

Implementasi Digitalisasi Manajemen Usaha Melalui *Digital Marketing* dan Pembukuan *Digital* pada UMKM Bengkel Vespa Kota Bandung

¹Dwi Puryati, ²Susinah Kuntadi*

*Corresponding Author

^{1,2}STIE Ekuitas

email: ¹dwi.puryati@ekuitas.ac.id, ²susikuntadi@gmail.com

Abstract

The aim of this service activity is to provide solutions to the problems faced by Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) related to digitalization of marketing and bookkeeping. The method used in this service is digital marketing and bookkeeping training and assistance. The development of the Vespa Workshop MSME business encourages MSME players to carry out records in an orderly manner using existing technology so that MSME players can know with certainty the performance results during a certain period. The profits earned, the amount of inventory available, payment of salaries on time, maintenance of assets are things that must be considered when the business grows. Apart from that, creating a marketplace and utilizing social media are also determining factors for future business success. The result of this community service is the implementation of digital marketing for regular business promotion on Instagram and WhatsApp, improving the quality of service via chatbot and improving bookkeeping and preparing business financial reports. The results of the questionnaire regarding promotional media, financial aspects and service quality showed a score of 91% in the very good category. The implementation of digital marketing and digital bookkeeping has an impact on increasing consumer satisfaction, orderly bookkeeping and increasing sales and profits of partner businesses.

Keywords: *Bookkeeping, Digital, Marketing, Media Performance*

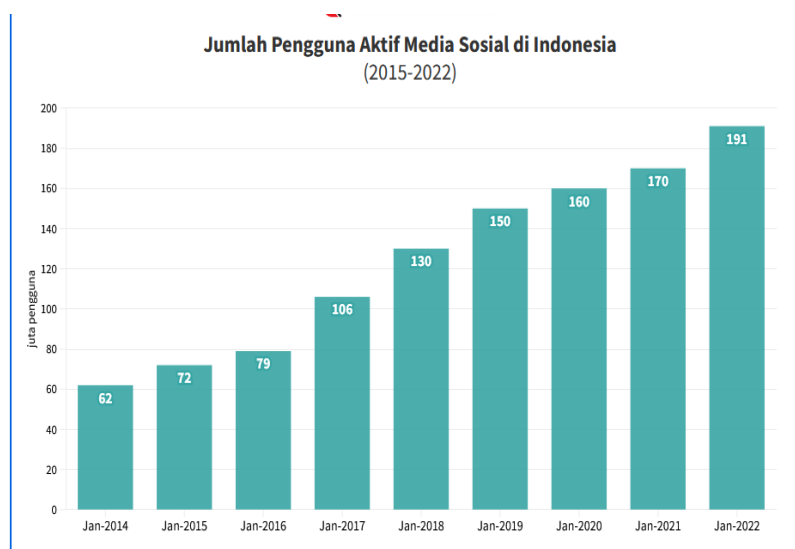
Abstrak

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terkait dengan digitalisasi pemasaran dan pembukuan. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini yaitu pelatihan dan pendampingan *digital marketing* dan pembukuan. Berkembangnya usaha UMKM Bengkel Vespa mendorong pelaku UMKM untuk melakukan pencatatan dengan tertib menggunakan teknologi yang ada agar pelaku UMKM dapat mengetahui dengan pasti hasil kinerja selama periode tertentu. Laba yang diperoleh, jumlah persediaan yang ada, pembayaran gaji tepat waktu, pemeliharaan aset merupakan hal yang harus diperhatikan ketika usaha semakin berkembang. Selain itu pembuatan market place dan pemanfaatan sosial media juga merupakan faktor penentu keberhasilan usaha di masa mendatang. Hasil pengabdian kepada masyarakat ini telah diimplementasikannya *digital marketing* untuk promosi usaha secara rutin di Instagram dan whatsapp, peningkatan kualitas layanan via chatbot dan perbaikan pembukuan dan penyusunan laporan keuangan usaha. Hasil kuesioner mengenai media promosi, aspek keuangan dan kualitas pelayanan menunjukkan nilai 91% dalam katagori sangat baik. Implementasi *digital marketing* dan pembukuan digital berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen, tertib pembukuan dan peningkatan penjualan dan laba usaha mitra.

