

PENERAPAN TEKNOLOGI DAN INOVASI DALAM MENINGKATKAN PENGEMBANGAN USAHA MIKRO MAMAK PEYEK

Ni Putu Yuliana Ria Sawitri¹, I Made Kariyana², Ni Nyoman Sudyani³,
Kadek Ary Purnama Dewi⁴

^{1,2,3,4} Universitas Ngurah Rai

e-mail: ria.sawitri@unr.ac.id¹, made.kariyana@unr.ac.id², nyoman.sudyani@unr.ac.id³,
aryartana2213@gmail.com⁴

Abstrak

Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting bagi pembangunan perekonomian suatu negara. Dalam menghadapi perkembangan dunia teknologi yang semakin maju, para pelaku UMKM dituntut untuk dapat menggunakan dan memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut untuk terus berinovasi. Permasalahan yang terjadi pada usaha Keripik Mamak Peyek adalah belum adanya izin usaha dan pengakuan hak merek, sehingga menjadi kekhawatiran mitra bilamana suatu saat nanti usahanya diakuisisi oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Permasalahan lainnya adalah rendahnya pengetahuan tentang penggunaan teknologi sebagai sarana pemasaran dan manajemen produksi yang tidak konsisten. Masalah selanjutnya adalah laporan keuangan yang belum sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan. Hal ini menyebabkan mitra kesulitan untuk monitoring dan mengontrol arus kas masuk dan keluar serta mengetahui laba atau rugi dari aktivitas bisnisnya. Melihat permasalahan ini, maka perlu diperlukan upaya untuk mencari alternatif guna menghemat pengeluaran dan meningkatkan produktivitas Keripik Mamak Peyek. Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk mendampingi, memberikan pelatihan dan memberikan bimbingan pada UMKM Keripik Mamak Peyek dalam meningkatkan penerapan teknologi dalam kapasitas produksi, pemasaran, manajemen keuangan, serta inovasi produk. Adapun nantinya kita akan melakukan penyuluhan kepada sasaran UMKM dan mengajarkan bagaimana cara mempromosikan produk mereka melalui online dan membantu untuk menyediakan design kemasan untuk produk yang diproduksi yang memiliki ciri khas tersendiri serta memberikan kesan unik dan menarik yang dapat menciptakan citra brand untuk produk Mamak Peyek

Kata kunci: Usaha Mikro, Teknologi, Pendampingan, Dan Inovasi

Abstract

Micro and Medium Small Businesses (MSMEs) have a very important role for the economic development of a country. In facing the development of the increasingly advanced technological world, MSME actors are required to be able to use and utilise these technological developments to continue to innovate. The problem that occurs in the Mamak Peyek Chips business is that there is no business license and recognition of brand rights, so it becomes a concern for partners if one day the business is acquired by an irresponsible party. Another problem is the low knowledge of the use of technology as a means of inconsistent marketing and production management. The next problem is financial statements that are not in accordance with Financial Accounting Standards. This causes partners difficulty in monitoring and controlling cash flow in and out and knowing profit or loss from their business activities. Seeing this problem, it is necessary to make efforts to find alternatives to save expenses and increase the productivity of Mamak Peyek Chips. This Community Service (PKM) aims to assist, provide training and provide guidance to MSMEs of Mamak Peyek Chips in improving the application of technology in production capacity, marketing, financial management, and product innovation. As for later we will do counselling to MSME targets and teach how to promote their products through online and help to provide packaging designs for produced products that have their own characteristics and give a unique and attractive impression that can create a brand image for Mamak Peyek products

Keywords: Micro Business, Technology, Assistance And Innovation

PENDAHULUAN

Pada zaman yang serba modern ini ,segala sesuatu terjadi begitu cepat termasuk perkembangan pada bidang teknologi industri,jasa,dan informasi.Segala sesuatu bermunculan dan tercipta dengan sangat cepat termasuk bermacam-macam varian makanan.Beraneka ragam bentuk warna,cita rasa,dan

