



PENGENALAN DAN PENDAMPINGAN KEWIRAUSAHAAN DIGITAL DASAR BAGI PELAKU UMKM DI KECAMATAN TIGARAKSA KABUPATEN TANGERANG

Ading Sunarto^{1*}, Indar Riyanto², Agrasadya³, Latif⁴

^{1,2,3,4} Universitas Pamulang

Email: dosen02153@unpam.ac.id¹, dosen10118@unpam.ac.id², dosen01866@unpam.ac.id³, dosen02867@unpam.ac.id⁴

Abstract

Human physical movement space has increasingly limited the effects of the Covid-19 pandemic online businesses are increasingly mushrooming in the community. Nowadays, it is getting familiar term e-commerce which stands for electronic commerce, which means trading electronically. With this e-commerce many many berhingga-bagi existing, it can not be dipupong that e-commerce provides a good enough for angkatanni. Growing e-commerce is also inseparable from the name of the marketplace. One type of business that began to have many marketplaces is Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Lialang village, located in Taktakan-Kota Serang Subdistrict, has many MSME umkm actors engaged in production, handicrafts, and many other productions. Which method is the way of community activities is training and mentoring that berkurun. This activity is the community in Kelurahan Lialang, especially UMKM actors subdistrict a lot of information and education about e-commerce and know various types of marketplaces, benefits and which ones become dilim online through the marketplace as well. In addition, this activity can be a business of MSMEs for their products broader existing marketplace and innovate and change in its more advanced and growing business

Keywords: E-commerce, Lialang Village, Marketplace, MSMEs

Abstrak

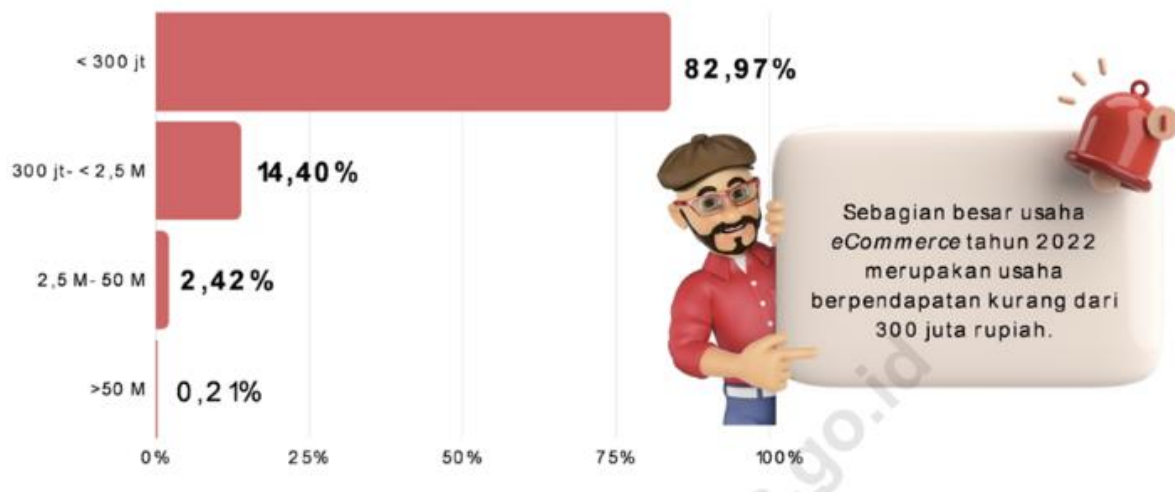
Ruang gerak aktivitas fisik manusia yang semakin terbatas efek dari pandemi Covid-19 membuat bisnis online semakin menjamur di tengah masyarakat. Saat ini sudah mulai familiar istilah e-commerce yang merupakan singkatan dari electronic commerce yang artinya perdagangan yang dilakukan secara elektronik. Dengan adanya e-commerce ini memberikan banyak kemudahan bagi pelakunya sehingga tidak bisa dipungkiri bahwa e-commerce memberikan peluang yang cukup menjanjikan untuk dikembangkan. Perkembangan e-commerce ini juga tidak terlepas dari yang namanya marketplace. Salah satu jenis usaha yang mulai banyak memanfaatkan keberadaan marketplace yaitu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kelurahan Lialang, berada di Kecamatan Taktakan-Kota Serang, merupakan daerah yang memiliki sejumlah pelaku UMKM diantaranya UMKM yang bergerak di bidang produksi makanan, kerajinan tangan dan masih banyak jenis produksi yang lainnya. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelatihan dan pendampingan terstruktur. Hasil dari kegiatan ini masyarakat di Kelurahan Lialang khususnya para pelaku UMKM mendapatkan banyak informasi dan edukasi tentang e-commerce dan lebih mengenal berbagai jenis marketplace, kemudahan serta manfaat yang akan diperoleh dalam berjualan secara online melalui marketplace yang tersedia. Selain itu, diharapkan kegiatan ini dapat memotivasi pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara lebih luas memanfaatkan marketplace yang ada serta melakukan inovasi dan modifikasi terhadap produknya agar usahanya lebih maju dan berkembang

