



Diversifikasi Produk dan optimalisasi E-Commerce Sebagai Upaya Eskalasi Penjualan dan Daya Saing Usaha UMKM Kerajinan Bidai Kota Singkawang

Product Diversification and E-Commerce Optimization as an Effort to Escalate Sales and UMKM Competitiveness of Bidai Handicraft in Singkawang City.

Mertika¹, Rika Wahyuni², Resy Nirawati³, Dodik Kariadi⁴, Insan Suwanto⁵, Dina Anika Marhayani⁶, Buyung⁷, Rosmayadi⁸

STKIP Singkawang, Kota Singkawang, Indonesia^{1,2,3,4,5,6,7,8}

mertika052691@gmail.com¹, rikawahyuni142@gmail.com², resynirawaty@gmail.com³, kariadidodik@gmail.com⁴, insansuwanto@gmail.com⁵, dinaanika89@gmail.com⁶, 21.buyung@gmail.com⁷, rosmayadialong@gmail.com⁸

Kata Kunci :

diversifikasi; e-commerce;
eskalasi; penjualan;
UMKM; Bidai

ABSTRAK

Permasalahan yang dihadapi mitra adalah terkait mekanisme pelaksanaan atau proses diversifikasi produk, terkait pengetahuan dan keterampilan kreativitas pengrajin Kastaman Bidai masih rendah. Diperlukan suatu Upaya untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra UMKM Kastaman Bidai. STKIP Singkawang melalui Program Diversifikasi Produk dan optimalisasi E-Commerce Sebagai Upaya Eskalasi Penjualan dan Daya Saing Usaha kepada UMKM Kastaman Bidai. Metode Pelaksanaan dengan memberikan pelatihan dan pendampingan berupa penyusunan laporan keuangan digital, diversifikasi produk bidai, pemasaran dan pengiklanan digital produk bidai. Hasil yang diperoleh bahwa Program dapat dilaksanakan dengan sangat baik, Pemahaman dan keterampilan Mitra UMKM Kastaman Bidai mengenai penyusunan laporan keuangan digital, diversifikasi produk bidai, pemasaran dan pengiklanan digital produk bidai sudah sangat baik dan Mitra UMKM Kastaman Bidai sudah dapat memproduksi produk turunan dari Bidai

Keywords :

diversification; e-commerce; escalation; sales; UMKM; Bidai

ABSTRACT

The problems faced by partners are related to the implementation mechanism or product diversification process, related to the knowledge and skills of Kastaman Bidai craftsmen's creativity is still low. An effort is needed to overcome the problems faced by Kastaman Bidai UMKM partners. STKIP Singkawang through the Product Diversification Program and E-Commerce optimization as an effort to escalate sales and business competitiveness to

Kastaman Bidai UMKM. Implementation method by providing training and assistance in the form of preparing digital financial reports, diversifying bidai products, marketing and digital advertising of bidai products. The results obtained are that the Program can be implemented very well, 2. The understanding and skills of Kastaman Bidai UMKM Partners regarding the preparation of digital financial reports, diversification of bidai products, marketing and digital advertising of bidai products are very good and Kastaman Bidai UMKM Partners can produce Bidai derivative products.

PENDAHULUAN

Kastaman Bidai merupakan salah satu pelaku usaha Industri Rumah Tangga (IRT) dan bermitra dengan STKIP Singkawang yang menghasilkan produk andalan UMKM berupa kerajinan tradisional Bidai. Bidai adalah hasil karya seni tradisional suku Dayak yang berbentuk lembaran anyaman tangan serta terbuat dari rotan dan kulit kayu boya atau kulit kaya tarap maupun kayu kapuak (Sari et al., 2017). Bidai merupakan satu diantara hasil kreativitas berbasis kearifan local yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai salahsatu produk andalan UMKM kelurahan Naram, kecamatan Singkawang Utara. Dalam hal ini Usaha Industri Rumah Tangga (IRT) yang tengah dijalankan oleh mitra meliputi pembuatan anyaman bidai dan pemasaran bidai. Bidai banyak digunakan untuk menjemur hasil panen berupa padi-padian atau palawija, dan juga digunakan untuk perlengkapan rumah. Baik untuk alas tidur atau fungsi lainnya yang sejenis (Budiman, 2018; Niko, 2016). Karena sifatnya yang sedikit menyimpan debu dan sangat mudah dibersihkan, dengan demikian bidai sangat cocok untuk digunakan pada berbagai macam keperluan. Salah satu keunggulan dari kerajinan tikar bidai yakni sangat kuat (tahan lama). Apabila terkena kotoran seperti noda, tikar ini sangat mudah dibersihkan dengan dilap menggunakan kain basah maupun langsung dijemur (Budiman, 2018).

Strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap penjualan anyaman bidai. Pemasaran produk anyaman bidai yang dilakukan oleh Kastaman Bidai merupakan pelaku usaha Industry Rumah Tangga (IRT) sebagai mitra STKIP Singkawang mencakup daerah lokal Kalimantan Barat diantaranya Sambas, Pemangkat, Pontianak, Sintang, Sanggau, Kapuas dan Sekadau. Sampai saat ini kemajuan usaha Industri Rumah Tangga (IRT) yang dijalankan oleh Kastaman Bidai mencapai omset sebesar Rp.70.000.000,- pertahun. Adapun salah satu tujuan Kastaman Bidai adalah mempersiapkan generasi pengrajin anyaman tangan bidai yang terbaik agar mampu memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi serta sumber daya alam hutan Kalimantan Barat dapat diaplikasikan secara optimal dengan memanfaatkan sumber daya manusia, sumber daya alam dan teknologi untuk memberikan bekal kepada pengrajin anyaman bidai dan masyarakat setempat lainnya memiliki jiwa entrepreneur.

Akan tetapi Kastaman Bidai menyatakan masih terdapat kendala atau permasalahan yang dihadapi perajin bidai. Kendala atau permasalahan pertama yakni Kendala atau permasalahan pertama yakni mekanisme pelaksanaan atau proses diversifikasi produk, terkait pengetahuan dan keterampilan kreativitas pengrajin Kastaman Bidai masih rendah. Hal ini dikarenakan keterbatasan infrastruktur di daerah pedesaan atau terpencil dapat menghalangi pengrajin untuk mengakses sekolah atau pusat pelatihan yang diperlukan untuk meningkatkan keterampilan pengrajin Kastaman Bidai. Akibatnya pengrajin Kastaman Bidai belum mampu mengembangkan produk kerajinan anyaman bidai untuk memproduksi karya-karya kreatif yang memiliki kualitas seni tinggi, keunikan, nilai artistik dan standarisasi produk. Kendala kedua, tidak adanya strategi yang tepat dan efisien dalam pemasaran bidai, menyebabkan perajin berada pada bargaining position yang lemah (Sunyata, 2019). Oleh karena itu, diperlukan upaya pemberdayaan masyarakat melalui pengenalan manajemen strategi pemasaran dan menjalin mitra agar dapat meningkatkan daya tawar serta mengembangkan jaringan pemasaran yang lebih luas. Pemasaran produk dapat dilakukan melalui strategic digital marketing berupa e-commerce dengan memanfaatkan media digital dan internet. Selanjutnya kendala atau permasalahan ketiga, pelaku usaha Industri Rumah Tangga (IRT) Kastaman bidai belum memiliki Nomor Ijin

Berusaha (NIB). Hal ini dikarenakan pelaku usaha Industri Rumah Tangga, kesulitan mendaftarkan diri ke sistem berbasis daring karena belum terbiasa.

Kegiatan pendampingan UMKM terhadap pelaku usaha Industri Rumah Tangga (IRT) yang dilakukan oleh STKIP Singkawang meliputi Pelatihan Diversifikasi Produk Usaha Kerajinan Bidai Workshop e-commerce yang termasuk kedalam Edu Preneur Green Economy, Integrasi Edu Teknologi yang terbaru, hal ini merupakan solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan Kastaman Bidai terkait kerajinan anyaman bidai dalam meningkatkan dan membekali mitra dengan keterampilan (soft skill) di bidang wirausaha atau entrepreneurship.

Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan membekali dengan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk mitra pelaku usaha Industri Rumah Tangga (IRT) yakni Kastaman Bidai meningkatkan strategi pemasaran produk anyaman bidai dan membekali mitra dengan keterampilan (soft skill) di bidang wirausaha atau entrepreneurship. Tentunya hal ini menjadi tantangan dalam pengelolaan dan peningkatan mutu usaha Industri Rumah Tangga Kastaman Bidai. Langkah yang dapat diambil, salah satunya dengan memberikan bekal melalui kegiatan edu preneur di Kastaman Bidai dengan melibatkan masyarakat setempat dan seluruh unsur Kastaman Bidai serta memberikan Pendidikan soft skill wirausaha dan pengelolaannya bagi warga pengrajin anyaman bidai Kastaman Bidai. Edu Preneur Green Economy, Integrasi Edu Teknologi melalui strategic digital marketing berupa e-commerce yang terbaru dapat dijadikan solusi bagi Kastaman Bidai. Menghasilkan produk rekacipta Edu Preneur Green Economy, Integrasi Edu Teknologi melalui strategic digital marketing berupa e-commerce yang terbaru.

METODE PELAKSANAAN

Mitra kegiatan dalam Program ini adalah salah satu pelaku UMKM di Kota Singkawang, yaitu Kastaman Bidai Singkawang. Kastaman Bidai adalah UMKM di Kota Singkawang yang bergelut dalam usaha jual beli kerajinan Masyarakat suku Dayak yaitu Bidai. Kastaman Bidai memiliki 4 orang pengrajin dalam memproduksi produk bidainya. Lokasi pelaksanaan Program adalah di Alamat UMKM Kastaman Bidai yaitu Kelurahan Naram, Kecamatan Singkawang Utara Kota Singkawang, yang berjarak sekitar 3 Km dari Kampus STKIP Singkawang. Waktu pelaksanaan Program yaitu Bulan November – Desember Tahun 2023.

Tahapan yang dilakukan untuk melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra dikelompokkan pada beberapa kegiatan. Metode kegiatan sebagai berikut.

1. Sosialisasi Program Diversifikasi Produk dan Optimalisasi E-Commerce Sebagai Upaya Eskalasi Penjualan dan Daya Saing Usaha Kerajinan Bidai di Kota Singkawang Bersama Mitra
2. Pelatihan dan Pendampingan Penyusunan laporan Keuangan Digital Berdasarkan SAK EMKM Bagi UMKM
3. Pelatihan Diversifikasi Produk Bidai pada UMKM
4. Workshop Optimalisasi Pemasaran Digital Melalui E-Commerce Dan Pembuatan Logo
5. Pelatihan dan Pendampingan Pengiklanan Produk Secara Digital dan Sosial Media Advertisements
6. Refleksi Pelatihan dan Pendampingan Diversifikasi Produk Bidai pada UMKM
7. Refleksi Optimalisasi Website E-Commerce pada UMKM
8. Desiminasi Hasil Kegiatan Diversifikasi Produk dan Optimalisasi E-Commerce Sebagai Upaya Eskalasi Penjualan dan Daya Saing Usaha Kerajinan Bidai di Kota Singkawang

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sosialisasi Program Pembinaan Kepada Mitra

Rangkaian kegiatan program yang pertama ini dilaksanakan pada 2 November 2023. Kegiatan ini bertujuan memberikan gambaran umum dan mempersiapkan tim dari kedua belah pihak sekaligus dan tanya jawab terkait rancangan tahapan pelaksanaan program diversifikasi produk dan e-commerce kerajinan bidai di kota Singkawang. Kegiatan ini akan dilaksanakan secara bersama-sama antara mitra dan tim pelaksana perguruan tinggi.