bentuk makanan yang sebelumnya belum pernah didengar atau ada ,muncul dengan nama baru ,bentuk,warna dan rasa yang sebelumnya belum pernah ditemui.Dengan semakin banyaknya pelaku UMKM Yang muncul dengan berbagai produknya membuat persaingan dalam penjualan makanan semakin ketat.walaupun hanya usaha mikro, tetapi UMKM harus mempunyai daya saing supaya bisa bertahan ,karena Keberadaan UMKM dibutuhkan agar memacu perekonomian,juga menjadi roda penggerak ekonomi di saat kondisi ekonomi global sedang mengalami penurunan , dan dapat memberikan lapangan pekerjaan untuk membantu pendapatan ekonomi rumah tangga (Rahmatullah dkk, 2023). Menurut (Febriyantoro & Arisanda ,2018) keberadaan pelaku usaha mikro kecil, menengah (UMKM) selama ini menopang kekuatan ekonomi daerah dan negara. Meskipun begitu UMKM juga memiliki masalah yang cukup banyak, terutama sumber daya manusia, penguasaan teknologi, dan juga keterbatasan modal. Namun, permasalahan kebanyakan UMKM saat ini ada pada sulitnya produk atau dagangan mereka dalam menemukan pembeli atau konsumen karena semakin banyaknya produk dan UMKM yang juga ikut dalam persaingan. Maka dari itu Teknik pemasaran yang tepat diperlukan agar produk UMKM bisa mempunyai daya saing.

Dunia perdagangan dan industri dalam era global ini merupakan salah satu penentu laju pembangunan. Dunia tersebut ditandai dengan munculnya perusahaan-perusahaan, perusahaan-perusahaan itu dalam upaya untuk menarik konsumen, maka mereka membuat karya kreatif sehingga perusahaan tersebut mempunyai keunggulan tersendiri. Karya tersebut salah satunya adalah dalam bidang kekayaan intelektual. Kekayaan intelektual adalah kreatifitas yang dihasilkan dari olah pikir manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan hidup manusia. (Roisah, 2015). Perkembangan kekayaan intelektual pun merambah tidak hanya pada perusahaanperusahaan, akan tetapi terhadap kelompok dunia usaha yang disebut sebagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (selanjutnya disingkat UMKM). UMKM merupakan industri usaha ekonomi produktif yang dikembangkan dan dikelola oleh masyarakat dengan tujuan untuk mencapai kebutuhan hidup masyarakat. UMKM umumnya adalah usaha milik perorangan atau badan Usaha keduanya disebut sebagai pelaku usaha yang menghasilkan produk sendiri. (Sulasno, 2018). UMKM merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil, dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang. Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil adalah kegiatan ekonomi yang dimiliki dan menghidupi sebagian besar rakyat. (Syairozi, 2018).

Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia dinilai mempunyai potensi yang sangat besar. Bahkan setidaknya tercatat 88,8 persen UMKM memberi kontribusi ekonomi di ASEAN. Tidak hanya di Indonesia, salah satu pusat pergerakan sektor ekonomi di Bali juga Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM juga menjadi salah satu faktor penting dalam upaya menggerakkan roda perekonomian, dan meningkatkan pendapatan daerah. Dengan produktifnya UMKM di suatu daerah, tentu akan berimplikasi kepada tersedianya lapangan pekerjaan baru yang dan mampu mengikis jumlah pengangguran, serta pemerataan pembangunan dan hasil-hasil khususnya di bidang ekonomi dan peningkatan Pendapatan Domestik Regional Bruto. Tingkat pertumbuhan sektor UMKM di Bali tumbuh rata-rata 5,6 persen pada triwulan I tahun 2017 dibandingkan periode yang sama pada tahun 2016. Dengan berkembang pesatnya perkembangan UMKM di Bali, maka persaingan dalam dunia bisnis juga semakin ketat. Di tengahnya arus globalisasi membuat UMKM harus memutar otak untuk menciptakan inovasi baru, baik dari segi produk maupun jasa sehingga memungkinkan para pelaku UMKM mampu bertahan dalam dunia bisnis. Perkembangan UMKM saat ini dibarengi dengan kemajuan di bidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi yang turut serta mendukung perkembangan teknologi internet. Internet dapat dimanfaatkan dalam segala bidang, untuk bidang pendidikan, pemerintah, perbankan, penyuluhan kepada masyarakat, kesehatan, dan untuk dunia bisnis / UMKM (Permana, G. P. L., & Parasari, A. A. I. 2019).