Kata kunci: E-commerce, Kelurahan Lialang, Marketplace, Pelaku UMKM

LATAR BELAKANG PELAKSANAAN

Di era digital yang berkembang pesat seperti saat ini, semakin banyak orang yang memperhatikan kewirausahaan digital. Ini karena perubahan pola perilaku konsumen, kemajuan teknologi, dan peningkatan akses internet, yang membuat kewirausahaan digital bukan hanya pilihan tetapi juga kebutuhan. Kewirausahaan digital bukan hanya memiliki keberadaan online, tetapi juga bagaimana

menggunakan teknologi untuk mengoptimalkan proses bisnis. Kewirausahaan digital mencakup segala aspek bisnis yang menggunakan teknologi digital sebagai landasan utama, termasuk menciptakan, mengelola, dan mengembangkan usaha. Hal ini membentuk tren kewirausahaan digital terbaru, yang mencakup e-commerce, pemasaran digital, dan kemajuan teknologi untuk meningkatkan efisiensi. Bisnis e-commerce terus berkembang, membuka peluang baru bagi pengusaha digital. Publikasi survei BPS memperkirakan bahwa jumlah bisnis e-commerce akan meningkat hingga 2022.



Sumber : www.bps.go.id

Karena terlalu bergantung pada pesan instan, seperti WhatsApp, sebagai media penjualan, penyebabnya diduga karena jangkauan pemasaran yang terbatas. Hasil survei menunjukkan bahwa 95,25 persen bisnis berpendapatan rendah menggunakan platform digital atau non-marketplace sebagai metode penjualan mereka. Untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan pendapatan, pemerintah dan sektor swasta harus bekerja sama untuk meningkatkan literasi digital. Untuk mencapai audiens secara efektif, pemasaran digital, yang mencakup konten pemasaran, iklan online, dan media sosial, sangat penting. Pengusaha digital harus memahami strategi pemasaran online untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik bisnis mereka. Selain itu, kewirausahaan digital sedang menggunakan teknologi baru, seperti Internet of Things (IoT), kecerdasan buatan, dan Artificial Intelligence (AI), yang memiliki potensi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan membuka peluang baru.

Dari tren kewirausahaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kemampuan pelaku usaha untuk menjalankan bisnis digitalnya sangat penting. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Dosen Prodi manajemen di Universitas Pamulang menawarkan pelatihan bidang teknologi informasi (TIK). Dengan dua tujuan utama, pendampingan ini diharapkan dapat membantu pertumbuhan ekonomi digital Indonesia : Menggerakkan ekonomi digital di dalam negeri untuk mendapatkan pelanggan baru, meningkatkan penjualan, dan memperoleh akses ke pasar internasional baru. Pendampingan ini ditujukan untuk semua kalangan, termasuk calon pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dan pelaku usaha UMKM yang ingin meningkatkan bisnis mereka dengan memanfaatkan teknologi

digital. Pengenalan dan pendampingan Kewirausahaan Digital Dasar berfokus pada menyiapkan sumber daya manusia yang unggul di era revolusi industri 4.0. Pelatihan ini ditujukan untuk masyarakat umum, calon pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta pelaku UMKM konvensional. Pelatihan ini berfokus pada konsep, praktik, dan diskusi dalam kelompok.

