



## Manajemen UMKM Dan Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Usaha Katik Sate Dan Canang Di Banjar Karya Sidhadharma

<sup>1)</sup>I Komang Widya Purnama Yasa, <sup>2)</sup>Ni Putu Ari Aryawati, <sup>3)</sup>I Made Ngurah Oka Mahardika, <sup>4)</sup>Nengah Sukendri, <sup>5)</sup>I Gede Jaya Satria Wibawa, <sup>6)</sup>Ni Luh Putu Anom Pancawati, <sup>7)</sup>Ni Wayan Kartika Khaecyilia Tamara

Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram

Email: 1) [komang.yasa1990@gmail.com](mailto:komang.yasa1990@gmail.com) \*



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

### **Keywords:**

MSME Financial Management, Business Opportunities, Marketing Communication Strategy

### **Abstract**

Community service provides guidance and counseling and helps improve the expertise and skills of human resources so that they can advance in national development growth accompanied by the development of information technology at this time to increase community economic growth. Banjar Karya Sidha Dharma, Karang Pangsor Hamlet, West Pemenang Village, Pemenang District, North Lombok Regency has a business opportunity in producing katik sate as a creative economy based on village resources. Knowledge in fostering financial management of Micro, Small, and Medium Enterprises, as well as marketing communication strategies, aims to make these businesses have sustainable progress in increasing economic power and people's welfare.

### **Kata kunci:**

Manajemen Keuangan UMKM, Peluang Usaha, Strategi Komunikasi Pemasaran

### **Abstrak**

Pengabdian kepada masyarakat memberikan pembinaan dan penyuluhan serta membantu meningkatkan keahlian dan keterampilan sumber daya manusia yang dimiliki agar mampu melaju dalam pertumbuhan pembangunan nasional yang disertai berkembangnya teknologi informasi dimasa saat ini dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Banjar Karya Sidha Dharma, Dusun Karang Pangsor, Desa Pemenang Barat, Kecamatan Pemenang, Kabupaten Lombok Utara memiliki peluang usaha dalam memproduksi katik sate sebagai ekonomi kreatif berbasis sumber daya desa. Pengetahuan dalam pembinaan manajemen keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah serta strategi komunikasi pemasaran bertujuan agar usaha tersebut memiliki progres yang berkelanjutan sehingga mampu meningkatkan daya perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.

(Diterima : 01 Oktober 2023, Direvisi : 15 Oktober 2023, Diterbitkan : 1 November 2023)

## PENDAHULUAN

Tenaga pendidik memiliki tanggung jawab dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, yang dimana pelaksanaannya dapat mengamalkan bidang ilmu pengetahuan, teknologi dan seni budaya yang langsung ditujukan ke masyarakat berdasarkan metodologi ilmiah sebagai penyebaran Tri Dharma Perguruan Tinggi. Pengabdian kepada masyarakat mengusahakan untuk mempercepat adanya pertumbuhan dalam capainya tujuan pembangunan nasional yang sudah tercantum dalam Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Pasal 1, yang menyatakan mengenai Tri Dharma Perguruan Tinggi berisikan mengenai kewajiban Dosen sebagai tenaga pendidik di dalam perguruan tinggi untuk melaksanakan Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian kepada masyarakat. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat diharapkan dapat menangani permasalahan yang ada serta memberikan solusi peningkatan keahlian dan keterampilan sumber daya manusia dalam mengikuti perkembangan pembangunan perekonomian dan teknologi dimasa era modern ini. Dalam menjalani program pemerintah dalam pemerataan ekonomi nasional dengan menggunakan pemanfaatan teknologi diharapkan generasi muda dapat membantu usaha-usaha kecil menengah di lingkungannya agar memasarkan usahanya keluar sehingga usaha bertumbuh kembang ke pasar yang lebih luas.

