

## PELATIHAN MANAJEMEN KEUANGAN DAN PEMASARAN BAGI SARATHI BANTEN

I Wayan Gede Narayana<sup>1</sup>, Wayan Andrika Putera<sup>2</sup>, Ni Kadek Tasya Novita Devi<sup>3</sup>, Ni Luh Made Uti Tiasmi<sup>4</sup>, Muhamad Samsudin<sup>5</sup>, I Made Dedi Cahya Sudiarta<sup>6</sup>, Paulus Theodorus Rasaama Wujon<sup>7</sup>

<sup>1,6,7)</sup> Program Studi Sistem Komputer, Fakultas Informatika dan Komputer, Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

<sup>5)</sup> Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Informatika dan Komputer, Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

<sup>2,3,4)</sup> Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Bisnis dan Vokasi, Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali  
*e-mail:* narayana@stikom-bali.ac.id<sup>1</sup>, andrika.putera@stikom-bali.ac.id<sup>2</sup>, tasya\_novita@stikom-bali.ac.id<sup>3</sup>, utitiasmi22@gmail.com<sup>4</sup>, samsudin@stikom-bali.ac.id<sup>5</sup>, cahyasudiarta1310@gmail.com<sup>6</sup>, paulwujon@gmail.com<sup>7</sup>

### Abstrak

Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah Yoga Sarana Upakara dengan Sarathi Banten bernama Ketut Sri Astini yang berlokasi Jimbaran, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah 1) kurangnya pemahaman mitra terkait manajemen keuangan dan pemanfaatan teknologi digital dalam melakukan branding produk, sehingga tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan pemahan dan keterampilan mitra dalam manajemen keuangan dan pemasaran produk banten. Target Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini adalah terjadi peningkatan pemahaman mitra terkait manajemen keuangan dan pemasaran produk dengan kriteria pencapaian 80-100%. Target peserta dalam PKM ini berjumlah 3 orang. Metode pelaksanaan pada Program Kemitraan Masyarakat dibagi menjadi beberapa tahap yaitu; perencanaan, pelaksanaan, observasi, evaluasi dan refleksi. Hasil analisis pemahaman mitra terkait manajemen keuangan dan branding produk bokor keben ukir menggunakan WhatsApps Business diketahui bahwa (1) sebelum kegiatan pemahaman mitra kurang dalam melakukan pengelolaan dan manajemen keuangan pada usaha yang ditekuni, namun setelah pelatihan seluruh peserta (100%) paham konsep manajemen keuangan dengan kategori baik, (2) sebelum kegiatan pemahaman mitra kurang dalam menggunakan *WhatsApps Business* untuk order barang dari konsumen, namun setelah pelatihan seluruh peserta (100%) paham penggunaan *WhatsApps Business* pada kategori baik, (3) sebelum kegiatan pemahaman mitra kurang dalam menggunakan *Google My Business* untuk pemalsaran produk, namun setelah pelatihan seluruh peserta (100%) paham penggunaan *Google My Business* pada kategori baik.

**Kata kunci:** Whatsapps Business, Google My Business, Keuangan, Manajemen, Pemasaran

### Abstract

Partners in this service activity are Yoga Sarana Upakara with Sarathi Banten named Ketut Sri Astini which is located in Jimbaran, South Kuta District, Badung Regency. The main problems faced by partners are 1) lack of understanding of partners regarding financial management and the use of digital technology in product branding, so the purpose of this service is to increase partners' understanding and skills in financial management and marketing of Banten products. The target of the Community Partnership Program is to increase partners' understanding of financial management and product marketing with an achievement criterion of 80-100%. The target participants in this activity are three people. The implementation method for the Community Partnership Program is divided into several stages, namely; planning, implementation, observation, evaluation, and reflection. The results of the analysis of partners' understanding regarding financial management and product branding using WhatsApps Business found that (1) before the activity, partners' understanding was lacking in managing and managing finances in the business they were engaged in, but after the training all participants (100%) understood the concept of financial management in a good category, (2) before the partner's understanding of activities is lacking in using WhatsApp's Business to order goods from consumers, but after training all participants (100%) understand the usageWhatsApps Business in the good category, (3) before the partner's understanding of activities is lacking in using google My Business for product marketing, but after training all participants (100%) understand the usageGoogle My Business in the good category.

