

Kumawula, Vol. 5, No.1, April 2022, Hal 49 – 56

DOI: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i1.35768>

ISSN 2620-844X (online)

ISSN 2809-8498 (cetak)

Tersedia online di <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>

REVITALISASI POLA PIKIR PENGRAJIN KAYU MELALUI DIVERSIFIKASI DAN DIGITALISASI USAHA PADA MASA PANDEMI COVID-19

Indah Yuni Astuti^{1*}, Udik Jatmiko²

^{1,2}Prodi Manajemen Universitas Islam Kadiri Kediri

*Korespondensi: indahyuniastuti@uniska-kediri.ac.id

ABSTRACT

The role of the crafts industry based on independence and creativity has a central role in supporting the economy of the people in Indonesia, especially during the COVID-19 pandemic, which still cannot be stopped, thus affecting the economic sector at the middle to lower levels. The purpose of this service is to regenerate the minds of wood craft business actors in Boro Village, Kedungwaru Tulungagung, through aspects of product development, and digitalization of marketing and digital financial reporting patterns. The results of this service provide an illustration that a superior HR development strategy is needed that can support the potential of the digital economy to encourage economic recovery, especially in the diversity of new products, from study tables developed to various products such as scout sticks, flower racks, illustrated mini cabinets, illustrated mini tables, painting canvas, and chessboards. The marketing process strategy that was previously carried out conventionally has been shifted towards digitalization of marketing through social media and market space, and business management in the field of digital financial governance and carried out continuously and routinely.

Keywords: Revitalisation, Wood Craft, Digitalization Marketing

ABSTRAK

Peranan industri kerajinan yang berbasis kemandirian dan kreativitas memiliki peranan yang sentral dalam menunjang perekonomian masyarakat di Indonesia, terlebih dimasa pandemi Covid-19 yang masih belum bisa dihentikan penyebarannya sehingga mempengaruhi sektor ekonomi ditingkat menengah sampai bawah. Tujuan pengabdian ini adalah untuk menumbuhkan kembali pemikiran pelaku usaha kerajinan kayu di Desa Boro Kedungwaru Tulungagung, melalui aspek pengembangan produk, dan digitalisasi pemasaran serta pola penyusunan pelaporan keuangan secara digital. Hasil pengabdian yang dilakukan ini memberikan gambaran bahwa diperlukan strategi pembangunan SDM unggul yang dapat mendukung potensi ekonomi digital untuk mendorong pemulihan perekonomian khususnya dalam keragaman produk yang baru, dari meja belajar dikembangkan keberbagai produk seperti tongkat pramuka, rak bunga, lemari mini bergambar, meja mini bergambar, kanvas lukis, papan catur. Strategi proses pemasaran yang dahulu dilakukan secara konvensional, digeser ke arah digitalisasi *marketing* melalui media-media sosial dan *market space* dan manajemen usaha di bidang tata kelola keuangan secara digital dan dilakukan secara kontinu dan rutin

RIWAYAT ARTIKEL

Diserahkan : 19/09/2021

Diterima : 18/12/2021

Dipublikasikan : 04/04/2022

Kata Kunci: Revitalisasi, Kerajinan Kayu, Digitalisasi Usaha

PENDAHULUAN

Dunia telah digemparkan dengan virus kecil yang tak terlihat oleh pandangan manusia yaitu SARS-Cov-2 yang termasuk dalam virus corona dan memunculkan penyakit dengan sebutan Covid-19 (Chen et al., 2020). Dampak dari wabah yang mendunia ini sangat terasa khususnya di wilayah sektor ekonomi, terlihat dari usaha-usaha yang dimiliki masyarakat menurun tingkat penjualannya (Sugiarti, Sari, & Hadiyat, 2020). Seperti kita ketahui bahwa dunia usaha merupakan tonggak penggerak pertumbuhan ekonomi (Poloni et al., 2020). Adanya wabah Covid-19 yang melanda dunia, mengakibatkan beberapa sektor industri termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Tulungagung juga mengalami dampak turunnya tingkat penjualan sehingga keuntungan yang diperoleh hanya berkisar 7% dalam kurun waktu 1 bulan. Kondisi ini membuat para pelaku usaha harus membutuhkan pemilihan strategi yang dianggap tepat dalam usaha menawarkan produk hasil usaha (Nugroho & Muhyiddin, 2021).

