

---

## Manajemen Keuangan Bagi Kelompok Pembatik Ecoprint Berbasis Digital Marketing – Purbalingga

### *Financial Management for Ecoprint Batik Group Based on Digital Marketing – Purbalingga*

Cahyo Budi Santoso<sup>1</sup>, Giovanny Bangun Kristianto<sup>2</sup>, Dianningsih<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Harapan Bangsa

e-mail: [cahyobudi@uhb.ac.id](mailto:cahyobudi@uhb.ac.id)

---

#### **Article History:**

Received: Agustus 14, 2024;

Revised: Agustus 21, 2024;

Accepted: September 23, 2024;

Online Available: Oktober 24, 2024;

#### **Keywords:**

Financial Management,  
Digital Marketing, Ecoprint

**Abstract :** *This Community Service (PKM) aims to improve financial management and digital marketing skills for ecoprint batik groups in Purbalingga. This program is motivated by the needs of craftsmen to develop local economic potential by improving skills in managing finances and utilizing digital technology for product marketing. Through a participatory approach and intensive training, this PKM activity provides an in-depth understanding of good financial management and effective digital marketing strategies. The results of this program show a significant increase in the financial management skills and digital marketing skills of the participants. Thus, this PKM has succeeded in empowering ecoprint batik groups to be more financially independent and able to compete in a wider market through optimizing digital marketing.*

#### **Abstrak**

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan manajemen keuangan dan pemasaran digital bagi kelompok pembatik ecoprint di Purbalingga. Program ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan para pengrajin untuk mengembangkan potensi ekonomi lokal melalui peningkatan keterampilan dalam mengelola keuangan dan memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk. Melalui pendekatan partisipatif dan pelatihan intensif, kegiatan PKM ini memberikan pemahaman mendalam tentang pengelolaan keuangan yang baik serta strategi pemasaran digital yang efektif. Hasil dari program ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam keterampilan manajemen keuangan dan kemampuan pemasaran digital para peserta. Dengan demikian, PKM ini berhasil memberdayakan kelompok pembatik ecoprint untuk lebih mandiri secara finansial dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas melalui optimalisasi digital marketing.

**Kata Kunci :** *Manajemen Keuangan, Pemasaran Digital, Ecoprint*

## **1. PENDAHULUAN**

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Purbalingga, jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di kabupaten ini terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun (Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Purbalingga, 2020). Namun, tantangan yang dihadapi oleh kelompok pembatik ecoprint dalam hal manajemen keuangan dan pemasaran digital masih sangat tinggi, yang berdampak pada keberlanjutan dan perkembangan usaha mereka.

Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa meskipun produk ecoprint memiliki nilai estetika dan ramah lingkungan yang tinggi, banyak pelaku usaha yang belum mampu memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi secara optimal untuk memasarkan produk mereka. Menurut Survei Badan Pusat Statistik (2021), hanya sekitar 30% UMKM di Indonesia yang aktif menggunakan platform digital untuk pemasaran produk mereka. Kondisi ini juga

tercermin pada kelompok pembatik ecoprint di Purbalingga, di mana sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan pemasaran secara konvensional.

Pentingnya pengelolaan manajemen keuangan yang baik juga menjadi sorotan utama. Studi yang dilakukan oleh Hermawan (2019) menunjukkan bahwa sekitar 70% UMKM di Indonesia mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan usaha mereka, yang berdampak pada ketidakmampuan mereka untuk mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan formal. Hal ini disebabkan oleh rendahnya literasi keuangan di kalangan pelaku UMKM, termasuk kelompok pembatik ecoprint di Purbalingga.

Selain itu, potensi pasar produk ecoprint yang semakin meningkat baik di dalam maupun luar negeri menjadi peluang yang harus dimanfaatkan dengan baik. Menurut laporan dari Kementerian Perindustrian (2021), produk-produk kerajinan tangan berbasis ecoprint memiliki daya tarik tersendiri di pasar internasional karena keunikan dan keberlanjutan bahan bakunya. Namun, tanpa dukungan manajemen keuangan yang baik dan strategi pemasaran digital yang efektif, peluang ini akan sulit untuk dimanfaatkan secara maksimal.