**Keywords:** Whatsapps Business, Google My Business, Finance, Management, Marketing

## PENDAHULUAN

Fenomena membeli sarana dan prasarana upakara atau banten jadi, telah lama terjadi di kalangan masyarakat Bali terutama di wilayah perkotaan karena aktivitas masyarakat yang cukup padat (Mariyatni et al., 2021). Kondisi sosial budaya ini mendorong peluang usaha baru bagi masyarakat Bali khususnya bagi pelaku usaha sarana dan prasarana upakara serta sarathi banten atau tukang banten (Restiana & Pujiastuti, 2019). Sarathi banten merupakan seseorang yang memiliki kewajiban serta tanggungjawab untuk mempersiapkan sarana persembahyangan terkait upacara keagamaan yang dilaksanakan umat Hindu di Bali (Adhikang, 2019). Sebagai salah satu bagian penting dalam kegiatan persembahyangan, pekerjaan sebagai sarathi banten menjadi salah satu usaha yang menjanjikan dan dapat ditemui di berbagai wilayah di Bali (Wirata & Handayani, 2022). Oleh sebab itu, pada Program Kemitraan Masyarakat ini tim pengusul mengajukan mitra produktif ekonomi yaitu usaha pembuatan sarana upakara bagi sarathi banten yaitu Yoga Sarana Upakara.

Ibu Ketut Sri Astini adalah salah satu penjual banten sekaligus sarathi banten di Desa Adat Jimbaran, usaha bantennya bernama Yoga Sarana Upakara. Ibu Ketut Sri Astini menekuni usaha sebagai penjual dan sarathi banten sejak tahun 2010. Lokasi penjualan sarana upakara maupun pembuatan banten beralamat di Jalan Uluwatu No 46, Jimbaran, Kecamatan Kuta Selatan. Jenis banten yang dijual contohnya pejati, canang, banten sodan serta packet banten lainnya yang disesuaikan dengan jenis persembahyangan. Pendapatan yang dihasilkan dari penjualan Banten setiap bulannya rata-rata berkisar antara Rp.1000.000, hingga Rp.2000.000, tergantung dari rahinan atau kegiatan keagamaan yang dilakukan oleh pemesan. Jika pada hari tertentu pemesan banten melakukan upacara dengan skala yang lebih besar pendapatan yang didapatpun melebihi rata-rata pendapatan tersebut. Sebagai seorang sarathi banten, sebagai seorang sarathi banten Ibu Ketut Sri Astini, dibantu oleh dua orang pegawai bernama Budiani Astuti Yanti dan Made Aryani Putri.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ketut Sri Astini pada hari Minggu 27 November 2022 diketahui permasalahan mitra yaitu (1) dalam menjalankan usaha penjualan maupun pembuatan banten, Ibu Ketut Sri Astini selaku sarathi banten belum pernah melakukan pencatatan maupun pengelolaan keuangan, seluruh pendapatan yang dihasilkan dari penjualan banten maupun jasa membuat banten dikumpulkan begitu saja dan digunakan sebagai modal untuk order produk berikutnya, sehingga kondisi keuangan tidak dapat dikelola dengan baik, (2) dalam menjalankan usahanya Ibu Ketut Sri Astini belum optimal dalam memanfaatkan teknologi digital dalam melakukan branding produk maupun pembuatan logo produk sebagai upaya pemasaran, hal ini menyebabkan lingkup pemasaran hanya terbatas pada orang-orang yang berada disekitar wilayah rumah Ibu Ketut Sri Astini saja. Berikut ini adalah dokumentasi usaha penjualan dan pembuatan saran upakara oleh Ibu Ketut Sri Astini selaku sarathi banten.



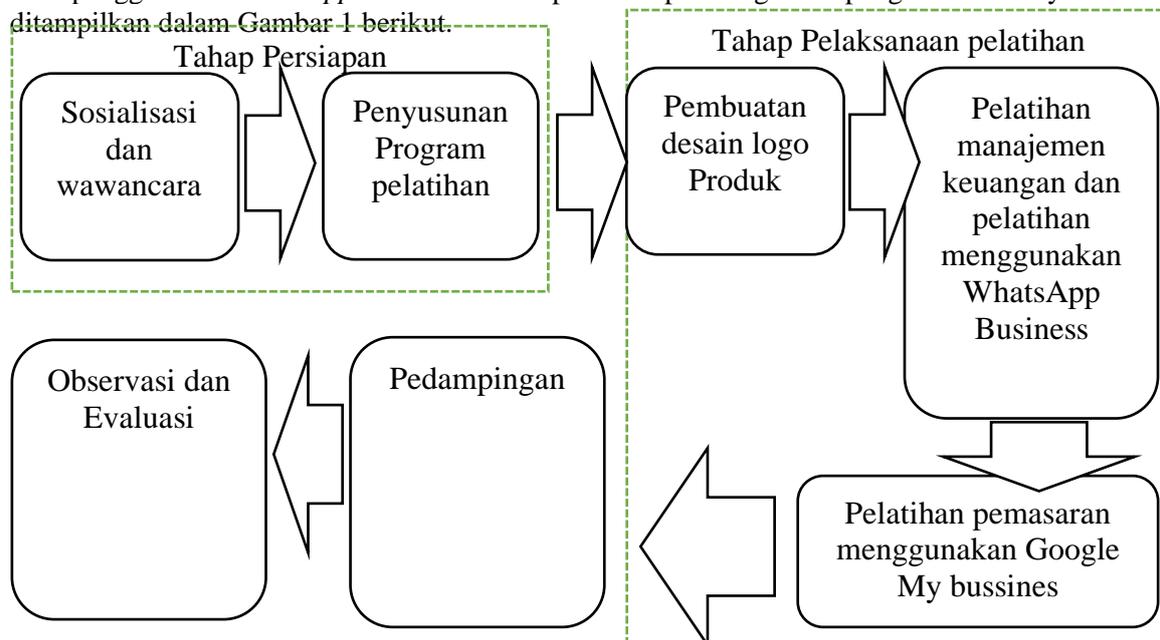
Gambar 1 Contoh banten yang dipasarkan mitra