Kegiatan ini diharapkan mampu menghasilkan kesepahaman dan dokumentasi rencana kerja beserta waktu pelaksanaan oleh tim pelaksana perguruan tinggi dan mitra. Kegiatan ini bertujuan untuk menggali pendapat mitra tentang diversifikasi produk dan optimalisasi e-commerce bagi kerajinan bidai; menyamakan persepsi antara mitra dan pelaksana perguruan tinggi untuk melakukan diversifikasi produk dan optimalisasi e-commerce kerajinan bidai. Serta tim pelaksana perguruan tinggi akan mempersiapkan materi, lokasi, dan teknis pelaksanaan pada saat kegiatan berlangsung



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi Program

2. Pelatihan dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Digital

Rangkaian kegiatan program yang ke dua yaitu Pelatihan dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Digital pada 11 November 2023. Kegiatan ini didesain sebagai sarana untuk membekali pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) produk Bidai dengan keterampilan dan pengetahuan dalam menyusun laporan keuangan berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan untuk Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) secara digital. Berikut beberapa poin utama dari kegiatan ini:

- 1) Pemahaman tentang SAK EMKM: Penjelasan mendalam tentang prinsip-prinsip SAK EMKM, dengan fokus pada penerapan dalam konteks UMKM produk Bidai.
- 2) Penggunaan Alat dan Aplikasi Digital: Pelatihan praktis dalam menggunakan perangkat lunak atau aplikasi digital yang mempermudah penyusunan laporan keuangan, termasuk pembukuan dan pelaporan secara efisien.
- 3) Pendampingan Langsung: Sesi interaktif yang melibatkan pendampingan langsung dalam menyusun laporan keuangan sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik UMKM Bidai masing-masing peserta.
- 4) Kustomisasi Laporan Keuangan: Pembelajaran untuk menyusun laporan keuangan yang relevan dan informatif, yang bisa memberikan pandangan yang jelas tentang kesehatan keuangan bisnis serta bahan referensi bagi keputusan strategis.
- 5) Penerapan Teknologi untuk Pelaporan Keuangan: Memanfaatkan teknologi digital untuk memudahkan pencatatan, analisis, dan pelaporan keuangan UMKM Bidai, termasuk penerapan teknologi keuangan terkini.
- 6) Evaluasi dan Umpan Balik: Sesi evaluasi secara berkala untuk memastikan pemahaman yang tepat serta memberikan umpan balik konstruktif untuk meningkatkan kualitas laporan keuangan.
- 7) Pengenalan atas Dampak Laporan Keuangan yang Akurat: Menyoroti pentingnya laporan keuangan yang akurat dalam pengambilan keputusan bisnis yang tepat dan strategis.

Kegiatan ini akan dipandu oleh profesional yang berpengalaman dalam bidang akuntansi dan teknologi keuangan, dengan tujuan untuk memberikan pelatihan yang praktis, terarah, dan sesuai dengan kebutuhan UMKM produk Bidai dalam menyusun laporan keuangan digital berbasis SAK EMKM.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Penyusunan laporan Keuangan Digital

3. Pelatihan dan Pendampingan Diversifikasi Produk Bidai pada UMKM

Mekanisme pelaksanaan atau proses diversifikasi produk, dalam peningkatan pengetahuan dan keterampilan kreativitas Kastaman Bidai, diberikan pelatihan tentang pengetahuan dan ketrampilan mitra untuk meningkatkan diversifikasi kerajinan anyaman tikar bidai menjadi taplak meja, tas dan hiasan dinding/dekoratif.



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Diversifikasi Produk Bidai pada UMKM

Diversifikasi adalah usaha penganeekaragaman produk. Penganekaragaman produk akan menghasilkan perbedaan produk dari pesaing. Melalui diversifikasi produk diharapkan dapat memaksimalkan omset penjualan. Diversifikasi yang tepat dilakukan melalui peningkatan kualitas produk. Kualitas produk dapat ditingkatkan dengan mengikuti pelatihan membuat

kerajinan tangan oleh tenaga ahli yang berkompeten dibidangnya. Tim pelaksana juga dapat mengundang Komunitas bidai Kota lain sebagai instruktur pelatihan.