Kata kunci: Digital, Kinerja Media, Pemasaran, Pembukuan

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi berupa teknologi digital memberi perubahan bagi pertumbuhan ekonomi (Merdeka, 2021). Perkembangan teknologi digital semakin pesat, khususnya semenjak pandemic Covid-19. Gubernur Bank Indonesia, menyampaikan bahwa transaksi platform perdagangan elektronik tahun 2022 mengalami pertumbuhan sekitar 12% dari tahun sebelumnya (Bank Indonesia, 2022). Akselerasi digitalisasi UMKM dilakukan guna memperluas akses pasar serta meningkatkan daya saing. Digitalisasi ekonomi menjadi salah satu bukti nyata di era Revolusi Industri 4.0, termasuk dalam penggunaan media sosial dalam menunjang pemasaran digital sebagaimana dalam gambar berikut.



Gambar 1. Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia
Sumber: Data Indonesia

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa perlu merumuskan strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang unggul dan prima. Kualitas pelayanan menjadi salah satu keberhasilan perusahaan yang dapat dirasakan oleh pelanggan. Perusahaan dituntut untuk siap memenuhi keinginan pelanggan dan mengikuti perkembangan zaman agar pelanggan tidak mudah berpindah pada penyedia jasa lainnya. Kualitas layanan yang unggul dan konsisten akan membuktikan pada pelanggan bahwa jasa yang digunakan adalah jasa terbaik sehingga muncul nilai yang menumbuhkan kepuasan pelanggan menggunakan jasa pelayanan secara terus-menerus dan menciptakan loyalitas konsumen (Kuntari et al., 2016). Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah digital marketing. Penggunaan *digital marketing* dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen (Putri et al., 2021). Selain itu untuk mengetahui kinerja keuangan usaha mitra, maka perlu dilakukan pembukuan sederhana. Dengan melakukan pembukuan sederhana, maka mitra dapat mencatat semua transaksi usaha, menghitung pendapat dan laba, mengetahui posisi keuangan setiap akhir periode. Pembukuan sederhana juga dapat menghasilkan laporan keuangan yang nantinya akan berguna sebagai salah satu syarat mengajukan pinjaman bank.

