

## OPTIMALISASI PENGELOLAAN KEUANGAN BERBASIS DIGITAL DAN BRANDING PRODUCT PADA INDUSTRI KECIL MENENGAH DI DESA BATULAYA

Haeruddin Haifd<sup>1)</sup>; Sufyan Amirullah<sup>2)</sup>; Sri Amalia Edy<sup>3)</sup>; Irfan Yusuf<sup>4)</sup>

<sup>1,4)</sup> Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sulawesi Barat

<sup>2,3)</sup> Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sulawesi Barat

[haeruddin@unsulbar.ac.id](mailto:haeruddin@unsulbar.ac.id)

### Abstract

This community service activity was carried out in collaboration with partners, namely the Batulaya Village Government, Tinambung District, Polewali Mandar Regency. Batulaya Village is a village that has abundant natural resources, so that most of the residents utilize these natural resources to meet their daily needs and also as a source of income as Small and Medium Industries (SMEs). There are two problems faced by SMEs in Batulaya Village, namely simple financial management and product branding which is still very lacking. This service has the objectives of 1) increasing knowledge of digital-based financial management and 2) increasing knowledge related to product branding for SMEs in partner villages. This service activity was carried out by providing training in the form of socialization and conducting evaluations after the training activities with three indicators, namely knowledge, attitudes, and skills. The results of this activity obtained an increase in participant knowledge from 38% to 85%, attitudes from 42% to 87%, and skills from 33% to 82%.

*Keywords:* digital based finance, branding product, IKM, Batulaya

### Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan bekerjasama dengan mitra yaitu Pemerintah Desa Batulaya Kecamatan Tinambung Kabupaten Polewali Mandar. Desa Batulaya merupakan desa yang memiliki sumber daya alam yang melimpah, sehingga sebagian besar penduduk memanfaatkan sumberdaya alam tersebut untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan juga sebagai sumber pendapatan sebagai Industri Kecil Menengah (IKM). Terdapat dua persamalah yang dihadapi oleh pelaku IKM yang ada di Desa Batulaya yaitu pengelolaan keuangan yang masih sederhana dan branding product masih sangat kurang. Pengabdian ini memiliki tujuan yaitu 1) meningkatkan pengetahuan pengelolaan keuangan berbasis digital dan 2) meningkatkan pengetahuan terkait branding product bagi pelaku industri kecil menengah di desa mitra. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan memberikan pelatihan dalam bentuk sosialisasi dan melakukan evaluasi setelah kegiatan pelatihan dengan tiga indikator, yaitu pengetahuan, sikap, dan keterampilan. Hasil dari kegiatan ini diperoleh peningkatan pengetahuan peserta dari 38% menjadi 85%, sikap 42% menjadi 87%, dan keterampilan 33% menjadi 82%.

*Keywords:* keuangan berbasis digital, branding product, IKM, Batulaya.

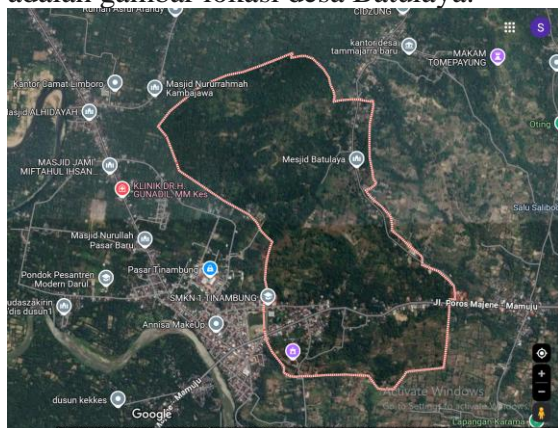
### PENDAHULUAN

Kabupaten Polewali Mandar merupakan salah satu Kabupaten yang ada di Provinsi Sulawesi Barat. Ibu Kota Kabupaten terletak di Kecamatan Polewali. Jumlah Penduduknya pada pertengahan tahun 2024 adalah 490.029 jiwa. Secara geografis Kabupaten

Polewali Mandar terletak di antara 2°40'00"-3°32'00" Lintang Utara dan 118°40'27"-119°32'27" Bujur Timur dengan luas wilayah 2.022,30 km<sup>2</sup>. Secara administratif, Kabupaten Polewali Mandar terdiri dari 16 kecamatan, 23 kelurahan, dan 173 desa. Salah satu desa yang di Kabupaten Polewali Mandar yaitu Desa Batulaya.