Adanya perkembangan teknologi yang semakin maju menuntut para pelaku UMKM untuk dapat menggunakan dan memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut, salah satu diantaranya adalah penggunaan Teknologi Informasi (TI) bagi pengembangan usaha para pelaku UMKM. Masyarakat utamanya yang bergerak di bidang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki jangkauan pasar yang lebih luas dengan penggunaan internet atau pemasaran berbasis online lainnya. (Silfia, B., & Utami, A. 2021). Di tengah arus globalisasi para pelaku UMKM harus memutar otak untuk menciptakan inovasi baru, baik dari segi kemasan produk, varian baru produk sampai pemasaran

produk sehingga memungkinkan para pelaku UMKM mampu bertahan dalam dunia bisnis. Kemajuan teknologi dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk mempromosikan usahanya sehingga hal ini diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM untuk tetap dapat memasarkan produknya ke konsumen dan lebih mengenalkan produk lokal dengan kualitas yang baik (Pakpahan, A.K.,2020). Dalam hal ini, internet dapat mempermudah akses ke konsumen/pelanggan karna merupakan sebuah jaringan yang mempunyai cakupan yang sangat luas dan tidak terbatas. Maka dengan ini, internet bisa memudahkan bagi para konsumen/pelanggan untuk mengetahui informasi baru tentang produk sehingga bisa melakukan sebuah transaksi pembelian tanpa harus datang ke tempat distributor/penjual untuk membeli produk yang dibutuhkan dan dapat melakukan pemesanan/pembelian sebuah produk kapanpun dan dimanapun. (Permana, G. P. L., & Parasari, A. A. I. 2019).

Kemunculan pandemi COVID-19 yang melanda negara-negara di dunia termasuk di Indonesia, telah memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap perekonomian domestik suatu negara dan eksistensi UMKM. Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang luar biasa terhadap kinerja UMKM di Indonesia, hal ini dapat dilihat dari kondisi sebelum Covid-19 persentase kondisi usaha baik/sangat baik sebesar 92,7 persen dan kondisi usaha buruk/sangat buruk sebesar 1,0 persen, setelah covid kondisi usaha buruk/sangat buruk mengalami peningkatan sebesar 56,8 persen dibandingkan dengan yang semula sebesar 1,0 persen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pandemi COVID-19 telah mengakibatkan penurunan kinerja UMKM. (Akhmad, K. A., & Purnomo, S. 2021). Mencetusnya pandemi tersebut, menyebabkan banyak pekerja yang kehilangan pekerjaannya. Akan tetapi musibah tersebut menjadi sebuah momentum bagi sejumlah masyarakat untuk membangkitkan kembali eksistensi UMKM. Hal tersebut juga dialami oleh I Made Budiarta, di saat beliau kehilangan sumber mata pencahariannya, beliau mengambil tindakan cerdas dengan membangun usaha tradisional miliknya sendiri. Meski di tahun 2021 aktivitas kegiatan masih harus dibatasi, UMKM Keripik Mamak Peyek milik bapak I Made Budiarta yang berada di banjar kayangan, desa Peguyangan Kangin, Kecamatan Denpasar Utara, Kota Denpasar muncul sebagai usaha tradisional yang memiliki tujuan untuk menarik keuntungan dengan memanfaatkan keterbatasan ruang lingkup atau ruang gerak transaksi konvensional. Dalam dunia bisnis, memperoleh keuntungan besar dalam waktu cepat merupakan target utama usaha pemasaran Keripik Mamak Peyek. Hal ini akan tercapai jika pemilik usaha mampu memanjajemen seluruh aspek produksi melalui efisiensi yang efektif.

Pengelolaan yang baik tersebut meliputi banyak hal, sebagai contoh, dalam pengelolaan usaha pemasaran Keripik Mamak Peyek dituntut untuk benar-benar menguasai konsep ilmu dasar dalam pengembangan usaha yang hendak dikembangkan tersebut. Hal ini bertujuan agar alur kemajuan usaha dapat tercapai sesuai target yang telah ditetapkan. Menurut penuturan I Made Budiarta selaku pemilik usaha Keripik Mamak Peyek, modal awal yang dikeluarkan untuk memulai usahanya hanya sekitar Rp. 200.000,- dengan omset perharinya mencapai Rp.500.000,- Meski terdengar keuntungan yang diperoleh dua kali lipat lebih besar daripada modal awal yang dikeluarkan, namun hal tersebut masih menjadi permasalahan ketika melakukan pembayar upah pekerja dan memenuhi biaya produksi. Selain itu, belum adanya izin berusaha dan pengakuan hak merek selalu menjadi kekhawatiran Bapak I Made Budiarta bilamana usahanya ini suatu saat nanti diakusisi oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Permasalahan yang lainnya adalah rendahnya pengetahuan tentang penggunaan teknologi sebagai sarana pemasaran dan manajemen produksi yang tidak konsisten. Masalah selanjutnya adalah laporan keuangan yang belum sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan. Hal ini menyebabkan Mitra kesulitan untuk monitoring dan mengontrol arus kas masuk dan keluar serta mengetahui laba atau rugi dari aktivitas bisnisnya. Melihat permasalahan ini, maka perlu diperlukan upaya untuk mencari alternatif guna menghemat pengeluaran dan meningkatkan produktivitas Keripik Mamak Peyek. Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk mendampingi, memberikan pelatihan dan memberikan bimbingan pada UMKM Keripik Mamak Peyek dalam meningkatkan penerapan teknologi dalam kapasitas produksi, pemasaran, manajemen keuangan, serta inovasi produk.

