

PKM Pendampingan UMKM Go Digital Pada UMKM Toko Abon Ikan Tongkol A&N dan UMKM Japlak Balandongan

Yayuk Nurjanah, Syifa Aulya, Ardilla Nur Khomairo Puspita Sari,
Siti Padilah

*Program Studi Akuntansi, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan
Bogor, Indonesia*

E-Mail: yayuknurjanah@ibik.ac.id

*Go Digital
Marketing for
Small Business*

33

Submitted:
DESEMBER 2021

Accepted:
MEI 2022

ABSTRACT

Micro, small and medium enterprises (MSMEs) play an important role in improving the Indonesian economy. However, there are still many problems faced by MSME actors, including the lack of assistance provided so that MSME actors can compete with large business actors. Therefore, we provide Go Digital MSME Assistance, which provides assistance to business actors around Bogor, where assistance will be provided regarding the importance of online promotion and sales in the digital era. This assistance for Go Digital MSMEs was carried out for the Japlak Bondongan Flossed Fish MSMEs and Japlak Bondongan MSMEs in Bogor. Good results from this Go Digital MSME assistance can be seen from both the Abon Fish Tongkol Shop MSME and the Japlak Bondongan MSME, which have been able to carry out online marketing and promotions by utilizing the available platforms, and have been able to separate business money from household money. So that the business activities of these MSMEs run better. This is different from the condition of MSMEs before this MSME Go Digital assistance activity took place.

Keywords: *Mentoring, MSMEs, Digital*

ABSTRAK

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) Memegang peran penting dalam peningkatan perekonomian Indonesia. Tetapi masih banyak permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM diantaranya minimnya pendampingan yang dilaksanakan agar para pelaku UMKM ini dapat bersaing dengan para pelaku usaha yang sudah besar. oleh karena itu kami Pendampingan UMKM Go Digital yang merupakan pendampingan kepada para pelaku usaha yang ada di sekitar Bogor dimana akan dilakukan pendampingan mengenai pentingnya promosi dan penjualan di era digital secara online. Pendampingan UMKM Go Digital ini dilakukan pada UMKM Abon Ikan Tongkol dan UMKM Japlak Bondongan yang ada di Bogor. Hasil yang baik pada pendampingan UMKM Go Digital ini dapat dilihat baik dari UMKM Toko Abon Ikan Tongkol maupun UMKM Japlak Bondongan yang sudah bisa melakukan pemasaran dan promosi secara online dengan memanfaatkan platform yang tersedia, serta sudah mampu untuk memisahkan antara uang usaha dengan uang rumah tangga. Sehingga kegiatan usaha dari UMKM ini berjalan dengan lebih baik. Hal ini berbeda dari kondisi UMKM saat sebelum adanya kegiatan pendampingan UMKM Go Digital ini.

Kata Kunci : Pendampingan, UMKM, Digital

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Usaha Mikro kecil Menengah (UMKM) berjuang untuk bersaing dalam lingkungan bisnis yang dinamis, banyak wirausaha UMKM mulai menggunakan platform digital untuk meningkatkan strategi bisnis, akan tetapi tidak semua wirausahawan dapat

JADKES

Jurnal Abdimas Dedikasi
Kesatuan
Vol. 3 No. 2, 2022
page 33-40
IBI KESATUAN
E-ISSN 2745 – 7508
DOI: 10.37641/jadkes.v3i2.1987

memanfaatkan teknologi, yang terjadi justru adanya kesenjangan dalam hal penggunaan teknologi. Ini menjadi pemicu dalam menjalankan usahanya tidak dapat bersaing dalam menjalankan usaha di era digital ini sehingga mengalami kebangkrutan. Salah satu penyebab ketidakmampuan menggunakan teknologi adalah kurangnya sumber daya yang dimiliki oleh pelaku usaha tersebut.

Trend digital network mengakomodasi internet dan social media (Smith et al.,2017) untuk membangun kedigdayaan modal social secara online. Khususnya bagi usaha Mikro Kecil Menengah dan start-up bisnis yang masih dalam tahap merintis bisnis. Untuk itu UMKM membutuhkan pendampingan dalam mengembangkan usahanya menuju era digitalisasi terutama dalam penggunaan internet dalam sarana promosi dan juga dalam menyusun laporan keuangan, sehingga para pelaku usaha ini bisa bersaing dan juga mampu menggunakan aplikasi-aplikasi yang berkaitan untuk meningkatkan penjualan sehingga akan memajukan usahanya tersebut.