Karena era digitalisasi telah memasuki semua aspek kehidupan, termasuk politik, ekonomi, dan kebudayaan, para pelaku bisnis harus dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi saat ini agar dapat menjalankan bisnis mereka dengan mudah. Pemerintah kecamatan Tigaraksa Kabupaten Tangerang menghadapi masalah besar terkait ketersediaan infrastruktur dan sumber daya manusia yang memadai dan mumpuni terkait hal kewirausahaan digital, yang merupakan faktor pendukung penerapan teknologi informasi dalam era digitalisasi khusus bagi pelaku UMKM. Untuk itu kami sebagai dosen berupaya untuk memberikan sosialisasi dan pendampingan untuk bisa memberikan ilmu dan pandangan dalam peningkatan usaha UMKM melalui kewirausahaan digital dasar.

Untuk mendukung gerakan UMKM Go-Digital yang dicanangkan oleh pemerintah maka pihak perguruan tinggi juga bertanggung jawab dalam membantu UMKM agar lebih siap menghadapi era digital dan bisnis online. Melihat potensi jumlah pelaku UMKM di Kecamatan Tigaraksa Kabupaten Tangerang ini maka tim pengabdian kepada masyarakat melaksanakan kegiatan dalam bentuk edukasi terhadap istilah kewirausahaan digital dan juga memperkenalkan berbagai jenis platform marketplace yang tersedia dalam dunia e-commerce serta melakukan pendampingan secara langsung dalam memanfaatkan marketplace tersebut bagi pelaku UMKM di Kecamatan Tigaraksa Kabupaten Tangerang serta memperkenalkan digitalisasi usaha agar mereka siap Go-Digital..

METODE PELAKSANAAN

Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dibagi menjadi beberapa tahap. Pertama, masalah diidentifikasi untuk membuat bahan untuk sistem dan materi pelatihan. Tahap berikutnya adalah melakukan survei lapangan di lokasi di kecamatan Tigaraksa. Setelah itu, tim pelaksana mewawancarai dan berbicara dengan pelaku UMKM di daerah tersebut untuk mengetahui masalah apa yang ada di lingkungannya. Selanjutnya, mereka membuat solusi dan penyelesaian untuk masalah tersebut dan menentukan hasil yang diharapkan mitra. Pada titik ini, anggota tim pelaksana berbicara tentang tema dan materi yang akan disampaikan, bahan dan alat yang diperlukan, dan persiapan teknis lainnya yang diperlukan untuk menjalankan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan lancar. Warga tidak menyadari pentingnya digitalisasi bisnis untuk meningkatkan usaha mereka.

. Secara lebih rinci pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat diuraikan dalam tabel 1 berikut:

Tabel 1. Kegiatan dan Metode

No.	Kegiatan	Metode	Alat/bahan
1	Pemaparan mengenai memahami kewirausahaan dan tantangan kewirausahaan masa kini	Ceramah, diskusi, Tanya jawab	Slide powerpoint, laptop dan infocus
2	Pengenalan istilah <i>adopsi digital</i>	Ceramah, diskusi, Tanya jawab	Slide powerpoint, laptop dan infocus
3	Pelatihan dasar media digital : e-mail, media social dan e-commerce	Demonstrasi, praktek dan Tanya jawab	Akun Shopee, Akun Instagram Akun e-mail, gadget/laptop dan infocus
4	Pendampingan salah satu produk UMKM dalam pembuatan konten di medsos	Demonstrasi, praktek dan Tanya jawab	Produk UMKM
5	Pendampingan pengenalan OSS untuk dasar legalitas usaha	Demonstrasi, praktek dan Tanya jawab	Akun OSS

Beberapa metode penyuluhan digunakan untuk melaksanakan kegiatan PKM ini, yaitu sebagai berikut: a. Metode Ceramah: Penyuluhan diberikan melalui ceramah atau presentasi dengan tema "Pengenalan Dan Pendampingan Kewirausahaan Digital Dasar Bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Tigaraksa Kabupaten Tangerang". b. Metode Diskusi dan Tanya Jawab: Sesi diskusi berlangsung setelah sesi materi diberikan. Hasil yang diperoleh pelaku UMKM di Kecamatan Tigaraksa membuatnya tertarik untuk bertanya tentang cara meningkatkan pemahaman digital mereka saat ini. Kami memberikan hadiah berupa cinderamata dan sumbangsih dari dosen-dosen Universitas Pamulang kepada mereka yang aktif dan berani bertanya. c. Metode Simulasi: Metode simulasi digunakan dalam pelatihan ini sehingga peserta dapat mempraktikkan materi secara langsung. Simulasi ini penting dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak pengetahuan dan ilmu yang diserap oleh pelaku UMKM di Kecamatan Tigaraksa selama penyuluhan. Ini dilakukan untuk mengidentifikasi kendala yang dirasakan saat melakukan PKM.

PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menguntungkan masyarakat secara keseluruhan, terutama para pelaku UMKM di Kecamatan Tigaraksa yang menjadi pesertanya. Digitalisasi usaha adalah proses penggunaan teknologi digital dalam berbagai aspek operasional dan manajemen bisnis. Peserta acara dapat memahami konsep ini. Penggunaan internet, perangkat lunak (software), perangkat keras (hardware), dan platform digital lainnya adalah contohnya. Para peserta juga belajar tentang istilah pasar, jenis pasar yang populer dan banyak digunakan di Indonesia, dan manfaat dan kegunaannya. Pada bagian akhir, peserta juga diberi instruksi tentang cara membuat akun di salah satu marketplace, Shopee, dan membuat tampilan produk yang menarik untuk dipasarkan di marketplace tersebut. Selanjutnya, mereka juga diajarkan bagaimana membuat konten promosi digital dengan menggunakan platform media sosial Instagram. Pada bagian akhir, presentasi tentang salah satu produk UMKM yang

telah mendapatkan bantuan untuk memasarkan produknya di Shopee dan bagaimana membuat replika untuk digunakan sebagai konten promosi bisnis.

Adapun secara lengkap pembahasan mengenai hasil yang diperoleh dari tiap kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Pemaparan mengenai materi e-commerce dan media sosial

Kegiatan ini dimulai dengan penjelasan tentang teknologi informasi dan dampaknya pada ekonomi dan bisnis terutama para pelaku UMKM. Selanjutnya, peserta diberi pemahaman tentang apa itu e-commerce dan media sosial, apa yang didefinisikan oleh beberapa ahli, bagaimana e-commerce berkembang di Indonesia, dan bagaimana perkembangan ini berdampak pada pebisnis, konsumen, dan masyarakat. Mereka juga belajar bagaimana menerapkan e-commerce dan media sosial dalam menjalankan suatu bisnis, baik secara teknis maupun non-teknis. Para peserta secara aktif mendengarkan presentasi materi e-commerce ini agar informasinya terserap dengan baik. Hampir semua peserta menyatakan bahwa mereka baru mengetahui istilah e-commerce ini setelah mendapatkan informasi dan materi dari narasumber. Tentu saja, hal ini memberi manfaat yang cukup besar bagi peserta PKM karena membantu mereka belajar lebih banyak tentang e-commerce serta medsos agar memperluas wawasan mereka.



Gambar 1. Narasumber Memaparkan Materi E-Commerce dan media social Dihadapan Peserta

2. Pengenalan Istilah Medsos, Marketplace, Gmail dan Macam-macamnya serta Keunggulan dan Manfaat Penggunaannya.

Istilah lain dalam sistem e-commerce adalah pasar. Pasar ini pada dasarnya berfungsi sebagai tempat di mana penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi. Semua transaksi di marketplace ini dilakukan melalui sistem yang terhubung ke internet, sehingga interaksi terjadi secara online. Pada bagian ini, peserta dikenalkan dengan istilah pasar, berbagai jenis pasar yang populer dan digunakan oleh orang Indonesia, dan keuntungan dan kerugian dari menggunakannya. Hasil diskusi dengan peserta menunjukkan bahwa metode transaksi jual beli yang biasa mereka lakukan secara online terbatas pada penggunaan media sosial yang mereka miliki, seperti jual beli melalui Watsapp, Watsapp Group, Facebook, dan hanya beberapa yang menggunakan Instagram. Mengembangkan bisnis atau usaha secara online menjadi sulit karena

peserta kekurangan pengetahuan dan keterampilan teknologi. Meskipun demikian, ada banyak marketplace yang memungkinkan pelanggan melakukan transaksi secara online, seperti Shopee, Buka Lapak, Tokopedia, Bli bli, Lazada, Elevania, dan banyak lagi.