Desa Batulaya merupakan desa yang memiliki sumber daya alam yang melimpah, sehingga sebagian besar penduduk memanfaatkan sumberdaya alam tersebut untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan juga sebagai sumber pendapatan sebagai Industri Kecil Menengah (IKM). Industri Kecil Menengah (IKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian suatu daerah, terutama di wilayah pedesaan. IKM mampu menyerap tenaga kerja dan menjadi penggerak ekonomi ekonomi yang baik (Mahardikawati & Nurgiyatna, 2020). Potensi sumber daya manusia dan produk lokal yang unik menjadi modal penting dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. IKM memiliki ragam produk yang dapat mengisi segmen pasar yang luas, menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat luas, dan dapat bertahan dari berbagai krisis yang terjadi (Kusuma dkk, 2022).

Desa Batulaya dikenal dengan keanekaragaman produk IKM yang meliputi kerajinan anyaman bambu, makanan ringan khas, dan produk lokal lainnya yang memiliki nilai budaya dan estetika tinggi. Namun, meskipun memiliki potensi besar, masih terdapat sejumlah kendala yang menghambat perkembangan IKM di desa ini. Berikut adalah gambar lokasi desa Batulaya.



Gambar 1. Lokasi Mitra  
(Sumber : Google Maps, 2025)

Berdasar observasi tim pengabdian, salah satu kendala yang dialami oleh Industri Kecil Menengah (IKM) yang ada di Desa Batulaya dalam mengembangkan industri mereka yaitu pengelolaan keuangan yang dilakukan secara sederhana dan manual. Hal ini dapat memberikan resiko adanya kesalahan pencatatan keuangan baik kas masuk maupun keluar sehingga dapat menyebabkan kesalahan dalam perhitungan laba atau rugi yang diperoleh. Selain itu pemasaran produk industri kecil menengah masih kurang karena kurang menarik pelanggan. Sebagian besar produk yang dihasilkan dipasarkan dalam kemasan sederhana sehingga kurang menarik bagi pelanggan untuk membeli.

Fokus kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu dapat meningkatkan daya saing produk dan meningkatkan akuntabilitas pengelolaan keuangan berbasis digital oleh pelaku industri kecil menengah di Desa Batulaya. Tujuan kegiatan pengabdian Desa Binaan ini adalah:

- 1) Meningkatkan pengetahuan pengelolaan keuangan berbasis digital oleh pelaku industry kecil menengah di desa mitra.
- 2) Meningkatkan pengetahuan terkait *branding product* bagi pelaku industri kecil menengah di desa mitra.

Kegiatan ini juga diharapkan dapat meningkatkan **Indikator Kinerja Utama (IKU)** Perguruan Tinggi yaitu IKU 5 terkait hasil kerja dosen digunakan oleh masyarakat, IKU 2 terkait mahasiswa mendapat pengalaman di luar kampus, kelas kolaboratif dan partisipatif dan IKU 7 dengan menjadikan permasalahan mitra sebagai bahan pembelajaran berbasis studi kasus.

Kegiatan ini juga selaras dengan **Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs)**, khususnya tujuan ke-8 terkait pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, dan tujuan ke-5 yaitu kesetaraan gender karena melibatkan pemberdayaan perempuan di sektor ekonomi kreatif.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di desa Batulaya, Kecamatan Tinambung, Kabupaten Polewali Mandar. Pengabdian ini dilakukan 1 oktober 2025. Peserta yang hadir berjumlah 25 pelaku industri kecil menengah. Tahapan kegiatan pengabdian ini diuraikan sebagai berikut:

### **1. Tahapan Briefing dan Sosialisasi Bersama Mitra**

Kegiatan ini bertujuan untuk menjalin koordinasi dengan mitra baik pemerintah Desa Batulaya maupun pelaku industri kecil menengah terkait pelaksanaan kegiatan pelatihan pengelolaan keuangan berbasis digital. Kegiatan dilakukan secara tatap muka di kantor desa Batulaya bersama pemerintah Desa, pelaku industri kecil menengah, dan mahasiswa.