4. UMKM Workshop Optimalisasi Pemasaran Digital Melalui E-Commerce Dan Pembuatan Logo

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah tutorial dan diskusi. Diskusi dipilih agar dapat menjangkau peluang dan aspirasi dari Kastaman Bidai dalam upaya pembentukan website Kastaman Bidai. Diskusi diadakan dengan mengundang seluruh pengrajin Kastaman Bidai. Tahapan yang dilakukan dilakukan dalam diskusi adalah: a) Paparan dari tim pelaksana perguruan tinggi tentang arti penting pembuatan website usaha Kastaman Bidai. Paparan dari tim pelaksana perguruan tinggi dimaksudkan untuk memberikan pemahaman kepada peserta diskusi serta agar diskusi yang dilakukan dapat fokus; b) Penyampaian pendapat dari peserta yang hadir dan c) Tanya jawab. Metode Demonstrasi. Metode ini bertujuan untuk mendemonstrasikan penggunaan website, dan memberikan pengertian pengoperasian dan perawatan website. Metode Pendampingan: Setelah mitra mengikuti pelatihan dengan metode ceramah, diskusi dan demonstrasi serta dapat memahami dan menguasainya maka langkah selanjutnya dilakukan pendampingan terhadap pengoperasian website.

Pelaksanaan pendampingan yang dilakukan Usaha kerajinan Kastaman Bidai. Penggunaan website akan menjangkau sasaran yang lebih luas dan dapat meningkatkan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan adanya kemudahan yang ditawarkan bagi target sasaran promosi dalam mengakses. Kegiatan pendampingan dilakukan dengan beberapa tahap yaitu (1) Pembukaan, (2) Sambutan dan Pelaksana, (3) Presentasi hasil pembuatan website ke peserta, (4) Pengenalan fitur yang ada dalam website, (5) Pelatihan serta pendampingan pengoperasian website. Pemberian materi oleh tim pelaksana dimulai dari bentuk website, menu-menu di dalam website, hingga fungsi dari setiap menu dan cara pengoperasiannya. Satu per satu menu ditampilkan agar peserta melihat secara keseluruhan menu yang ada di dalam website.



Gambar 4. Kegiatan Workshop Optimalisasi Pemasaran Digital Melalui E-Commerce Dan Pembuatan Logo

5. Pelatihan dan Pendampingan Pengiklanan Produk Secara Digital dan Social Media Advertisemens

Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang strategi pengiklanan digital dan pengelolaan media sosial yang efektif untuk produk Bidai. Melalui pendekatan praktis dan interaktif, peserta akan dibimbing untuk:

1. Memahami Tujuan dan Target Pasar: Mengidentifikasi tujuan pemasaran produk Bidai dan mengenali audiens yang tepat untuk mencapai hasil yang diinginkan.
2. Menggunakan Platform Digital: Menyelami berbagai platform digital seperti Google Ads, Facebook Ads, Instagram, dan mungkin juga platform lain yang relevan untuk mengoptimalkan kampanye iklan.
3. Strategi Konten yang Menarik: Memahami jenis konten yang efektif untuk media sosial dan bagaimana menghasilkan konten yang menarik, kreatif, serta relevan dengan tujuan kampanye.

4. Pengukuran dan Analisis Kinerja: Belajar menggunakan alat analisis untuk melacak kinerja kampanye secara terukur, mengevaluasi hasil, dan melakukan perubahan strategis berdasarkan data yang terkumpul.
5. Pendampingan Praktis: Sesi pelatihan akan disertai dengan pendampingan praktis, di mana peserta akan diberikan tugas, mendapat umpan balik, dan panduan langsung untuk menerapkan konsep yang dipelajari.
6. Best Practices dan Trend Terkini: Mempelajari praktik terbaik dalam dunia pemasaran digital, serta tren terbaru dalam pengiklanan produk yang bisa memberikan keunggulan kompetitif.
7. Strategi Jangka Panjang: Mengembangkan strategi jangka panjang untuk membangun kehadiran digital yang kuat bagi produk Bidai, termasuk pengelolaan konten dan interaksi dengan pelanggan.