Peranan usaha kecil semakin terbukti dalam memperkuat dan sebagai penggerak perekonomian nasional (Muchtar et al., 2020), maka perhatian terhadap pertumbuhan usaha kecil telah memperoleh perhatian oleh berbagai kalangan mulai dari pemerintah, kaum akademisi, perbankan dalam negeri dan perbankan internasional, lembaga-lembaga keuangan, lembaga swadaya masyarakat, dan pihak swasta. Secara bersama-sama berbagai pihak tersebut mengupayakan pengembangan dan pemberdayaan usaha kecil (Nugroho & Muhyiddin, 2021). Membangun dan mendorong kewirausahaan adalah salah satu jalan strategis membangun masyarakat yang maju dan berdikari. Keberadaan kewirausahaan yang besar, sehat, dan berkembang bisa menjadi solusi riil dalam hal penciptaan lapangan kerja (Sonita & Helmi, 2020).

Kegiatan ekonomi produktif di Kabupaten Tulungagung khususnya saat ini mulai

menggeliat lagi dan kegiatan perekonomian telah menunjukkan adanya peningkatan pasca era new normal pandemi Covid-19. Kreativitas pelaku usaha dalam menerjemahkan kondisi saat ini untuk tetap bisa bertahan mengembangkan usahanya sangat dipengaruhi oleh kemampuan dan inisiatifnya dalam mengembangkan produk yang akan di tawarkan kepada konsumen melalui diversifikasi produk. Diversifikasi ialah usaha memperluas macam barang yang akan dijual dan merupakan sebuah strategi untuk menaikkan penetrasi pasar (Bastari, 2020). Langkah melakukan upaya diversifikasi memungkinkan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar, karena akan dihasilkan sejumlah jenis barang yang dibutuhkan konsumen, kerugian menjual barang yang satu dapat ditutup dengan keuntungan menjual barang yang lain (Oentoro, 2018).

Peluang usaha terkait kerajinan kayu di Kabupaten Tulungagung masih terbelang dalam kategori minim dan kurang beraneka ragam dalam hal pembuatan produk yang berbahan dasar kayu pinus, kayu waru ataupun kayu sengon. Hal ini seharusnya menjadi pertimbangan pengrajin kayu khususnya meja damkar, untuk mampu mengambil peluang bisnis tersebut dengan menggunakan kemampuannya berkreasi memproduksi jenis luaran atau output produk yang baru, sehingga mampu menarik perhatian para konsumen atau pembeli khususnya kerajinan kayu tersebut. Keadaan ini harusnya mampu menjadi sebuah potensi pengrajin untuk fokus dalam hal pengembangan dan pemberdayaan usaha kerajinan kayu tersebut khususnya dimasa penetapan status era *new normal* pandemi Covid-19 ini (Jatmiko, 2016).

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan tim kemitraan yang dijalankan ini merupakan usaha keluarga dan kepemilikan modal adalah modal pribadi, sehingga manajemen yang dijalankan juga masih sangat sederhana. Pengrajin tersebut belum memiliki kemampuan memproduksi dan mengolah bahan

kayu menjadi dampar dengan sistem modernisasi seperti mulai dari pembuatan desain pola di kayu, pemotongan kayu, pengukiran kayu hingga proses *finishing*, sehingga membuat kreativitas usaha sulit berkembang. Produksi meja dampar ini juga terkesan masih sangat minim jika dilihat dari kuantitas produksinya, rata-rata setiap tenaga kerja hanya mampu memproduksi 4 set meja (4 buah meja) dalam sehari dengan memakan waktu rata-rata 2 jam per meja. Masalah ini yang membuat pengrajin tidak mampu melakukan inovasi produk, karena harus menambah peralatan seperti penghalus bambu, sementara pengrajin merasa keberatan jika mengeluarkan anggaran untuk membeli peralatan dan mesin. Daya beli yang rendah ini terkait dengan harga jual produk yang dihasilkan pengrajin di Desa Boro relatif masih rendah. Usaha ini juga mengalami penurunan penjualan karena imbas dari adanya wabah dunia yaitu Covid-19.

