



DARMABAKTI CENDEKIA : Journal of Community Service and Engagements

www.e-journal.unair.ac.id/index.php/DC

DIGITALIZATION IN FINANCIAL REPORTING AND MARKETING ON MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES AS A STRATEGY FOR ECONOMIC RECOVERY IN THE PANDEMIC PERIOD

Scope:
Social Economic

DIGITALISASI PELAPORAN KEUANGAN DAN PEMASARAN PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH SEBAGAI STRATEGI PEMULIHAN EKONOMI DI MASA PANDEMI

Riska Nur Rosyidiana^{1*}, Rizka Miladiah Ervianty², Mochammad Nurul¹, Putri Marta Linduwati¹, Indri Nurisa Arda Rini¹, Laily Agustina Rahmawati³

¹ Program Studi D3 Akuntansi, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga, Surabaya - Indonesia

² Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga, Surabaya - Indonesia

³ Program Studi Ilmu Lingkungan, Fakultas Sains dan Teknik, Universitas Bojonegoro, Bojonegoro - Indonesia

ABSTRACT

Background: Covid-19 pandemic has been attacking for more than a year. And since then, the pandemic not only attacked public health, but also attacked the economic sector. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) as the backbone of the economy are the most affected parties. One of the reasons is that the offline sales and marketing channels. The members of the East Java IKM Forum (FIJ) Bojonegoro Branch also face this problem. MSMEs as a 60% contributor of Indonesia's Gross Domestic Product (GDP), have a very important role in economic recovery. Support for this industry is not only the obligation of the government, but also the obligation of various parties such as the higher education institution. **Objective:** This community service aims to help the members of FIJ Bojonegoro Branch to transform into a digital ecosystem. Digitalization is not only in marketing, but also in financial reporting. **Methods:** Implementation of activities in 3 (three) stages, planning stage, implementation stage in the form of training and mentoring and evaluation stage. **Results:** This activity has encouraged 100% training participants to transform into a digital ecosystem and also helps MSME owners in optimizing the use of financial transactions applications and the use of marketing applications. **Conclusion:** MSME digitalization training and assistance is very useful in helping business owners evaluate business financial performance and carry out effective promotions, attracting attention and helping to bring products closer to customers.

ABSTRAK

Latar belakang: Pandemi Covid-19 telah berlangsung selama lebih dari satu tahun. Sejak saat itu pandemi tidak hanya menyerang kesehatan masyarakat, namun juga menyerang perekonomian bangsa. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai tulang punggung perekonomian menjadi pihak yang paling terdampak. Salah satu penyebabnya adalah saluran penjualan dan pemasaran yang umumnya masih dilaksanakan secara luring. Hal ini juga dialami oleh UMKM yang tergabung dalam Forum IKM Jawa Timur (FIJ) Cabang Bojonegoro. UMKM sebagai penyumbang 60% Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, memiliki peran yang sangat penting dalam pemulihan ekonomi. Dukungan kepada industri ini bukan hanya kewajiban dari pemerintah, namun juga kewajiban dari berbagai pihak salah satunya instansi Pendidikan. **Tujuan:** Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu UMKM yang tergabung dalam FIJ Cabang Bojonegoro bertransformasi ke dalam ekosistem digital. Digitalisasi bukan hanya dalam pemasaran, namun juga dalam pelaporan keuangan. **Metode:** Pelaksanaan kegiatan dalam 3 (tiga) tahap, tahap perencanaan, tahap pelaksanaan berupa pelatihan dan pendampingan serta tahap evaluasi. **Hasil:** Kegiatan ini telah mendorong peserta pelatihan bertransformasi 100% ke ekosistem digital dan membantu para pelaku UMKM dalam mengoptimalkan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan dan penggunaan aplikasi pemasaran. **Kesimpulan:** Pelatihan dan pendampingan digitalisasi UMKM sangat bermanfaat membantu pemilik usaha untuk mengevaluasi kinerja keuangan usaha dan melakukan promosi yang efektif, menarik perhatian serta membantu untuk mendekatkan produk dengan pelanggan.