Kegiatan ini akan dipandu oleh para ahli dalam bidang pemasaran digital yang berpengalaman. Tujuan utamanya adalah untuk mempersiapkan peserta dengan pengetahuan yang praktis dan aplikatif, sehingga mereka dapat mengelola dan meningkatkan visibilitas serta performa produk Bidai secara efektif di platform digital dan media sosial.

6. Refleksi Pelatihan dan Pendampingan Diversifikasi Produk Bidai Pada UMKM

Kegiatan refleksi ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan yang mendalam tentang efektivitas upaya diversifikasi produk bidai serta sebagai dasar untuk pengambilan keputusan yang lebih baik dalam pengembangan produk dan strategi pemasaran.



Gambar 5. Kegiatan Refleksi Pelatihan dan Pendampingan Diversifikasi Produk Bidai

Kegiatan refleksi diversifikasi produk bidai adalah kesempatan bagi tim atau pelaku usaha untuk merefleksikan proses pengembangan, inovasi, dan variasi produk dalam industri kerajinan bidai. Ini melibatkan:

1. Evaluasi Strategi Diversifikasi: Meninjau strategi yang diterapkan dalam memperluas jangkauan produk bidai, termasuk penambahan variasi, perubahan desain, atau penggunaan bahan baru.
2. Analisis Respon Pasar: Menganalisis bagaimana pasar atau konsumen menanggapi produk-produk yang telah diperkenalkan, termasuk respon positif, kebutuhan perbaikan, atau tren penjualan.
3. Penilaian Kinerja Produk: Mengevaluasi kinerja masing-masing produk baru atau yang telah diubah, baik dari segi keuntungan, penerimaan pasar, maupun kecocokan dengan identitas merek.
4. Refleksi Terhadap Pembelajaran: Merenungkan pembelajaran yang diambil selama proses diversifikasi produk, termasuk kesuksesan, hambatan yang dihadapi, dan pelajaran yang berharga.
5. Perencanaan Langkah Selanjutnya: Menyusun rencana ke depan berdasarkan hasil refleksi, termasuk penyesuaian strategi, perbaikan produk, atau langkah-langkah inovatif berikutnya.

7. Refleksi Optimalisasi Website E-Commerce Pada UMKM

Kegiatan refleksi dilaksanakan dengan tujuan evaluasi dari pelatihan dan pendampingan penggunaan website oleh Kastaman Bidai atau user apa sudah bisa menggunakan website secara mandiri sehingga konten yang telah atau akan dilaksanakan bisa diunggah secara mandiri. Harapan dari dilaksanakannya pendampingan ini, agar semua peserta dapat memahami dan dapat mempraktikkan cara pengoperasian website. Dengan adanya Kastaman Bidai, diharapkan dapat digunakan sebagai media promosi yang lebih luas bagi Kastaman Bidai sehingga bisa lebih dikenal masyarakat, baik di area Kalimantan Barat, maupun di luar Kalimantan Barat.



Gambar 6. Kegiatan Refleksi Pelatihan dan Pendampingan Optimalisasi Website E-Commerce pada UMKM

8. Desiminasi Hasil Kegiatan Diversifikasi Produk dan Optimalisasi E-Commerce Sebagai Upaya Eskalasi Penjualan dan Daya Saing Usaha UMKM Kerajinan Bidai Kota Singkawang

Kegiatan Desiminasi program dilaksanakan sebagai rangkaian akhir program dengan menyampaikan hasil program yang telah tercapai kepada Masyarakat umum di Kota Singkawang. dalam kegiatan desiminasi ini, menghadirkan Kepala Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Kota Singkawang, Pelaku UMKM Kota Singkawang, Dosen STKIP Singkawang, Mahasiswa STKIP Singkawang, dan unsur Masyarakat Kota Singkawang.



