

Pendampingan Transformasi Digital pada UMKM Sampian Bali untuk Mendukung Keberlanjutan Usaha Berbasis Budaya Lokal

Emmy Febriani Thalib^{1*}, Putu Wirayudi Aditama², Ni Made Sudianti³, Ni Putu Suci Meinarni^{4*}

^{1,2,3,4*}Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia, Denpasar, Indonesia

*sucimeinarni@instiki.ac.id

INFO ARTIKEL

Article history:

Received Juni 2026

Published Juni 2026

ABSTRAK

UMKM berbasis budaya lokal memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat sekaligus menjaga keberlanjutan warisan budaya daerah. Salah satu UMKM yang bergerak pada sektor tersebut adalah UMKM Dewata Sampian di Desa Petang, Kabupaten Badung, Bali, yang memproduksi berbagai jenis sampian untuk kebutuhan upacara keagamaan Hindu. Meskipun memiliki potensi usaha yang baik, mitra masih menghadapi kendala pada aspek pemasaran dan pengelolaan keuangan yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Kegiatan pengabdian ini bertujuan mendukung transformasi digital UMKM melalui pendampingan pemasaran digital dan pengelolaan keuangan berbasis aplikasi. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif yang meliputi identifikasi kebutuhan mitra, pendampingan pemasaran digital, pendampingan penggunaan aplikasi Sistem Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan (SIAPIK), implementasi, serta evaluasi program. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra berhasil mengoptimalkan pemasaran digital melalui akun Instagram bisnis @dewatasampian dan toko daring Tokosampian pada platform Shopee yang digunakan sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Selain itu, mitra telah mampu memanfaatkan aplikasi SIAPIK untuk melakukan pencatatan transaksi dan pengelolaan keuangan usaha secara lebih terstruktur. Program ini juga berkontribusi pada peningkatan literasi digital serta kemampuan manajemen usaha mitra. Dengan demikian, pendampingan transformasi digital terbukti menjadi salah satu strategi yang efektif dalam mendukung penguatan daya saing dan keberlanjutan UMKM berbasis budaya lokal di era ekonomi digital.

Kata Kunci: Transformasi, Digital, UMKM, Pemasaran Digital, SIAPIK, Budaya Lokal.

ABSTRACT

Local culture-based Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in supporting community economic development while preserving regional cultural heritage. One such enterprise is Dewata Sampian MSME in Petang Village, Badung Regency, Bali, which produces various types of sampian used in Hindu religious ceremonies. Despite its business potential, the enterprise faced challenges in marketing

activities and financial management due to the limited utilization of digital technology. This community service program aimed to support the digital transformation of the MSME through digital marketing assistance and financial management training using a digital application. The program employed a participatory approach consisting of needs assessment, digital marketing mentoring, training on the Information System Application for Financial Recording (SIAPIK), implementation, and program evaluation. The results indicate that the MSME successfully optimized its digital marketing activities through the Instagram business account @dewatasampian and the online store Tokosampian on the Shopee platform, which were utilized as promotional and sales channels. Furthermore, the partner was able to use the SIAPIK application to record business transactions and manage financial data in a more structured manner. The program also contributed to improving digital literacy and managerial capabilities of the business owner. Therefore, digital transformation assistance has proven to be an effective strategy for strengthening the competitiveness and sustainability of local culture-based MSMEs in the digital economy era.

Keywords: digital transformation, MSMEs, digital marketing, SIAPIK, local culture.

©2026 Authors. Licensed Under [CC-BY-NC-SA 4.0](#)

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional sekaligus menjaga keberlanjutan budaya lokal. Selain berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat, UMKM juga berfungsi sebagai sarana pelestarian berbagai produk berbasis kearifan lokal yang menjadi identitas suatu daerah. Di era transformasi digital saat ini, pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap kompetitif dan berkelanjutan di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan platform digital dalam proses pencarian informasi maupun transaksi pembelian.

Salah satu bentuk usaha berbasis budaya lokal yang masih berkembang di Bali adalah usaha produksi sampian. Sampian merupakan salah satu sarana upacara yang digunakan dalam berbagai ritual keagamaan Hindu Bali dan memiliki nilai religius serta budaya yang tinggi. Kebutuhan masyarakat terhadap sampian relatif stabil karena berkaitan langsung dengan pelaksanaan kegiatan adat dan keagamaan yang berlangsung secara berkelanjutan sepanjang tahun. Kondisi tersebut menjadikan usaha sampian memiliki peluang ekonomi yang cukup baik sekaligus berperan dalam menjaga keberlangsungan warisan budaya Bali.

Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah usaha sampian Bali milik Ibu Fara Syerliana Tanjung yang berlokasi di Banjar Adat Petang Tengah, Desa Petang, Kabupaten Badung, Bali. Usaha yang telah beroperasi sejak tahun 2019 ini memproduksi berbagai jenis sampian, seperti sampian gebogan, pras, tumpeng, pengambian, tebasan, penyeneng, dan berbagai perlengkapan upacara lainnya. Seluruh proses produksi dilakukan secara manual menggunakan keterampilan tradisional yang diwariskan secara turun-temurun sehingga menghasilkan produk yang memiliki nilai autentik dan kualitas budaya yang kuat. Kapasitas produksi usaha ini mencapai sekitar 500 unit sampian per hari atau lebih dari 180 | Seminar Nasional Pengabdian dan Kolaborasi (SPASI): Vol. 1 Nomor 2, Juni 2026

5.000 unit per bulan, yang menunjukkan potensi usaha yang cukup besar untuk terus berkembang.

Meskipun memiliki kapasitas produksi yang memadai dan permintaan pasar yang relatif stabil, usaha sampian milik Ibu Syerli masih menghadapi sejumlah kendala dalam pengelolaan usaha. Permasalahan utama terletak pada aspek pemasaran dan manajemen keuangan. Pemasaran produk selama ini masih dilakukan secara konvensional melalui penjualan langsung kepada pelanggan sekitar serta promosi dari mulut ke mulut. Pola pemasaran tersebut menyebabkan jangkauan pasar menjadi terbatas dan belum mampu menjangkau konsumen yang lebih luas. Padahal, perkembangan teknologi digital telah membuka peluang yang besar bagi pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk kepada pasar yang lebih luas melalui pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce.

Selain permasalahan pemasaran, pengelolaan keuangan usaha juga masih dilakukan secara manual melalui pencatatan sederhana. Kondisi tersebut menyebabkan mitra mengalami kesulitan dalam memantau arus kas, mengelola pemasukan dan pengeluaran, serta menyusun laporan keuangan usaha secara sistematis. Padahal, pengelolaan keuangan yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam mendukung keberlanjutan dan pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat. Keterbatasan literasi digital dan minimnya pemanfaatan teknologi dalam kegiatan usaha menjadi faktor yang turut memengaruhi munculnya permasalahan tersebut.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan daya saing UMKM melalui perluasan akses pasar dan peningkatan efisiensi operasional. Santoso et al. menyatakan bahwa pemanfaatan platform e-commerce dapat membantu UMKM memperluas jangkauan pemasaran serta meningkatkan peluang transaksi penjualan. Selain itu, penerapan aplikasi pengelolaan keuangan digital juga terbukti mampu meningkatkan kualitas pencatatan transaksi dan membantu pelaku usaha dalam menyusun laporan keuangan secara lebih terstruktur. Oleh karena itu, integrasi pemasaran digital dan pengelolaan keuangan berbasis teknologi sederhana menjadi salah satu pendekatan yang relevan untuk mendukung pengembangan UMKM berbasis budaya lokal.

Berdasarkan kondisi tersebut, tim pengabdian melaksanakan kegiatan pendampingan transformasi digital pada UMKM Sampian Bali milik Ibu Syerli melalui dua pendekatan utama, yaitu optimalisasi pemasaran digital dan penerapan sistem pengelolaan keuangan berbasis aplikasi digital. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam memanfaatkan teknologi sebagai sarana promosi, memperluas jangkauan pasar, serta memperbaiki tata kelola keuangan usaha secara lebih efektif dan terstruktur. Melalui pendampingan yang dilakukan secara partisipatif, diharapkan mitra mampu mengimplementasikan teknologi yang diperkenalkan secara mandiri sehingga dapat mendukung keberlanjutan usaha berbasis budaya lokal di tengah perkembangan ekonomi digital.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM Sampian Bali milik Ibu Fara Syerliana Tanjung yang berlokasi di Desa Petang, Kabupaten Badung, Bali. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory approach*) yang menempatkan mitra sebagai subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan. Program difokuskan pada penyelesaian dua permasalahan utama yang dihadapi mitra, yaitu

keterbatasan pemasaran digital dan pengelolaan keuangan usaha yang masih dilakukan secara manual. Tahap awal kegiatan diawali dengan observasi dan identifikasi kebutuhan mitra untuk memperoleh gambaran kondisi usaha serta menentukan prioritas solusi yang akan diterapkan.