Gambar 2. Peserta Antusias Mendengarkan Pemaparan Narasumber tentang Marketplace

3. Pelatihan pembuatan akun Medsos Instagram dan Shopee

Pada sesi ini kami memberikan instruksi kepada peserta tentang cara membuat akun di salah satu pasar, Shopee, adalah tugas yang dilakukan pada bagian ini. Shopee telah menjadi salah satu marketplace yang paling terkenal di Indonesia dengan banyak pengguna. Sejarahnya, Garena pertama kali mendirikan Shopee, yang sekarang berubah nama menjadi SEA Group. Garena sendiri mengusung mobile marketplace bisnis C2C (customer to customer). Shopee resmi diperkenalkan di Indonesia pada Desember 2015 di bawah naungan PT Shopee International Indonesia (Septiana & Widayani, 2020). Banyak jenis produk yang tersedia di pasar Shopee, termasuk kecantikan, pakaian, pulsa, tagihan, tiket, elektronik, makanan, minuman, perlengkapan rumah, handphone dan aksesoris, dan komputer dan perlengkapan.

Instagram adalah platform yang digunakan untuk berbagi foto dan video, tetapi sekarang juga memiliki fitur lain, seperti berkirim pesan melalui Direct Message, melihat katalog produk perusahaan melalui Instagram Shopping, dan lainnya. Bisa dibilang, fitur Instagram yang beragam itulah yang membuatnya menarik. Instagram berasal dari kata "instan" atau "instan" dan "gram". Istilah "instan" ini terinspirasi dari kamera polaroid, yang juga dikenal sebagai "kamera instan" atau "foto instan". Instagram juga dapat menampilkan foto dengan instan, seperti kamera polaroid. Namun, kata "gram" berasal dari kata "telegram", yang memiliki kemampuan untuk mengirimkan pesan dalam waktu singkat. seperti Instan, yang dapat segera mengirimkan foto kepada pengguna lain dengan menggunakan jaringan internet. Pada kesempatan ini kami memberikan arahan terkait manfaat positif dari penggunaan Instagram sebagai media promosi digital bagi UMKM.



Gambar 3

Narasumber Menjelaskan Tahapan-tahapan dalam Pembuatan Akun Shopee dan Akun Instagram

4. Pembinaan UMKM yang telah dibuatkan akun e-commerce dan akun medsos

Kami melakukan pendampingan di kegiatan PKM ini dan ada beberapa pertanyaan pada saat proses pendampingan dari beberapa peserta yaitu bagaimana caranya agar mempunyai skill dalam hal promosi dan mempunyai kepercayaan diri dalam melakukan hal tersebut? Kemudian narasumber memberikan advice yaitu menumbuhkan kepercayaan diri dalam mempromosikan produk yaitu bapak ibu sudah mengenali kelebihan dan kekurangan produknya (produce knowledge). Kemudian bapak ibu maksimalkan digital marketing yg kita pelajari hari ini. Tidak lupa memotivasi diri sendiri dg mencontoh pengusaha sukses di sekitar kita. Disiplin diri dalam menjalankan promosi tsb.

Kemudian dilanjutkan pertanyaan lain dari peserta yaitu : saya kan buat produk yg taking ready apa digoogle bisnis bisa dibuat pre order gak? Karena kendala di modal jadi tidak berani untuk buat banyak. Kemudian narasumber memberikan jawaban yaitu : Ibu/bapak bisa menerima pesanan online untuk layanan pengambilan dan pesan antar secara langsung di Profil Bisnis Anda di Google Penelusuran dan Maps melalui Pesan dengan Google. Ibu bapak juga dapat memberi tahu pelanggan bahwa mereka dapat memesan dari bisnis ibu bapak menggunakan link "Pesan" di Profil Bisnis. Link ini membantu pelanggan mengunjungi situs ini bapak atau situs penyedia layanan. Pelanggan ibu bapak dapat memesan langsung melalui tombol "Pesan online" di Profil Bisnis di Google. Informasi ketersediaan berasal dari, dan akan otomatis diperbarui.