A & N merupakan UMKM yang memproduksi di bidang makanan yaitu abon ikan tongkol yang dibentuk melalui program perempuan kepala keluarga (PEKKA) pada tahun 2017 dimana awalnya hanya usaha ibu rumah tangga yang hanya dibuat melalui pesanan saja dan ditawarkan kepada para tetangga dan kerabat, kemudian mulai berkembang dan dipasarkan lebih luas lagi. Begitu juga dengan UMKM Japlak Balandongan. Produk Japlak ini awalnya merupakan jajanan khas Sukabumi yang merupakan jajanan modifikasi dari seblak. Japlak merupakan makanan instan yang dikemas dalam bentuk siap saji terbuat dari batagor kering, makaroni, bakso dan isian lainnya yang disajikan dalam bentuk kuah dan karamel. Usaha ini dimiliki oleh Ibu Esi dan Suaminya sejak tahun 2014 yang awalnya hanya menjual minuman saja kemudian dimodifikasi dengan menambah produk Japlak. Ide usaha awalnya pemilik adopsi dari usaha yang sama yang telah beliau kunjungi sebelumnya.

Tujuan Kegiatan

Tujuan Pendampingan UMKM Go Digital adalah :

- Membantu para pelaku usaha UMKM (Toko Abon Ikan Tongkol A&N dan Japlak Balandongan) untuk bisa bertahan dan berkembang di era digitalisasi.
- Memberikan pendampingan dalam promosi digital yang diperlukan oleh Toko Abon Ikan Tongkol A&N dan Usaha Japlak balandongan
- Memberikan pendampingan dalam meningkatkan penjualan dan branding produk dari Toko Abon Ikan Tongkol A&N dan Usaha Japlak balandongan
- Memberikan pendampingan dalam menyusun laporan keuangan dari Toko Abon Ikan Tongkol A&N dan Japlak Balandongan

Manfaat Kegiatan

Dari tujuan kegiatan yang dijalankan manfaat yang didapat antara lain :

- Membantu para pelaku usaha UMKM khususnya Toko Abon Ikan Tongkol A&N dan Usaha Japlak Balandongan bertahan dan berkembang di era digitalisasi dengan memberikan pendampingan melalui :
 - o Promosi digital melalui media sosial dan link tree memberikan pembenahan terkait desain, logo dan merek produk Japlak Balandongan
 - o Mampu meningkatkan penjualan dan branding produk melalui platform online seperti Gofood, Grabfood dan Shopee
 - o Membantu pelaku usaha Toko Abon Ikan Tongkol A&N dan usaha Japlak Balandongan dalam menyusun laporan keuangan guna memudahkan manajemen bisnis dan keuangan dari Toko Abon Ikan Tongkol A&N dan usaha Japlak Balandongan kedepannya

PELAKSANAAN KEGIATAN

Waktu Pelaksanaan

Kegiatan pendampingan UMKM Toko Abon Ikan Tongkol A&N di Kedung Halang Wesel RT 03 / RW 03 No. 45 Kelurahan Sukaresmi Kec. Tanah Sareal Kota Bogor dan

Usaha Japlag Balandongan diselenggarakan di Jl. Balandongan Ciherang Pondok, Kec. Caringin Kab. Bogor Prov Jawa Barat. Proses pelaksanaan pendampingan UMKM ini dilaksanakan terhitung sejak September 2022 hingga Februari 2023.

Kerangka Pemecahan Masalah

Permasalahan yang diangkat dalam kegiatan pendampingan UMKM Go Digital adalah meningkatkan kemampuan para pelaku usaha UMKM untuk bisa memanfaatkan kemajuan digital sebagai sarana promosi digital, peningkatan penjualan dan branding produk serta kemampuan untuk menyusun laporan keuangan secara mandiri. Kerangka pemecahan masalah bertujuan dilakukan dengan menerapkan langkah kerja dalam pendampingan UMKM Go Digital pada masyarakat sebagai berikut :

1. Melakukan kegiatan pendampingan promosi digital dengan memanfaatkan media sosial (instagram, tiktok, whatsapp bisnis dan lainnya)
2. Melakukan pendampingan dalam kegiatan peningkatan penjualan dan branding produk melalui penjualan pada platform online (Grabfood, Gofood, dan Shopee)
3. Penyajian laporan keuangan menggunakan aplikasi BukuKas meliputi :
 - o Pencatatan transaksi (jurnal umum)
 - o Pencatatan cash flow harian
 - o Laporan penjualan dan stock opname bulanan
 - o Laporan laba rugi

Khalayak Sasaran Antara Yang Strategis

Sasaran kegiatan pendampingan UMKM Go Digital adalah pelaku usaha UMKM Toko Abon Ikan Tongkol A&N dan Usaha Japlag Balandongan. Pertimbangan penetapan sasaran dilakukan dengan meninjau kondisi usaha yang memungkinkan untuk bisa bertahan dan berkembang di era digitalisasi sehingga dapat bersaing dengan produk lain.