Selanjutnya, kegiatan dilaksanakan melalui pendampingan pemasaran digital dan pengelolaan keuangan berbasis teknologi sederhana. Pendampingan pemasaran meliputi optimalisasi penggunaan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi produk, sedangkan pendampingan pengelolaan keuangan dilakukan melalui pelatihan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital untuk membantu pengelolaan transaksi usaha secara lebih terstruktur. Setelah implementasi dilakukan, tim pengabdian melaksanakan evaluasi dan monitoring guna menilai efektivitas program serta memastikan keberlanjutan pemanfaatan teknologi yang telah diterapkan oleh mitra.



Gambar 1. Pelaksanaan Pendampingan Transformasi Digital pada UMKM Sampian Bali

Sumber: Penulis, 2026

Gambar 1 menunjukkan tahapan pelaksanaan kegiatan yang dimulai dari identifikasi kebutuhan mitra, pendampingan pemasaran digital, pendampingan pengelolaan keuangan digital, implementasi oleh mitra, hingga evaluasi dan monitoring keberlanjutan program.

3. Hasil dan Pembahasan

a. Pendampingan Pemasaran Digital

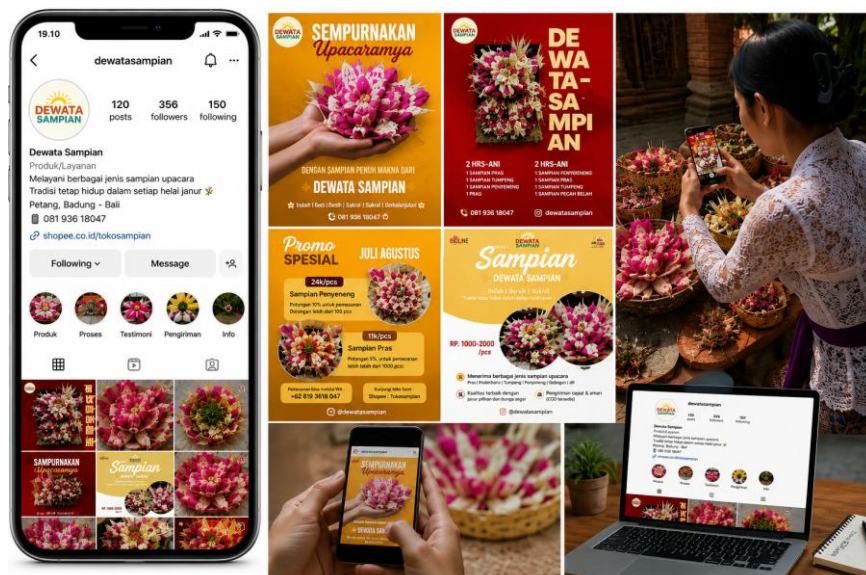
Kegiatan pendampingan pemasaran digital dilaksanakan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan perluasan pasar. Sebelum program dilaksanakan, pemasaran produk sampian masih dilakukan secara konvensional melalui penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pemasaran terbatas pada lingkungan sekitar serta belum memanfaatkan potensi media digital yang dapat menjangkau konsumen secara lebih luas.

Pendampingan diawali dengan pembuatan dan optimalisasi akun media sosial Instagram bisnis dengan nama akun **@dewatasampian**, yang difungsikan sebagai media promosi utama usaha. Tim pengabdian mendampingi mitra dalam penyusunan identitas profil usaha, penulisan deskripsi bisnis, penambahan informasi kontak, serta pembuatan konten promosi yang menampilkan produk sampian, proses produksi, dan informasi pemesanan. Selain itu, mitra juga diberikan pelatihan mengenai teknik fotografi produk sederhana

menggunakan telepon genggam, penyusunan desain promosi digital, dan strategi publikasi konten secara berkala. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa akun Instagram usaha telah aktif digunakan dengan berbagai unggahan produk dan materi promosi yang dirancang untuk memperkenalkan produk kepada konsumen potensial.