Di Indonesia berbagai usaha mikro maupun makro menjadi sasaran dalam menjalankan suatu kebijakan pemerintah dalam kemajuan ekonomi di masyarakat salah satunya Usaha Kecil Menengah (UKM). Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu wilayah yang memiliki sentra UKM yang banyak dan tersebar di seluruh wilayah guna membuka dan memperluas peluang dalam kesempatan bekerja (Kuswiratmo, Aji 2016). Pentingnya keahlian dan keterampilan sumber daya manusia (SDM) dalam proses meningkatkan dan mengembangkan Usaha Kecil Menengah. Hal ini disebabkan operasional dalam membuat produksi dari usaha tersebut masih banyak yang dilakukan dengan dengan peralatan manual dan prosedur sederhana. Apabila pengelolaan usaha dengan sumber daya manusia yang mumpuni apalagi selalu berinovasi maka sektor ini kedepannya dapat memiliki prospek yang cerah dalam penyerapan tenaga kerja yang sangat besar, karena kita ketahui bahwa Usaha Kecil Menengah akan berakat jika ada keterampilan dan inovasi dari masyarakat.

Banjar Karya Sidha Dharma merupakan salah satu banjar yang terletak di Dusun Karang Pangsor, Desa Pemenang Barat, Kecamatan Pemenang, Kabupaten Lombok Utara. Masyarakat di daerah ini mayoritas penduduknya lebih dari 70% dibidang pariwisata karena lokasi berdekatan dengan Gili Trawangan, Gili Air dan Gili Meno. Masyarakat sebelum pandemi Covid-19 bermata pencaharian sebagai pekerja di bidang pariwisata, namun saat pandemi masyarakat banyak yang di PHK sehingga mengubah pekerjaan menjadi pengerajin katik sate dan ibu-ibu banyak juga yang membuka usaha sebagai pedagang canang.

Peluang usaha yang sangat menjanjikan karena penjualan katik sate yang cukup tinggi di Kota Tanjung mendorong pentingnya bagi lembaga untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat Hindu di Banjar ini. Dengan

pengabdian kepada masyarakat diharapkan dapat membangkitkan dan membentuk usaha masyarakat yang dapat memperkuat keberadaan para perajin katik sate di Banjar Karya Sidha Dharma. Disamping itu, perlu juga diperhatikan pemuda dan pemudi Banjar Karya Sidha Dharma yang membutuhkan pengetahuan dalam pembelajaran manajemen keuangan dan strategi komunikasi pemasaran untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah agar usaha tersebut berkelanjutan (Aristawidia 2018).

Banjar Karya Sidha Dharma memiliki potensi usaha berupa pembuatan kerajinan katik sate. Kerajinan katik sate adalah kerajinan yang terbuat dari bahan baku berupa bambu kemudian di potong dan di buat menjadi benda runcing dengan berbagai ukuran tergantung kebutuhan. Katik sate banyak digunakan untuk pedagang sate yang ada di kota Tanjung-Kabupaten Lombok Utara. Home Industri katik sate di Banjar Karya Sidha Dharma masih dikelola secara tradisional. Meskipun mengalami perkembangan dari tahun ke tahunnya, namun, index pertumbuhan dan pengelolaan dari tahun ke tahunnya belum menunjukkan peningkatan (Bi dan Lppi 2015). Kerajinan katik sate telah memberikan pendapatan dan kesejahteraan bagi para pengrajin katik sate namun belum maksimal.

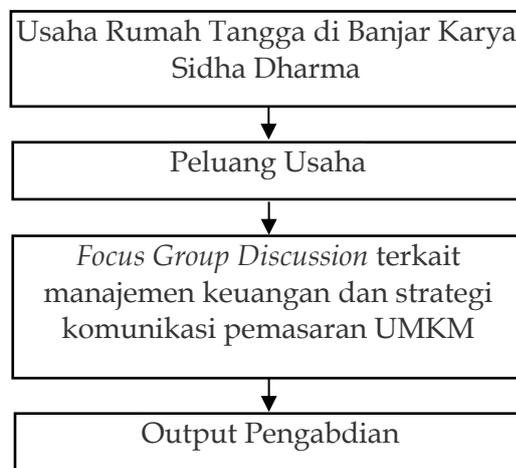
Terdapat adanya masalah yang dihadapi para perajin dalam menjalankan usaha katik sate diantaranya adalah terdapat ketidaksesuaian (*terjadinya mismatch*) antara modal yang dimiliki besarnya biaya bahan baku berbanding dengan hasil usaha penjualan yang dijalankan; manajemen pencatatan keuangan yang digunakan secara manual dan tidak dilaksanakan secara intens setiap ada transaksi penjualan; tidak pahamiya mengenai literasi keuangan yang baik dan benar; serta strategi komunikasi yang baik dalam memasarkan usaha yang dimiliki oleh masyarakat karena kita ketahui bahwa ujung tombak dalam meningkatkan hasil penjualan adalah pemilihan model pemasaran yang baik melalui komunikasi yang tepat (Aryawati, N. P. A 2022). Melalui permasalahan yang dihadapi oleh warga Banjar Karya Sidha Dharma mengenai usaha kecil menengah maka dengan adanya pengabdian kepada masyarakat ini tenaga pendidik berupaya untuk membagikan ilmu dibidangnya dan berupaya memberikan solusi yang tepat dari masalah tersebut dengan mengadakan pelatihan dan bimbingan dengan tema Manajemen UMKM dan Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Usaha Katik Sate Dan Canang Di Banjar Karya Sidha Dharma.

