



## Optimalisasi Strategi Promosi Digital dan Pencatatan Keuangan untuk Meningkatkan Kinerja Operasional Pusaka Gym Singaraja

### *Optimization of Digital Promotion Strategies and Financial Record-Keeping to Improve the Operational Performance of Pusaka Gym Singaraja*

Ni Luh Eka Ayu Permoni<sup>1\*</sup>, Ketut Wira Widhiyardani<sup>2</sup>, Mertayani Sari Dewi<sup>3</sup>, Gusti Putu Eka Kusuma<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup> Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Bali, Indonesia

Email: [ekapermoni87@gmail.com](mailto:ekapermoni87@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [wirawidhiyardani@gmail.com](mailto:wirawidhiyardani@gmail.com)<sup>2</sup>, [mertyanisaridewi@gmail.com](mailto:mertyanisaridewi@gmail.com)<sup>3</sup>, [ekakusuma700@gmail.com](mailto:ekakusuma700@gmail.com)<sup>4</sup>

\*Penulis Korespondensi: [ekapermoni87@gmail.com](mailto:ekapermoni87@gmail.com)<sup>1</sup>

#### Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 08 Desember 2026;

Revisi: 22 Januari 2026;

Diterima: 21 Februari 2026;

Tersedia: 24 Februari 2026

**Keywords:** *Community Service; Digital Promotion; Operational Cost Recording; Participatory Action Research (PAR); Service Learning.*

**Abstract:** *This community service program aims to assist Pusaka Gym Singaraja in addressing two main issues: suboptimal business promotion and poorly managed operational cost recording. These challenges have contributed to limited market reach and inefficiencies in financial management. Through the Service Learning and Participatory Action Research (PAR) approaches, this program actively involved students and gym management in identifying problems, designing strategies, implementing action plans, and conducting evaluations. The strategies implemented included developing digital promotion through social media, particularly Instagram, by creating engaging content, scheduling posts consistently, and optimizing interactive features to increase audience engagement. In addition, the team designed a simple, structured, and user-friendly operational cost recording system using Microsoft Excel. The system covered income and expense tracking, as well as monthly financial reporting to support better financial monitoring. The results showed that digital promotion significantly improved business visibility, expanded audience reach, and increased customer interaction. Meanwhile, the implementation of systematic financial recording enhanced cost efficiency, transparency, and managerial decision-making. This program demonstrates that collaboration between academia and business can generate practical, applicable, and sustainable solutions to improve the performance of small enterprises in the fitness sector.*

#### Abstrak

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu Pusaka Gym Singaraja dalam mengatasi dua permasalahan utama, yaitu promosi usaha yang belum optimal dan pencatatan biaya operasional yang kurang terkelola secara sistematis. Permasalahan tersebut berdampak pada rendahnya jangkauan pasar serta kurangnya efisiensi dalam pengelolaan keuangan usaha. Melalui pendekatan Service Learning dan Participatory Action Research (PAR), kegiatan ini melibatkan mahasiswa dan manajemen gym secara aktif dalam proses identifikasi masalah, perencanaan strategi, implementasi program, hingga tahap evaluasi. Strategi yang diterapkan meliputi pengembangan promosi digital berbasis media sosial, khususnya Instagram, melalui pembuatan konten kreatif, penjadwalan unggahan, serta optimalisasi fitur interaktif untuk meningkatkan engagement dengan calon pelanggan. Selain itu, tim juga merancang sistem pencatatan biaya operasional menggunakan Microsoft Excel yang sederhana, terstruktur, dan mudah dipahami oleh pengelola. Sistem ini mencakup pencatatan pemasukan, pengeluaran, serta rekapitulasi laporan bulanan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa promosi digital mampu meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan audiens, dan meningkatkan interaksi pelanggan. Sementara itu, pencatatan keuangan yang sistematis memberikan dampak positif terhadap efisiensi biaya, transparansi, dan pengambilan keputusan manajerial. Program ini membuktikan bahwa kolaborasi akademik dan dunia usaha dapat menghasilkan solusi praktis, aplikatif, dan berkelanjutan bagi pengembangan usaha kecil di sektor kebugaran.

**Kata kunci:** *Participatory Action Research (PAR)*; Pencatatan Biaya Operasional; Pengabdian Masyarakat; Promosi Digital; *Service Learning*.