Berdasarkan kondisi mitra terkait belum pahamnya mitra tentang manajemen keuangan, belum adanya logo produk serta lemahnya penyebaran informasi produk kepada konsumen diluar wilayah Jimbaran, maka tim PKM mengusulkan adanya pelatihan manajemen keuangan usaha. Manajemen keuangan adalah kegiatan perencanaan, pengelolaan, penyimpanan, serta pengendalian dana dan aset yang dimiliki suatu usaha”(Xaverius et al., 2022). Melalui pemahaman tentang manajemen keuangan diharapkan mitra dapat melakukan pengelolaan keuangan yang baik.

Pelatihan pengelolaan keuangan dilakukan dengan menyampaikan konsep pengelolaan keuangan yang baik melalui buku besar (Syifa et al., 2021). Berkaitan dengan permasalahan tentang pemasaran produk, solusi yang diusulkan adalah perlu dirancang desain logo produk dan dilakukan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan mitra dalam memasarkan produk melalui penggunaan *Google My Business* dan *WhatsApps Business* sebagai sarana komunikasi dalam menjalankan bisnis. *Google My Business* merupakan salah satu platform yang dapat digunakan untuk melakukan pemasaran dengan menampilkan informasi lokasi dan pelaku usaha (Febriandirza et al., 2021). Berdasarkan analisis situasi dan kondisi mitra terhadap pemahaman IT, tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan pemahan dan keterampilan mitra dalam manajemen keuangan dan pemasaran produk banten. Target Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini adalah terjadi peningkatan pemahaman mitra terkait manajemen keuangan dan pemasaran produk

## METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan. Pelatihan dilakukan secara luring di Jalan Uluwatu No 46 Jimbaran, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung. Terdapat tiga kegiatan dalam pengabdian ini yaitu pembuatan logo usaha, pelatihan manajemen keuangan, dan pelatihan pemasaran melalui branding di *Google My Business* dan penggunaan *WhatsApp Business*. Adapun tahapan kegiatan pengabdian masyarakat ini ditampilkan dalam Gambar 1 berikut.



Gambar 2 Tahap-tahap Program Kemitraan Masyarakat.

Pada tahap ini tim pengusul melakukan sosialisasi terkait kegiatan PKM kepada mitra. Kegiatan ini diawali dengan menyampaikan tujuan PKM dan wawancara kepada mitra untuk menggali permasalahan terkait kegiatan manajemen keuangan usaha dan kegiatan pemasaran yang selama ini dilakukan oleh mitra. Pada tahap pelaksanaan, dilakukan pembuatan logo, pelatihan pengelolaan keuangan, pelatihan pemasaran melalui branding di *Google My Business* dan penggunaan *WhatsApp Business*. Jika terdapat kendala-kendala yang dialami oleh mitra selama tahap pendampingan ini, maka tim PKM akan membantu mitra dalam mengatasi permasalahan tersebut. Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini dibagi menjadi beberapa tahapan kerja yaitu; Perencanaan, Pelaksanaan dan Evaluasi Kegiatan. Target dalam kegiatan pelatihan ini adalah 80-100% peserta keterampilan mitra dalam manajemen keuangan dan pemasaran produk banten.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan keterampilan komputer bagi anak-anak Panti Asuhan Tat Twam Asi Denpasar dibagi menjadi beberapa kegiatan yaitu pembuatan logo usaha, pelatihan manajemen

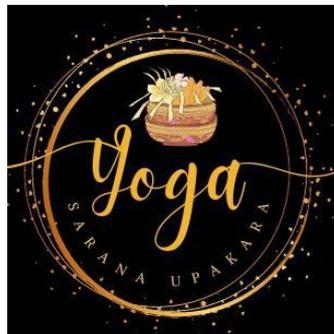
keuangan, dan pelatihan pemasaran melalui branding di *Google My Business* dan penggunaan *WhatsApp Business*.

### (1) Persiapan Pengabdian

Pada tahap ini tim pengusul melakukan sosialisasi terkait kegiatan PKM kepada mitra (. Kegiatan ini diawali dengan menyampaikan tujuan PKM dan wawancara kepada mitra untuk menggali permasalahan terkait kegiatan manajemen keuangan usaha dan kegiatan pemasaran yang selama ini. Tim pengabdian kemudian merancang desain logo produk sesuai dengan kebutuhan mitra. Selain itu tim PKM merancang modul pelatihan. Modul pelatihan dirancang berdasarkan hasil analisa situasi, identifikasi permasalahan, analisa kebutuhan dan potensi mitra.