METODE KEGIATAN

Metode kegiatan dalam pendampingan UMKM Go Digital ini dilakukan dengan meninjau fakta di lapangan. Wawancara kepada pihak pelaku UMKM dilakukan untuk mendapatkan data dan informasi pendukung terkait kegiatan usahanya di era digital dan sejauh mana efektivitas penggunaan kemajuan digitalisasi pada penerapan usahanya serta peluang dan tantangan yang dihadapi. Menggunakan strategi analisis TOWS dalam memetakan strategi apa yang akan digunakan untuk membantu pelaku UMKM merumuskan digitalisasi terhadap usahanya.

Istiqomah & Andriyanto (2017) menyebutkan bahwa SWOT akan melihat faktor kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) dari internal dan kesempatan (opportunities) dan ancaman (threats) dari lingkungan eksternal. TOWS dan SWOT memiliki fokus yang berbeda, analisis TOWS terlebih dahulu mempelajari dan mengidentifikasi pilihan - pilihan strategi yang akan dilakukan kepada eksternal.

TOWS matrix memiliki empat strategi yang biasa digunakan untuk masuk ke pasar dan menanggulangi ancaman yang datang. Keempat strategi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut (Setyorini, Effendi, & Santoso, 2016):

1. Strategi SO (strengths-opportunities). Strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh internal dalam menangkap peluang yang ada.
2. Strategi WO (weaknesses-opportunities). Strategi yang memperbaiki kelemahan yang dimiliki dengan mengambil keuntungan dari peluang eksternal yang ada.
3. Strategi ST (strengths-threats). Strategi yang akan menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh organisasi untuk menghadapi ancaman yang timbul dari eksternal.
4. Strategi WT (weaknesses-threats). Strategi yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal sekaligus menghindari ancaman eksternal.

Kemudian meninjau peluang dan perbaikan yang bisa dilakukan dengan adanya pendampingan Go Digital dilihat dari analisis ATM (amati, tiru dan modifikasi) terkait Product, Price, Place dan Promotion dari UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil kegiatan pendampingan UMKM yang ditujukan bagi Toko Abon Ikan Tongkol A&N dan Usaha Japlak Balandongan. Waktu pelaksanaan kegiatan 7 September 2022 hingga 28 Februari 2023.

Hasil identifikasi lingkungan internal dan eksternal UMKM Toko Abon Ikan Tongkol A&N dan Japlak Balandongan adalah sebagai berikut :

Analisis TOWS

- ❖ Threat (Ancaman)
 - Banyak UMKM lain sebagai pesaing yang telah menerapkan digitalisasi
 - Konsumen mudah berpindah ke produk UMKM lain
- ❖ Opportunity (Peluang)
 - Produk yang unik mampu menarik minat konsumen
 - Tidak terdapat banyak pesaing lain dengan produk yang sama
- ❖ Weakness (Kelemahan)
 - Kemampuan pemilik yang belum terampil dalam bidang internet dan marketing online
 - Keterbatasan pemahaman (knowledge) digital-literate dari pemilik usaha
 - Belum mampu melakukan pemasaran online di market place dan promosi melalui media sosial
 - Pemberdayaan UMKM masih dilakukan secara parsial
- ❖ Strength (Kekuatan)
 - Harga yang terjangkau
 - Dari segi rasa banyak diminati masyarakat sekitar
 - Sudah dikenal dan memiliki banyak konsumen loyal di sekitar daerah tempat produksi
 - Memiliki banyak varian produk
 - Produk digemari banyak kalangan

Dalam kegiatan pendampingan UMKM Toko Abon Ikan Tongkol A&N dan Japlak Balandongan melalui Kegiatan UMKM Go Digital tim melakukan model matrik sebagai indikator untuk melihat apakah ada peningkatan kapasitas dari UMKM tersebut dalam kegiatan pengembangan UMKM.

