfer keterampilan. Setiap sesi memberi kesempatan peserta

membuat gambar/*post*, merekam video pendek, menyusun *caption*, dan mengunggah uji coba ke akun bisnis untuk evaluasi. Pendekatan ini menitikberatkan “*learning by doing*” dan monitoring langsung oleh pemateri supaya kualitas konten terjaga. Dokumentasi dan forum interaktif disiapkan untuk memastikan peserta memperoleh masukan operasional yang dapat diterapkan segera.

Rangka topik yang dibahas meliputi pembuatan *social story*, teknik fotografi produk sederhana, penyusunan *caption* yang persuasif, pemilihan *hashtag*, penggunaan *template* Canva/Imooji, serta pengantar simulasi iklan berbayar untuk skala mikro. Narasumber utama pada pendampingan ini adalah Dr. A.A.N. Yudha Martin Mahardika, M.Pd., dan Dr. Lucy Sri Musmini, S.E., M.Si. Ak., merupakan dosen dari Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha), keduanya membawakan materi teknis dan strategi konten sesuai kompetensinya. Narasumber Bapak Dr. A.A.N. Yudha Martin Mahardika, M.Pd. lebih difokuskan pada praktik fotografi, *editing* ringan, dan pemanfaatan *template*, sedangkan Narasumber Ibu Dr. Lucy Sri Musmini, S.E., M.Si. Ak. menekankan pesan pemasaran, segmentasi audiens, dan evaluasi efektivitas konten. Penyampaian materi disusun secara demonstratif sehingga peserta dapat langsung mempraktikkan pembuatan konten sambil menerima koreksi. Pendamping teknis dan mahasiswa membantu *troubleshooting* aplikasi serta mendampingi peserta yang memerlukan asistensi satu-per-satu.

Metode pelaksanaan menekankan praktik kelompok dan individu sehingga peserta membuat konten nyata selama sesi dimana agenda pertama fokus pada pembuatan konten menarik, dan agenda kedua pada pemanfaatan Imooji serta Instagram Business yang dimonitor pakar. Untuk mengukur dampak, tim merencanakan *pre-test* dan *post-test* sederhana serta monitoring hasil posting sebagai alat evaluasi kapasitas peserta. Mahasiswa pendamping dilibatkan untuk dokumentasi, moderasi, dan asistensi teknis sehingga peserta yang kurang familiar perangkat mendapat bimbingan langsung. Selain itu, sesi praktik dilengkapi *review* cepat oleh narasumber sehingga peserta menerima umpan balik teknis dan konten sebelum pulang. Model monitoring mencakup *review* pasca-kegiatan dan kunjungan tindak lanjut untuk menyempurnakan konten berdasarkan respons pasar nyata. Seluruh prosedur evaluasi dan monitoring tersebut tercantum dalam lampiran rencana program sebagai acuan pelaporan.



**Gambar 7.** Dokumentasi Pendampingan Konten Digital Marketing

#### 7) Pelatihan dan *Discussion* tentang Pembukuan Usaha Menggunakan Aplikasi SiApik BI

Pelatihan dan diskusi mengenai pembukuan usaha menggunakan aplikasi SiApik BI merupakan bagian dari program pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan mengoptimalkan potensi sorgum di Desa Telaga. Kegiatan ini secara khusus dirancang untuk memberdayakan para pelaku usaha sorgum agar memiliki keterampilan dalam pembukuan. Pelatihan ini adalah bagian dari serangkaian kegiatan yang lebih besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi melalui inisiasi pembentukan sentra UMKM sorgum di desa tersebut. Para peserta pelatihan adalah para pelaku usaha pengolahan sorgum di Desa Telaga yang ingin meningkatkan manajemen usaha mereka. Keikutsertaan mereka sangat penting karena pengelolaan keuangan yang baik adalah kunci keberlanjutan usaha. Kegiatan ini juga merupakan wujud dukungan tim pelaksana terhadap program pemerintah dalam mendorong peningkatan jumlah pelaku UMKM olahan sorgum. Dengan demikian, pelatihan ini menjadi langkah strategis untuk mewujudkan visi menjadikan Desa Telaga sebagai sentra UMKM sorgum di Bali Utara.