### (2) Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pertama dibagi menjadi dua yaitu membuat desain logo produk banten pada Yoga Sarana Upakara dan pelatihan manajemen keuangan. Pada tahap perencanaan Tim PKM merancang desain logo produk sesuai dengan kebutuhan mitra dan merancang modul pelatihan. Modul pelatihan dirancang berdasarkan hasil analisa situasi, identifikasi permasalahan, analisa kebutuhan dan potensi mitra. Pada tahap perancangan desain logo tim pengabdian merancang desain logo dengan memperhatikan masukan dari pemilik usaha. Berikut ini adalah desain logo yang telah dibuat.

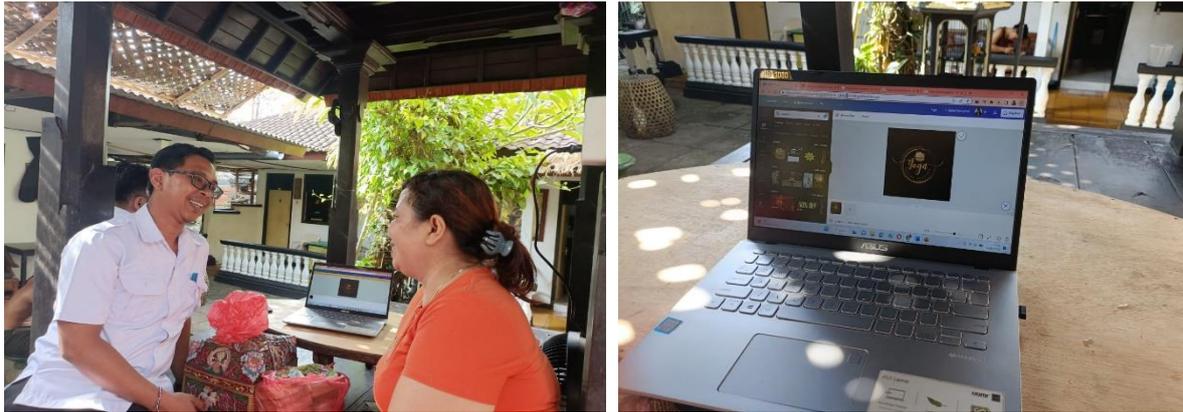


Gambar 3 Desain Logo Produk Banten pada Yoga Sarana Upakara

Logo usaha banten Yoga sarana Upakara diatas memiliki makna atau filosofi sebagai berikut

- Garis lingkaran bermakna dinamis, bergerak serta memberikan kesan kecepatan, sesuatu yang berulang, tidak terputus, tidak memiliki awal atau akhir, abadi, memiliki kualitas, dapat diandalkan, sesuatu yang sempurna, serta kehidupan. Sehingga rejeki dan usaha diharapkan tidak terputus
- Gambar banten pada keben melambangkan produk yang ingin dipasarkan oleh sarathi banten pada Yoga sarana Upakara.
- Warna orange pada logo membawa kesan kreatif, bahagia, kebebasan dan kepercayaan diri. Umumnya warna ini mencerminkan usaha yang mempunyai semangat kerja kreativitas, kuat, hangat, energik, keakraban, ramah, petualangan, optimis, percaya diri. Sehingga dihaapkan nantinya warna ini akan memberikan dampak yang positif baik bagi pemilik maupun pelanggan.
- Tulisan Yoga merujuk pada panggilan dari pemilik usaha banten