### **2. Pelatihan Pengelolaan Keuangan Berbasis Digital**

Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan mitra dalam hal ini pelaku industri kecil menengah di desa Batulaya. Pemanfaatan aplikasi akuntansi secara efektif dapat mengoptimalkan tata kelola bagi pelaku usaha (Nurhsanah dkk, 2024). Penggunaan aplikasi memudahkan dalam membuat pencatatan keuangan, sederhana, agar dapat meningkatkan kapasitas, kualitas, serta kompetensi

dalam menyusun laporan keuangan (Wijaya dkk, 2023). Penerapan aplikasi akuntansi memudahkan pengelolaan keuangan UMKM (Yusran dkk, 2025). Kegiatan pelatihan ini dilakukan di aula kantor desa Batulaya dengan menghadirkan narasumber yang kompeten dan di damping oleh anggota tim Sufyan Amirullah, SE., M.Ak.

### **3. Pelatihan *branding product* bagi pelaku industri kecil menengah di desa mitra**

Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pengetahuan terkait *branding product* bagi pelaku industri kecil menengah di desa Batulaya. Merek sendiri berfungsi sebagai *value indicator* yaitu menggambarkan seberapa kokoh value atau nilai yang ditawarkan kepada pelanggan, sehingga merek menggambarkan nilai yang ditawarkan dan mempunyai peranan penting bagi konsumen dalam menetapkan pilihannya (Maryam & Widjajani, 2023). Brand yang bagus akan menarik pelanggan sehingga dapat meningkatkan penjualan (Novitasari dkk, 2022).

Kegiatan ini dilaksanakan di aula kantor Desa Batulaya dengan menghadirkan narasumber yang kompeten dan didampingi oleh anggota tim pengusul Sri Amalia Edy, SE., M.Ak. Selain itu juga dilakukan pendampingan pembuatan brand yang dimentori oleh ketua tim pengabdian Haeruddin Hafid, SE., M.M.

### **Bentuk Partisipasi Mitra**

Partisipasi mitra dalam kegiatan ini berupa:

- 1) Menyediakan aula untuk pelaksanaan kegiatan pelatihan dan fasilitas pendukung lainnya,

- 2) Menghadirkan pelaku industri kecil menengah sebagai peserta dalam kegiatan pelatihan.

### Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan Program dan Keberlanjutan Program

Evaluasi pelaksanaan program dilakukan untuk mengukur efektivitas kegiatan pelatihan pengelolaan keuangan berbasis digital dan pelatihan *branding product* yang telah dilaksanakan. Evaluasi mencakup keterlibatan peserta, pencapaian tujuan pelatihan, serta tingkat pemahaman dan penerapan materi oleh pelaku industri kecil menengah di desa mitra. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk menilai keberhasilan program dan menjadi bahan pertimbangan dalam merancang perbaikan atau pengembangan program ke depan.

Untuk memastikan keberlanjutan program, tim pengabdian akan menjalin komunikasi berkelanjutan dengan mitra, memberikan pendampingan pasca pelatihan, serta mendorong kolaborasi dengan pemerintah daerah atau instansi terkait. Diseminasi hasil kegiatan kepada pemangku kepentingan lokal diharapkan dapat membuka peluang dukungan lebih lanjut, baik dari sisi pembinaan maupun akses permodalan, guna memperkuat transformasi digital dan pengembangan *brand* dalam industri kecil dan menengah.

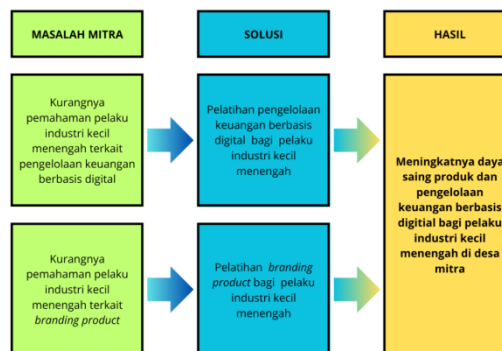
### HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan bentuk sosialisasi, yaitu dengan memberikan materi kepada peserta yang merupakan pelaku industri kecil menengah yang ada di desa Batulaya. Bentuk sosialisasi ini terdiri dari sesi diskusi, tanya jawab, dan evaluasi kepada peserta untuk mengukur tingkat pemahaman terhadap

materi yang telah diberikan kepada peserta.