ARTICLE INFO

Received 31 January 2022

Revised 13 March 2022

Accepted 14 May 2022

Online 01 June 2022

*Correspondence (Korespondensi):
Riska Nur Rosyidiana

E-mail:
riska.rosyidiana@vokasi.unair.
ac.id

Keywords:
Digitalization; Financial Reporting;
Marketing; MSMEs; COVID-19.

Kata kunci:
Digitalisasi; Pelaporan Keuangan;
Pemasaran UMKM; COVID-19.

PENDAHULUAN

Covid-19 menyerang hampir seluruh perekonomian di seluruh dunia. Hal tersebut mengakibatkan perekonomian melemah dan melambat. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai penggerak perekonomian telah terpuruk dengan tekanan yang sangat besar. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2021), terdapat 64 juta Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia. Angka ini mewakili 99,9% dari seluruh bisnis yang beroperasi di Indonesia. UMKM memiliki kontribusi sebesar 60,3% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat bahwa UMKM memiliki peran besar dalam perekonomian. Terlepas dari itu, dalam banyak kasus UMKM memiliki aset yang cenderung kecil dan belum lama beroperasi. Kecenderungan kebaruan dan kecenderungan kecil ini membuat UMKM memiliki risiko yang lebih besar dari pada industri yang lebih besar dan lebih lama berdiri (Freeman, Carroll, & Hannan, 1983). Tidak seperti perusahaan besar, UMKM dengan kapasitas keuangan yang lebih kecil cenderung kurang tahan terhadap krisis (Winarsih, Indriastuti, & Fuad, 2021). COVID-19 berpotensi menempatkan sejumlah besar UMKM pada risiko likuiditas karena pendapatan dari penjualan turun, atau bahkan terhenti sama sekali (Cowling, Brown, & Rocha, 2020).

Sejak Covid-19 melanda, pemerintah telah beberapa kali memberlakukan kebijakan Pembatasan Sosial Skala Besar (PSBB), Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), menjaga jarak serta Bekerja dari Rumah (BDR). Kebijakan tersebut tidak hanya mempengaruhi pola kerja namun juga pola interaksi. Semua perubahan ini mempengaruhi sisi penawaran dan permintaan UMKM (Sahoo & Ashwani, 2020). Pelaku bisnis yang hanya menjalankan usahanya secara offline mengalami penurunan penjualan pada masa pandemi. Berbeda dengan pelaku bisnis yang memanfaatkan teknologi industri 4.0 jauh sebelum pandemi. Melihat kondisi tersebut, apabila UMKM ingin tetap menjaga eksistensi maka sangat disarankan untuk mengadopsi I4.0 agar dapat bersaing secara nasional dan internasional (Masood & Sonntag, 2020).

Pandemi Covid-19 mendorong pelaku bisnis untuk beralih ke ekosistem digital dan menerapkan teknologi I4.0. Namun demikian, ada beberapa tantangan yang sering muncul dalam transformasi digital seperti pengelo-

laan keuangan dan pengetahuan (Horváth & Szabó, 2019; Masood & Sonntag, 2020; Orzes, Rauch, Bednar, & Poklemba, 2018). UMKM harus bergerak dan beradaptasi untuk menjawab tantangan tersebut. Pengelolaan keuangan dan pengetahuan tentang digitalisasi baik dalam bidang manajemen operasional, keuangan maupun pemasaran harus ditingkatkan. Hal ini lah yang menjadi dasar dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat bagi anggota Industri Kecil Menengah (IKM) yang berada di bawah Forum IKM Jawa Timur (FIJ) Bojonegoro.

FIJ memiliki total anggota sebanyak 1.271 anggota yang tersebar di Provinsi Jawa Timur. FIJ Cabang Bojonegoro merupakan salah satu cabang yang memiliki total anggota sebanyak 100 unit usaha yang telah berdiri sejak 2018. 60% anggota FIJ Cabang Bojonegoro memiliki usaha pada bidang makanan dan minuman, 20% anggota bergerak di bidang produk aksesoris (craft), dan 20% lainnya pada konveksi (fashion).