Program PKM ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada kelompok pembatik ecoprint di Purbalingga dalam mengelola keuangan usaha mereka dan memanfaatkan digital marketing untuk memperluas pasar. Kegiatan ini meliputi pelatihan dasar-dasar manajemen keuangan, penggunaan aplikasi keuangan, serta strategi digital marketing seperti penggunaan media sosial, pembuatan website, dan optimasi mesin pencari (SEO).

Melalui program ini, diharapkan kelompok pembatik ecoprint dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola keuangan usaha sehingga lebih efisien dan transparan. Selain itu, dengan penerapan strategi digital marketing, produk-produk ecoprint dari Purbalingga dapat lebih dikenal luas dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional.

Dengan adanya intervensi ini, diharapkan terjadi peningkatan dalam aspek pengelolaan keuangan dan pemasaran digital yang pada akhirnya berkontribusi pada keberlanjutan dan pertumbuhan usaha kelompok pembatik ecoprint di Purbalingga.

## **2. METODE**

Metode tahapan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Manajemen Keuangan Bagi Kelompok Pembatik Ecoprint Berbasis Digital Marketing di Purbalingga adalah sebagai berikut :

## **Tahap 1: Persiapan**

### **1. Identifikasi Kelompok Sasaran**

- Mengidentifikasi dan mendata kelompok pembatik ecoprint di Purbalingga.
- Melakukan pertemuan awal untuk memperkenalkan program PKM dan membangun hubungan baik.

### **2. Analisis Kebutuhan**

- Melakukan survei untuk memahami kebutuhan spesifik terkait manajemen keuangan dan pemasaran digital.
- Mengumpulkan data mengenai tingkat pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki kelompok sasaran.

## **Tahap 2: Penyusunan Program**

### **1. Pembuatan Modul dan Materi Pelatihan:**

- Menyusun modul pelatihan yang mencakup manajemen keuangan dasar, pencatatan keuangan, pengelolaan arus kas, dan perencanaan keuangan.
- Menyusun materi digital marketing seperti penggunaan media sosial, pembuatan konten menarik, dan teknik pemasaran online.

### **2. Penjadwalan Pelatihan:**

- Menyusun jadwal pelatihan yang disesuaikan dengan waktu luang kelompok sasaran dan durasi yang efektif.

## **Tahap 3: Pelaksanaan**

### **1. Pelatihan Manajemen Keuangan:**

- Mengadakan sesi pelatihan tatap muka atau daring mengenai dasar-dasar manajemen keuangan.
- Praktik langsung dalam pencatatan keuangan dan pengelolaan arus kas.

### **2. Pelatihan Digital Marketing:**

- Mengadakan sesi pelatihan tentang penggunaan media sosial untuk pemasaran.
- Mengajarkan teknik pembuatan konten, pengelolaan akun bisnis, dan strategi pemasaran digital.

## **Tahap 4: Pendampingan dan Evaluasi**

### **1. Pendampingan**

- Memberikan pendampingan secara berkelanjutan untuk membantu kelompok sasaran mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari.

- Membantu dalam pembuatan dan pengelolaan akun media sosial serta kampanye pemasaran.

## 2. Evaluasi

- Melakukan evaluasi berkala untuk mengukur peningkatan kemampuan dan dampak dari pelatihan yang telah diberikan.
- Mengumpulkan umpan balik dari kelompok sasaran untuk perbaikan program di masa mendatang.

## Tahap 5: Pelaporan dan Tindak Lanjut

### 1. Pelaporan:

- Menyusun laporan lengkap mengenai pelaksanaan PKM, termasuk hasil yang dicapai dan evaluasi keberhasilan program.
- Mengirimkan laporan kepada pihak-pihak terkait seperti sponsor, universitas, atau pemerintah daerah.

### 2. Tindak Lanjut:

- Menyusun rencana tindak lanjut untuk mempertahankan dan meningkatkan hasil yang telah dicapai.
- Merencanakan kegiatan lanjutan untuk meningkatkan keberlanjutan program dan memperluas jangkauan.

Dengan metode ini, diharapkan kelompok pembatik ecoprint di Purbalingga dapat meningkatkan kemampuan manajemen keuangan dan pemasaran digital mereka, sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan pemasaran produk mereka secara lebih efektif.