Masalah lain yang masih dihadapi pengrajin adalah minimnya pengetahuan dan kemampuan mereka dalam membuat desain kerajinan. Sehingga mereka sangat mengharapkan adanya bimbingan dalam membuat dan mengembangkan desain kerajinan mereka.

Problematika lainnya di samping permasalahan di atas, pengrajin juga masih mengalami kendala yaitu keputusan manajerial dalam hal memasarkan produk juga masih sangat tradisional, para pengrajin ini masih memasarkan meja lipat "Dampar" tersebut dengan menitipkan ke toko-toko di wilayah Karisidenan Kediri dan menunggu pesanan dari para konsumen. Pengrajin Dampar ini juga kesulitan mendapatkan informasi pemasaran yang sifatnya terbatas. Saat mengikuti pameran, hanya pesanan-pesanan kecil dari daerah lokal saja yang langsung ke pengrajin, dan bila ada pesanan dari luar daerah, itupun melewati pedagang besar atau pengepul, sehingga omset yang diterima oleh pengrajin tidak maksimal. Ditambahkan lagi oleh keterangan pengrajin bahwa kebutuhan mengatur sistem pembukuan yang baik dan rapi kurang menjadi perhatian, sehingga tidak tampak jelas keuntungan atau

kerugian yang mereka dapatkan. Seiring dengan berkembangnya usaha ini, dengan kemampuan seadanya pengrajin tersebut terus berusaha untuk dapat selalu berproduksi, dengan berusaha membangun hubungan baik dengan berbagai pihak dalam rangka untuk pemasaran produk kerajinan yang dihasilkan.

Industri kecil yang menjadi mitra dalam program kemitraan masyarakat ini adalah pengrajin meja lipat kecil atau sering disebut "DAMPAR", yang dijalankan oleh Bapak Mursani berlokasi di Desa Boro RT.02 RW. 02 Kecamatan Kedungwaru Tulungagung dan berdiri sejak tahun 2010. Industri kerajinan meja lipat "DAMPAR" ini dalam menjalankan operasionalnya memiliki 5 tenaga kerja untuk membantu proses produksi dampar tersebut. Seluruh tenaga kerja tersebut merupakan warga desa sekitar tempat usaha tersebut berada, sehingga secara tidak langsung kegiatan kerajinan dampar ini mampu mengangkat perekonomian dan mengurangi angka pengangguran di Desa meski tidak signifikan. Bahan baku yang digunakan untuk memproduksi dampar tersebut sangat mudah untuk didapatkan yaitu kayu pinus, kayu waru atau kayu sengon dan jenis kayu lainnya.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan melibatkan mahasiswa untuk memberikan pengalaman dan pengetahuan serta pemahaman mengenai pola pendampingan kepada pelaku usaha. Metode pendekatan yang akan dilakukan pada program pengabdian yang ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan yang terkait dan diuraikan sebagai berikut:

1. Tahap Observasi Lapang

Tahap ini dilakukan oleh tim pengabdian untuk menggali informasi secara detail mengenai permasalahan mitra secara langsung.

2. Tahap Pendampingan Diversifikasi Produksi

Pendampingan tim pengabdian dalam proses diversifikasi produk yang diberikan kepada mitra mempunyai tujuan untuk memberikan tambahan pengetahuan dan keterampilan

dalam rangka meningkatkan produktivitas pengrajin meja “Dampar”. Pendampingan yang dimaksud sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh mitra yaitu adanya penambahan jenis produk-produk yang variatif dan memiliki nilai jual di pasaran.