Anggota FIJ Cabang Bojonegoro tersebar di Kabupaten Bojonegoro yang memiliki jumlah penduduk yang cukup banyak yaitu sebesar 1.301.635 jiwa. Hal ini menjadi potensi bagi usaha yang ada di Bojonegoro. Namun berdasarkan publikasi data BPS Bojonegoro, semenjak pandemi Produk Domestik Bruto (PDB) di tahun 2020 turun menjadi 70,258.51 miliar rupiah, dari tahun 2019 sebesar 78,046.33 miliar rupiah. Selain itu laju pertumbuhan ekonomi di tahun 2020 juga turun sebesar 0.40%. Perlambatan ekonomi dan turunnya daya beli masyarakat menyebabkan UMKM di bawah FIJ Bojonegoro mengalami penurunan omzet sampai sekitar 50%.

UMKM di Bojonegoro umumnya merupakan usaha rumahan dan dikelola secara pribadi. Dalam menjalankan operasional sehari-hari, umumnya dibantu oleh 2 sampai 3 pegawai. Pengelolaan masih dijalankan secara pribadi dan seringkali pegawai adalah kerabat sendiri. Pencatatan keuangan belum dijalankan dengan baik. Pemisahan uang usaha dengan uang pribadi masih belum dilaksanakan. Hal ini menyebabkan UMKM tidak dapat menentukan dengan pasti bagaimana kondisi keuangan usahanya.

Pemasaran telah dilaksanakan secara blended, baik offline maupun online. Pemasaran produk dilaksanakan secara mandiri dan juga dibantu oleh pengurus FIJ Bojonegoro

dengan porsi 75% mandiri dan 25% dikelola pengurus. Pemasaran mandiri dilaksanakan baik secara offline di tempat usaha masing-masing maupun online melalui media sosial seperti Facebook, status Whatsapp, Grabfood atau Gofood. Sedangkan 25% pemasaran produk yang dibantu oleh FIJ Cabang Bojonegoro akan disalurkan oleh pengurus FIJ Bojonegoro melalui berbagai saluran distribusi/ pemasaran.

Usaha pemasaran telah dilaksanakan dengan baik, namun pandemi menyebabkan penjualan menurun. Pengiriman ke beberapa saluran distribusi yang sebelumnya dilakukan sebulan sekali, menjadi 3 bulan sekali. Pemasaran online cukup membantu, namun pengetahuan pemilik usaha dalam penggunaan aplikasi pemasaran digital belum optimal. Hal ini menyebabkan turunnya omzet yang dirasakan oleh hampir semua UMKM di bawah FIJ Cabang Bojonegoro.

Usaha penyelesaian persoalan UMKM di Bojonegoro telah dilaksanakan oleh banyak pihak. Namun terdapat beberapa permasalahan yang belum ditangani dan cukup berdampak signifikan bagi UMKM yaitu permasalahan pengelolaan keuangan serta pemasaran digital yang kurang efektif. Dukungan dalam bentuk bentuk pelatihan dan pendampingan digitalisasi pencatatan keuangan dan pemasaran dilakukan oleh Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga (Satyagraha, 2021). Pelatihan dan pendampingan tersebut diharapkan dapat membantu UMKM dalam pengelolaan administrasi keuangan bisnis serta meningkatkan omzet dan jangkauan pemasaran.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam bentuk kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada 25 UMKM dibawah binaan FIJ Bojonegoro. Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dibagi menjadi 3 tahap utama, yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Tahap perencanaan dilaksanakan selama 2 bulan mulai bulan April dan Mei 2021 meliputi kegiatan penggalan permasalahan mitra, pemenuhan persyaratan administratif, peninjauan ke daerah sasaran program, penyusunan proposal, perijinan dan penyusunan materi digitalisasi UMKM. Tahap pelaksanaan membutuhkan waktu selama kurun waktu 3 bulan mulai bulan Juli sampai dengan September 2021 dalam

3 tahap meliputi kegiatan teknik ceramah, diskusi / focus group discussions, pendampingan intensif tentang pemahaman pengelolaan dan pencatatan keuangan mengacu pada SAK EMKM (IAI, 2016), pemasaran serta penggunaan aplikasi keuangan dan pemasaran digital.