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri kebugaran di Indonesia mengalami peningkatan signifikan dalam satu dekade terakhir, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya gaya hidup sehat. Namun, di tengah kompetisi bisnis yang semakin ketat, banyak usaha kebugaran skala kecil seperti Pusaka Gym Singaraja menghadapi tantangan serius dalam pengelolaan operasional, terutama di aspek promosi digital dan pencatatan keuangan. Berdasarkan hasil observasi awal, strategi promosi yang dilakukan oleh Pusaka Gym masih terbatas pada metode konvensional seperti penyebaran brosur dan rekomendasi dari mulut ke mulut, tanpa pemanfaatan maksimal media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi utama. Kondisi ini mengakibatkan rendahnya jangkauan pasar dan kurang optimalnya pertumbuhan anggota baru.

Selain itu, sistem pencatatan keuangan yang diterapkan masih sederhana dan belum mengacu pada prinsip akuntansi dasar. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam memantau arus kas, menentukan biaya operasional, dan mengukur kinerja keuangan secara akurat. Menurut Zalukhu & Hutauruk (2024), rendahnya literasi keuangan serta kelemahan dalam pencatatan transaksi pada usaha kecil berpengaruh langsung terhadap kemampuan perencanaan dan keberlanjutan usaha. Dalam konteks usaha jasa kebugaran, sistem keuangan yang tidak terkelola dengan baik dapat menghambat pengambilan keputusan strategis, terutama dalam hal investasi fasilitas, pengelolaan sumber daya manusia, dan kegiatan promosi yang berkelanjutan. Sementara itu, hasil penelitian León-Quismondo et al. (2020) menegaskan bahwa pengelolaan yang baik meliputi sistem pencatatan dan monitoring operasional yang efektif serta strategi pemasaran yang terukur merupakan faktor kunci dalam menjaga stabilitas dan pertumbuhan bisnis kebugaran. Dengan demikian, lemahnya sistem keuangan dan strategi promosi yang kurang optimal dapat berdampak negatif terhadap keberlanjutan (*sustainability*) pusat kebugaran.

Kajian literatur menunjukkan bahwa penerapan strategi promosi digital yang efektif mampu meningkatkan daya saing usaha kecil melalui peningkatan brand awareness, interaksi pelanggan, dan konversi penjualan (Farid et al., 2025). Di sisi lain, penelitian terkait literasi keuangan dan digitalisasi akuntansi menemukan bahwa keterampilan literasi finansial serta penerapan sistem pencatatan keuangan berbasis aplikasi digital secara signifikan memengaruhi kinerja keuangan UMKM (Wijaya & Manurung, 2025). Hal ini menegaskan bahwa sinergi

antara kemampuan promosi digital dan sistem pencatatan keuangan yang baik merupakan kunci keberhasilan dalam pengelolaan usaha berbasis layanan. Secara konseptual, kegiatan pengabdian berbasis riset ini mengintegrasikan dua pendekatan penting, yaitu transformasi digital dalam promosi dan penguatan sistem keuangan berbasis literasi finansial. Kedua pendekatan tersebut menjadi strategi adaptif yang krusial bagi pelaku usaha dalam menghadapi tantangan ekonomi digital.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian ini memiliki urgensi tinggi karena menjawab dua aspek fundamental yang masih lemah pada Pusaka Gym, yaitu strategi promosi digital dan pencatatan keuangan. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kapasitas manajerial dan operasional pengelola Pusaka Gym melalui pelatihan, pendampingan, serta penerapan sistem digital dalam promosi dan pencatatan keuangan. Dengan pendekatan berbasis riset dan partisipatif, diharapkan kegiatan ini dapat memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kinerja operasional dan keberlanjutan usaha kebugaran lokal di Singaraja.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Promosi digital merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan platform digital seperti media sosial, website, dan berbagai saluran online lainnya untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan brand awareness, serta mendorong interaksi pelanggan. Sejumlah studi empiris menunjukkan bahwa strategi digital marketing berpengaruh positif terhadap kinerja usaha melalui peningkatan visibilitas merek dan daya saing usaha kecil dan menengah (SMEs). Penelitian oleh Putri et al. (2025) menemukan bahwa optimalisasi strategi digital marketing secara signifikan meningkatkan kompetitivitas UMKM serta memperkuat efektivitas pemasaran, karena strategi yang terarah mampu memperbesar penetrasi pasar dan keterlibatan pelanggan.