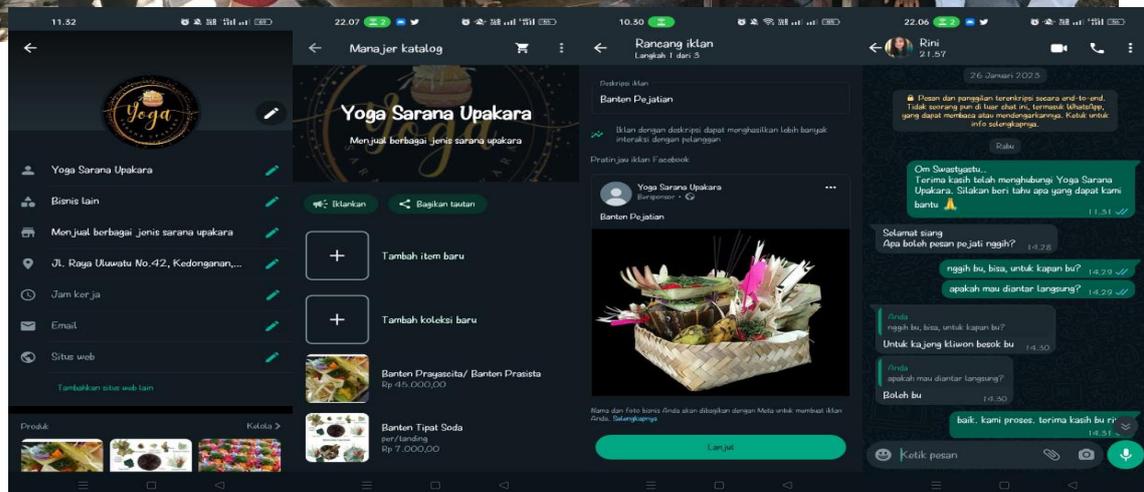
Dengan demikian logo tersebut melambangkan semangat, kreativitas, hangat, energik, keakraban, ramah, optimis, percaya diri dalam berwirausaha serta lambang ketenangan dan kebijaksanaan sebagai bentuk usaha yang menyediakan sarana upakara dalam persembahyangan. Selanjutnya pada hari senin, tanggal 13 Maret 2023 tim PKM menuju lokasi mitra untuk menunjukkan logo produk banten pada Yoga Sarana Upakara sekaligus melakukan pelatihan manajemen keuangan. Kegiatan pelatihan ini dilakukan secara offline. Adapun dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada Gambar berikut.



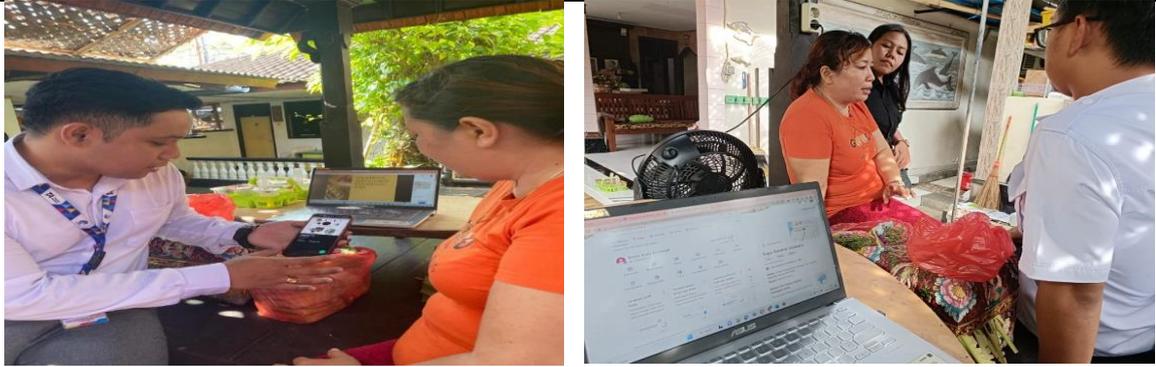
Gambar 4 Kegiatan Diskusi Desain Logo Produk Banten Pada Yoga Sarana Upakara



nutu  
gnya  
laan  
akan  
rana

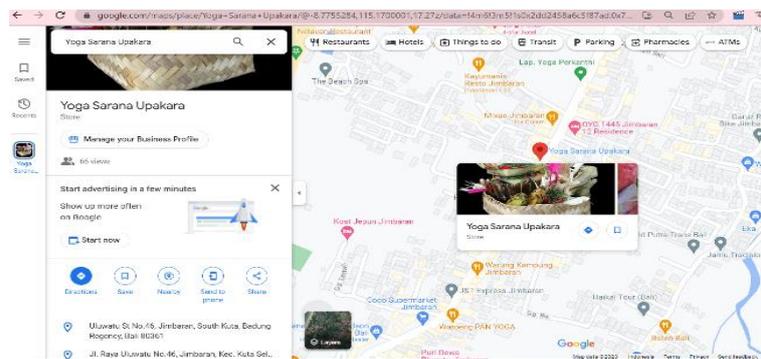


Gambar 6 Tampilan WhatsApps Business Yoga Sarana Upakara



Gambar 8 Pelatihan Menggunakan *WhatsApps Business* dan *Google My Business* Yoga Sarana Upakara

Berdasarkan informasi yang ditampilkan disampaikan oleh ibu Sri Astini, sudah ada beberapa konsumen yang melakukan order banten melalui *WhatsApps Business* contohnya pada Gambar 6 yaitu pemesanan pejati. Selain memberikan pelatihan terkait pengelolaan keuangan dan media komunikasi menggunakan *WhatsApps Business*, pada kegiatan pengabdian ini juga dilakukan kegiatan pelatihan pemasaran menggunakan *Google My Business*. Tim pengabdian menyampaikan pentingnya penggunaan *Google My Business* dalam pemasaran usaha, karena melalui *Google My Business*, *coustemer* dapat mengetahui informasi lokasi, jam buka maupun produk yang dipasarkan. Adapun tampilan *Google My Business* Yoga Sarana Upakara adalah sebagai berikut.