Sebagai penguatan pemasaran digital, tim pengabdian juga mendampingi mitra dalam pembukaan dan pengelolaan toko pada platform Shopee dengan nama **Tokosampian**. Melalui platform ini, mitra memperoleh sarana pemasaran yang lebih luas dan terintegrasi dengan sistem transaksi daring. Toko daring yang telah dibuat memungkinkan produk sampian dipasarkan tidak hanya kepada konsumen lokal tetapi juga kepada calon konsumen dari wilayah lain. Kehadiran akun Instagram dan toko Shopee menunjukkan bahwa mitra telah berhasil melakukan langkah awal transformasi digital dalam kegiatan pemasaran usaha.

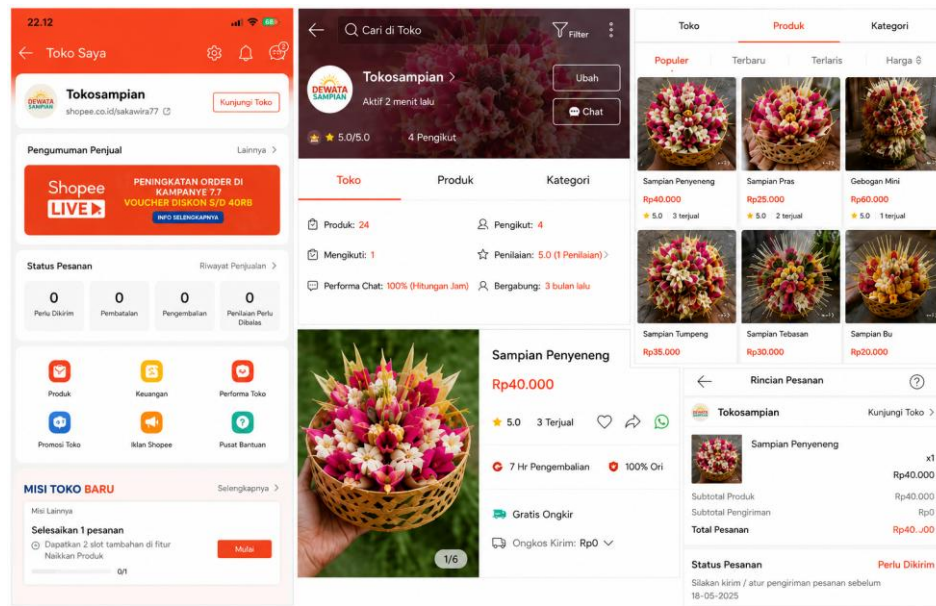
Hasil kegiatan ini sejalan dengan penelitian Santoso et al. (2024) yang menyatakan bahwa pemanfaatan media digital dan platform e-commerce mampu membantu UMKM memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan peluang transaksi. Transformasi pemasaran digital yang dilakukan pada usaha sampian tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga menjadi media untuk memperkenalkan nilai budaya yang terkandung dalam produk kepada masyarakat yang lebih luas.



Gambar 2. Akun Instagram dan Konten Promosi Digital UMKM Dewata Sampian

Sumber: Penulis, 2026

Gambar 2 menunjukkan hasil pendampingan pemasaran digital melalui optimalisasi akun Instagram bisnis UMKM Dewata Sampian. Akun tersebut telah dilengkapi dengan identitas usaha, informasi kontak, serta berbagai konten promosi yang menampilkan produk dan aktivitas produksi sampian. Pemanfaatan media sosial diharapkan dapat meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pemasaran, serta memperkuat citra UMKM berbasis budaya lokal di lingkungan digital.



Gambar 3. Implementasi Toko Daring pada Platform Shopee (Tokosampian)
Sumber: Penulis, 2026

Gambar 3 memperlihatkan implementasi toko daring UMKM Dewata Sampian pada platform Shopee sebagai salah satu bentuk transformasi digital dalam kegiatan pemasaran. Toko daring telah dilengkapi dengan katalog produk, informasi harga, dan fitur transaksi yang memungkinkan konsumen melakukan pemesanan secara lebih mudah. Keberadaan platform e-commerce memberikan peluang bagi mitra untuk memperluas akses pasar serta meningkatkan efektivitas proses penjualan secara digital.