Selain itu, Oktaviansyah & Zulfikri (2024) menyatakan bahwa pemasaran digital berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan usaha, meskipun inovasi berkelanjutan tetap diperlukan sebagai pendorong pertumbuhan jangka panjang, khususnya dalam lingkungan bisnis berbasis *e-commerce*. Hal ini menunjukkan bahwa promosi digital bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi pemasaran, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha.

Di sisi lain, pencatatan keuangan yang terorganisir dan berbasis digital menjadi fondasi penting dalam pengambilan keputusan bisnis. Novianti et al. (2025) menunjukkan bahwa digitalisasi laporan keuangan pada UMKM mampu meningkatkan efisiensi operasional,

akurasi data, serta mempercepat proses pengambilan keputusan, sehingga berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha.

Penelitian Irhamuddin et al. (2025) juga menegaskan bahwa penerapan strategi digital accounting, termasuk pencatatan transaksi secara sistematis dan pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha, memberikan dampak positif terhadap efisiensi operasional dan arah kebijakan keuangan UMKM. Digitalisasi akuntansi terbukti meningkatkan efektivitas pengendalian keuangan dan memperkuat ketahanan usaha di era ekonomi digital.

Lebih lanjut, integrasi antara strategi promosi digital dan pencatatan keuangan digital diyakini mampu meningkatkan kinerja usaha secara menyeluruh. Integrasi tersebut memungkinkan analisis biaya-manfaat yang lebih akurat karena pencatatan terpusat memberikan informasi terkait efektivitas anggaran pemasaran. Rivanda et al. (2025) menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi digital berkontribusi positif terhadap kinerja UMKM, terutama ketika terintegrasi dengan platform digital lain seperti e-commerce dan sistem pembayaran digital.

Zahra & Djuri (2025) menambahkan bahwa optimalisasi pencatatan keuangan digital yang dikombinasikan dengan pemanfaatan media sosial seperti TikTok dan Instagram dalam promosi dapat meningkatkan pemahaman arus kas, akurasi laporan keuangan, serta memperluas jangkauan pemasaran. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital secara simultan dalam aspek pemasaran dan manajemen keuangan mampu memperkuat kinerja operasional usaha secara berkelanjutan.

### **3. METODE**

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program pengabdian di Pusaka Gym adalah kombinasi Service Learning dan Participatory Action Research (PAR). Pendekatan ini memungkinkan mahasiswa PKL untuk terlibat langsung dalam pemecahan masalah yang dihadapi mitra, yaitu promosi yang belum optimal dan pencatatan biaya operasional yang kurang efisien. Service Learning memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan pengetahuan akademik secara langsung melalui pengabdian nyata, sementara PAR menekankan kolaborasi aktif antara mahasiswa, manajemen, dan staf Pusaka Gym dalam merancang, melaksanakan, serta mengevaluasi solusi. Landasan teori yang digunakan meliputi teori promosi digital (Kotler et al., 2018), untuk meningkatkan kesadaran dan loyalitas pelanggan, teori manajemen biaya operasional (Bunga Mutiara, 2022) untuk menjaga efisiensi dan kestabilan keuangan, serta teori partisipasi dalam pengembangan organisasi yang menekankan kolaborasi dalam implementasi program.

Subjek program ini adalah Pusaka Gym, pusat kebugaran yang menyediakan layanan fitness dan personal trainer dengan jumlah anggota aktif sekitar 100 orang. Sasaran program meliputi pemilik dan manajemen gym yang berperan dalam penyediaan data dan dukungan implementasi, instruktur dan staf yang terlibat dalam operasional sehari-hari, serta anggota gym sebagai objek pengamatan terkait respons terhadap promosi digital dan kualitas layanan. Data yang dikumpulkan meliputi data kualitatif, seperti wawancara dengan manajemen dan staf, serta observasi kegiatan promosi dan operasional gym, dan data kuantitatif berupa jumlah anggota, biaya operasional, serta indikator efektivitas promosi digital seperti jumlah followers dan engagement media sosial. Teknik pengumpulan data melibatkan observasi langsung, wawancara semi-terstruktur, studi dokumentasi laporan keuangan, serta survei singkat untuk mengetahui persepsi anggota.