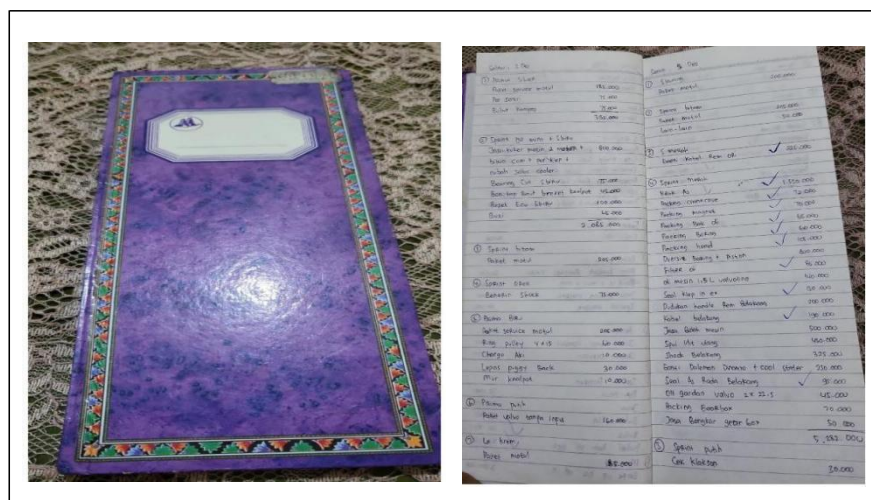
Analisis Permasalahan Mitra

Pemasaran Digital

Hasil penelitian (Naimah et al., 2020) menyimpulkan bahwa masih banyak pelaku UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital. Demikian juga pemasaran produk UMKM bengkel vespa Kota Bandung dilakukan secara konvensional yaitu dengan mengadakan promosi dari mulut ke mulut dan promosi melalui whatsapp. Di era digitalisasi strategi pemasaran berbasis digital mutlak diperlukan agar jangkauan pemasaran semakin luas dan konsumen semakin banyak sehingga omset penjualan meningkat. Pelaku UMKM harus lebih inovatif dalam melakukan akselerasi ekonomi termasuk *digital marketing* (Rahman & Hadiyati, 2020). Selera pelanggan dan calon pelanggan terpengaruh oleh tayangan, tontonan, narasi, promosi yang menarik (Rahman & Hadiyati, 2020). UMKM yang memiliki akses *online*, terlibat di media social, dan mengembangkan kemampuan *ecommerce*-nya, akan terjadi peningkatan penjualan. Demikian juga untuk cara pembayaran, tidak harus melalui pembayaran tunai tetapi dapat digunakan cara pembayaran digital dengan Ovo, Gopay, *Shopeepay*, dana dan sebagainya.

Tertib Administrasi Pembukuan Digital

Selama ini pelaku UMKM bengkel vespa Kota Bandung belum semua melakukan pencatatan atau pembukuan. Keuangan usaha pun masih digabung dengan keuangan pribadi, sehingga kinerja usahanya tidak dapat dihitung. Tidak dilakukannya pencatatan karena mereka tidak memahami pembukuan sederhana yang benar dan akurat. Pemilik dan pengelola salah satu bengkel vespa di Kota Bandung menyampaikan bahwa pelaku usaha UMKM kadang-kadang mencatat biaya pembelian bahan, penerimaan kas hanya sekedaranya sebagai mana disajikan pada Gambar 1. Pencatatan pun tidak secara rutin dan konsisten. Pelaku UMKM kesulitan dalam menghitung dan mencatat pemakaian bahan, upah karyawan, biaya jasa dan pencatatan keuntungan. Perhitungan keuntungan juga hanya berdasarkan taksiran dari omset penjualan, tidak ada perhitungan secara akurat berapa keuntungan yang diperoleh setiap bulannya. Pada pengabdian ini akan dilakukan Sosialisasi pembukuan sederhana menggunakan *software excel* dan pendampingan penggunaan *software* tersebut sehingga pelaku UMKM melakukan pembukuan atau pencatatan secara tertib.



Gambar 2. Pencatatan Manual Transaksi Mitra

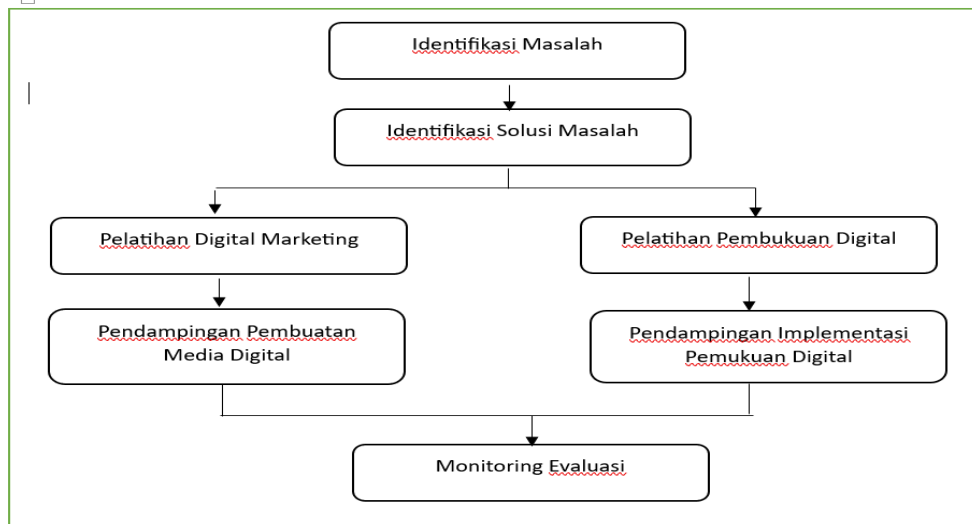
2. Metode

Pengabdian masyarakat terkait implementasi digitalisasi manajemen usaha melalui *digital marketing* dan digital pembukuan UMKM Bengkel Vespa Kota Bandung ini di mulai pada