b. Pendampingan Pengelolaan Keuangan Berbasis Digital

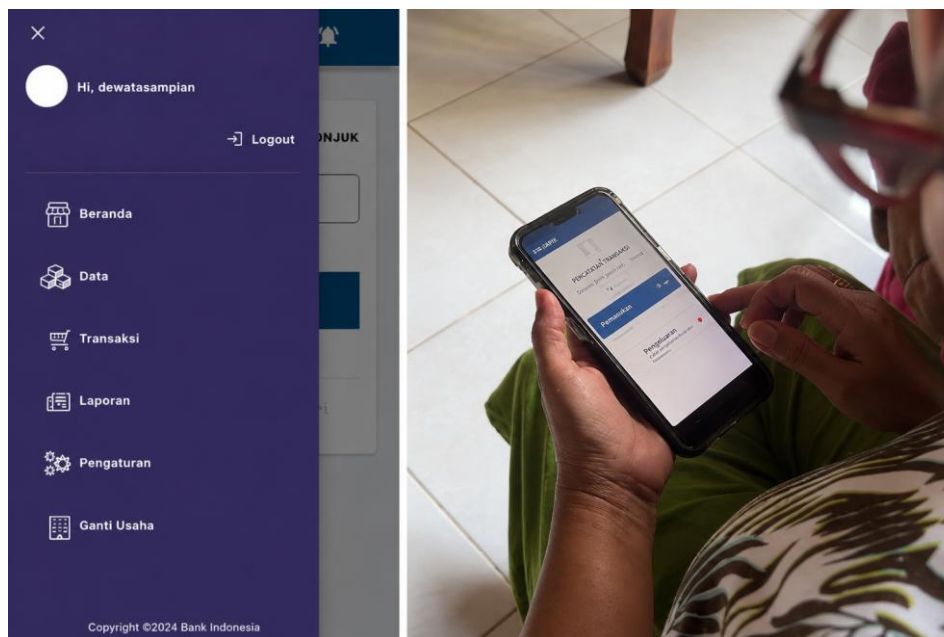
Selain aspek pemasaran, kegiatan pengabdian juga difokuskan pada peningkatan kapasitas mitra dalam pengelolaan keuangan usaha. Sebelum kegiatan dilaksanakan, pencatatan transaksi masih dilakukan secara manual sehingga menyulitkan mitra dalam memantau arus kas, mengelola pengeluaran, serta menyusun laporan keuangan secara sistematis. Kondisi tersebut berpotensi menyebabkan kesulitan dalam melakukan evaluasi usaha dan pengambilan keputusan bisnis yang berbasis data.

Sebagai solusi, tim pengabdian memberikan pendampingan penggunaan aplikasi Sistem Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan (SIAPIK) yang dikembangkan untuk membantu pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan transaksi secara digital. Kegiatan pendampingan meliputi instalasi aplikasi, pengenalan fitur-fitur utama, pencatatan transaksi pemasukan dan pengeluaran, serta penyusunan laporan keuangan sederhana. Pelatihan dilakukan secara langsung menggunakan data usaha milik mitra sehingga proses pembelajaran menjadi lebih mudah dipahami dan dapat langsung diterapkan dalam operasional usaha sehari-hari.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra mampu memahami penggunaan aplikasi SIAPIK sebagai alat bantu pencatatan keuangan usaha. Penggunaan aplikasi ini membantu proses pencatatan transaksi menjadi lebih terstruktur dibandingkan metode manual yang sebelumnya digunakan. Selain itu, mitra memperoleh pemahaman mengenai pentingnya pencatatan keuangan yang sistematis sebagai dasar dalam mengontrol arus kas,

mengevaluasi kondisi usaha, dan menyusun perencanaan usaha di masa mendatang. Implementasi SIAPIK juga menjadi langkah awal transformasi digital pada aspek manajemen usaha yang mendukung keberlanjutan UMKM berbasis budaya lokal.

Hasil ini sejalan dengan berbagai penelitian yang menyatakan bahwa penerapan aplikasi keuangan digital dapat meningkatkan literasi keuangan pelaku UMKM, memperbaiki kualitas pencatatan transaksi, serta mendukung proses pengambilan keputusan usaha secara lebih efektif. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi digital tidak hanya berperan dalam aspek pemasaran, tetapi juga berkontribusi terhadap penguatan tata kelola usaha secara menyeluruh.



Gambar 4. Pendampingan Penggunaan Aplikasi SIAPIK pada UMKM Dewata Sampian
Sumber: Penulis, 2026

Gambar 4 menunjukkan kegiatan pendampingan penggunaan aplikasi SIAPIK kepada pemilik UMKM Dewata Sampian. Pendampingan dilakukan melalui praktik langsung penggunaan aplikasi untuk pencatatan transaksi usaha dan pengenalan fitur pengelolaan keuangan digital. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola keuangan usaha secara lebih sistematis dan berbasis teknologi.