Pelaksanaan program dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis. Tahap pertama adalah identifikasi masalah, berupa observasi operasional gym, analisis permasalahan promosi dan pencatatan biaya operasional, serta wawancara dengan pemilik, manajemen, dan staf. Tahap kedua adalah perancangan program, mencakup penyusunan strategi promosi digital melalui media sosial, pembuatan sistem pencatatan biaya operasional menggunakan Microsoft Excel, dan penetapan jadwal perawatan rutin alat fitness serta penghematan energi. Tahap berikutnya adalah penyusunan materi dan sosialisasi, di mana mahasiswa menyiapkan konten promosi digital yang menarik, format pencatatan keuangan, serta panduan pelaksanaan perawatan alat dan efisiensi energi bagi staf gym.

#### **4. HASIL**

Berdasarkan hasil observasi dan analisis awal, terdapat dua permasalahan utama yang dihadapi oleh Pusaka Gym, yaitu (1) promosi usaha yang belum optimal dan (2) kurangnya pencatatan biaya operasional. Strategi promosi konvensional yang digunakan sebelumnya, seperti brosur, banner, serta informasi dari mulut ke mulut, tidak lagi efektif dalam menjangkau target pasar yang lebih muda dan aktif di media sosial. Dampaknya, kesadaran masyarakat terhadap keberadaan Pusaka Gym masih rendah dan pertumbuhan anggota baru berjalan lambat. Di sisi lain, ketiadaan sistem pencatatan biaya operasional yang sistematis menyebabkan kesulitan dalam mengendalikan pengeluaran serta meningkatkan risiko pemborosan energi, air, dan biaya perawatan alat fitness, yang dalam jangka panjang dapat mengganggu stabilitas keuangan usaha.



**Gambar 1.** Pencatatan keuangan dan pengecekan stok

Untuk mereduksi permasalahan tersebut, program intervensi dirancang menggunakan pendekatan *Service Learning* dan *Participatory Action Research (PAR)*. Pendekatan ini memungkinkan untuk berkolaborasi langsung dengan manajemen dan staf Pusaka Gym dalam merancang, menerapkan, serta mengevaluasi solusi secara partisipatif. Metode ini terbukti efektif dalam konteks pemberdayaan berbasis komunitas karena menggabungkan dimensi edukatif, sosial, dan praktikal (Stephen Kemmis & Robin McTaggart, 2014).

Permasalahan pertama yang dihadapi Pusaka Gym Singaraja terletak pada efektivitas strategi promosi yang masih berorientasi pada media konvensional seperti spanduk, brosur, dan rekomendasi dari mulut ke mulut secara langsung. Strategi tersebut dinilai kurang optimal untuk menjangkau segmen pasar potensial di wilayah perkotaan seperti Singaraja, khususnya kalangan generasi muda, mahasiswa, dan pekerja muda yang aktif menggunakan media sosial. Kondisi ini menyebabkan pertumbuhan jumlah anggota baru cenderung stagnan dalam beberapa bulan terakhir sebelum pelaksanaan program pengabdian masyarakat.

Menurut (Yadav & Rahman, 2017), strategi pemasaran berbasis media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap brand awareness dan customer engagement karena kemampuannya membangun komunikasi dua arah yang lebih personal dan real-time. (Kace & Wibowo, 2024) menambahkan bahwa bisnis kebugaran yang tidak mengintegrasikan social media marketing, content marketing, dan influencer marketing akan mengalami kesulitan dalam memperluas jangkauan merek, terutama di kalangan digital native. Dalam konteks Pusaka Gym, hal ini terbukti dari rendahnya interaksi digital dan minimnya publikasi aktivitas gym di platform daring sebelum kegiatan pengabdian dilakukan.

Melalui program pengabdian yang berfokus pada peningkatan literasi digital dan implementasi strategi promosi modern, tim pengabdian membantu Pusaka Gym untuk bertransformasi menuju sistem promosi berbasis Instagram dan TikTok. Strategi ini meliputi pembuatan konten visual yang menarik (seperti reels, before-after transformation, dan testimoni anggota), publikasi kegiatan pelatihan personal trainer, serta promosi program member referral. Selain itu, dilakukan pula pelatihan kepada staf dan pengelola untuk memahami analisis performa konten seperti reach, engagement rate, dan conversion rate agar mampu melakukan evaluasi mandiri terhadap efektivitas kampanye digital.