Tahap evaluasi terdiri dari (1) kuis tentang pemahaman materi menggunakan aplikasi kuis online, (2) sesi tanya jawab di setiap akhir sesi pelatihan, dan (3) pengisian kuesioner evaluasi program melalui google form. Evaluasi diperlukan sebagai indikator keberhasilan dari seluruh rangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan. Hasil yang baik menunjukkan kegiatan berjalan dengan lancar dan berhasil. Media yang digunakan pada kegiatan ini adalah gawai pintar dari masing-masing pemilik usaha yang nantinya digunakan untuk menginstall aplikasi pemasaran WA Business dan pencatatan keuangan Buku Warung. Kedua aplikasi tersebut dapat diunduh secara gratis pada Play Store. Selain itu peserta juga mendapatkan seminar kit dan soft copy materi yang disampaikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan kegiatan penggalan permasalahan mitra yang dilaksanakan dalam beberapa kali diskusi bersama pengurus FIJ Cabang Bojonegoro. Gambar 1 memperlihatkan focus group discussions antara anggota pengabdian kepada masyarakat dengan pengurus. Dalam tahap ini diketahui terdapat beberapa permasalahan mitra diantaranya (1) pengelolaan manajemen usaha terutama dalam hal tertib pencatatan keuangan, (2) pengelolaan modal kerja dan profit usaha, dan (3) optimalisasi pemasaran digital.

Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang dibagi menjadi 3 (tiga) kegiatan. Kegiatan pertama merupakan pelatihan digitalisasi pencatatan keuangan UMKM yang dilaksanakan pada bulan Juli 2021. Kegiatan kedua merupakan pelatihan optimalisasi pemasaran digital pada bulan Agustus 2021. Sedangkan kegiatan ketiga pendampingan praktik digitalisasi UMKM dilaksanakan selama bulan September 2021. Kegiatan pertama dan kedua yang semula direncanakan akan dilaksanakan offline, terpaksa dilaksanakan secara online dikarenakan adanya PPKM. Kedua ke-

giatan yang semula hanya khusus bagi anggota FIJ Cabang Bojonegoro, akhirnya dibuka untuk umum dan dipromosikan dalam waktu terbatas agar manfaat dirasakan oleh lebih banyak pihak. Kegiatan ketiga tetap dilaksanakan secara offline sesuai rencana semula.

Gambar 2 memperlihatkan kegiatan pertama yang dihadiri oleh 71 orang partisipan yang berasal dari pelaku IKM dari Jawa Timur, Jawa Tengah dan Bali. Peserta pada umumnya merupakan pelaku usaha pada industri makanan dan minuman. Kegiatan ini difokuskan pada penyusunan dan review laporan keuangan serta pengenalan aplikasi pencatatan keuangan gratis yang dapat diunduh pada Playstore.

Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah (SAK EMKM) yang berlaku efektif sejak 1 Januari 2018, laporan keuangan yang minimal harus dimiliki oleh UMKM adalah Laporan Laba Rugi, Laporan Posisi Keuangan dan Catatan atas Laporan Keuangan (IAI, 2016). Dari data yang diperoleh, 45,8% partisipan belum memiliki pencatatan keuangan. Sedangkan dari 54,2% yang telah memiliki pencatatan keuangan umumnya belum memenuhi ketentuan dari SAK EMKM. Sosialisasi SAK EMKM belum dilaksanakan secara merata, sehingga banyak UMKM yang belum memenuhinya (Putra, 2018). Laporan yang dimiliki oleh peserta UMKM adalah Laporan Penerimaan dan Pengeluaran Kas dengan prosentase sebesar 52%. Hanya 6% yang telah memiliki Laporan Laba Rugi dan 2% yang memiliki Laporan Posisi Keuangan.