Salah satu kendala utama yang dihadapi oleh para pelaku usaha di Desa Telaga adalah ketidakmampuan mereka dalam menyusun laporan keuangan usaha secara sistematis. Masalah ini menjadi faktor kunci yang menghambat manajemen usaha yang efektif, karena tanpa pembukuan yang jelas, mereka tidak bisa mengontrol pengeluaran berlebih. Selain itu, mereka kesulitan menentukan harga pokok yang tepat dan akhirnya tidak bisa mengetahui laba usaha yang sebenarnya. Kurangnya administrasi keuangan yang standar juga menjadi penyebab mengapa banyak UMKM tidak dapat mengakses modal dari lembaga keuangan formal. Untuk mengatasi tantangan ini, Bank Indonesia telah

menyediakan solusi berupa aplikasi SiApik yang merupakan aplikasi akuntansi berbasis Android yang sederhana dan mudah digunakan. Aplikasi ini dirancang sesuai dengan standar akuntansi untuk entitas mikro, kecil, dan menengah (EMKM).

Pelatihan dan pendampingan ini berfokus pada peningkatan keterampilan pelaku usaha dalam mencatat transaksi keuangan dengan bantuan aplikasi SiApik Bank Indonesia. Para peserta diajarkan untuk memahami teknik pembukuan secara sistematis. Aplikasi ini dilengkapi fitur-fitur yang memungkinkan pencatatan pemasukan dan pengeluaran secara terperinci. Dengan memanfaatkan fitur-fitur tersebut, para pelaku usaha dapat memantau kondisi keuangan bisnis mereka dengan lebih baik. Program ini tidak hanya berhenti pada pelatihan, tetapi juga mencakup pendampingan untuk memastikan peserta dapat mengimplementasikan ilmu yang didapat. Terdapat target konkret yang ingin dicapai dari pelatihan ini, yaitu adanya keahlian minimal dua orang yang mampu menyusun laporan keuangan usaha menggunakan aplikasi tersebut.

Kegiatan ini diselenggarakan oleh tim pengabdian kepada masyarakat (PKM) dari Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha). Narasumber utama dalam berbagai sesi pelatihan dan diskusi adalah Sunitha Devi, S.E., M.Si., Ak. dan Dr. A.A. Ngurah Yudha Martin Mahardika, M.Pd.. Keduanya merupakan anggota tim pelaksana yang juga menjabat sebagai dosen di universitas tersebut. Selain narasumber, kegiatan ini juga didukung oleh tim pendamping yang solid. Jumlah total pendamping dalam kegiatan ini adalah 14 orang, yang terdiri dari empat dosen dan sepuluh mahasiswa. Kolaborasi antara dosen dan mahasiswa ini memperkuat transfer pengetahuan dan keterampilan kepada para peserta.

Secara keseluruhan, pelatihan ini adalah upaya nyata untuk menyelesaikan permasalahan utama yang dihadapi oleh para pelaku usaha sorgum. Dengan meningkatkan kemampuan mereka dalam pencatatan keuangan, program ini diharapkan dapat mendorong kemandirian pelaku usaha dalam mengelola bisnis mereka. Dampak jangka panjang dari kegiatan ini adalah peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat Desa Telaga. Program ini sejalan dengan komitmen Pemerintah Kabupaten Buleleng dalam pengentasan kemiskinan melalui pembentukan sentra-sentra UKM di berbagai desa. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya memberdayakan individu, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi Desa Telaga secara lebih luas.



**Gambar 6.** Dokumentasi Pelatihan dan *Discussion* tentang Digital Marketing

#### 8) Pendampingan Pembukuan Usaha Menggunakan Aplikasi SiApik BI

Pendampingan pembukuan usaha menggunakan aplikasi SiApik BI merupakan bagian integral dari program pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang berfokus pada pengembangan sentra Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sorgum di Desa Telaga. Kegiatan ini dirancang secara khusus untuk mengatasi kendala utama yang dihadapi oleh para pelaku usaha, yaitu kesulitan dalam menyusun laporan keuangan yang sistematis. Program pendampingan ini adalah wujud nyata dukungan tim pelaksana terhadap pelaku usaha olahan sorgum agar mereka dapat memiliki manajemen keuangan yang lebih baik. Melalui pendampingan ini, para peserta dibantu secara langsung untuk memahami setiap langkah dalam pembukuan. Keberhasilan pendampingan ini menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan usaha para peserta. Pendampingan ini juga selaras dengan inisiatif pemerintah untuk meningkatkan kapasitas UMKM lokal.