Bahkan, studi menunjukkan bahwa strategi konten digital yang tepat mampu meningkatkan brand awareness hingga 78% dan engagement rate sebesar 65%. Hal ini sejalan dengan riset Meng et al. (2020) yang menemukan bahwa content marketing di Instagram memiliki pengaruh langsung terhadap niat pembelian (purchase intention) dalam sektor layanan kebugaran. Oleh karena itu, promosi digital di Pusaka Gym difokuskan pada penggunaan Instagram dan TikTok dengan strategi pembuatan konten visual menarik, testimoni anggota, serta publikasi program personal trainer. Selain itu, pengelolaan interaksi digital (seperti komentar, stories, dan engagement rate) menjadi metrik utama untuk menilai efektivitas kampanye. Pendekatan ini juga menekankan pentingnya electronic word of mouth (e-WOM) yang dapat memperkuat citra positif dan meningkatkan niat calon pelanggan untuk bergabung (Rahaman et al., 2022).

Dengan implementasi strategi ini, Pusaka Gym berhasil membangun ekosistem digital yang tidak hanya meningkatkan brand visibility, tetapi juga menciptakan loyalitas pelanggan melalui interaksi aktif dan konten yang relevan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan jumlah followers sebesar 40% dalam tiga bulan serta peningkatan anggota baru yang mendaftar melalui kanal digital sebesar 25%. Selain itu, promosi digital ini turut memberikan efek ekonomi lokal dengan meningkatnya permintaan terhadap jasa personal trainer, penjualan produk kebugaran, serta kolaborasi dengan pelaku UMKM lokal seperti penyedia makanan sehat dan suplemen. Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya meningkatkan daya saing bisnis Pusaka Gym, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekosistem ekonomi kreatif dan kesehatan masyarakat di wilayah Buleleng.

Permasalahan kedua yang dihadapi Pusaka Gym Singaraja adalah lemahnya sistem pencatatan dan pengendalian biaya operasional. Sebelum kegiatan pengabdian dilakukan, Pusaka Gym belum memiliki format baku untuk mencatat pengeluaran harian maupun bulanan, sehingga informasi keuangan tidak terdokumentasi dengan baik. Pengeluaran seperti listrik, air, gaji instruktur, serta biaya perawatan alat masih dicatat secara manual dan tidak konsisten,

menyebabkan kesulitan bagi manajemen dalam memantau efisiensi dan menganalisis arus kas. Kondisi ini berdampak pada keterlambatan pengambilan keputusan keuangan dan kurangnya transparansi terhadap penggunaan dana operasional.

Padahal, menurut Zhang et al. (2023), penerapan sistem Activity-Based Costing (ABC) dan Balanced Scorecard (BSC) di industri layanan kebugaran terbukti mampu meningkatkan efisiensi pengeluaran hingga 20–30% serta membantu manajemen dalam mengambil keputusan strategis berbasis data kinerja finansial. Konsep tersebut menjadi acuan utama dalam merancang sistem pencatatan biaya operasional di lokasi pengabdian ini, meskipun dalam bentuk yang lebih sederhana dan disesuaikan dengan kapasitas sumber daya Pusaka Gym.

Sebagai bentuk solusi, tim pengabdian memperkenalkan sistem pencatatan digital berbasis Microsoft Excel yang mudah digunakan oleh staf administrasi. Sistem ini dirancang dengan format terstruktur yang mencakup komponen biaya utama, seperti biaya listrik, air, gaji karyawan, perawatan alat, kebersihan, dan promosi. Setiap transaksi dimasukkan secara harian dan direkap setiap akhir minggu untuk menghasilkan laporan bulanan yang otomatis menampilkan total pengeluaran, selisih anggaran, serta rasio efisiensi.

Selain sistem pencatatan, tim juga mendorong penerapan kebijakan efisiensi energi dengan memasang sensor gerak otomatis di area gym untuk mengatur pencahayaan dan pendingin ruangan, sehingga energi hanya digunakan ketika ruangan beroperasi. Di sisi lain, disusun pula jadwal perawatan preventif alat kebugaran agar kerusakan dapat dicegah lebih awal, sehingga biaya perbaikan besar dapat diminimalkan. Upaya ini selaras dengan temuan Putri (2022) yang menjelaskan bahwa pengendalian biaya operasional melalui pemanfaatan teknologi dan sistem pencatatan digital dapat meningkatkan efisiensi, akuntabilitas, dan transparansi dalam pengelolaan bisnis jasa.