3. Pendampingan Proses Pemasaran
Advokasi yang dilakukan tim pengabdian adalah praktik pembuatan desain keragaman produk dengan menggunakan digitalisasi melalui aspek *virtual market* untuk mendukung pemasaran produk kerajinan kayu yang beragam.
4. Tahap Pendampingan Manajemen Usaha
Pendampingan manajemen usaha untuk memperbaiki sistem manajemen usaha yang dijalankan khususnya dibidang pencatatan sirkulasi keuangan, agar tercapai aspek pelaksanaan pembukuan usaha secara tertib melalui laporan keuangan digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pekerjaan utama masyarakat Desa Boro terdahulu adalah petani dan peternak, kehidupan mereka serba terbatas. Setelah beberapa tahun, demografi desa berubah hal ini karena sebagian besar mata pencaharian penduduk berubah menjadi pelaku industri kerajinan dengan media kayu. Ini sesuai dengan penelitian Nugroho & Muhyiddin (2021) memperlihatkan bahwa perubahan dalam masyarakat pada prinsipnya merupakan suatu proses yang terus menerus, artinya bahwa setiap masyarakat pada kenyataannya akan mengalami perubahan itu, akan tetapi perubahan antara masyarakat yang satu dengan masyarakat yang lain tidak selalu sama.

Tabel 1. Profil Usaha

Identitas	Keterangan
Nama Usaha	Putra Central ABC BARU
Jenis Usaha	Kerajinan Kayu Meja “Dampar”
Nama Pemilik	Mursani & Wiwik
Alamat	Desa Boro Dsn Boro RT 02 Rw 02 Kedungwaru Tulungagung
Berdiri Sejak	1999

Jumlah SDM	5 Tenaga Kerja (Keluar Masuk)
------------	-------------------------------

(Sumber: Putra Central ABC Baru, 2021)

Berdasarkan survei awal kegiatan usaha pengrajin kayu ini hanya fokus pada meja belajar mini atau disebut dampar dengan desain grafis polos yang belum tersentuh inovasi-inovasi gambar atau fitur-fitur lain yang mendukung ketertarikan konsumen dalam membeli produk tersebut. Karena pola pikir yang dikembangkan para pengrajin masih belum optimal, rata-rata meja belajar mini (dampar) ini kurang bersaing di wilayah pemasarannya, dan di tengah kondisi pandemi ini terjadi penumpukan stok meja yang berlebih. Melihat fenomena tersebut maka tim pengabdian melakukan beberapa tahapan pendampingan, khususnya merevitalisasi pola pemikiran pengrajin dalam mengembangkan usahanya.

a. Pendampingan dan Pemahaman Mengenai Keragaman Produk Kerajinan Kayu

Pelaku usaha meja “Dampar” perlu memutuskan prioritas keragaman produk baru yang akan dikembangkan. Masing-masing aspek dijalankan dengan 4 (empat) langkah pelaksanaan kegiatan pelatihan untuk peningkatan kemampuan produksi mulai dari tahap eksplorasi kebutuhan pasar hingga memasarkan produk. Model dari metode pelaksanaan ditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 1. Analisis Kebutuhan Produksi

(Sumber: Diolah oleh Penulis, 2021)

Aktivitas 1 : Melakukan Eksplorasi Peluang Pasar

Pelaku usaha kerajinan meja belajar “Dampar” secara rutin tetap bisa menerima pesanan produk konvensional misalkan rak bunga, mini lemari, papan catur, tongkat pramuka, meja belajar bergambar, kanvas lukis kayu, papan tulis. Desain produk tersebut juga berkembang dengan perubahan variasi-variasi kecil. Pelaksanaan kegiatan ini memberikan motivasi kepada pelaku usaha tentang menangkap peluang pasar pada produk baru. Pelaksana pendekatan berperan dalam berdiskusi dan menampilkan contoh produk yang ada di pasar untuk memberikan gagasan (*concept generation*).

Aktivitas 2 : Memilih Produk Baru yang Dikembangkan

Proses pemilihan konsep produk (*concept selection*) terhenti ketika Pandemi Covid-19 terjadi, ketika kegiatan ekonomi mulai didorong lagi di masa pandemi, pelaku usaha tersebut memilih produk kombinasi kerajinan kayu, dengan pertimbangan bahwa pembuatan atau pemodelan garapan bisa melibatkan masyarakat sekitar, sehingga dampak ekonomi pada masyarakat akan bisa terjadi. Produk baru yang dipilih mitra bukan dalam pengertian produk inovasi yang baru di pasar, namun merupakan inovasi tambahan (*incremental innovation*). Hal ini sesuai dengan hasil kajian inovasi pada pelaku usaha kerajinan kayu “Dampar” bahwa pengrajin tersebut cenderung melakukan *incremental innovation* dalam pembuatan produk baru.