bulan Maret 2023 sampai dengan Agustus 2023. Peserta kegiatan adalah komunitas bengkel vespa Kota Bandung dengan jumlah peserta perwakilan dari sembilan bengkel vespa di Kota Bandung yaitu Bengkel Vespa R2D Speed Project, Moscow, Vestarim, Scooci, Coffscot, Vespuci, Lacasa, Shd Scooter, Felice Scooter.

Lokasi pengabdian dilaksanakan di Bengkel R2D Speed Project, Jl PHH. Mustopha No. 85 Bandung.

Alur proses pelaksanaan pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan oleh tim disajikan pada gambar berikut.



Gambar 3. Metode Pelaksanaan Pengabdian

Setelah melakukan identifikasi dan solusi masalah, tim pengabdian melakukan pelatihan mengenai *digital marketing* dan pembukuan digital pada tanggal 12 Maret 2023.

Digital marketing adalah segala upaya pemasaran yang dilakukan menggunakan perangkat yang terhubung dengan internet (Chakti, 2019). Pemasaran digital dilakukan dengan beragam strategi dan media digital bertujuan untuk komunikasi kepada calon konsumen melalui saluran komunikasi *online*. Materi pelatihan *digital marketing* terdiri dari (1) Target pasar produk/jasa, (2) Jenis *Digital Marketing*, (3) Tantangan dan Peluang Media Sosial bagi UMKM, dan (4) Cara membuat media *digital marketing*.



Gambar4. Materi Pelatihan Digital Marketing

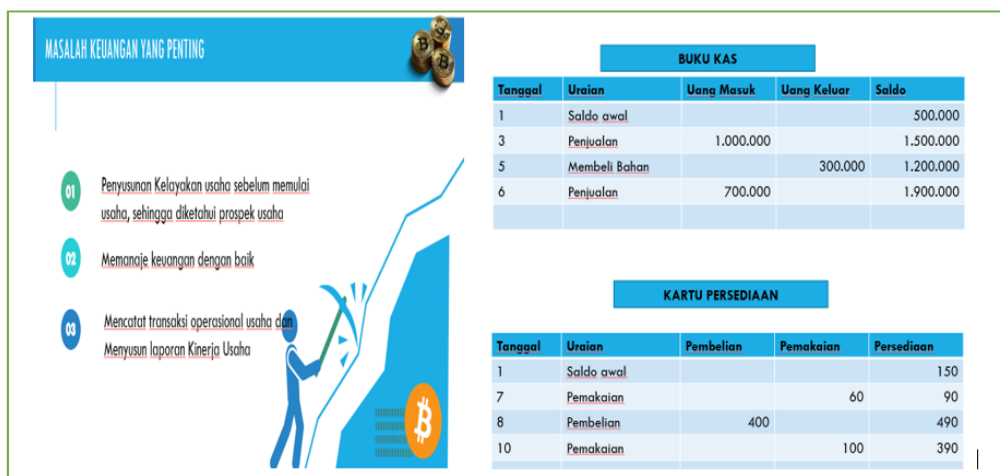
Berdasarkan hasil kesepakatan dengan mitra, media *digital marketing* yang akan digunakan adalah google bisnis, *chatbot*, dan instagram. Google bisnis merupakan aplikasi