Gambar 7. Kegiatan Desiminasi Program

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari program yang telah dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Program Diversifikasi Produk dan optimalisasi E-Commerce Sebagai Upaya Eskalasi Penjualan dan Daya Saing Usaha UMKM Kerajinan Bidai Kota Singkawang sudah terlaksana dengan sangat baik
2. Pemahaman dan keterampilan Mitra UMKM Kastaman Bidai mengenai penyusunan laporan keuangan digital, diversifikasi produk bidai, pemasaran dan pengiklanan digital produk bidai sudah sangat baik
3. Mitra UMKM Kastaman Bidai sudah dapat memproduksi produk turunan dari Bidai

Saran

Diperlukan pelatihan dan pendampingan dalam waktu yang lebih lama dalam melaksanakan Program, sehingga akan didapatkan hasil yang lebih baik lagi

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi Kemdikbudristek melalui Platform Kedaireka dengan Program Pembinaan UMKM Berbasis Kemitraan Tahun 2023 yang mendanai program. Ucapan terimakasih pula kami sampaikan kepada Ketua STKIP Singkawang yang telah mendukung pelaksanaan Program, Mitra UMKM Kastaman Bidai serta seluruh pihak yang mendukung dan berpartisipasi di dalam pelaksanaan program

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, J. Bidai dan Takin Dalam Perspektif Sosio-Ekonomi Masyarakat Perbatasan Indonesia-Malaysia. *JSHP (Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan)*, 2018; 2(1), 85. <https://doi.org/10.32487/jshp.v2i1.281>
- Dewi, Shanty Kusuma, And Annisa Kesya Garside. "Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Pada Home Industry Abon." *Jurnal Teknik Industri*, 2014; 15(2):170–81.
- Febriyanto, Mohamad Trio, And Debby Arisandi. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean." *Jmd: Jurnal Manajemen Dewantara*, 2018; 1(2):61–76.
- Lahu, E. P., & Sumarauw, J. S. Analisis pengendalian persediaan bahan baku guna meminimalkan biaya persediaan pada dunkin donuts manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2017; 5(3).
- Niko, N. Perempuan pengrajin bidai di perbatasan jagoi babang nikodemus niko. *RAHEEMA: Jurnal Studi Gender Dan Anak*, 2016; 185–190.
- Pangesti, S. Penguatan Regulasi Perseroan Terbatas Perorangan Usaha Mikro Dan Kecil Dalam Mendukung Pemulihan Ekonomi Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 2021; 10(1), 117. <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v10i1.650>
- Sari, R. U., Rusdarti, R., & Syamwil, R. Pengembangan Model Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal di Sekolah Kejuruan Wilayah Kalimantan Barat. *Journal of Vocational and Career Education*, 2017; 2(2). <https://doi.org/10.15294/jvce.v2i2.13858>
- Sarwoko, E. Surachman, A. dan Djumilah H. Entrepreneurial Characteristics and Competency as Determinan of Business Performance in SMEs [Internet]. *IOSR journal of Business and Management*. 2013 [disitasi 4 Oktober 2023]. Page. 33 <http://www.iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol7-issue3/E0733138.pdf>
- Sumarli, R., Triani, S. N., Kamaruddin, B., & Marhayani, D. A. Pelatihan Pembuatan Nugget Ikan Toman Bagi Masyarakat Desa Kumba Daerah Perbatasan Indonesia-Malaysia. *International Journal of Public Devotion*, 2021; 4(2), 69-74.
- Sunyata, L. Faktor-Faktor Penghambat Pengembangan Strategi Pemasaran Bidai Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Pengrajin Bidai Di Wilayah Perbatasan Jagoi Babang-Sirikin. *Proyeksi*, 2019; 24(1). <https://doi.org/10.26418/proyeksi.v24i1.2453>
- Syarifuddin, U., Ilyas, G. B., Misbahuddin, M., Mustafa, H., & Sani, A. Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Anyaman Rotan dan Bambu melalui Pemasaran Online di Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 2022; 2(2), 1-24.
- Udoyono, K. (2012). E-procurement dalam Pengadaan Barang dan Jasa untuk Mewujudkan Akuntabilitas di Kota Yogyakarta. *Jurnal Studi Pemerintahan*.