Kegiatan pertama dilakukan dengan melaksanakan pelatihan pengelolaan keuangan berbasis digital dan pelatihan *branding product*

Uraian masalah, solusi, dan hasil yang dicapai setelah melaksanakan kegiatan pengabdian ini dapat dilihat pada gambar 2 di bawah ini.



Gambar 2. Metode Pelaksanaan Solusi yang ditawarkan

Lokasi kegiatan pelatihan dilaksanakan di aula kantor Desa Batulaya, Kecamatan Tinambung, Kabupaten Polewali Mandar pada tanggal 1 oktober 2025. Adapun dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada gambar 3 di bawah ini.



Gambar 3. Dokumentasi kegiatan pelatihan di bersama pelaku industri kecil menengah di Desa batulaya

Materi-materi yang dianggap relevan terhadap permasalahan yang dihadapi oleh mitra berkaitan dengan pengelolaan keuangan dan *branding*

product dilihat pada tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Materi Pelatihan Pengelolaan Keuangan Berbasis Digital dan *Branding Product* bagi pelaku industri kecil menengah.

| PROGRAM        | MATERI  |
|----------------|---|
| Permasalahan 1 | Penerapan teknologi dalam pencatatan keuangan bagi pelaku industri kecil menengah |
| Permasalahan 2 | Branding product bagi pelaku industri kecil menengah                              |
| Evaluasi       | Evaluasi hasil kegiatan   |

Tahapan evaluasi dilakukan dengan cara menyusun indikator capaian pengetahuan yang diperoleh oleh peserta setelah selesai mengikuti pelatihan. Pengukuran tersebut dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada para peserta.

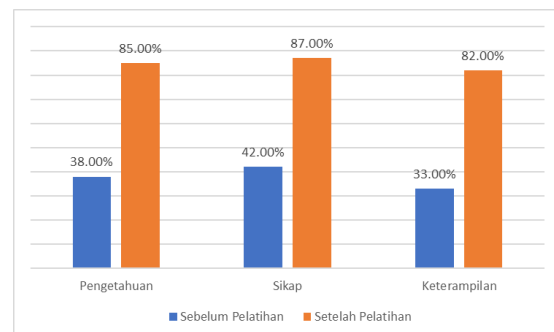
Tabel 2. Indikator Kegiatan Pelatihan

| CAKUPAN     | INDIKATOR  |
|-------------|--|
| Pengetahuan | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peserta dapat memahami manfaat dan cara pengelolaan keuangan berbasis digital bagi pelaku industri kecil menengah.</li> <li>• Peserta dapat memahami manfaat dan cara melakukan <i>branding product</i> bagi pelaku industri kecil menengah.</li> </ul> |
| Sikap       | Peserta memperhatikan dan menanggapi pemaparan materi  |

|                     |   |
|---------------------|---|
|                     | pengelolaan keuangan berbasis digital dan <i>branding product</i> .                                   |
| <b>Keterampilan</b> | Peserta dapat mengimplementasikan pengelolaan keuangan berbasis digital dan <i>branding product</i> . |

Dari tabel 2 di atas, indikator capaian akan digunakan sebagai acuan dalam menjustifikasi keberhasilan kegiatan pelatihan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh mitra. Capaian ketiga indikator tentunya akan memberikan manfaat bagi pelaku industri kecil menengah di lokasi mitra terutama bagi dalam hal pengelolaan keuangan berbasis digital dan *branding product*.

Pengukuran indikator capaian kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada peserta kegiatan pelatihan. Berikut hasil evaluasi indikator capaian kegiatan pelatihan dapat dilihat pada gambar 4 berikut.



Gambar 4. Hasil Evaluasi

Pada gambar 4 menunjukkan bahwa hasil *pre-test* indikator pengetahuan peserta rata-rata menunjukkan angka 38% dan setelah mengikuti pelatihan, mengalami peningkatan sebesar 85%. Hal ini mengindikasikan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan terkait

pengelolaan keuangan berbasis digital dan *branding product* bagi peserta.