gratis yang dapat digunakan untuk membantu agar bisnis para pelaku UMKM. Penggunaan google bisnis memungkinkan pelaku UMKM menjalankan bisnis dengan melayani pelanggan di lokasi tertentu atau melayani pelanggan di area layanan yang ditentukan. Google bisnis dapat membantu orang lain menemukan bisnis UMKM tersebut (Untari et al., 2019). Chatbot adalah kecerdasan buatan untuk berinteraksi dengan pengguna melalui antarmuka obrolan (Heo & Lee, 2018; Van Den Broeck et al., 2019). *Chatbot* dapat menjawab pertanyaan pengguna 24 jam sehari dan tidak memiliki batas waktu dan sebagai *interface* antara pelanggan dan perusahaan (Quah & Chua, 2019). (Heo & Lee, 2018) menyatakan bahwa *chatbot* menawarkan peluang baru bagi perusahaan untuk komunikasi bisnis. Perusahaan mengharapkan penghematan biaya dan peningkatan penjualan dengan menyediakan layanan berbasis chatbot kepada pelanggan mereka, seperti memberikan tanggapan atas pertanyaan dan memenuhi pesanan tanpa batasan waktu (Accenture, 2016; Cloudhost, 2020). Dengan dibuatkannya chatbot diharapkan pelayanan dan kepuasan konsumen akan meningkat (Chung et al., 2020; Sanny et al., 2020).

Media sosial lain yang diusulkan adalah Instagram. Instagram memiliki fitur akun bisnis yang memudahkan pelaku bisnis untuk membuat profil bisnis dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan media sosial tersebut. Dengan fitur tersebut, UMKM dapat memperkenalkan profil bisnisnya, memperoleh wawasan tentang pengikut, dan mempromosikan kiriman untuk mendorong tujuan bisnis (Rahman & Hadiyati, 2020).

Pelatihan pembukuan digital yang diberikan meliputi (a) Pengertian dan Tujuan Pembukuan, (b) Pencatatan Transaksi Usaha, (c) Lapoan Keuangan, dan (d) Penggunaan Excel dalam Pembukuan.

Penggunaan *software* akuntansi excel cukup sederhana tetapi dapat menghasilkan informasi yang dibutuhkan dan sangat cocok untuk pemula. Mitra dapat menghasilkan laporan laba rugi, neraca, laporan arus kas, laporan penjualan, laporan pembelian barang dan analisis laporan keuangan dengan mudah dan akurat. Sebagai contoh dari laporan penjualan, mitra dapat mengetahui sparepart yang paling sering digunakan dalam jasa bengkel, sehingga dapat diambil keputusan untuk menentukan harga jual jasa tersebut dan menganalisis sparepart dan jasa yang kurang laku. Dengan menggunakan *software excel*, permasalahan yang dihadapi mitra dalam administrasi pembukuan dan penyusunan laporan keuangan akan dapat diatasi dengan mudah



Gambar 5. Materi Pelatihan Pembukuan Digital



Gambar 6. Pelatihan *Digital Marketing* & Pembukuan *Digital*

Setelah implementasi pembuatan media digital dan penggunaan excel untuk mencatat dan membuat laporan keuangan, tim pengabdian melakukan monitoring dan evaluasi untuk memantau keberhasilan pelaksanaan kegiatan. Tim pengabdian membuat survei kepuasan konsumen dan *monitoring* serta evaluasi omset penjualan. Pelaksanaan program implementasi digital diharapkan berdampak pada meningkatnya kepuasan dan loyalitas konsumen (Putri et al., 2021) dan tertib pembukuan yang akan berdampak pada meningkatnya omset penjualan dan kinerja usaha (Sari & Indriani, 2017).

3. Hasil dan Pembahasan

Implementasi *digital marketing* dan pembukuan digital dilakukan melalui pendampingan kepada mitra. Mitra yang bersedia dilakukan pendampingan secara intens adalah bengkel R2D Speed Project. Pelaksanaan pendampingan dibantu oleh mahasiswa tim PKM. Setelah *software excel* digunakan untuk mencatat semua transaksi usaha, mitra dapat mengetahui dengan lebih akurat informasi pendapatan, dan laba usaha, posisi/nilai aset yang dimiliki dan juga informasi keuangan lainnya yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan. Misalnya informasi mengenai *sparepart* apa yang stoknya menipis dan harus segera dibeli, jasa yang kurang laku sehingga promosi digital bisa ditingkatkan. Pembukuan sederhana berbasis *digital* didesain sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha yang meliputi:

- Pencatatan untuk transaksi barang masuk berasal dari pembelian
- Pencatatan jenis barang secara terperinci
- Pencatatan *stock opname* barang
- Pencatatan penjualan jasa bengkel, harga pokok *sparepart* dan margin setiap jasa yang diberikan
- Penyusunan laporan keuangan berupa laporan laba rugi, dan laporan posisi keuangan

Untuk pencatatan point a, b, dan d dilakukan secara harian setiap ada transaksi. Pencatatan point c dilakukan setiap minggu disesuaikan dengan kebutuhan informasi mengenai persediaan suku cadang karena perputaran suku cadang tidak menentu, sehingga mitra perlu melakukan pengecekan stok suku cadang setiap minggunya. Sedangkan penyusunan laporan keuangan dilakukan setiap semester dengan pertimbangan perhitungan margin sudah bisa dilakukan setiap ada transaksi penjualan jasa dan posisi persediaan suku cadang sebagai elemen aset usaha sudah dilakukan secara rutin. Berikut disampaikan contoh pencatatan yang sudah dilakukan bengkel vespa R2D *Project*.

DAFTAR BARANG MASUK						
TANGGAL	KODE	NAMA	TIPE	HB	JUMLAH	TOTAL
2-May-23	roler3	roller moto1 8gram	#N/A	77000	16	1232000
2-May-23	vp01	V-BELT POWER LINK SPRINT	#N/A	170000	5	850000
3-May-23	vp03	vbelt powerlink zip	#N/A	0	1	0
4-May-23	elig1	KAMPAS REM DEPAN S ,LX,PRIMA IGET EM037	part agoy	84700	5	423500
6-May-23	adx1	#N/A	#N/A	#N/A	1	#N/A
7-May-23	adx2	maxxis 120/70/12	PART agoy	493000	1	493000
8-May-23	adx3	maxxis 130/70/12	PART agoy	545000	1	545000
9-May-23	adx3	maxxis 130/70/12	PART agoy	545000	1	545000
10-May-23	hndgrp	Handgrip luigy black	PART agoy	288000	1	288000
11-May-23	magnt1	PLAT MAGNET FOR ALL MODERN VESPA	PART agoy	112000	1	112000
11-May-23	adx2	maxxis 120/70/12	PART agoy	493000	2	986000
13-May-23	adx3	maxxis 130/70/12	PART agoy	545000	2	1090000
15-May-23	aki	AKI MOTTOBAT	PART agoy	250000	1	250000

DAFTAR PENJUALAN JASA R2D VESPA MATIC

TGL	KODE	NAMA	TIP	MODAL	Q	TOTAL MODAL	HARGA JUAL	MARGIN
02/05/2023	jvs	JASA	JASA	25000	1	Rp 25,000	Rp 120,000	Rp 95,000
02/05/2023	jvs	JASA	JASA	100000	1	Rp 100,000	Rp 160,000	Rp 60,000
02/05/2023	jvs	JASA	JASA	5000	1	Rp 5,000	Rp 45,000	Rp 40,000
02/05/2023	jvs	JASA	JASA	30000	1	Rp 30,000	Rp 150,000	Rp 120,000
02/05/2023	jvs	JASA	JASA	10000	1	Rp 10,000	Rp 80,000	Rp 70,000
03/05/2023	jvs	JASA	JASA	300000	1	Rp 300,000	Rp 450,000	Rp 150,000
03/05/2023	jvs	JASA	JASA	15000	1	Rp 15,000	Rp 30,000	Rp 15,000
03/05/2023	jvs	JASA	JASA	7500	1	Rp 7,500	Rp 15,000	Rp 7,500
03/05/2023	jvs	JASA	JASA	90000	1	Rp 90,000	Rp 110,000	Rp 20,000
03/05/2023	jvs	JASA	JASA	80000	1	Rp 80,000	Rp 90,000	Rp 10,000
03/05/2023	jvs	JASA	JASA	60000	1	Rp 60,000	Rp 95,000	Rp 35,000
03/05/2023	jvs	JASA	JASA	5000	1	Rp 5,000	Rp 60,000	Rp 55,000
03/05/2023	jvs	JASA	JASA	50000	1	Rp 50,000	Rp 200,000	Rp 150,000
03/05/2023	jvs	JASA	JASA	200000	1	Rp 200,000	Rp 950,000	Rp 750,000
04/05/2023	jvs	JASA	JASA	5000	1	Rp 5,000	Rp 40,000	Rp 35,000
04/05/2023	jvs	JASA	JASA	100000	1	Rp 100,000	Rp 175,000	Rp 75,000
04/05/2023	jvs	JASA	JASA	15000	1	Rp 15,000	Rp 30,000	Rp 15,000
04/05/2023	jvs	JASA	JASA	20000	1	Rp 20,000	Rp 40,000	Rp 20,000
04/05/2023	jvs	JASA	JASA	100000	1	Rp 100,000	Rp 180,000	Rp 80,000
04/05/2023	jvs	JASA	JASA	110000	1	Rp 110,000	Rp 180,000	Rp 70,000