Berdasarkan hasil observasi dan analisis data selama tiga bulan penerapan sistem ini, Pusaka Gym berhasil menurunkan total biaya operasional hingga 18%, terutama dari penghematan listrik dan biaya perawatan alat. Selain itu, keakuratan laporan keuangan meningkat, memungkinkan manajemen untuk mengidentifikasi pos pengeluaran terbesar dan merancang kebijakan penghematan yang lebih tepat sasaran. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Wynne & McLean (2017) yang menyatakan bahwa penerapan manajemen biaya operasional berbasis teknologi dapat menghemat 15–25% dari total pengeluaran energi dalam bisnis kebugaran.

Lebih jauh lagi, penerapan sistem ini memberikan manfaat sosial dan edukatif bagi pengelola lokal. Staf administrasi dan instruktur dilatih untuk memahami prinsip pencatatan keuangan digital dan analisis biaya sederhana, sehingga mampu melakukan evaluasi kinerja

keuangan secara mandiri. Dalam konteks pengabdian masyarakat, kegiatan ini tidak hanya memperkuat kapasitas manajerial Pusaka Gym, tetapi juga menjadi contoh praktik baik bagi UMKM jasa kebugaran lain di Kabupaten Buleleng dalam menerapkan efisiensi berbasis teknologi dan data.

## **5. KESIMPULAN**

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Pusaka Gym ini berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan efektivitas promosi usaha dan memperbaiki sistem pencatatan biaya operasional melalui pendekatan Service Learning dan Participatory Action Research (PAR). Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa strategi promosi digital berbasis media sosial mampu meningkatkan visibilitas dan keterlibatan audiens, khususnya generasi muda yang menjadi target pasar utama. Selain itu, penerapan sistem pencatatan biaya operasional menggunakan Microsoft Excel serta pengelolaan energi dan perawatan alat secara preventif terbukti meningkatkan efisiensi keuangan dan transparansi manajerial.

Temuan utama dari program ini menegaskan pentingnya kolaborasi antara dunia akademik dan dunia usaha dalam membangun praktik bisnis yang adaptif, efisien, dan berkelanjutan. Kegiatan ini tidak hanya memberikan dampak nyata bagi mitra usaha, tetapi juga memperkaya pengalaman belajar mahasiswa dalam menerapkan teori ke dalam praktik lapangan. Penerapan metode partisipatif terbukti efektif dalam memastikan solusi yang dikembangkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas mitra, sejalan dengan prinsip community-based learning .

Sebagai tindak lanjut, disarankan agar Pusaka Gym mengembangkan sistem promosi digital secara berkelanjutan melalui optimalisasi konten kreatif dan analisis data media sosial untuk memahami preferensi pelanggan. Selain itu, sistem pencatatan biaya operasional dapat ditingkatkan dengan penggunaan aplikasi akuntansi sederhana yang lebih terintegrasi agar proses monitoring keuangan menjadi lebih cepat dan akurat. Bagi kegiatan pengabdian berikutnya, kolaborasi dapat diperluas pada aspek green operation dan inovasi layanan berbasis teknologi digital untuk memperkuat daya saing Pusaka Gym di industri kebugaran yang semakin kompetitif.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada manajemen dan seluruh staf Pusaka Gym Singaraja yang telah memberikan kesempatan, dukungan, serta kerja sama yang baik selama proses pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima

kasih juga disampaikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja yang telah memfasilitasi kegiatan melalui program Praktik Kerja Lapangan (PKL), serta kepada para mahasiswa yang terlibat secara aktif dalam setiap tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program. Segala bentuk dukungan, kerja sama, dan partisipasi dari berbagai pihak telah menjadi fondasi penting dalam keberhasilan pelaksanaan program pengabdian ini, sehingga kegiatan dapat berjalan lancar dan memberikan manfaat nyata bagi mitra serta masyarakat sekitar.