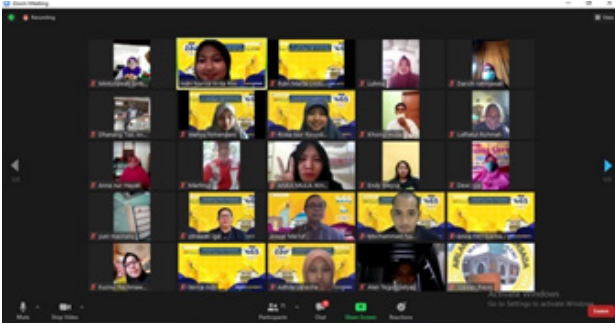
Gambar 1. Penggalian Permasalahan Mitra di Sekretariat FIJ Cabang Bojonegoro

Peserta menyampaikan bahwa kendala dalam penyusunan laporan keuangan

adalah minimnya pengetahuan pelaku usaha dalam penyusunan laporan keuangan. Hal lain yang menjadi kendala adalah sumber daya yang terbatas dan tidak adanya aplikasi yang dapat digunakan untuk mencatat. Kuis terkait laporan keuangan UMKM dan evaluasi kegiatan dilaksanakan di akhir acara. Hasil kuis di akhir kegiatan memperlihatkan bahwa 77,5% peserta memperoleh nilai diatas 75 dan sisanya mendapatkan nilai pada range 65-74,99. Seluruh pelaku usaha yang menjadi partisipan pada acara pengabdian masyarakat memahami betul bahwa penyusunan laporan keuangan sangat penting untuk mengembangkan usahanya. Sehingga saat acara berlangsung, para peserta sangat aktif berdiskusi dengan pembicara terkait aplikasi penyusunan dan review laporan keuangan dalam bisnis. Dari hasil evaluasi pada Tabel 1 terlihat bahwa 100% peserta sepakat bahwa materi dapat diaplikasikan dalam pengelolaan keuangan usaha.

Kegiatan kedua dilaksanakan pada bulan Agustus 2021 dan diikuti oleh 60 orang peserta. Peserta kebanyakan merupakan pemilik usaha di bidang makanan dan minuman dengan prosentase sebesar 46,7%. Peserta yang berasal dari bidang kerajinan sebesar 23,3% dan dari bidang fashion 18,3%. Sisanya berasal dari bidang lainnya seperti pedagang eceran, otomotif, tour & travel dan seterusnya. Sebaran lokasi usaha peserta berada di Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat dan Bali.

PPKM menyebabkan kegiatan jual beli secara offline dibatasi. Strategi bertahan yang dapat dilakukan oleh para pemilik usaha adalah dengan melakukan penjualan dan pemasaran secara online (Hardilawati, 2020). Teknik pemasaran online yang efektif merupakan tantangan bagi anggota FIJ Bojonegoro dan banyak IKM lainnya. 78,3% peserta menyampaikan bahwa kendala yang dihadapi dalam pemasaran online adalah terkait dengan kemampuan pemilik usaha dalam mengoperasikan aplikasi pemasaran itu sendiri. Pelatihan dibutuhkan untuk memperdalam keahlian tersebut. Penggunaan media sosial seperti Instagram, WA Business maupun Shopee sebagai salah satu saluran pemasaran, terkategori sebagai online Public Relation (Chaffey, 2015).



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Daring Digitalisasi Pencatatan Keuangan UMKM

Berdasarkan data dari Kominfo tahun 2020, pengguna internet di Indonesia ada 171 juta atau 64,4%, dimana 83%nya merupakan pengguna WA. Berangkat dari data inilah kemudian disepakati pembahasan tentang pemanfaatan WA Business sebagai salah satu kegiatan promosi online. Meskipun 71% peserta telah menggunakan WA Business, namun banyak yang belum memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada aplikasi. Kuis dan evaluasi kegiatan dilaksanakan pada akhir kegiatan. Hasil kuis di akhir kegiatan memperlihatkan bahwa 83,33% peserta memperoleh nilai di atas 75 dan sisanya memperoleh nilai pada range 65-74,99. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman peserta tergolong sangat baik setelah mengikuti pelatihan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tahap 3 merupakan praktik digitalisasi pencatatan dan pemasaran seperti terlihat pada Gambar 3. Peserta dari FIJ Cabang Bojonegoro menginstal aplikasi WA Business dan aplikasi pencatatan keuangan Buku Warung yang dapat diunduh secara gratis pada Play Store. Penggunaan aplikasi dan pemanfaatan fitur pada aplikasi memudahkan calon pelanggan untuk melihat informasi produk dan harga. Pemasaran digital dapat membangun kesadaran pelanggan agar tertarik dan bertanya lebih jauh sehingga dapat melakukan pembelian (Rumondang et al., 2020). Selain aplikasi pemasaran, aplikasi pencatatan keuangan juga diinstall. Aplikasi pencatatan keuangan memudahkan pemilik usaha mencatat keuangan usaha dimana saja dan kapan saja. Pencatatan keuangan memudahkan pemilik usaha mengevaluasi kinerja usaha. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan omzet UMKM.