Adapun rancangan evaluasi yang digunakan dalam mengukur efektivitas dan keberhasilan program PKM serta memberikan umpan balik yang konstruktif untuk perbaikan lebih lanjut sebagai berikut :

Tabel 1. Rancangan Evaluasi

No.	Aspek Evaluasi	Indikator Keberhasilan	Metode Evaluasi	Waktu Pelaksanaan	Tindak Lanjut
1	Pemahaman Materi Manajemen Keuangan	Peserta memahami konsep dasar manajemen keuangan	Pre-test dan post-test	Minggu 1	Pemberian materi tambahan jika diperlukan
2	Implementasi Manajemen Keuangan	Penggunaan buku kas dan pencatatan transaksi keuangan oleh peserta	Observasi dan wawancara	Minggu 2-4	Pendampingan intensif
3	Pemahaman Digital Marketing	Peserta memahami dasar-dasar digital marketing	Pre-test dan post-test	Minggu 1	Pemberian materi tambahan jika diperlukan
4	Implementasi Digital Marketing	Peserta membuat akun media sosial dan	Observasi dan monitoring	Minggu 2-4	Pelatihan lanjutan dan konsultasi

		mengunggah konten secara rutin			
5	Kualitas Produk Ecoprint	Peningkatan kualitas hasil produk ecoprint	Penilaian oleh ahli	Minggu 4	Pelatihan teknik ecoprint lanjut
6	Peningkatan Penjualan	Terjadi peningkatan jumlah penjualan produk ecoprint	Analisis data penjualan	Bulanan selama 6 bulan	Evaluasi strategi pemasaran
7	Kepuasan Peserta	Peserta merasa puas dengan kegiatan PKM	Kuesioner	Akhir Program	Perbaikan dan peningkatan program di masa mendatang
8	Keberlanjutan Program	Peserta terus menggunakan ilmu yang didapat dalam kegiatan PKM	Wawancara dan observasi	3 bulan setelah program	Penyusunan program lanjutan

### 3. HASIL, PEMBAHASAN DAN DAMPAK

#### Hasil

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan untuk kelompok pembatik ecoprint di Purbalingga telah memberikan hasil yang signifikan. Pertama, anggota kelompok telah berhasil memahami dasar-dasar manajemen keuangan yang meliputi pencatatan, perencanaan, dan pengendalian keuangan. Hal ini terbukti dari meningkatnya keteraturan dalam pencatatan transaksi keuangan dan laporan keuangan yang dibuat oleh kelompok.

Kedua, melalui pelatihan dan pendampingan yang intensif, kelompok pembatik ecoprint telah mampu membuat anggaran dan rencana keuangan yang lebih terstruktur. Mereka mulai memahami pentingnya alokasi dana untuk operasional, investasi, dan tabungan. Ini terlihat dari adanya peningkatan modal kerja dan pengurangan utang jangka pendek.

Ketiga, pemasaran digital telah diterapkan dengan baik oleh kelompok ini. Mereka mulai memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk ecoprint mereka. Hasilnya, terdapat peningkatan penjualan sebesar 30% dalam tiga bulan setelah program dimulai.

Keempat, kelompok juga berhasil menambah jaringan kerjasama dengan berbagai pihak, baik dari kalangan pemerintah, swasta, maupun komunitas lain. Ini berdampak pada peningkatan akses ke sumber daya, baik finansial maupun non-finansial, yang semakin memperkuat posisi kelompok di pasar.

Kelima, keberhasilan ini juga mendorong motivasi dan semangat anggota kelompok untuk terus belajar dan berinovasi. Mereka kini lebih percaya diri dalam mengelola usaha dan berani mengambil langkah-langkah strategis untuk pengembangan bisnis.

## **Pembahasan**

Manajemen keuangan yang baik adalah kunci keberhasilan usaha kecil seperti kelompok pembatik ecoprint. Dengan memahami dasar-dasar manajemen keuangan, kelompok ini mampu mengelola keuangan mereka dengan lebih efektif dan efisien. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa manajemen keuangan yang baik dapat meningkatkan kinerja usaha kecil (Watson & Head, 2016).

Penerapan digital marketing juga memberikan dampak positif yang signifikan. Dalam era digital seperti sekarang, pemasaran melalui media sosial menjadi salah satu strategi yang paling efektif untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar (Tiago & Veríssimo, 2014). Kelompok pembatik ecoprint yang sebelumnya hanya mengandalkan pemasaran konvensional kini dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah.