METODE

Metode Pendekatan

Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang dilakukan di lapangan, maka metode pendekatan yang dilakukan adalah:

1. Metode Edukasi bertujuan untuk memberikan pemahaman.
2. Metode Pelatihan yang ditujukan untuk memberikan keterampilan.

3. Metode Pendampingan yang dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan memantapkan ketrampilan kelompok.
4. Metode Evaluasi program dengan tujuan untuk mengevaluasi berbagai tahapan kegiatan sehingga dapat memperbaiki dan menyempurnakan pelaksanaan kegiatan di lapangan.

Metode Keberlanjutan program dengan tujuan memantau kegiatan di lapangan setelah kegiatan berakhir agar tetap dapat dilanjutkan oleh mitra

Tahap Persiapan

Tahapan ini meliputi studi pustaka, pengurusan ijin, kordinasi dan pembagian tugas tim pelaksana, pembuatan buku-buku pedoman sesuai yang dibutuhkan, penetapan lokasi kegiatan pelatihan dan demplot pada mitra, koordinasi jadwal kegiatan dengan mitra, penyiapan bahan dan alat yang diperlukan sesuai tahapan kegiatan di lapangan.

Tahap Pelaksanaan

Kegiatan Berdasarkan solusi yang telah disepakati, maka untuk mengatasi permasalahan yangtelah ditetapkan bersama yaitu:

1. Pengumpulan dana untuk kegiatan hingga membuat laporan keuangan.
2. Penyusunan program kerja hingga membuat laporan kegiatan yang sudah dilakukan.
3. Melaksanakan kegiatan yang telah di sepakati Tim Pelaksana dengan pihak-pihak terkait seperti perangkat Desa Peguyangan Kangin, Kecamatan Denpasar Utara, Kota Denpasar, Provinsi Bali untuk membantu warga.
4. Mengedukasi pentingnya UMKM berbasis digital dan memotivasi masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Observasi awal yang dilakukan oleh Tim PKM, menemukan permasalahan yang terjadi adalah pengemasan produk keripik masih tergolong tidak unik dan tidak memiliki daya tarik, selain itu tidak adanya izin usaha yang menyebabkan usaha mereka mudah ditiru oleh pesaing dan pangsa pasar yang disasar hanya sebatas kerabat ataupun warung-warung kecil. Permasalahan yang lainnya adalah rendahnya pengetahuan tentang manajemen produksi dan manajemen sumber daya yang baik. Masalah selanjutnya adalah laporan keuangan yang belum sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan.



Gambar 1. Observasi Awal

Berdasarkan analisis situasi potensi serta permasalahan mitra yang sudah diuraikan bersama di atas, maka program yang akan ditawarkan dalam mengatasi permasalahan tersebut rencananya dilakukan dalam bentuk edukasi, pelatihan dan pendampingan kepada mitra dan masyarakat. Dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Membantu menyediakan design kemasan untuk produk yang diproduksi yang memiliki ciri khas tersendiri serta memberikan kesan unik dan menarik yang dapat menciptakan citra brand untuk produk Mamak Peyek agar tidak diduplikasi oleh oknum atau pihak – pihak yang tidak bertanggung jawab.