## METODE

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan observasi partisipatif dan *focus group discussion* dimana terdapat perpaduan antara observan dan pendalaman informasi yang diperoleh dari informan yang bertujuan untuk memahami inti permasalahan yang dihadapi lebih spesifik melalui berbagai aspek yang menjadi tinjauan. Indikator dalam penelitian generalisasi dilakukan melalui metode wawancara. Metode ini bertujuan untuk mengumpulkan, menyajikan, serta menganalisis jawaban dari hasil wawancara serta data berdasarkan hasil dari dokumentasi yang dapat memberikan gambaran yang jelas atau objek yang diteliti,

untuk kemudian di proses dan dianalisis untuk kemudian menarik kesimpulan(Sugiyono 2014).

Kerangka teoritis pada pengabdian kepada masyarakat di Banjar Karya Sidha Dharma ini dapat dijelaskan pada bagan dibawah ini:



Bagan 1. Kerangka Teoritis Pengabdian Kepada Masyarakat

Kerangka tersebut menjelaskan mengenai proses perencanaan yang dilaksanakan oleh tim pengabdian yang pertama dengan menganalisa terlebih dahulu mengenai usaha yang ada di Banjar Karya Sidha Dharma dengan melihat peluangnya saat ini berbanding dengan kedepannya, kemudian melaksanakan *Focus Group Discussion* terkait manajemen keuangan dan strategi komunikasi pemasaran UMKM guna mencari solusi dan topik pembinaan yang akan diberikan kepada masyarakat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat merupakan sebuah usaha untuk memberikan pembinaan, penyuluhan dan pelayanan kepada masyarakat dalam berbagai bidang ilmu yang dimiliki para dosen dan mahasiswa. Kegiatan yang dilaksanakan di Banjar Karya Sidha Dharma ini diharapkan dapat membangkitkan dan membentuk usaha masyarakat yang dapat memperkuat keberadaan para perajin katik sate di Banjar Karya Sidha Dharma. Disamping itu, perlu juga diperhatikan pemuda dan pemudi Banjar Karya Sidha Dharma yang membutuhkan pengetahuan dalam pembelajaran manajemen keuangan untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah agar usaha tersebut berkelanjutan. Selain pengetahuan mengenai manajemen keuangan, perlu dipahami juga mengenai bagaimana masyarakat di Banjar Karya Sidha Dharma mampu memahami cara atau strategi komunikasi dalam memasarkan produk atau usaha yang dikembangkan. Hal ini bertujuan agar kedepannya produk atau usaha yang ada di Banjar Karya Sidha Dharma dapat dikenal orang masyarakat luas, sehingga tidak monoton dengan konsumen yang menjadi langganan pada saat ini saja. Berkembangnya pangsa pasar dari produk usaha ini didasari dari pengaruh sumber daya manusia (SDM) khususnya generasi muda-mudi