Para pelaku usaha sorgum di Desa Telaga sering kali menghadapi tantangan signifikan dalam mengelola keuangan mereka, yang berdampak pada keberlanjutan bisnis. Mereka kesulitan melacak pengeluaran dan pemasukan, membuat penentuan harga pokok produk menjadi tidak akurat. Akibatnya, mereka sering kali tidak mengetahui profitabilitas usaha mereka secara pasti. Tanpa catatan keuangan yang rapi, mereka juga tidak dapat memenuhi syarat untuk mendapatkan pendanaan dari lembaga keuangan formal yang menghambat ekspansi bisnis. Menyadari hal ini, tim pendamping memperkenalkan aplikasi SiApik Bank Indonesia, sebuah alat akuntansi digital yang dirancang khusus untuk UMKM. Aplikasi ini menyederhanakan proses pembukuan hingga

menjadikannya solusi praktis dan efisien untuk masalah yang ada.

Proses pendampingan dilakukan secara intensif dengan tujuan agar para pelaku usaha dapat menguasai pembukuan digital secara mandiri. Tim pendamping secara bertahap mengajarkan cara menggunakan fitur-fitur utama aplikasi SiApik untuk mencatat setiap transaksi. Peserta diajak mempraktikkan langsung cara mencatat pemasukan, pengeluaran, dan mengelola stok produk melalui aplikasi tersebut. Pendampingan ini juga berfokus pada cara menghasilkan laporan keuangan sederhana seperti laporan laba rugi dan neraca. Tujuannya adalah untuk memastikan adanya pemahaman mendalam yang memungkinkan mereka mengaplikasikan ilmu ini secara berkelanjutan. Pendampingan ini tidak hanya sebatas teori, melainkan juga praktik langsung dengan data riil dari usaha masing-masing peserta.

Kegiatan ini secara total melibatkan 14 pendamping yang terdiri dari empat dosen dan sepuluh mahasiswa. Narasumber utama yang membimbing para peserta adalah Sunitha Devi, S.E., M.Si., Ak. dan Dr. A.A. Ngurah Yudha Martin Mahardika, M.Pd., yang merupakan dosen dari Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha). Para dosen dan mahasiswa ini bekerja sama untuk memberikan bimbingan teknis yang komprehensif. Sementara itu, kegiatan pendampingan ini diikuti oleh 8 orang peserta yang merupakan perwakilan dari para pelaku usaha olahan sorgum di Desa Telaga. Jumlah peserta yang terbatas ini memastikan setiap individu dapat mendapatkan perhatian dan bimbingan maksimal.

Dampak dari pendampingan ini diharapkan dapat menciptakan kemandirian para pelaku usaha dalam mengelola administrasi keuangan mereka. Dengan kemampuan pembukuan yang lebih baik, mereka dapat membuat keputusan bisnis yang lebih strategis, seperti menentukan harga yang kompetitif dan mengontrol biaya operasional. Pendampingan ini juga bertujuan untuk meningkatkan akses mereka terhadap permodalan formal yang akan mempercepat pertumbuhan usaha. Secara luas, kegiatan ini berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat Desa Telaga, sejalan dengan program pemerintah dalam pengentasan kemiskinan. Dengan demikian, pendampingan ini menjadi katalisator bagi perkembangan ekonomi lokal.



**Gambar 9.** Dokumentasi Pendampingan Pembukaan Usaha Menggunakan Aplikasi SiApik BI

#### 4. CONCLUSION

Berdasarkan hasil analisis dari program "Geliat Upaya Pertumbuhan Ekonomi Melalui Inisiasi Pembentukan Sentra UKM Sorgum Desa Telaga," dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah mencapai tujuannya dengan sangat efektif. Melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan, para pelaku UMKM olahan sorgum di desa ini kini memiliki pemahaman dan keterampilan baru yang krusial. Mereka telah berhasil mengatasi tantangan utama yang sebelumnya menghambat pertumbuhan usaha, termasuk isu kemasan produk, pemasaran digital, dan pencatatan keuangan. Perubahan ini menunjukkan adanya peningkatan kapasitas yang signifikan di kalangan peserta. Dengan demikian, program ini berhasil menjadi katalisator bagi transformasi ekonomi di tingkat lokal.

Untuk memastikan keberlanjutan dampak positif yang telah dicapai, disarankan agar program ini dilanjutkan dengan pendampingan yang lebih intensif dan berkelanjutan. Evaluasi berkala perlu dilakukan untuk memantau kemajuan para pelaku UMKM dan mengidentifikasi tantangan baru yang mungkin muncul. Dukungan teknis dan konsultasi harus tersedia secara teratur untuk membantu mereka dalam implementasi keterampilan yang telah dipelajari. Dengan adanya sistem pendampingan yang terstruktur, para pelaku UMKM akan merasa lebih didukung dan termotivasi. Hal ini akan memastikan bahwa pengetahuan yang diberikan tidak hanya bertahan sementara, tetapi menjadi bagian integral dari operasional bisnis mereka.