Matrik Pendampingan UMKM Toko Abon Ikan Tongkol A&N dan UMKM Japlak Balandongan Melalui PKM Pendampingan Go Digital

Materi	Kondisi Awal	Pada Saat Pendampingan	Setelah Pendampingan
Kewirausahaan, Peluang dan Kendala Bisnis UMKM serta Permodalan	<ul style="list-style-type: none"> - Belum memahami pentingnya mempelajari manajemen usaha yang baik - Belum bisa memisahkan antara biaya produksi dengan pengeluaran rumah tangga - Belum termotivasi untuk memajukan usaha 	<ul style="list-style-type: none"> - Diberikan pengarahan bagaimana manajemen usaha dengan baik - Diberikan arahan untuk memisahkan pengeluaran usaha dengan pengeluaran rumah tangga - Diberikan pengetahuan dalam mengelola modal 	<ul style="list-style-type: none"> - Memahami secara sederhana bagaimana manajemen usaha yang baik - Dapat memisahkan anatar biaya produksi dengan pengeluaran rumah tangga - Memahami pentingnya modal usaha digunakan untuk kegiatan produksi bukan

	<ul style="list-style-type: none"> - Memahami kendala – kendala yang terjadi tetapi belum mampu mencari solusinya - Belum dapat menjelaskan tantangan dan peluang yang ada dalam usaha yang dijalankan 	<ul style="list-style-type: none"> - Diberikan contoh penggunaan modal sesuai bagiannya - Diberikan penjelasan terkait kendala – kendala yang dihadapi - Memberikan pemahaman dan penjelasan terkait peluang yang bisa diraih dalam menjalan usaha saat ini - Diberikan motivasi untuk mengembangkan usaha yang ada dan pemahaman penggunaan modal usaha secara efektif dan efisien 	<ul style="list-style-type: none"> untuk konsumsi semata - Memahami kendala yang timbul dari usaha yang dijalankan - Memahami peluang usaha yang dijalankan di era digitalisasi saat ini - Termotivasi untuk memajukan usaha yang dijalankan
Promosi dan Pemasaran Digital	<ul style="list-style-type: none"> - Belum mampu mempromosikan dan memasarkan produknya dengan maksimal melalui media sosial - Belum memiliki desain logo merek dagang, foto produk, dan menu produk yang sesuai standar - Belum mampu melakukan penjualan melalui platform online 	<ul style="list-style-type: none"> - Diberikan pendampingan dalam mempromosikan produknya melalui media sosial baik berupa instagram dan tiktok - Diberikan pendampingan dalam membuat desain logo produk, merek produk, foto produk dan menu produk yang sesuai standar dan modern - Diberikan pendampingan dalam pembuatan akun pada marketplace online seperti Gofood dan Grabfood - Diberikan pemahaman dan metode dalam menjalan aplikasi penjualan online seperti Gofood dan Grabfood 	<ul style="list-style-type: none"> - Mampu mengoperasikan media sosial secara sederhana sebagai bentuk promosi produk - Memahami bagaimana prosedur dalam menjalankan usaha pada paltform online seperti Gofood dan Grabfood

Penyajian Laporan Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> - Belum memahami proses akuntansi dasar dari mulai pencatatan transaksi hingga pelaporan keuangan - Belum bisa menentukan margin usaha - Belum memahami komponen biaya yang masuk kedalam modal usaha 	<ul style="list-style-type: none"> - Diberikan pemahaman terkait bagaimana pencatatan transaksi mulai dari penjurnalan, hingga cashflow harian - Diberikan pe 	<ul style="list-style-type: none"> - Mampu melakukan pencatatan keuangan berupa laporan arus kas mulai dari penjualan harian serta pembelian harian. - Mampu memisahkan pembukuan
----------------------------	---	---	---

Evaluasi Hasil Kegiatan

Program kegiatan pendampingan UMKM ini berlangsung selama enam bulan. Pendampingan ini dimulai dengan memberikan sosialisasi kepada pelaku UMKM yang sudah dipilih dan bersedia diberikan pendampingan secara intensif. Kegiatan ini dilakukan di daerah tempat tinggal pelaku UMKM yaitu di Desa Kedung Halang Wesel dan Desa Ciherang Pondok. Terdapat tiga program utama yang kami jalankan yaitu sebagai berikut :