Gambar 1. Warga Banjar Karya Sidha Dharma Membuat Katik Sate

Persoalan yang ada pada masyarakat Banjar Karya Sidha Dharma membutuhkan manajemen keuangan atas usaha agar bisnis yang dijalankan terus berlanjut. Penggunaan modal untuk keperluan pribadi tidak boleh dilakukan lagi agar masyarakat mengetahui mana modal, laba dan kerugian yang diperoleh sehingga masyarakat dapat memperbaiki langkah kedepannya dalam mengembangkan produk usaha yang akan dimiliki. Langkah perubahan dalam menangani permasalahan ini awalnya memiliki ambiguitas atau kebingungan karena masyarakat disini berpikir penjualan produk katik sate ini hanya memenuhi kebutuhan hidup saja, yang penting produk terjual sehingga uang yang didapat bisa dipakai untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari walaupun uang yang dipakai adalah modal dan laba (Maddinsyah, A., 2018). Keberadaan usaha ini awalnya hanya segelintir warga saja yang menjalankan namun menjadi meningkat karena dampak dari Covid-19 yang menyebabkan masyarakat bingung dalam memperoleh pekerjaan, karena kita ketahui bahwa penyebab wabah ini banyak lapangan pekerjaan yang menutup usahanya bahkan gulung tikar sehingga pekerjaannya di PHK. Melalui penyebab tersebut warga Banjar Karya Sidha Dharma mencoba bertahan hidup dengan ikut serta dengan warga lainnya dalam mengembangkan produk usaha katik sate. Namun kini dengan adanya warga yang semakin banyak dalam membuat produk katik sate ini tujuannya bukan lagi bertahan hidup kedepannya namun mampu menuju dan memberikan kesejahteraan. Dari hal tersebut sesuai berdasarkan teori kesejahteraan sosial yang terdapat dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 tahun 1974 mengenai ketentuan pokok yang mengatur kesejahteraan sosial masyarakat pasal 2 ayat 1 adalah cara hidup dalam memenuhi kehidupan sosial baik itu berupa materi ataupun spiritual yang diliputi oleh rasa keselamatan, kesusilaan, dan ketentraman lahir dan batin, hal ini agar setiap warganegara dapat membuat suatu usaha guna pemenuhan kebutuhan baik itu jasmaniah, rohaniah, dan sosial.



Gambar 2. *Focus Group Discussion* Bersama Masyarakat Banjar Karya Sidha Dharma

Hasil dari *Focus Group Discussion* dalam pengabdian kepada masyarakat di Banjar Karya Sidha Dharma, Dusun Karang Pangsor, Desa Pemenang Barat, Kecamatan Pemenang, Kabupaten Lombok Utara terlihat dari animo dan antusiasme masyarakat dalam setiap kegiatan. Tanya-jawab yang terbangun dalam rangka peningkatan Manajemen UMKM melalui penyuluhan manajemen keuangan strategis, penyuluhan pengelolaan keuangan, penyuluhan literasi keuangan, serta penyebaran pangsa pasar dengan penyuluhan strategi komunikasi pemasaran melalui teknologi informasi dan media promosi UMKM bersama masyarakat terjalin dalam komunikasi yang hangat dan kekeluargaan (Arianto 2020). Kendala dan masalah yang dihadapi warga dan harapan akan kemajuan perekonomian serta kesejahteraan masyarakat memberikan semangat baru untuk meningkatkan kualitas hidup mereka (Abidin, R. F., & Ibrahim 2019). Melalui Pengabdian Kepada Masyarakat inilah warga memiliki kesempatan untuk menambah wawasan akan berbagai hal sehingga produk usaha yang dimiliki saat ini kedepannya mampu mensejahterakan dan meningkatkan taraf hidup keluarganya.

### **Manajemen UMKM Masyarakat**

Pembinaan yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat di Banjar Karya Sidha Dharma, Dusun Karang Pangsor, Desa Pemenang Barat, Kecamatan Pemenang, Kabupaten Lombok Utara bertujuan agar memudahkan masyarakat untuk mengetahui apakah usaha yang dijalankan tersebut mendatangkan keuntungan, membuat kerugian atau malah berimbang yang dalam hal ini dimaksudkan bahwa antara modal yang dikeluarkan sama dengan pendapatan yang dihasilkan sehingga tidak terdapat adanya keuntungan yang diperoleh (Aryawati 2020). Itulah pentingnya pembinaan yang dilakukan. Jika warga yang memiliki usaha hanya memproduksi saja