Gambar 2. Design logo Produk Mamak Peyek

2. Memberikan edukasi mengenai pengembangan bisnis mengenai perlu adanya konsistensi dalam proses produksi. Hasil yang didapat dari kegiatan ini adalah mitra dapat menjalankan proses produksinya dengan ulet dan konsisten sehingga diharapkan kedepannya melalui gerakan kecil seperti ini dapat mendatangkan inovasi – inovasi baru serta keuntungan yang lebih besar dengan seiring berjalannya waktu.



Gambar 3. Edukasi Manajemen Produksi

3. Membantu untuk mencari alternatif mengenai skala produksi yang teukur guna meminimalisir kerugian pasca produksi. Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk mendampingi, memberikan pelatihan dan memberikan bimbingan pada UMKM Mamak Peyek dalam meningkatkan kapasitas produksi dan pemasaran dengan skala yang lebih besar. Pengukuran jumlah produksi merupakan salah satu penerapan manajemen operasional yang wajib diterapkan dalam sebuah manajemen produksi, sehingga bahan baku yang digunakan dapat diketahui kuantitasnya ataupun produk yang telah di produksi dan dipasarkan tidak ditarik dari pasar. Dengan pendampingan dan pelatihan kepada mitra diharapkan kondisi mitra dapat bertahan dan lebih mengembangkan usaha bisnis.



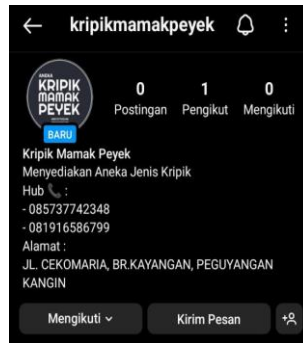
Gambar 4. Pendampingan Proses Produksi

4. Membantu mitra untuk menerbitkan surat izin berusaha melalui Kegiatan Sosialisasi Pengurusan NIB Pelaku Usaha Mikro dan Kecil Perseorangan bertempat di Banjar Peninjoan, Desa Peguyangan Kangin yang dilaksanakan oleh TIM PKM untuk penguatan hak merek yang dimiliki serta untuk melegalkan usaha yang telah dirintis oleh mitra selama ini.



Gambar 5. Sosialisasi NIB

5. Dalam era reformasi digital, pengabdian masyarakat telah mendorong mitra untuk memperluas pangsa pasar dan wilayah pemasaran melalui platform digital. Melalui kegiatan pengabdian ini, usaha mitra kini telah memiliki akun media social guna mempromosikan usahanya seperti: Instagram.



Gambar 6. Instagram Mitra

6. Memberikan pelatihan laporan keuangan dengan memanfaatkan akuntansi sederhana. Diharapkan dengan adanya pendampingan dalam Menyusun laporan keuangan dengan akuntansi sederhana, membantu mitra dalam membuat laporan keuangan dengan lebih rapih dan memudahkan mitra dalam mengelola keuangan dengan baik. Mengingat bahwa dalam transaksi mitra begitu banyak transaksi dengan menggunakan transaksi debit dan kredit, dengan demikian perlu pencatatan keuangan yang dapat mendukung kegiatan bisnis mitra.



Gambar 7. Pelatihan laporan keuangan

Hasil yang di dapat dari kegiatan pengabdian ini adalah mitra dapat berinovasi dalam membuat design logo dan kemasan produk. Design logo dan kemasan produk merupakan bentuk inovasi yang dapat memberikan nilai tambah pada produk terkait dengan citra yang ditampilkan pada produk yang diproduksi atau dipasarkan. Pendampingan dan pelatihan kepada mitra kedepannya diharapkan kondisi mitra dapat bertahan dan lebih mengembangkan usaha bisnis seperti melakukan supply ke berbagai rumah makan, restoran dan warung-warung yang ada di sekitar wilayah Peguyangan Kangin, atau bahkan bisa sampai ke luar daerah. Selain itu, pengabdian masyarakat diharapkan dapat mendorong mitra Mamak Peyek untuk inovasi kemasan produk, memperluas pangsa pasar dan wilayah pemasaran melalui platform digital.