Selain itu, disarankan untuk memperluas cakupan program dengan menambah jumlah peserta dan materi pelatihan yang lebih mendalam. Setelah menguasai dasar-dasar, para pelaku UMKM dapat dibekali dengan pengetahuan lanjutan, seperti strategi pemasaran konten yang lebih canggih, diversifikasi

produk, dan pengelolaan rantai pasok. Program juga dapat diadaptasi untuk menjangkau pelaku usaha di desa lain yang memiliki potensi serupa. Langkah ini akan membantu menciptakan jejaring UMKM yang lebih luas dan kuat. Perluasan ini akan memperkuat posisi sorgum sebagai komoditas utama dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih merata di wilayah tersebut.

Peningkatan kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan sektor swasta, sangat disarankan untuk mendukung keberlanjutan sentra UMKM sorgum. Kemitraan ini dapat membuka akses ke sumber daya tambahan, seperti modal kerja, program sertifikasi produk (misalnya PIRT atau Halal), dan pameran dagang. Pemerintah daerah dapat berperan dalam memfasilitasi perizinan dan promosi produk secara massal, sedangkan lembaga keuangan dapat menyediakan skema pembiayaan yang lebih mudah diakses. Kolaborasi ini akan menciptakan ekosistem bisnis yang lebih kondusif. Dengan demikian, UMKM sorgum dapat tumbuh lebih cepat dan menjadi motor penggerak ekonomi yang tangguh di masa depan.

Program ini telah meletakkan fondasi yang kuat bagi Desa Telaga untuk berkembang menjadi sentra UMKM sorgum yang mandiri dan berdaya saing. Namun, perjalanan ini masih panjang dan membutuhkan komitmen dari semua pihak yang terlibat. Masa depan ekonomi desa sangat bergantung pada sejauh mana masyarakat dan pemangku kepentingan dapat terus berinovasi dan berkolaborasi. Dengan menerapkan saran-saran yang telah diuraikan, diharapkan sentra UMKM sorgum tidak hanya menjadi sumber pendapatan, tetapi juga identitas ekonomi yang membanggakan bagi Desa Telaga. Upaya ini merupakan investasi strategis yang akan memberikan manfaat jangka panjang bagi kesejahteraan seluruh masyarakat.

#### REFERENCES

- Aditya, & Syahwani, A. (2020). Pelatihan Online Membuat Brosur Melalui Imooji untuk Mendukung Promosi UMKM Selama Pandemi Covid-19 ( Online Training of Making Brochures Through Imooji to Support The Promotion of The MSMEs During Pandemic. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(6), 957–965.
- Hanaysha, J. R. (2017). Impact of Social Media Marketing, Price Promotion, and Corporate Social Responsibility on Customer Satisfaction. *Jindal Journal of Business Research.*, 6(2), 132–145.

---

<https://doi.org/doi:10.1177/227868211771535>

9

- <https://technology-indonesia.com/pertanian-dan-pangan/inovasi-pertanian/bptp-bali-dukung-pengembangan-sorgum-di-bumi-Telaga-sakti/>
- <https://www.nusabali.com/index.php/berita/81745/de-sa-tegallinglah-panen-perdana-sorgum>
- <https://bulelengkab.bps.go.id/indicator/23/98/1/jumlah-penduduk-miskin.html>
- Julianto, I. P., Yasa, I. N. P., & Devi, S. (2019). The Analysis of Technology Acceptance Model (TAM) on The Use of Accounting Information System. Proceedings of the International Conference on Tourism, Economics, Accounting, Management, and Social Science (TEAMS 2018).
- Mahardika, A. A. N. Y. M., & Heryanda, K. K. (2020). Keberterimaan Dosen FE Undiksha terhadap Pemanfaatan Gawai Seluler dalam Pembelajaran Daring. *Senari* 7.
- Rinandiyana, Lucky Radi, Deasy Lestary Kusnandar, Agi Rosyadi. 2020. Pemanfaatan Aplikasi Akuntansi Berbasis Android (SiApik) Untuk Meningkatkan Administrasi Keuangan UMKM. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesial*, Vol. 3, No. 1, Hal. 309-316.
- Sasongko, Gracelda Asprila., Setyawati, Harini Abrilia. 2022. Pengaruh *Brand Ambassador*, Daya Tarik Iklan, dan *Product Packaging* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah *Exclusive Matte Lip Cream* (Studi pada Masyarakat di Kabupaten Kebumen). *JIMMBA*, Vol.4 , No. 4.