Ada beberapa pertanyaan lain pada saat proses pendampingan dari beberapa peserta yaitu pengaruh tidak sosial media apa yg harus kita posting, misal nich saya kan makanan. maksudnya lebih bagus postingnya dimana di IG kah atau FB? Kemudian narasumber memberikan response bahwa sebetulnya media sosial mana saja bisa digunakan, selama intens dalam pembuatan konten nya dan agar dimaksimalkan penggunaannya. Kemudian peserta lain juga memberikan pertanyaan diskusi : Pak Kalo tik tok biasanya yg berteman saja yang bisa lihat postingan kita... Kecuali kalo berbayar promosinya... Baru bisa dilihat semua orang... Apakah Facebook dan IG juga sama pak ya

kalo produk kita ingin dilihat banyak orang harus ikut promosi yang berbayar juga? Kemudian narasumber memberikan jawaban bahwa apabila memungkinkan bisa ikut yang berbayar, namun jika kondisinya masih bisa pakai yg reguler gunakan dan manfaatkan semaksimal mungkin. Rajin membuat konten dg mempersiapkan bahan bahan yg ada dan cari inspirasi bisa dimana saja.

Pertanyaan diskusi lainnya yaitu : mengenai instagram, kenapa konten IG story saya bisa dilihat oleh akun IG dari luar negeri dengan foto profil akun yg maaf agak seronok, padahal bukan follower kita dan setiap di blokir 2 kok besok nya nambah lagi jadi 4 yang ngintip IG story kita, barangkali ada yg tau kenapa dan harus bagaimana? saya khawatir kena hack akun IG saya pak. Kemudian narasumber memberikan jawaban sbb : Kak Ajeng, baik ini bisa jadi beberapa dari bapak ibu telah mencoba untuk melihat beberapa profil asing yang melihat story kita dan mendapati mereka bukanlah benar-benar orang yang kita kenal sebelumnya. Mereka mempunyai feed yang bagus, bahkan followers mereka bisa dibilang cukup banyak. Itulah mereka, para influencer muda yang sedang berusaha mengumpulkan audiens untuk menjadi followers mereka di instagram. Namun, dengan dengan melalui service bot. Jadi, mereka menyewa sebuah service yang menawarkan dimana akun mereka akan secara otomatis melihat story orang random dalam jumlah yang banyak. Kenapa mau cari followers kok justru mereka malah ngelihat story orang random? Karena dari banyaknya orang random tersebut pasti akan ada yang penasaran, kemudian membuka profil mereka, dan mendapati mereka mempunyai konten yang bagus, akhirnya follow deh. Begitu kak ajeng. Dahulu service untuk dapetin followers namanya mass following, dimana pengguna service akan secara otomatis memfollow banyak orang, beberapa orang akan followback. Setelah beberapa waktu service tersebut akan mengunfollownya kembali dengan sendirinya. Jadi pengguna service akan mendapat followers dari followback tadi. Namun, trik ini sudah tidak berguna di instagram sekarang, meski masih ada yang bisa colong-colongan dengan maksimal follow 50 orang. Tetap saja was-was akun akan terkena banned. Nah, karena trik lawas itu sudah susah untuk digunakan lagi oleh service. Muncullah service baru yaitu mass watching. Dengan menawarkan menonton sebanyak-banyaknya dan berharap orang yang ditonton akan mengecek instagram kita lalu follow. Inilah organic growing instagram sekarang, bagi para influencer muda tentunya service seperti ini sangat menguntungkan bagi mereka. Disisi lain, para "korban" termasuk kak ajeng dari service ini tentunya akan merasa risih karena tiba-tiba banyak akun tak dikenal melihat story mereka (meski sebenarnya yang melihat adalah bot) tapi banyak orang yang belum mengenal trik ini dan merasa sedikit aneh kehidupan mereka justru dilihat oleh banyak sekali orang tak dikenal.



Gambar 4. Gambar pembinaan dosen kepada para UMKM di Kecamatan Tigaraksa



Gambar 5. Gambar pembinaan dosen kepada para UMKM di Kecamatan Tigaraksa



Gambar 6

Gambar pembinaan dosen kepada para UMKM di Kecamatan Tigaraksa dalam pemuatan akun OSS

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang diselenggarakan oleh dosen-dosen Program Studi Manajemen di Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Pamulang telah berlangsung dengan lancar dan mendapat sambutan positif dan hangat dari tempat pelaksanaannya di Kecamatan Tigaraksa. Sebagai dosen, kami berharap kegiatan PKM ini akan mengajarkan kita sikap

disiplin dan tanggung jawab. Kami berharap kritik dan masukan dari Anda untuk membantu kami memperbaiki laporan kegiatan PKM selanjutnya. Semoga inisiatif PKM ini bermanfaat bagi masyarakat di Kecamatan Tigaraksa, khususnya para usaha mikro kecil dan menengah, serta lingkungan Universitas Pamulang. Secara keseluruhan kegiatan PKM ini dapat meningkatkan motivasi dan menambah soft skill peserta terkait dengan pemasaran secara digital sehingga peserta dapat memanfaatkan berbagai platform media social untuk meningkatkan omset penjualan mereka.