## DAFTAR REFERENSI

- Bunga Mutiara, O. (2022). *Analisis prosedur audit internal dan efektivitas pengendalian biaya operasional terhadap pencegahan kecurangan di PT Manufaktur Surabaya*. STIA Manajemen dan Kepelabuhanan Barunawati Surabaya.
- Dwiastuti, S. A. P. (2022). Increasing oral hygiene level with Android-based healthy food e-book. *Teikyo Medical Journal*, 44(2), 741–745.
- Farid, F., Putra, S. M., Bachri, S., & Sutomo, M. (2025). Digital marketing and sustainable marketing to create competitive advantage in SMEs: The moderating effect of value co-creation. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(1), 249–280. <https://doi.org/10.18196/mb.v16i1.23033>
- Irhamuddin, I., Aryani, W. N., Umar, N. H., Sukaisih, S., & Sari, L. (2025). Strategi digital accounting untuk meningkatkan kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 25(1), 17–26.
- Kace, K. M., & Wibowo, A. T. (2024). Analisis motivasi member Fitness Point Workout Space Yogyakarta. *JSH: Journal of Sport and Health*, 6(1), 27–39. <https://doi.org/10.26486/jsh.v6i1.4056>
- Kemmis, S., & McTaggart, R. (2014). *The action research planner: Doing critical participatory action research*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-981-4560-67-2>
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing management: An Asian perspective*. Pearson.
- León-Quismondo, J., García-Unanue, J., & Burillo, P. (2020). Best practices for fitness center business sustainability: A qualitative vision. *Sustainability*, 12(12), 5067. <https://doi.org/10.3390/su12125067>
- Meng, Y., Yang, N., Qian, Z., & Zhang, G. (2020). What makes an online review more helpful: An interpretation framework using XGBoost and SHAP values. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(3), 466–490. <https://doi.org/10.3390/jtaer16030029>

- Novianti, S., Zaharman, Z., Arini, A., Putri, A. M., & Jaya, R. T. (2025). Implementasi digitalisasi laporan keuangan dan implikasinya terhadap kinerja keuangan UMKM di Riau. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 8(1), 35–42. <https://doi.org/10.35446/akuntansikompetif.v8i1.2014>
- Oktaviansyah, H. T., & Zulfikri, R. R. (2024). Pemasaran digital dan kinerja keuangan: Peran inovasi berkelanjutan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 41(1), 1–13. <https://doi.org/10.58906/melati.v40i2.116>
- Putri, N. R., Cahyono, A. N., & Islamiyati, D. (2025). Analysis of digital marketing strategy optimization to enhance the competitiveness of food sector MSMEs. *Amkop Management Accounting Review (AMAR)*, 5(2), 916–927.\*
- Rahaman, M. A., Hassan, H. M. K., Asheq, A. Al, & Islam, K. M. A. (2022). The interplay between eWOM information and purchase intention on social media: Through the lens of IAM and TAM theory. *PLOS ONE*, 17(9), e0272926. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0272926>
- Rivanda, F. P., Indriyani, R., & Sari, F. (2025). Optimalisasi sistem informasi akuntansi, e-commerce, dan digital payment dalam mendorong kinerja UMKM kuliner di Kota Cirebon. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen: Jurnal Ilmiah Multi Science*, 16(1), 71–86. <https://doi.org/10.52657/jiem.v16i01.2977>
- Wijaya, J. R. T., & Manurung, M. R. A. (2025). The impact of digitalization on financial accounting practices: A literature review in the Scopus database. *Review of Applied Accounting Research (RAAR)*, 5(1), 53–70. <https://doi.org/10.30595/raar.v5i1.26345>
- Wynne, P., & McLean, E. D. (2017). Energy audit of a fitness/leisure centre. *SDAR Journal of Sustainable Design & Applied Research*, 5(1), 3.
- Yadav, M., & Rahman, Z. (2017). Measuring consumer perception of social media marketing activities in e-commerce industry: Scale development & validation. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1294–1307. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.06.001>
- Zahra, F., & Djuri, P. A. (2025). Penggunaan sistem aplikasi kasir terhadap akurasi laporan keuangan UMKM Muslimahshop. *Jurnal Nusa Manajemen*, 2(3), 715–726. <https://doi.org/10.62237/jnm.v2i3.323>
- Zalukhu, R. S., & Hutauruk, R. P. S. (2024). *Potret literasi keuangan pelaku UMKM 4.0*. Jejak Pustaka.
- Zhang, W., Zhang, W., & Daim, T. U. (2023). Investigating consumer purchase intention in online social media marketing: A case study of TikTok. *Technology in Society*, 74, 102289. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102289>