Gambar 8. Hasil Pengabdian

SIMPULAN

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting bagi pembangunan suatu negara. Di negara-negara berkembang keberadaan UMKM memberikan pengaruh kepada perekonomian negaranya, dan di Indonesia eksistensi UMKM secara langsung memberikan kontribusi bagi Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Negara. Eksistensi UMKM menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah keberadaan teknologi. Adanya perkembangan teknologi yang semakin maju menuntut para pelaku UMKM untuk dapat menggunakan dan memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut, salah satu diantaranya adalah penggunaan Teknologi Informasi (TI) bagi pengembangan usaha para pelaku UMKM. Era revolusi 4.0 mendorong masyarakat untuk memanfaatkan internet sebagai wahana digital marketing. Masyarakat utamanya yang bergerak di bidang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki jangkauan pasar yang lebih luas dengan penggunaan internet atau pemasaran berbasis online lainnya. Dalam dunia bisnis, memperoleh keuntungan besar dalam waktu cepat merupakan target utama usaha pemasaran Keripik Mamak Peyek. Hal ini akan tercapai jika pemilik usaha mampu memajemen seluruh aspek produksi melalui efisiensi yang efektif. Pengelolaan yang baik tersebut meliputi banyak hal, sebagai contoh dalam pengelolaan usaha pemasaran Keripik Mamak Peyek dituntut untuk benar-benar menguasai konsep ilmu dasar dalam pengembangan usaha yang hendak dikembangkan tersebut. Hal ini bertujuan agar alur kemajuan usaha dapat tercapai sesuai target yang telah ditetapkan. Melalui kegiatan PKM ini usaha Keripik Mamak Peyek kini telah berhasil memperbaharui design logo pada kemasan produknya sehingga menampilkan kesan unik dan menarik serta memiliki ciri khas tersendiri, selain itu usaha Keripik Mamak Peyek juga telah menerbitkan surat izin berusahanya melalui Kegiatan Sosialisasi Pengurusan NIB Pelaku Usaha Mikro dan Kecil Perseorangan yang telah dilaksanakan oleh tim PKM. Permasalahan lain yang telah teratasi dimana usaha Keripik Mamak Peyek telah mampu mengelola usahanya sendiri melalui pelatihan manajemen keuangan, produksi serta sumber daya yang telah diberikan selama kegiatan PKM berlangsung. Kemajuan usaha Keripik Mamak Peyek juga dapat dicerminkan melalui metode pemasaran digital yang telah diterapkan oleh mitra.

SARAN

Dari beberapa pembahasan sebelumnya, maka saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Akan lebih baik jika UMKM Kripik Mamak Peyek mengembangkan inovasi dalam design logo dan kemasan produk sehingga dapat memiliki nilai tambah bagi produk dan dapat meningkatkan pendapatan.
2. Sebaiknya pemilik usaha mengikuti pelatihan dan pengembangan tentang manajemen keuangan yang dapat memudahkan mitra dalam memonitoring masalah keuangan.
3. Pemilik Kripik Mamak Peyek sebaiknya memperluas pangsa pasar melalui pemasaran digital untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat serta mampu mengenal target konsumen yang dituju.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan pada LPPMPK Universitas Ngurah Rai yang telah mendanai pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, serta kepada mitra usaha dan masyarakat

Banjar Adat Peguyangan Kangin, Denpasar Utara yang juga turut membantu dan berpartisipasi dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. A., & Purnomo, S. (2021). Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota
- Permana, G. P. L., & Parasari, A. A. I. (2019). Pengaruh Hedonic Motivation, Social Influence, Dan Perceived Enjoyment Terhadap Penggunaan Marketplace Pada UMKM Di Bali: Studi Kasus Pada HIPMI Provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 90-102.
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 dan implikasi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 59-64.
- Rahmatullah, I., Imaningsih, N., & Fadil, C. (2023). Small Medium Enterprise Development in Musir Lor Village Through Digital Marketing and Legality. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(19), 390-398. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8403186>
- Roisah, K. (2015). Konsep Hukum Hak Kekayaan Intelektual (HKI): Sejarah, Pengertian, dan Filosofi Pengakuan HKI dari Masa ke Masa, (Malang: Setara Press.
- Silfia, B., & Utami, A. (2021). Dampak pandemi covid 19 terhadap sektor UMKM di Indonesia. vol, 3, 1-7.
- Sulasno. (2018). Penerapan Kekayaan Intelektual (KI) Terhadap UMKM sebagai Upaya Mewujudkan Persaingan Bisnis Berkeadilan. *Ajudikasi Jurnal Ilmu Hukum*, 2(2), 179. <https://doi.org/10.30656/ajudikasi.v2i2.958>
- Syairozi, M. I. (2018). Analisis Jumlah Pengangguran dan Ketenagakerjaan terhadap Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 199. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i2.768>