Pada indikator sikap juga mengalami peningkatan dari *pre-test* dan setelah pelatihan yakni 42% menjadi 87%. Hal ini mengindikasikan para peserta mengalami peningkatan sikap yang awalnya rendah perhatian dan kepedulian terhadap bagaimana pengelolaan keuangan berbasis digital dan *branding product* menjadi lebih peduli setelah mengetahui betapa pentingnya hal tersebut bagi peningkatan industri kecil menengah.

Indikator terakhir yaitu keterampilan juga mengalami peningkatan dari 33% menjadi 82%. Hal ini mengindikasikan bahwa terjadinya peningkatan kemampuan peserta dalam hal pengelolaan keuangan berbasis digital dan *branding product*.

Setelah melakukan evaluasi hasil kegiatan, tentunya diharapkan para peserta mampu untuk mengaplikasikan pengelolaan keuangan berbasis digital agar pencatatan keuangan yang dilakukan dalam usaha mereka dapat lebih akurat baik dalam menghitung laba/rugi, maupun dalam melakukan perencanaan kedepannya.

Selain itu, para peserta juga diharapkan mampu untuk melakukan *branding product* agar produk yang mereka buat bisa lebih menarik pelanggan kedepannya.

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilakukan di desa Batulaya telah meningkatkan pengetahuan, sikap, dan keterampilan bagi para peserta dalam hal pengelolaan keuangan berbasis digital dan *branding product* yang merupakan permasalahan yang mereka hadapi selama ini. Setelah kegiatan ini, diharapkan pelaku industri kecil menengah di lokasi mitra bisa menjadi

lebih baik lagi, baik dari sisi pengelolaan keuangan maupun dari *brand* produk yang mereka miliki.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Universitas Sulawesi Barat yang telah memberikan dukungan kepada tim pengabdian dalam program Pendanaan DIPA. Kami juga mengucapkan terimakasih kepada pemerintah Desa Batulaya yang menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kusuma AS., Muku IDMK., Jayanegara IN., Setiawan IK., Mahendra GS., Desmayani NMMR. 2022. Sosialisasi dan Pelatihan Branding Produk untuk Menunjang Strategi Pemasaran Bagi IKM Bersama Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*. Vol. 3 No. 2. DOI: <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v3i2.896>
- Mahardikawati RP., & Nurgiyatna. 2020. Sistem Informasi Industri Kecil Menengah Pemerintahan Kabupaten Boyolali. *Jurnal Teknik Informatika (JUTIF)*. Vol. 1 No. 2. DOI: <https://doi.org/10.20884/1.jutif.2020.1.2.13>
- Maryam I., & Widjajani S. 2023. Pelatihan Branding dan Packaging Produk UMKM di Desa Ganggeng Kabupaten Purworejo. *JTEB Jurnal Terapan Ekonomi dan Bisnis*.

Vol. 3 No. 1. DOI:  
<https://doi.org/10.2426/10.24269>

Novitasari E., Hafid H., Edy SA.,  
Suriadi ANF. 2022.  
Pengembangan UMKM Melalui  
Pelatihan Branding, Pemasaran  
Digital dan Penerapan Akuntansi  
Berbasis Aplikasi Di Desa  
Binanga Kecamatan Sendana.  
*Jurnal Abdi Insani*. Vol. 11 No.  
4. DOI:  
<https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i4.1954>

Nurhasanah S., Santoso WP., Puri PA.  
2024. Penerapan Aplikasi  
Akuntansi pada UMKM. *Al-  
Kharaj: Jurnal Ekonomi,  
Keuangan & Bisnis Syariah*.  
Vol. 6 No. 3. DOI:  
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.5151>

Wijaya RS., Rahmatia., Murniati.,  
Nini., Mariyanti E. 2023.  
Digitalisasi Akuntansi Bagi  
Pelaku UMKM di Lubuk  
Minturun. *JPM Jurnal  
Pengabdian Masyarakat*. Vol. 2  
No. 1. DOI:  
<https://doi.org/10.47233/jpmda.v2i1.706>

Yusran M., Hadijah S., Jumardi.,  
Amirullah S., Edy SA., Ilham  
BU. 2025. Penerapan Aplikasi  
Akuntansi Dalam Pengelolaan  
Keuangan Pada UMKM. *Jurnal  
Abdi Insani*. Vol. 11 No. 1. DOI:  
<https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i1.1296>