Aktivitas 3 : Menjalin Kemitraan yang Membentuk Rantai Pasok

Upaya menjalin kemitraan terjadi bersamaan dengan identifikasi produk baru. Usaha tersebut yang berada di beberapa daerah di Jawa Timur sudah melaksanakan penjualan produk kerajinan kayu ini. Upaya menjalin kemitraan juga dilakukan dengan beberapa instansi kedinasan untuk membantu memasok produksi kerajinan ini ke dalam lingkup UMKM wilayah regional Jawa

Timur, dengan menjalin kerjasama dengan Disperindag Kabupaten Tulungagung.

Aktivitas 4 : Melibatkan Warga Masyarakat Sebagai Mitra Produksi

Dalam program pengembangan produk kombinasi kayu ini, masyarakat yang berpartisipasi ialah tetangga dan para ibu rumah tangga di sekitar. Pemilik dan pengelola dari Putra Cemtral ABC Baru ialah seorang perempuan yang meneruskan usaha ini dari generasi sebelumnya. Pemilik usaha telah menjalin komunikasi kepada kelompok ibu-ibu setempat untuk membantu memasang poster dan gambar pada hasil kerajinan secara rapi.

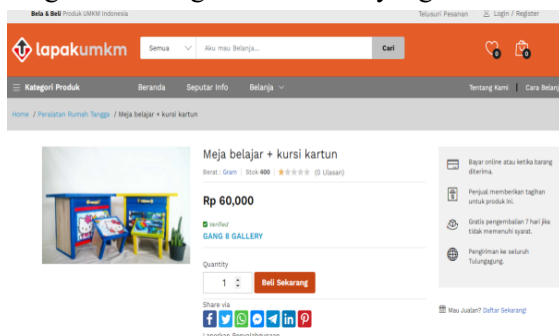


Gambar 2. Hasil Diversifikasi Produk
(Sumber: Dokumentasi Tim, 2021)

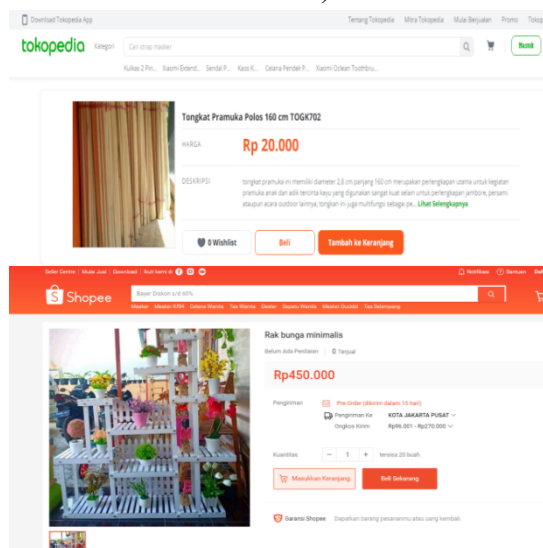
b. Revitalisasi Kegiatan Pemasaran dengan Media Digital

Revitalisasi kegiatan pemasaran merupakan istilah bagi peneliti untuk menumbuhkan kembali hal-hal yang dianggap penting untuk memberikan manfaat salah satunya dengan media digital. Digitalisasi dalam produksi bagi pelaku usaha kerajinan kayu meja belajar diharapkan akan dapat meningkatkan produktivitas usaha kerajinan kayu, di Desa Boro Kedungwaru Tulungagung, sehingga potensi pasar yang ada juga dapat dioptimalkan. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital (Diah Fakhriyyah & Wulandari, 2020). Berbagai macam platform yang menawarkan kemudahan untuk memasarkan produk kerajinan, diantaranya: media sosial (Facebook, WhatsApp, Line, IG); market

place (Bukalapak, Shopee) dan lain-lain. Di masa pandemi Covid-19 ini kegiatan pelaku usaha kerajinan kayu berbasis digitalisasi ini adalah salah satu upaya peningkatan penjualan dan pendapatan dalam sektor ekonomi dalam pemasaran industri kerajinan. Digitalisasi usaha yang diterapkan juga memiliki perbedaan yang krusial jika dikaitkan dalam transaksi secara konvensional. Digitalisasi pemasaran pelaku usaha ini lebih mementingkan nilai-nilai transparansi dan selalu menjunjung nilai-nilai keadilan dalam segala kegiatannya. Tidak melibatkan kegiatan yang dapat merugikan salah satu atau kedua belah pihak baik dari sisi penjual ataupun pembeli. Berikut gambaran digitalisasi usaha yang dilakukan:



Gambar 3. Market Place “Lapakumkm”
(Sumber: Dokumentasi dari Lapakumkm, 2021)



Gambar 4. Market Place “Tokopedia & Shopee”

(Sumber: Dokumentasi dari laman Market Place Tokopedia dan Shopee, 2021)

c. Revitalisasi Manajemen Usaha Melalui Pembukuan Keuangan Digital

Melihat fenomena di lokasi mitra yaitu Putra Central ABC Baru mengenai proses mengatur sirkulasi keuangan usaha, nampak belum dilakukan pencatatan dengan baik. Berdasarkan keterangan dari pelaku usaha bahwa terkadang catatan keuangan belum dipisahkan antara untuk kebutuhan operasional dengan keperluan pribadi. Maka dari itu, perlu suatu usaha lebih mendalam dalam menanamkan pola pikir secara aktif terkait model pencatatan keuangan yang praktis, mudah dan dapat memberikan informasi secara akurat mengenai keuangan usaha tersebut dalam usaha memproduksi kerajinan kayu.

Satu aplikasi yang kami anggap mudah untuk digunakan dan hasil laporan keuangannya cukup bagus yaitu catatan keuangan. Catatan keuangan adalah aplikasi yang berfungsi untuk mencatat aktivitas keuangan baik efektivitas pengeluaran maupun pemasukan. Aplikasi ini sangat sederhana dan ringan sehingga mudah digunakan dalam pemakaiannya.

Kategori yang akan digunakan untuk mencatat keuangan sudah tersedia di dalam aplikasi catatan keuangan. Ada dua macam kategori dalam aplikasi catatan keuangan yaitu kategori pengeluaran dan pemasukan. Di dalam aplikasi sudah disiapkan akun-akun mengenai pemasukan dan pengeluaran yang sudah lumayan komplit. Apabila ada akun yang belum tersedia di dalam kategori, kita bisa membuat sendiri nama akun yang sesuai dengan apa yang kita butuhkan. Apabila ada akun yang tidak diperlukan, kita bisa menghapusnya dari kategori pengeluaran maupun pemasukan, seperti pada gambar berikut:

Gambar 5. Fitur Catatan Pengeluaran dan Pemasukan

(Sumber: Dokumentasi dari aplikasi catatan keuangan, 2021)

Dalam memasukkan data keuangan, yang pertama kita harus dilakukan adalah pilih dulu kategori, masuk di kategori pengeluaran atau pemasukan. Setelah kategori dipilih, harus memasukkan tanggal yang sesuai dan memilih akun yang dalam kategori. Selanjutnya, masukkan nominal uang yang telah didapat atau dikeluarkan dan bisa diberikan keterangan jika diperlukan. Setelah semua isian dipilih selanjutnya pilih simpan, untuk menyimpan data yang telah dimasukkan.

Baik pengeluaran maupun pemasukan dapat kita lihat laporan keuangannya. Laporan keuangan dapat kita tampilkan dalam berbagai format, yaitu PDF, XLS, dan CSV. Selain itu, waktu dalam menampilkan laporan keuangan dapat kita pilih baik mingguan, bulanan atau tahunan sehingga sangat bermanfaat untuk mengetahui keadaan keuangan. Dari tabel laporan tersebut, anggota paguyuban dapat mengetahui saldo keuangan, rugi dan laba yang diperoleh sehingga dapat menentukan strategi yang harus diambil untuk usahanya.