namun tidak melihat cara agar tercapainya kesejahteraan dengan modal dan keuntungan yang bertambah maka taraf kehidupan masyarakat tersebut akan berada seperti itu saja tidak memiliki kemajuan. Namun jika warga berusaha dengan mengedepankan agar tercapainya penghasilan yang terus meningkat maka perlu adanya pembinaan mengenai strategi komunikasi pemasaran produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Pembinaan mengenai manajemen keuangan strategis, penyuluhan pengelolaan keuangan, penyuluhan literasi keuangan, mengajarkan warga agar modal usaha yang dimiliki dapat mencapai hasil yang tinggi dengan memperhitungkan modal investasi dan modal kerja yang dilakukan didalam menjalankan produk usaha ini. Selain hal itu manajemen keuangan strategis juga mengajarkan berapa sebenarnya perhitungan yang tepat bagi usaha untuk mendapatkan penghasilan yang baik, tidak hanya sekedar mencari keuntungan yang tinggi namun bersifat sementara apalagi keuntungan yang sedikit namun tidak mampu mensejahterakan(Mursid 2014). Perbandingan antara dua hal tersebut maka dibina dalam materi ini sehingga kedepannya warga Banjar Karya Sidha Dharma mampu mengembangkan dan meningkatkan usaha produksi yang dimiliki. Hal ini kita ketahui bahwa Usaha Kecil Menengah hendaknya harus memiliki pandang akhir mengenai usaha yang dimiliki yaitu masyarakat yang memiliki usaha harus mengenal terlebih dahulu usaha yang dimiliki agar mampu berpikir jauh kedepannya apakah usaha ini mampu dijalani dalam jangka panjang atau hanya bertahan dalam jangka pendek saja dan dapat berkembang kedepannya, masyarakat juga harus memiliki pengetahuan mengenai produk pesaingnya agar berkaitan dengan harga, kualitas dan kuantitas produksi dapat bersaing, masyarakat mengupayakan agar konsumen yang menjadi pelanggan tetap memilih produk dari usaha yang dimiliki, menambah relasi pengembangan penjualan produk sehingga tidak bertahan pada konsumen tetapnya namun berkembang dengan seiring berjalannya produk didirikan, serta yang paling utama adalah pemilihan tempat produksi yang tepat karena jika kita melihat dari usaha katik sate pemilihan letak pembuatan dan penyimpanan harus sebaik mungkin agar tidak adanya produk yang gagal di pasarkan karena kerusakan dan lain sebagainya(Yunus 2016).

### **Strategi Komunikasi Pemasaran Produk UMKM**

Berkembangnya produk di zaman era teknologi dan modern ini menjadi tolak ukur yang harus dipahami oleh para pemilik usaha (Brodjonegoro, S. S., & Virginia 2017). Oleh karena itu tim pengabdian kepada masyarakat juga melakukan pembinaan kepada warga Banjar Karya Sidha Dharma mengenai strategi komunikasi pemasaran melalui teknologi informasi dan media promosi UMKM. Pentingnya strategi komunikasi ini bertujuan untuk mencari wadah-wadah baru dengan menjalin relasi penjualan, memperluas area pangsa pasar yang sebelumnya lokal area menjadi sangat luas, mendapat rekanan bahan baku yang murah dan terjangkau, serta menarik pemodal untuk dapat berkecimpung dalam usaha yang dimiliki (Priadi, A., 2020). Dari hal tersebut diketahui bahwa pentingnya strategi komunikasi dalam pemasaran

produk katik sate maupun canang yang warga miliki. Kita ketahui bahwa di era modern ini untuk mengefisienkan biaya dan waktu masyarakat memanfaatkan teknologi informasi melalui media sosial didalam proses pemasarannya. Media sosial ini digunakan untuk menginformasikan kepada masyarakat luas mengenai produk yang kita akan pasarkan atau jual dengan demikian menarik daya tarik pembeli untuk mencari dimana produk tersebut dijual dengan menyertakan deskripsi penjualan tentunya. Hal ini bertujuan agar produk yang dipasarkan benar adanya tidak sekedar promosi harga saja. Penjualan melalui media sosial sangat marak dikarenakan pengaruh teknologi yang serba ada, bisa dan mudah sehingga sangat membantu dalam memenuhi kehidupan masyarakat di zaman modern yang masuk kedalam era digital (Fadhilah, D. A., & Pratiwi 2021). Media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat biasanya yang trend saat ini seperti Facebook, Instagram, Tiktok dan lain sebagainya. Namun penting juga apabila bisa memiliki website ataupun Blog. Semiminal mungkin pengetahuan mengenai teknologi yang dapat dimiliki oleh masyarakat itu asalkan ada kemauan dan kerja keras maka akan mampu dan terbiasa dengan teknologi. Kita ketahui bahwa anak SD pun saat ini sudah terbiasa dengan penggunaan teknologi karena teknologi tidak memandang umur sehingga tidak ada kata tidak dalam pemanfaatan teknologi.