Gambar 3. Pendampingan Digitalisasi UMKM

Seluruh rangkaian kegiatan mendapatkan apresiasi dan dukungan penuh dari Pemerintah Kabupaten Bojonegoro (Bojonegoro, 2021). Peserta kegiatan masyarakat sepakat bahwa pemasaran digital dan pencatatan keuangan sangat penting bagi usaha mereka. Salah satu peserta, pemilik Myfeltcartart, menyampaikan bahwa digitalisasi dalam hal administrasi keuangan dan pemasaran membantu kenaikan omzet sampai dengan 30%. UMKM perlu menerapkan digitalisasi agar dapat berkompetisi dengan pesaing, mengoptimalkan sumber daya, dan merambah semakin luas konsumen. Peserta yang mulai menerapkan digitalisasi sebelum pandemi sebanyak 60%. Peserta yang menerapkan digitalisasi setelah pandemi sebanyak 25%. Sisanya masih belum menerapkan digitalisasi. Peserta yang telah menerapkan digitalisasi belum semua menggunakannya secara optimal. Namun setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan, seluruh peserta telah menerapkan digitalisasi dan mengoptimalkan penggunaannya. Pandemi memaksa UMKM untuk beralih menjadi digital dan beradaptasi dengan teknologi 4.0 untuk tetap bertahan di masa yang sulit seperti saat ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Digitalisasi merupakan salah satu upaya yang harus dilakukan oleh UMKM untuk tetap dapat bersaing dan melanjutkan keberlangsungan usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan dan pendampingan digitalisasi pencatatan keuangan dan pemasaran merupakan dukungan yang dapat diberikan kepada UMKM oleh pihak akademisi dalam hal ini adalah Fakultas Vokasi Universitas Airlangga. Anggota FIJ Cabang Bojonegoro juga merasakan dampak dari pandemi. Adanya PSBB dan

PPKM membuat pelaku usaha tidak dapat berjualan secara offline. Hal ini mendorong pelaku usaha untuk mengikuti pelatihan digitalisasi pemasaran dan meningkatkan kemampuan dalam hal pemasaran digital. WA Business dipilih dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan. Aplikasi tersebut membantu pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan dan produk juga dapat lebih dekat dengan pelanggan. Kegiatan pelatihan digitalisasi pemasaran dikategorikan berhasil dengan indikator 83,33% peserta memperoleh nilai di atas 75 dan sisanya memperoleh nilai pada range 65-74,99.

Kondisi yang serba tidak menentu juga mengharuskan pelaku usaha untuk dapat mengevaluasi kondisi keuangan. Anggota FIJ Cabang Bojonegoro perlu memisahkan keuangan usaha dan pribadi dan kemudian melakukan pencatatan agar dapat mengevaluasi kondisi keuangan. Kemudahan pencatatan menggunakan aplikasi Buku Warung yang dapat diunduh gratis pada Play Store merupakan salah satu daya tarik bagi para pelaku usaha untuk semakin rajin mencatat. Kegiatan pelatihan digitalisasi pencatatan keuangan ini dikategorikan berhasil dengan indikator 77,5% peserta telah memperoleh nilai di atas 75 dan sisanya mendapatkan nilai pada range 65-74,99. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menyadarkan peserta bahwa pencatatan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja melalui aplikasi di gawai pintar. Omzet meningkat sebanyak 30% semenjak UMKM menerapkan digitalisasi administrasi keuangan dan pemasaran. Pandemi memaksa UMKM untuk go digital dan beradaptasi dengan teknologi 4.0. UMKM harus dapat bersaing dengan kompetitor dan memperluas pasar secara tidak terbatas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada FIJ Cabang Bojonegoro yang telah bersedia menjadi mitra pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Kabupaten Bojonegoro yang telah mendukung kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Bojonegoro. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Airlangga dan Dekan Fakultas Vokasi yang telah membiayai kegiatan ini. Penulis menyatakan tidak ada