1. Tahap awal : Melakukan sosialisasi dengan menjelaskan mengenai apa saja program kegiatan pendampingan kepada pelaku UMKM selama enam bulan kedepan, salah satunya membantu UMKM mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Kegiatan ini diawali dengan melakukan penyampaian materi mengenai peluang yang akan didapat dari digitalisasi pada pemasaran online melalui pemanfaatan media sosial. Pada tahap awal ini kami memfokuskan memberikan pengajaran kepada pemilik terkait penggunaan media sosial sebagai sarana promosi produknya. Adaptasi digitalisasi ini mampu meningkatkan penjualan melalui peningkatan branding produk dari adanya promosi di media sosial. Kemudian kami memberikan contoh desain kemasan, desain produk, menu produk dan merek produk yang akan dibuat dan dipasangkan pada produk UMKM milik pemilik. Kami juga melakukan pendampingan dalam pembuatan desain tersebut. Implikasi dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM mampu melakukan promosi sederhana melalui media sosial seperti snap whatsapp dan instagram sehingga dapat menarik minat konsumen secara luas.
2. Tahap kedua : Melanjutkan kegiatan pemantauan pada media sosial UMKM Toko Abon A&N dan Japlak Balandongan. Pada tahap kedua ini kami melakukan pendampingan terkait pembuatan kemasan produk yang lebih modern dan lebih diminati masyarakat saat ini. Dalam tahap ini kami bersama pemilik melakukan pembuatan desain kemasan, logo kemasan dan merek dagang produk yang nantinya akan digunakan sebagai foto produk pada platform online (Gofood, Grabfood dan Shopee). Implikasi dari kegiatan ini pelaku UMKM Toko Abon A&N dan Japlak Balandongan mampu menghasilkan foto desain menu produk dan merek produk yang lebih menarik dan modern.
3. Tahap tiga : Pada tahap ketiga melakukan pelatihan kepada pemilik terkait penjualan melalui platform online. Selain itu mereka juga dibekali dengan praktek langsung penjualan produk secara online melalui simulasi kasus percobaan pemesanan melalui platform online, sehingga produk tersebut dapat langsung dipasarkan melalui online. Sebelumnya kami bersama pemilik melakukan pembuatan akun merchant online seperti Go Food (

Japlak_Balandongan), Grabfood (Japlak_Balandongan) dan Shopee (OfficialAbonIkan_AN). Kegiatan ini berhasil mengubah produk UMKM Toko Abon Ikan Tongkol A&N dan Japlak Balandongan yang tadinya tidak dikemas secara efisien menjadi efisien dan bernilai jual lebih tinggi. Peningkatan penjualan mulai terlihat dari yang semula hanya penjualan secara konvensional beralih ke online dan offline.

4. Tahap keempat : pada tahap keempat dalam tahap ini pelaku UMKM diberikan pelatihan mengenai pelaporan keuangan secara sederhana maupun digital seperti apa. Pelatihan mengenai pelaporan keuangan secara sederhana dimulai dengan mensosialisasikan kepada pemilik bagaimana mencatat jurnal transaksi harian terkait beban - beban yang dikeluarkan dan memisahkan pengeluaran usaha dan pengeluaran rumah tangga. Pencatatan ini dilakukan melalui buku besar dan nota harian yang kami berikan agar nantinya pemilik mampu melihat laporan cash flow harian secara sederhana. Kemudian kami juga mensosialisasikan bentuk pencatatan transaksi melalui aplikasi online seperti aplikasi BukuKas agar memudahkan pelaku UMKM mengakses laporan keuangannya. Implikasi dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM dapat membuat laporan keuangan secara sederhana bagi kegiatan usahanya seperti pencatatan beban - beban usaha, laporan penjualan harian, laporan penjualan bulanan, dan laporan arus kas. Selain itu pada tahap ini kami juga melakukan pelatihan pembuatan pembayaran cashless melalui aplikasi SooltanPay untuk UMKM Japlak Balandongan serta pembuatan akun link.tree untuk UMKM Toko Abon Ikan Tongkol A&N dan Japlak Balandongan.
5. Tahap Kelima: Pada tahap ini kami melakukan pemantauan pada kegiatan yang telah dijalankan seperti pemantauan keaktifan sosial media dari UMKM Toko Abon Ikan Tongkol A&N dan UMKM Japlak Balandongan instagram @Japlak_Balandongan @Abon_A.N serta akun tiktok @Japlak_Balandongan @AdanN_abonikan Kami juga melakukan pemeriksaan terkait peningkatan penjualan pada platform online Gofood, Grabfood dan Shopee. Kemudian kami juga melakukan kegiatan pemantauan terhadap buku pencatatan transaksi jurnal harian setiap minggunya dan meninjau keaktifan pelaku UMKM dalam mengisi jurnal transaksi tersebut.
6. Tahap Keenam : pada tahap terakhir ini melakukan kegiatan evaluasi terkait kinerja pendampingan kami bersama pelaku UMKM Toko Abon Ikan Tongkol A&N dan UMKM Japlak Balandongan. Mengevaluasi kelebihan dan kekurangan serta perbaikan kedepannya.