Aspek	Sebelum Program	Sesudah Program
 Media Promosi	✗ Promosi dari mulut ke mulut	✓ Instagram Bisnis aktif (@dewatasampian)
 Marketplace	✗ Belum tersedia	✓ Toko Shopee aktif (Tokosampian)
 Konten Digital	✗ Belum terstruktur	✓ Feed, story, dan katalog produk tersedia
 Pencatatan Keuangan	✗ Manual (buku catatan)	✓ Menggunakan aplikasi SIAPIK
 Laporan Keuangan	✗ Belum terdokumentasi dengan baik	✓ Dapat dibuat secara digital melalui SIAPIK
 Literasi Digital	✗ Terbatas (belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal)	✓ Meningkatkan melalui pendampingan dan pemanfaatan teknologi digital

Gambar 5. Perbandingan Kondisi Mitra Sebelum dan Sesudah Program Pendampingan Transformasi Digital

Sumber: Penulis, 2026

Gambar 5 menunjukkan perubahan kondisi UMKM Dewata Sampian setelah pelaksanaan program pendampingan transformasi digital. Sebelum program dilaksanakan, kegiatan pemasaran masih dilakukan secara konvensional, belum memiliki marketplace, konten digital belum terstruktur, serta pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual. Setelah pendampingan, mitra berhasil mengimplementasikan akun Instagram bisnis, membuka toko daring pada platform Shopee, menyusun konten promosi digital, serta memanfaatkan aplikasi SIAPIK untuk mendukung pencatatan dan pelaporan keuangan usaha. Hasil tersebut menunjukkan bahwa program pendampingan telah berkontribusi terhadap peningkatan literasi digital dan penguatan tata kelola usaha pada UMKM berbasis budaya lokal.

4. Kesimpulan

Kegiatan pendampingan transformasi digital pada UMKM Dewata Sampian berhasil meningkatkan kapasitas mitra dalam memanfaatkan teknologi digital pada aspek pemasaran dan pengelolaan usaha. Melalui pendampingan yang dilakukan, mitra telah mampu mengoptimalkan pemasaran digital melalui akun Instagram bisnis @dewatasampian dan toko daring Tokosampian pada platform Shopee sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Selain itu, penerapan aplikasi SIAPIK membantu mitra dalam melakukan pencatatan transaksi dan pengelolaan keuangan secara lebih terstruktur dibandingkan metode manual yang sebelumnya digunakan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya meningkatkan literasi digital mitra, tetapi juga mendukung penguatan tata kelola usaha serta keberlanjutan UMKM berbasis budaya lokal di era ekonomi digital.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia (INSTIKI) melalui Program **INSTIKI Community Service (ICS) Tahun 2025** yang telah memberikan dukungan pendanaan dan fasilitasi sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Ibu Fara Syerliana Tanjung selaku pemilik UMKM Dewata Sampian atas kerja sama, partisipasi aktif, serta dukungan yang diberikan selama seluruh rangkaian kegiatan pendampingan transformasi digital berlangsung.

Daftar Pustaka

- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, "Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar Tahun 2024," Jakarta, Indonesia, 2024.
- Bank Indonesia, "SIAPIK (Sistem Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan)," Jakarta, Indonesia, 2024.
- [A. Susanty, R. Handayani, and T. W. Utami, "Digital Transformation Strategy for MSMEs Sustainability in Indonesia," *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, vol. 9, no. 2, pp. 1–12, 2023.
- M. N. Santoso, A. Prasetyo, and D. Kurniawan, "Pemanfaatan Platform E-Commerce dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 26, no. 1, pp. 45–54, 2024.
- A. N. Aini and S. Rahmawati, "Implementasi Pemasaran Digital pada UMKM Berbasis Kearifan Lokal," *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 8, no. 3, pp. 215–223, 2023.
- [R. Chaffey and F. Ellis-Chadwick, *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*, 8th ed. Harlow, UK: Pearson Education, 2022.
- T. L. Saaty and L. G. Vargas, "Decision Making with Applications in Business and Technology," New York, NY, USA: Springer, 2021.
- OECD, "The Digital Transformation of SMEs," OECD Publishing, Paris, France, 2021.