Hal ini perlu diperhatikan oleh generasi muda Banjar Karya Sidha Dharma guna membantu pengembangan usaha yang ada di lingkungannya karena kita ketahui jika orang tua kurang memahami dan menguasai mengenai pemanfaatan teknologi yang seharusnya. Inilah pentingnya Sumber Daya Manusia (SDM) yaitu STT Banjar Karya Sidha Dharma sebagai pendukung dalam kemajuan dan pengembangan usaha produksi. Selain pemanfaatan media sosial, dalam strategi komunikasi pemasaran dilakukan pula dengan cara konvensional yaitu dengan membuat kemasan yang unik beda dari yang lain seperti halnya produk katik sate yaitu dengan cara membungkus katik tersebut dengan kantong plastik kemudian diberikan label yang berisi nama produk dan kontak yang dapat dihubungi. Hal ini bertujuan agar produk ini dapat mudah diketahui oleh masyarakat yang awam terhadap teknologi sehingga dengan cara sederhana juga bisa mengetahuinya (Febriyantoro, M. T., & Arisandi 2018). Melalui dua cara ini baik itu secara modern maupun konvensional diharapkan dapat meningkatkan produktivitas dari Usaha Kecil Menengah yang dimiliki oleh masyarakat Banjar Karya Sidha Dharma sehingga tingkat kesejahteraan masyarakatnya meningkat pasca covid-19 yang pernah melanda negeri nusantara.



Gambar 3. Pembinaan Warga Banjar Karya Sidha Dharma oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat

### Pembinaan Seni dan Kebudayaan Nusantara

Selain melaksanakan pembinaan tentang manajemen keuangan strategis, penyuluhan pengelolaan keuangan, penyuluhan literasi keuangan, strategi komunikasi pemasaran melalui teknologi informasi dan media promosi UMKM, warga juga diajarkan mengenai praktek seni tari, menyanyi, menulis aksara, menggambar dan yoga. Pentingnya pengajaran mengenai ini agar masyarakat terutama anak-anak yang berada di Banjar Karya Sidha Dharma juga mendapatkan manfaat dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Pembinaan ini melibatkan mahasiswa agar mereka mampu mengembangkan wawasan kedepannya dan berbagi ilmu yang dimiliki sehingga berguna bagi diri sendiri maupun masyarakat. Hal ini mendapat antusiasme oleh warga karena pembinaan ini mengajarkan anak generasi muda untuk mencintai kebudayaan warisan leluhur sehingga tidak tergerus hanya terhadap kemajuan teknologi saja yang kita ketahui bahwa anak-anak lebih senang diam dirumah dengan bermain game di handphonenya saat ini. Melalui pembinaan ini semoga dapat menginspirasi dan menambah wawasan anak-anak muda mengenai pentingnya melestarikan kebudayaan nusantara. Semoga dengan terciptanya hubungan yang baik antara civitas akademika dengan masyarakat di Dusun Karang Pangsor maka terjalin hubungan simakrama yang dapat meningkatkan solidaritas sesama menuju masyarakat yang bahagia dan sejahtera.