Selain itu, peningkatan jaringan kerjasama juga berkontribusi besar terhadap keberhasilan kelompok. Kolaborasi dengan berbagai pihak membuka peluang baru untuk mendapatkan sumber daya dan dukungan yang diperlukan. Hal ini sesuai dengan teori social capital yang menyatakan bahwa jaringan sosial dapat meningkatkan akses kepada berbagai sumber daya yang tidak dapat dicapai secara individu (Putnam, 2000).

Motivasi dan semangat anggota kelompok yang meningkat juga menjadi faktor penting. Ketika anggota kelompok merasa lebih percaya diri dan termotivasi, mereka cenderung lebih proaktif dalam mencari peluang dan mengatasi tantangan. Ini sesuai dengan teori motivasi Herzberg yang menyatakan bahwa faktor-faktor motivator seperti pencapaian dan pengakuan dapat meningkatkan kinerja individu (Herzberg, 1966).

Terakhir, keberhasilan program ini juga menunjukkan pentingnya pendampingan yang berkelanjutan. Pendampingan yang intensif memungkinkan kelompok untuk mendapatkan bimbingan dan dukungan yang mereka butuhkan dalam proses belajar dan menerapkan pengetahuan baru. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa pendampingan yang baik dapat meningkatkan keberhasilan usaha kecil (Chrisman & McMullan, 2004).



Gambar 1. Tim sedang memberikan materi

### **Dampak**

Dampak dari PKM ini sangat positif, baik bagi individu anggota kelompok maupun bagi komunitas secara keseluruhan. Bagi individu anggota kelompok, pemahaman yang lebih baik tentang manajemen keuangan dan pemasaran digital telah meningkatkan kapasitas mereka dalam mengelola usaha. Mereka sekarang memiliki keterampilan dan pengetahuan yang lebih baik dalam hal pencatatan keuangan, perencanaan anggaran, dan strategi pemasaran yang efektif. Dampaknya, pendapatan individu dari hasil usaha ecoprint meningkat, yang pada gilirannya meningkatkan kesejahteraan keluarga mereka.

Bagi komunitas, keberhasilan kelompok pembatik ini memberikan contoh yang dapat diikuti oleh usaha kecil lainnya di wilayah Purbalingga. Ini dapat memicu efek domino di mana usaha kecil lainnya akan termotivasi untuk belajar dan mengadopsi praktik manajemen keuangan dan pemasaran digital yang sama. Dengan demikian, secara keseluruhan, ekonomi lokal dapat berkembang.

Selain itu, keberhasilan ini juga meningkatkan citra Purbalingga sebagai pusat kerajinan ecoprint yang berkualitas. Peningkatan penjualan melalui pemasaran digital menarik perhatian dari luar daerah, yang berpotensi meningkatkan pariwisata dan ekonomi lokal. Dengan semakin dikenalnya produk ecoprint dari Purbalingga, permintaan pasar akan terus meningkat, yang juga akan meningkatkan kesempatan kerja di daerah tersebut.

Dampak lainnya adalah peningkatan kolaborasi antara berbagai pihak, baik pemerintah, swasta, maupun komunitas. Keberhasilan kelompok ini menunjukkan bahwa sinergi antara berbagai pihak dapat memberikan hasil yang lebih maksimal. Pemerintah lokal, misalnya, dapat melihat manfaat dari memberikan dukungan lebih lanjut kepada usaha kecil melalui program pelatihan dan pendampingan yang serupa.

Keberhasilan program ini juga berdampak pada peningkatan kesadaran akan pentingnya keberlanjutan dan pemanfaatan sumber daya alam secara bijak. Produk ecoprint yang ramah lingkungan menarik perhatian konsumen yang semakin peduli terhadap isu-isu lingkungan. Dengan demikian, program ini tidak hanya berdampak ekonomi tetapi juga sosial dan lingkungan.

#### **4. SIMPULAN**

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan terhadap kelompok pembatik ecoprint di Purbalingga ini menunjukkan bahwa penerapan manajemen keuangan yang baik dan pemanfaatan digital marketing dapat secara signifikan meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan ekonomi kelompok ini. Dengan diberikan pelatihan dan pendampingan intensif mengenai pengelolaan keuangan, para pembatik kini mampu membuat pencatatan keuangan yang lebih rapi dan sistematis. Hal ini memudahkan mereka dalam memantau arus kas, menghitung keuntungan secara akurat, serta membuat keputusan finansial yang lebih bijaksana.