Pembahasan

Kegiatan Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang diselenggarakan oleh Dosen serta Mahasiswa Fakultas Vokasi ini telah terselenggara sesuai dengan rencana yang ditetapkan. Kegiatan ini dilakukan di daerah tempat tinggal pelaku UMKM yaitu di Desa Kedung Halang Wesel dan Desa Ciherang Pondok selama 6 Bulan. Dari kegiatan ini pelaku UMKM Toko Abon Ikan Tongkol A&N dan Japlak Balandongan memperoleh pengetahuan dan pengalaman mengenai penerapan digitalisasi pada kegiatan usahanya seperti promosi dan pemasaran. Secara umum pelaku UMKM Toko Abon Ikan Tongkol A&N dan Japlak Balandongan memberikan respon positif atas pelaksanaan kegiatan ini.

Dalam hal ini program kegiatan yang dilaksanakan yaitu promosi dan pemasaran digital serta pelatihan penyajian laporan keuangan bagi pelaku UMKM agar mampu memperluas jangkauan pasar sebagai peningkatan branding produknya.

Harapan yang ingin dicapai adalah terbentuknya UMKM yang lebih sadar akan perubahan teknologi di era digital ini, sehingga para UMKM ini mampu bersaing dengan pelaku UMKM yang telah lebih dulu menerapkan digitalisasi. Dengan diadakannya

PKM ini dapat membantu UMKM khususnya di Toko Abon Ikan Tongkol dan Japlak Bondongan di era digitalisasi ini.

PENUTUP

Pelaksanaan kegiatan PKM ini berupa pendampingan UMKM go Digital yang dilakukan pada UMKM Toko Abon Ikan Tongkol A&N dan UMKM Japlak Balandongan ini telah dilaksanakan dengan baik. Indikator kepuasan atas pelatihan tersebut antara lain :

1. Koordinasi yang baik antara pelaku UMKM dengan Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan dalam penyelenggaraan kegiatan pendampingan UMKM Go Digital;
2. Berjalan dengan lancarnya kegiatan pendampingan pada UMKM Toko Abon Ikan Tongkol dan UMKM Japlak Bondongan;
3. UMKM Toko Abon Ikan Tongkol dan UMKM Japlak Bondongan secara umum sudah mengerti akan pentingnya Digitalisasi ini untuk usaha mereka kedepannya, seperti terus melakukan Promosi dengan menggunakan Sosial Media, melakukan penjualan tidak hanya secara offline tapi juga online agar dapat menjangkau peminat yang lebih luas dari sebelumnya, serta melakukan pembukuan yang sesuai dengan aturan sehingga lebih mempermudah pelaku usaha untuk membedakan antara pengeluaran untuk produksi dan pengeluaran untuk rumah tangga.

Rekomendasi

para pelaku usaha agar mempertahankan dan bahkan lebih meningkatkan penggunaan media digital pada produk usahanya, seperti Promosi, Penjualan dan pembukuan sesuai dengan kegunaannya. Dan tidak hanya pada saat pendampingan sedang berlangsung tetapi untuk kedepannya juga para pelaku UMKM ini dapat menggunakannya dengan baik. Dengan tujuan agar pelaku UMKM dapat bersaing dengan lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Nur., Saputro, Edy Purwo dan Handayani, Sih. 2016. *Kewirausahaan di Era Digital*. Jakarta: Direktorat Penelitian Pengabdian Masyarakat Dirjen Dikti
- Achrol, R. & Kotler, P. 1999. Marketing in the Network Economy. *Journal of Marketing*, 63, 146-163.
- Darsono. 2009. *Akuntansi Manajemen*. Jilid 1. Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga
- Halim, Abdul. 2013. *Akuntansi Manajemen*. Edisi kedua. Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Daryanto, 2011. *Manajemen Pemasaran* : Sari Kuliah, Cetakan I, Satu Nusa, Bandung.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.