Gambar 6. Fitur Hasil Pencatatan Transaksi Keuangan

(Sumber: Dokumentasi dari aplikasi catatan keuangan, 2021)

Berdasarkan kajian pendekatan revitalisasi pembukuan digital ini, dapat disampaikan bahwa realita kesadaran mengenai pentingnya pembukuan dan laporan keuangan di kalangan wirausahawan, terutama kelas menengah ke bawah masing kurang. Hal tersebut menyulitkan bagi keberlangsungan usahanya. Kurangnya kesadaran pentingnya pembukuan dan laporan keuangan wirausahawan tidak terlepas dari faktor individu masing-masing wirausahawan.

SIMPULAN

Pelaku usaha perlu melakukan inovasi bisnis model mulai dari produk dan terus ke pemasaran dan sistem lainnya. Semakin cepat para pelaku usaha kerajinan kayu meja belajar ini beradaptasi dimasa pandemi Covid-19, maka akan semakin cepat pula bisa bangkit dan bertahan. Kegiatan penjualan pengrajin kayu di Desa Boro Kedungwaru Tulungagung yang mengalami penurunan drastis dikarenakan permintaan dari konsumen meja belajar, belum lagi jika dikaitkan dengan belajar secara daring. Hasil pengabdian yang dilakukan ini memberikan gambaran bahwa diperlukan strategi pembangunan SDM unggul yang dapat mendukung potensi ekonomi digital untuk mendorong pemulihan perekonomian khususnya dalam keragaman produk yang baru,

dari meja belajar dikembangkan keberbagai produk seperti tongkat pramuka, rak bunga, lemari mini bergambar, meja mini bergambar, kanvas lukis, papan catur. Strategi proses pemasaran yang dahulu dilakukan secara konvensional, digeser ke arah digitalisasi marketing melalui media-media sosial dan *market space* dan manajemen usaha di bidang tata kelola keuangan secara digital dan dilakukan secara kontinu dan rutin.

DAFTAR PUSTAKA

- Bastari, Iaras. (2020). PERAN KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM DIVERSIFIKASI PRODUK TERHADAP PENGEMBANGAN BISNIS KULINER. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53).
- Chen, C., Zhang, T., Gu, X., Lee, J., Ren, S., & Wang, H. (2020). Developing a Motivationally Supportive Environment to Promote Children's Physical Activity and Health in Youth Sports During the Covid 19 Pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(1).
- Dewi Diah Fakhriyyah, Yuni Wulandari, C. K. (2020). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Pada Ukm Gula Merah Guna Mempertahankan Ekonomi Di Masa Pandemi Covid-19. *Jp2M*, 1(4).
- Jatmiko, U. (2016). Pengaruh Lingkungan Bisnis Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Peningkatan Kinerja Pelaku UKM Pada Tahap Start-Up Di Desa Paron Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 1(3), 235–246.
- Muchtar, H. N., Chandrawulan, A. A., Budhijanto, D., Ikhwanisyah, I., Sugiharti, D. K., Amalia, P., ... Faisal, P. (2020). Potensi Umkm Di Pangandaran Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 367.
<https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i2.24861>
- Nugroho, H., & Muhyiddin, M. (2021). Menurun dan Meningkatkan, Maju Namun Belum Cukup: Kinerja Pembangunan Sektor Energi di Tengah Pandemi Covid-19 Tahun 2020. *Bappenas Working Papers*, 4(1).
<https://doi.org/10.47266/bwp.v4i1.95>
- Oentoro, K. (2018). Diversifikasi produk Celengan Malo sebagai upaya revitalisasi kerajinan gerabah tradisional di Desa Rendeng, Kabupaten Bojonegoro. In *Prosiding Seminar Nasional PIPT IV Buku 2* (Vol. 2).
- Poloni, T. E., Carlos, A. F., Cairati, M., Cutaia, C., Medici, V., Marelli, E., ... Guaita, A. (2020). Prevalence and prognostic value of Delirium as the initial presentation of COVID-19 in the elderly with dementia: An Italian retrospective study. *EClinicalMedicine*, 26.
<https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2020.100490>
- Sonita, E., & Helmi, H. (2020). Integritas Pendidikan Kewirausahaan dalam Mewujudkan Muslim Entrepreneurship (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Bukittinggi). *JUSIE (Jurnal Sosial Dan Ilmu Ekonomi)*, 5(01).
<https://doi.org/10.36665/jusie.v5i01.237>
- Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). Peranan E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. *Jurnal Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298–309.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i2.28181>