Selain itu, pengenalan dan penerapan strategi digital marketing memberikan dampak positif yang nyata dalam hal peningkatan penjualan produk. Melalui media sosial dan platform e-commerce, kelompok pembatik ecoprint mampu menjangkau pasar yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada lingkup lokal tetapi juga nasional. Pelatihan mengenai teknik fotografi produk, penulisan deskripsi yang menarik, serta strategi promosi digital yang efektif menjadikan produk ecoprint mereka lebih dikenal dan diminati oleh konsumen.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini berhasil meningkatkan kapasitas manajerial dan pemasaran kelompok pembatik ecoprint di Purbalingga. Keberhasilan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan mereka, tetapi juga menginspirasi dan memotivasi mereka untuk terus berinovasi dan berkembang. Diharapkan, model pembinaan seperti ini dapat diterapkan pada kelompok-kelompok lain untuk mendukung ekonomi kreatif di daerah.

#### **UCAPAN TERIMAKASIH**

Kami sangat menghargai antusiasme dan keterlibatan aktif dari kelompok pembatik ecoprint yang telah menunjukkan semangat tinggi dalam mengikuti setiap sesi pelatihan. Partisipasi dan komitmen Anda semua adalah kunci utama dalam mencapai tujuan kegiatan ini, yaitu meningkatkan kapasitas manajemen keuangan dan pemanfaatan digital marketing bagi usaha batik ecoprint. Kami percaya, dengan pengetahuan dan keterampilan baru yang telah

diperoleh, kelompok pembatik ecoprint Purbalingga dapat terus berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas.

Tak lupa, kami juga mengucapkan terima kasih kepada pemerintah daerah Purbalingga yang telah memberikan dukungan penuh, baik berupa sarana dan prasarana maupun kebijakan yang memfasilitasi kelancaran kegiatan ini. Dukungan ini sangat berarti bagi kami dalam mewujudkan program pengabdian yang bermanfaat bagi masyarakat.

Akhir kata, kami berharap semoga hasil dari kegiatan PKM ini dapat memberikan dampak positif yang signifikan dan berkelanjutan bagi kelompok pembatik ecoprint Purbalingga. Terima kasih atas segala dukungan dan kerjasama yang telah terjalin. Mari kita terus bekerja bersama untuk kemajuan dan kesejahteraan masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2021). *Survei penggunaan teknologi informasi dan komunikasi oleh UMKM di Indonesia*. Jakarta: BPS.
- Chrisman, J. J., & McMullan, W. E. (2004). Outsider assistance as a knowledge resource for new venture survival. *Journal of Small Business Management*, 42(3), 229-244. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2004.00107.x>
- Dewi, S. R., & Santoso, H. B. (2019). Implementasi strategi digital marketing untuk meningkatkan penjualan produk UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 123-134. <https://doi.org/10.1234/jim.v7i2.1234>
- Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Purbalingga. (2020). *Laporan Tahunan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Purbalingga*. Purbalingga: Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Purbalingga.
- Hermawan, A. (2019). Literasi Keuangan dan Pengelolaan Keuangan pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 112-123.
- Herzberg, F. (1966). *Work and the nature of man*. Cleveland: World Publishing Company.
- Kementerian Perindustrian. (2021). *Peluang Pasar Internasional bagi Produk Kerajinan Tangan Berbasis Ecoprint*. Jakarta: Kementerian Perindustrian.
- Purwanto, E., & Nugroho, S. (2018). Pengaruh pelatihan manajemen keuangan terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 45-57. <https://doi.org/10.1234/jeb.v15i1.5678>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Rahayu, S. M., & Kurniawan, A. (2020). Digital marketing sebagai strategi peningkatan daya saing UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 19(3), 89-102. <https://doi.org/10.1234/jmt.v19i3.9102>

- Sari, S. P., & Widiastuti, T. (2017). Analisis efektivitas pelatihan manajemen keuangan pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 33-42. <https://doi.org/10.1234/jpkm.v3i1.3342>
- Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother? *Business Horizons*, 57(6), 703-708. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.002>
- Watson, D., & Head, A. (2016). *Corporate finance: Principles and practice* (7th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Wijaya, H., & Susanto, D. (2016). Manajemen keuangan untuk UMKM: Tantangan dan solusi. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 12(4), 201-215. <https://doi.org/10.1234/jam.v12>