Gambar 4. Pembinaan Seni, Budaya dan Keagamaan STT Banjar Karya Sidha  
Dharma

Output yang dihasilkan dari pengabdian kepada masyarakat di Banjar Karya Sidha Dharma, Dusun Karang Pangsor, Desa Pemenang Barat, Kecamatan Pemenang, Kabupaten Lombok Utara melalui pembinaan-pembinaan yang sudah dilakukan adalah

1. Warga masyarakat membuat buku kas keluar masuknya biaya yang telah di keluarkan baik itu modal, bahan baku, laba dan kerugian;
2. Warga masyarakat khususnya generasi muda membantu proses membuat Blog, Facebook, Instagram maupun media sosial lainnya yang mampu mengenalkan produk usaha yang ada di Banjar Karya Sidha Dharma;
3. Warga masyarakat membuat kemasan yang unik dengan cara membungkus katik sate dengan menggunakan plastik kiloan kemudian diberikan label yang berisi nama penjual dan kontak yang menjual.

## SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Program Studi S1 Manajemen Ekonomi IAHN Gde Pudja Mataram sangat penting dilaksanakan dengan tujuan untuk menambah wawasan dan pengetahuan masyarakat, pembinaan masyarakat tentang cara meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, serta mendorong masyarakat untuk belajar dalam pengelolaan keuangan yang dimiliki dengan cara sederhana terlebih dahulu dengan pemahaman pembuatan pencatatan buku keuangan serta memahami strategi komunikasi pemasaran melalui teknologi sebagai media promosi UMKM karena mengikuti trend saat ini agar pemilik usaha mampu beradaptasi dengan era saat ini namun tetap adanya pembinaan dalam pemasaran secara konvensional. Tujuan dari pembinaan tersebut tidak lain secara keseluruhan agar usaha yang dimiliki oleh warga Banjar Karya Sidha Dharma meningkat dan tidak diam dalam posisi yang sama saja seperti tahun sebelumnya sehingga berefek kedepannya pada kesejahteraan masyarakat tersebut. Disamping itu, penting pula dilaksanakn pembinaan mengenai pengetahuan tentang agama dan kebudayaan Hindu kepada masyarakat Banjar Karya Sidha Dharma.

## DAFTAR PUSTAKA

### SUMBER BUKU :

- Aryawati, N. P. A, Dkk. 2022. *Manajemen Umkm Dan Koperasi*. Tahta Media Group.
- Aryawati, N. P. A. 2020. "Resiliensi Bisnis Pada Umkm Di Era Normal Baru Sebagai Upaya Kemandirian Ekonomi: Menyemai Benih Dharma Perspektif Multidisiplin." Pp. 47-55 in. Takalar: Yayasan Ahmar Cendiki Indonesia.
- Bi dan Lppi. 2015. *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Kuswiratmo, Aji, Bonifasius. 2016. *Memulai Usaha Itu Gampang!: Langkah-Langkah Hukum Mendirikan Badan Usaha Hingga Mengelolannya*. Jakarta: Visimedia.
- Mursid. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Yunus, Eddy. 2016. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Andi Offset.

SUMBER JURNAL :

- Abidin, R. F., & Ibrahim, N. 2019. "Analisa Dan Pengimplentasian Digital Marketing Pada Studio Brother's Photo." *Jurnal STRATEGI-Jurnal Maranatha* 1(2):397-410.
- Arianto, B. 2020. "Peran Buzzer Media Sosial Dalam Memperkuat Ekosistem Pemasaran Digital." *Jurnal Optimum UAD*, 10(1):51-65.
- Aristawidia, I. B. 2018. "Kajian Literatur Penerapan Strategi Branding Bagi Kemajuan Umkm Di Era Digital." *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)* 1(2):1-13.
- Brodjonegoro, S. S., & Virginia, A. 2017. "Menjalini Interaksi Dengan Konsumen Melalui Facebook: Analisis Terhadap Tiga Brand Perangkat Elektronik Laptop." *Jurnal Komunikasi Indonesia* 129-36.
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. 2021. "Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing." *Jurnal Ilmiah Manajemen* 12(1):17-22.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. 2018. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara (JMD)* 1(2):61-76.
- Maddinsyah, A., Kustini, E., & Syakhril, S. 2018. "Penyuluhan Manajemen Pemanfaatan Sumber Daya Alam Untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga Kampung Ciboleger Lebak-Banten." *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana* 1(1):71-80.
- Priadi, A., Pasaribu, V. L. D., Virby, S., Sairin, S., & Wardani, W. G. 2020. "Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Sumber Daya Desa Dikelurahan Rempoa." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1(3):356-368.