Akhirnya, kami mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang telah mendukung dan berkontribusi pada kegiatan PKM ini, dan kami memohon maaf atas banyaknya kesalahan dan kekurangan yang terjadi selama kegiatan ini.

Sebagai hasil dari kegiatan PKM yang telah dilakukan, tim dosen Universitas Pamulang menyarankan hal-hal berikut: 1. Pimpinan di Kecamatan Tigaraksa dan jajarannya harus lebih menekankan untuk mendorong warganya sebagai UMKM untuk meningkatkan perencanaan keuangannya dan kemampuan mengelola keuangannya saat ini agar warganya menjadi lebih sejahtera secara finansial di kemudian hari dengan memanfaatkan digitalisasi usaha dan terus beradaptasi dengan teknologi. 2. Para pelaku UMKM lebih giat belajar dan berproses agar siap menjadi UMKM yang Go-Digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Agrasadya, A., Sunarto, A., & Apriansyah, M. (2024). TRAINING ANALYSIS IN IMPROVING EMPLOYEE COMPETENCY AT PT VANAYA CENDEKIA SOUTH JAKARTA. *International Journal of Multidisciplinary Research and Literature*, 3(2), 248-257.
- Agrasadya, A., Apriansyah, M., & Sunarto, A. (2022). The Effect Of Work Discipline And Work Motivation On Employee Performance At Pt. Putra Bengawan Sukses Bekasi. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship (IJE3)*, 2(3), 713-725.
- Agrasadya, A., Latif, L., & Sunarto, A. (2024). INCREASING STUDENTS'LEARNING MOTIVATION AT THE RUMAH DHUFAA AULIA FOUNDATION TO PREPARE SUPERIOR HUMAN RESOURCES FOR A GOLDEN INDONESIA 2045. *International Journal of Engagement and Empowerment (IJE2)*, 4(1), 131-135.
- Apriansyah, M., Agrasadya, A., Sunarto, A., Irawati, L., & Kencana, P. N. (2020). Pengembangan SDM Rumah Sakit Di Tengah Pandemi Covid-19 Pada RS. Medika Bsd. *Dedikasi PKM*, 2(1), 61-67.
- Dumilah, R., & Sunarto, A. (2022). Performance Of State Civil Services (Asn) Based On Workload And Assessment Of Work The Ministry Of Religion In Depok. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship (IJE3)*, 2(3), 703-712.
- Irawati, L., & Sunarto, A. (2023). Analysis Of Implementation Discipline In Improving Employee Performance In Ciakar Village Office Kabupaten Tangerang. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship (IJE3)*, 3(2), 534-541.
- Kencana, P. N., Sunarto, A., & Wahidah, N. R. (2024). Introduction Of Digital Entrepreneurship In International High Schools Indonesia Kuala Lumpur (Sikl). *International Journal of Engagement and Empowerment (IJE2)*, 4(1), 48-56.
- Latif, L., Kamaludin, K., & Sunarto, A. (2024). Ketahanan Berwirausaha, Daya Hidup Ukm Dan Keberlangsungan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Untuk Menciptakan Sdm Yang Unggul. *Indonesian Collaboration Journal of Community Services (ICJCS)*, 4(2), 81-89.
- Latif, L., Apriansyah, M., Agrasadya, A., Sunarto, A., & Syahneg, S. (2024). Sinergi Disiplin dan Lingkungan Kerja: Transformasi Kinerja Karyawan di PT Cipta Kridatama, Jakarta Selatan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(2), 653-661.

- Sunarto, A. (2020). Pengembangan Sumber Daya Manusia dengan Berbasis Inovasi Untuk Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(2), 397-407.
- Sunarto, A., & Abidin, A. Z. (2024). Analisis Penerapan Disiplin dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Pada Kantor Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 1754-1765.
- Sunarto, A., & Latif, L. (2024). Analysis Of The Application Of Work Discipline And Work Motivation In Improving The Performance Of Non Asn Employees In The Cleaning Section At The Center For State Civil Staff Development In Bogor. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship (IJE3)*, 4(1), 95-110.