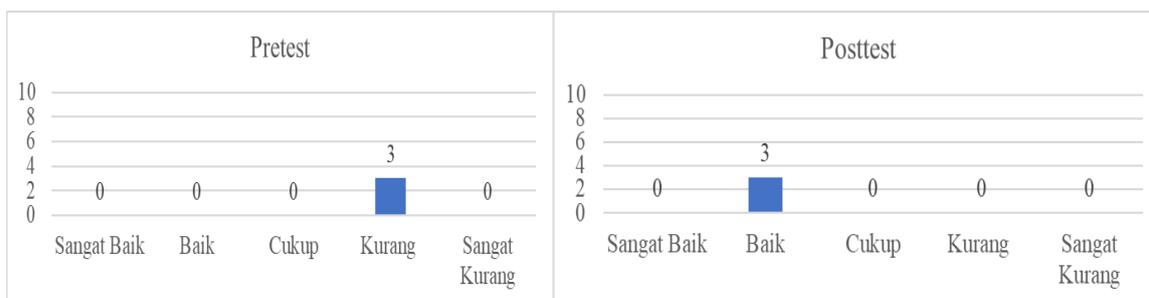
Gambar 9 Tampilan *Google My Business* Yoga Sarana Upakara

(3) Observasi dan Evaluasi

- a) Kegiatan I: Pelatihan Manajemen Keuangan dan Pelatihan menggunakan *WhatsApps Business*  
 Luaran kegiatan dapat dilihat dari hasil rubrik penilaian pemahaman mitra terkait pengelolaan dan manajemen keuangan usaha. Pengukuran ketercapaian target dan tujuan pelatihan dilakukan menggunakan kuesioner dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 1 Skor Pemahaman Mitra Terkait Manajemen Keuangan

Kategori	Skor			
	Pretest		Posttest	
Peserta 1	40,00	Kurang	78,00	Baik
Peserta 2	40,00	Kurang	80,00	Baik
Peserta 3	50,00	Kurang	82,00	Baik
Rata-rata	43,33	Kurang	80	Baik

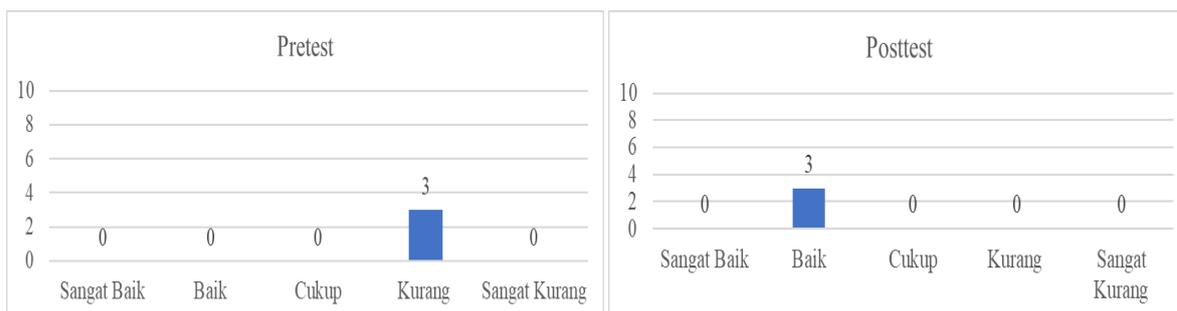


Gambar 10 Histogram Hasil Pretest dan Posttest Pemahaman Mitra Terkait Manajemen Keuangan

Hasil analisis pemahaman mitra terkait manajemen keuangan diketahui bahwa sebelum kegiatan pemahaman mitra kurang dalam melakukan pengelolaan dan manajemen keuangan pada usaha yang ditekuni, namun setelah pelatihan seluruh peserta (100%) paham konsep manajemen keuangan dengan kategori baik. Selanjutnya dilakukan pelatihan menggunakan oder produk menggunakan *WhatsApps Business* dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 2 Skor Pemahaman Mitra Terkait Penggunaan *WhatsApps Business*

Kategori	Skor			
	Pretest		Posttest	
<b>Peserta 1</b>	30,00	Kurang	80,00	Baik
<b>Peserta 2</b>	40,00	Kurang	80,00	Baik
<b>Peserta 3</b>	50,00	Kurang	80,00	Baik
<b>Rata-rata</b>	40	Kurang	80	Baik



Gambar 11 Histogram Hasil Pretest dan Posttest Pemahaman Mitra Terkait Penggunaan *WhatsApps Business*

Hasil analisis pemahaman mitra terkait penggunaan *WhatsApps Business* diketahui bahwa sebelum kegiatan pemahaman mitra kurang dalam menggunakan *WhatsApps Business* untuk order barang dari konsumen, namun setelah pelatihan seluruh peserta (100%) paham penggunaan *WhatsApps Business* pada kategori baik.