konflik kepentingan dengan pihak-pihak yang terkait dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bojonegoro, P. (2021, September 26). Pemkab Apresiasi Dukungan Unair Terlibat Digitalisasi UMKM Bojonegoro. Retrieved from <https://bojonegorokab.go.id/berita/6062/pemkab-apresiasi-dukungan-unair-terlibat-digitalisasi-umkm-bojonegoro>
- BPS. (2021). Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/indicator/13/1099/1/tabel-perkembangan-umkm.html>
- Chaffey, D. (2015). Digital business and E-commerce management: Strategy, implementation and practice. In Management and Marketing (6th Edition). United Kingdom: Pearson Education. <https://www.pearson.com/uk/educators/higher-education-educators/program/Chaffey-Digital-Business-and-E-Commerce-Management-6th-Edition/PGM1081466.html>
- Cowling, M., Brown, R., & Rocha, A. (2020). Did you save some cash for a rainy COVID-19 day? The crisis and SMEs. International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship. <https://doi.org/10.1177/0266242620945102>. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0266242620945102>
- Freeman, J., Carroll, G. R., & Hannan, M. T. (1983). The Liability of Newness: Age Dependence in Organizational Death Rates. American Sociological Review, 48(5), 692. <https://doi.org/10.2307/2094928>. <https://www.jstor.org/stable/2094928>
- Hardilawati, W. Laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>. <https://ejournal.umri.ac.id/index.php/jae/article/view/1934>
- Horváth, D., & Szabó, R. Z. (2019). Driving forces and barriers of Industry 4.0: Do multinational and small and medium-sized companies have equal opportunities? Technological Forecasting and Social Change, 146(March), 119–132. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.05.021>.

- <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162518315737>
- IAI. (2016). Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia. <http://iaiglobal.or.id/v03/standar-akuntansi-keuangan/emkm>
- Masood, T., & Sonntag, P. (2020). Industry 4.0: Adoption challenges and benefits for SMEs. *Computers in Industry*, 121. <https://doi.org/10.1016/j.compind.2020.103261>. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0166361520304954>
- Orzes, G., Rauch, E., Bednar, S., & Poklemba, R. (2018). Industry 4.0 Implementation Barriers in Small and Medium Sized Enterprises: A Focus Group Study. 2018 IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM), 146(March), 1348–1352. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.05.021>. https://www.researchgate.net/publication/330390409_Industry_40_Implementation_Barriers_in_Small_and_Medium_Sized_Enterprises_A_Focus_Group_Study
- Putra, Y. M. (2018). Pemetaan Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Emkm Pada Umkm Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Profita*, 11(2), 201. <https://doi.org/10.22441/profita.2018.v11.02.004>. <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/profita/article/view/profita.2018.v11.2.04>
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Halim Perdana Kusuma, A., Manuhutu, M., Sudarso, A., ... Fapari Arif, N. (2020). Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen. Yayasan Kita Menulis. <https://kitamenulis.id/2020/09/01/pemasaran-digital-dan-perilaku-konsumen/>
- Sahoo, P., & Ashwani. (2020). COVID-19 and Indian Economy: Impact on Growth, Manufacturing, Trade and MSME Sector. *Global Business Review*. <https://doi.org/10.1177/0972150920945687>. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0972150920945687>
- Satyagraha. (2021, September 25). Unair dukung proses digitalisasi UMKM di Bojonegoro. Retrieved from <https://www.antarane.ws.com/berita/2415613/unair-dukung-proses-digitalisasi-umkm-di-bojonegoro>
- Winarsih, Indriastuti, M., & Fuad, K. (2021). Impact of covid-19 on digital transformation and sustainability in small and medium enterprises (smes): a conceptual framework. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, 1194 AISC, 471–476. https://doi.org/10.1007/978-3-030-50454-0_48. https://www.researchgate.net/publication/342107384_Impact_of_Covid-19_on_Digital_Transformation_and_Sustainability_in_Small_and_Medium_Enterprises_SMEs_A_Conceptual_Framework