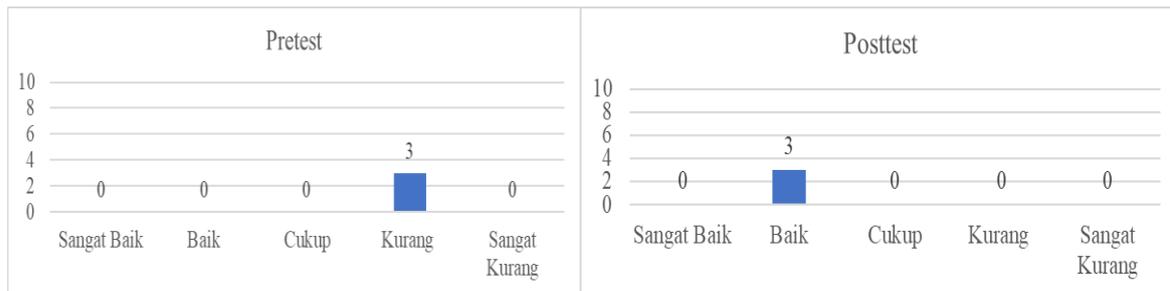
b) Kegiatan II: Pelatihan Pemasaran Produk Banten Menggunakan *Google My Business*

Luaran kegiatan dapat dilihat dari hasil rubrik penilaian pemahaman mitra terkait penggunaan *Google My Business* untuk memasarkan produk. Pengukuran ketercapaian target dan tujuan pelatihan dilakukan menggunakan kuesioner dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 3 Skor Pemahaman Mitra Terkait Penggunaan *Google My Business*

Kategori	Skor			
	Pretest		Posttest	
Peserta 1	40,00	Kurang	78,00	Baik
Peserta 2	30,00	Kurang	80,00	Baik
Peserta 3	50,00	Kurang	80,00	Baik
Rata-rata	40	Kurang	78,33	Baik

Hasil skor pemahaman mitra terkait penggunaan *Google My Business* divisualisasikan dalam bentuk histogram berikut.



Gambar 13 Histogram Hasil Pretest dan Posttest Pemahaman Mitra Terkait Penggunaan *Google My Business*

Hasil analisis pemahaman mitra terkait penggunaan *Google My Business* diketahui bahwa sebelum kegiatan pemahaman mitra kurang dalam melakukan menggunakan *Google My Business* dalam melakukan pemasaran produk banten, namun setelah pelatihan seluruh peserta (100%) paham cara menggunakan *Google My Business* yaitu menambahkan produk, menetapkan jam buka dan memberikan diskripsi usaha dengan kategori baik.

Evaluasi kegiatan pengabdian dilakukan dengan memperhatikan aspek perencanaan, pelaksanaan dan respon peserta yang ditampilkan dalam bentuk tabel berikut.

Tabel 3 Hasil Evaluasi Kegiatan

No	Aspek Evaluasi Kegiatan	Keterangan
1	Perencanaan Kegiatan	Perencanaan kegiatan berjalan sesuai target.
2	Pelaksanaan Kegiatan	<p>a) Pelaksanaan kegiatan berjalan dengan lancar sesuai jadwal dan target ketercapaian peserta terhadap pemahaman mitra terkait manajemen keuangan setelah mengikuti kegiatan pelatihan terpenuhi. diketahui bahwa sebelum kegiatan pemahaman mitra kurang terkait manajemen keuangan dengan rata-rata pemahaman sebesar 43,33, namun setelah kegiatan meningkat sebesar 36,67 menjadi 80 dengan kategori pemahaman baik.</p> <p>b) Pemahaman mitra terkait pemasaran produk banten/sarana upakara menggunakan <i>WhatsApps Business</i> diketahui bahwa sebelum kegiatan pemahaman mitra sangat kurang dalam melakukan memasarkan produk menggunakan <i>WhatsApps Business</i> dengan rata-rata sebesar 40, namun setelah kegiatan pelatihan, peserta paham dalam melakukan pemasaran produk melalui <i>WhatsApps Business</i> dengan rata-rata pemahaman sebesar 80, dengan kategori pemahaman baik</p> <p>c) Pemahaman mitra terkait pemasaran produk banten/sarana upakara menggunakan <i>Google My Business</i> diketahui</p>

No	Aspek Evaluasi Kegiatan	Keterangan
		bahwa sebelum kegiatan pemahaman mitra sangat kurang dalam melakukan memasarkan produk menggunakan <i>Google My Business</i> dengan rata-rata sebesar 40, namun setelah kegiatan pelatihan, peserta paham dalam melakukan pemasaran produk melalui <i>Google My Business</i> dengan rata-rata pemahaman sebesar 78,33, dengan kategori pemahaman baik
3	Respon peserta terhadap pelaksanaan kegiatan	<p>a) Mitra memberikan komentar positif terhadap kegiatan pelatihan manajemen keuangan dan pelatihan branding produk bokor keben ukir menggunakan <i>WhatsApps Business</i> dan <i>Google My Business</i></p> <p>b) Mitra mengharapkan kegiatan-kegiatan ini dapat dilakukan secara berkesinambungan sehingga keterampilan mitra dalam mengelola keuangan dan mengembangkan <i>brand</i> usaha dan memasarkan produk semakin meningkat</p>

### SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

- 1) Dihasilkan sebuah logo produk banten/sarana upakara pada Yoga Sarana Upakara, pelathan manajemen keuangan dan pelatihan branding produk berbasis digital menggunakan *WhatsApps Business* telah berjalan dengan baik dan lancar.
- 2) Sebelum kegiatan pemahaman mitra sangat kurang dalam melakukan pengelolaan dan manajemen keuangan, namun setelah pelatihan seluruh peserta (100%) paham konsep manajemen keuangan dengan kategori baik
- 3) Sebelum pemahaman mitra kurang dalam menggunakan *WhatsApps Business* untuk order barang dari konsumen, namun setelah pelatihan seluruh peserta (100%) paham penggunaan *WhatsApps Business* pada kategori baik,
- 4) Sebelum kegiatan pemahaman mitra terkait penggunaan *Google My Business* dalam pemesanan sangat kurang namun setelah pelatihan seluruh peserta (100%) paham penggunaan *Google My Business* untuk pemasaran dengan kategori baik.

### SARAN

Berdasarkan serangkaian pelaksanaan kegiatan kegiatan membuat desain logo produk banten/sarana upakara pada Yoga Sarana Upakara, pelathan manajemen keuangan dan pelatihan branding produk berbasis digital menggunakan *WhatsApps Business*, maka perlu adanya perubahan pola pikir dalam melakukan pengelolaan keuangan usaha sehingga pemilik usaha dapat mengetahui omzet usaha dengan jelas serta mampu melakukan branding produk yaitu tidak hanya melakukan branding secara konvensional namun diharapkan mitra dapat mengembangkan branding lebih luas dengan berbagai perangkat digital dan social media untuk memudahkan memperkenalkan produk. Selanjutnya disarankan agar kemitraan dengan tim pengabdian ITB STIKOM Bali tetap berkelanjutan dan mitra mampu mengaplikasikan seluruh materi yang diberikan selama pelatihan demi mendukung pengembangan UMKM di era digital.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian masyarakat menyampaikan terima kasih kepada; (1) Direktorat Penelitian, Pengabdian Masyarakat dan Perpustakaan ITB STIKOM Bali yang telah memberikan dukungan moriil maupun materiil sehingga kegiatan pengabdian ini dapat berjalan dengan sangat baik dan lancar. (2) Pemilik Yoga Sarana Upakara yang bersedia menjadi mitra dan telah bersedia menyempatkan waktu sebagai peserta dalam kegiatan pengabdian ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adhikang, L. (2019). Sarathi Banten Di Bali Antara Profesi Dan Yadnya Dalam Perspektif Persaingan Pasar Bebas. *Jurnal Pangkaja Program Pascasarjana Institut Hindu Dharma Negeri Denpasar*, 22(2), 77–86.
- Febriandirza, A., Irwiensyah, F., Hasan, F. N., & Indriyanti, P. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing dan Manajemen Kewirausahaan bagi Pelaku UMKM dengan menggunakan Aplikasi Google My Business. *Jurnal SOLMA*, 10(10), 224–231. <https://doi.org/https://doi.org/10.22236/solma.v10i1s.6514>
- Mariyatni, N. P. S., Juniariani, N. M. R., & Pratama, A. D. Y. (2021). Pendampingan Pencatatan Keuangan dan Pemasaran Sarathi Banten. *International Journal of Community Service Learning*, 5(2), 162–168.
- Restiana, N., & Pujiastuti, H. (2019). Pengukuran Technological Pedagogical Content Knowledge untuk Guru Matematika SMA di Daerah Tertinggal. *Mosharafa: Jurnal Pendidikan Matematika*, 8(1), 83–94. <https://doi.org/10.31980/mosharafa.v8i1.407>
- Syifa, Y. I., Wardani, M. K., Rakhmawati, S. D., & Dianastiti, F. E. (2021). Pelatihan UMKM Melalui Digital Marketing untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 6–13.
- Wirata, G., & Handayani, M. M. (2022). Development of Craftsmen Business Group in Sulahan Village. *International Journal of Community Service Learning*, 6(1), 30–36. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i1.43410>
- Xaverius, F., Wibowo, P., Hernawan, E., & Simbolon, A. S. (2022). Pelatihan Kewirausahaan dan Digital Marketing Bagi Pemuda dan Pemudi di Era Pandemi Covid 19 Kelurahan Kotabumi Kecamatan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang. *Abdi Dharma*, 2(1), 5–10. <https://doi.org/10.31253/ad.v2i1.1073>