Gambar 7. Contoh Pembukuan Digital



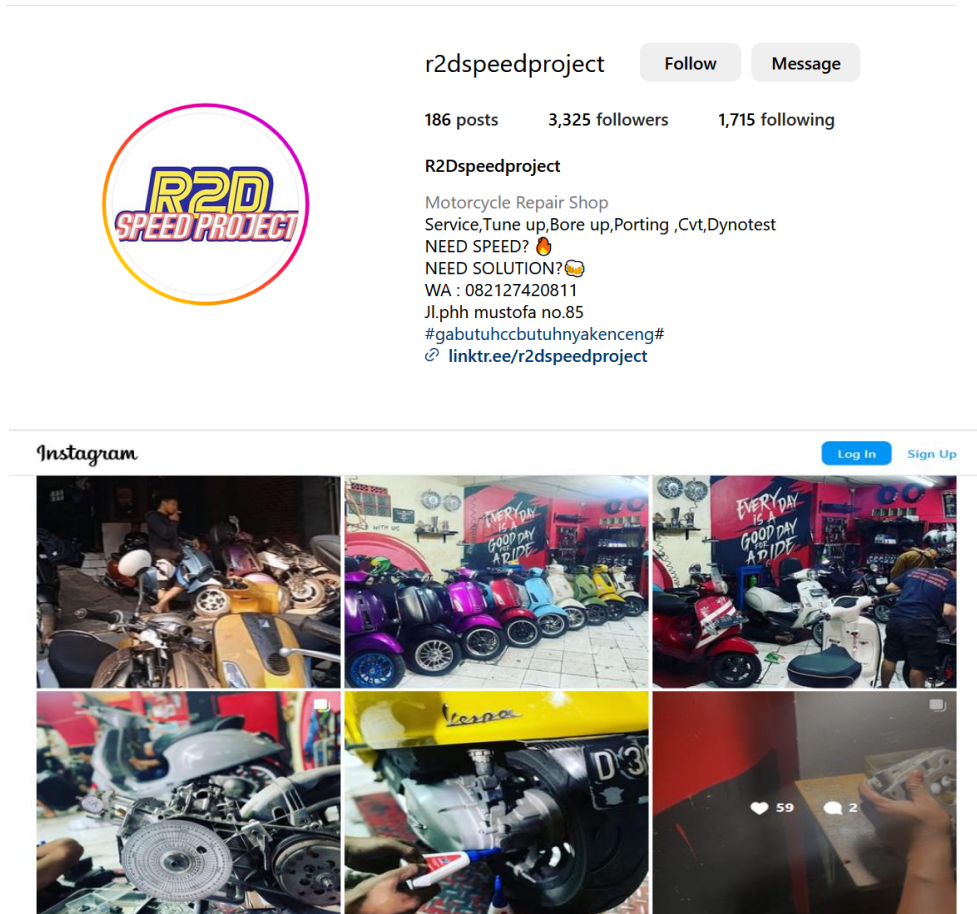
Gambar 8. Pendampingan Implementasi pembukuan sederhana

Pendampingan Implementasi *Digital Marketing* berupa pembuatan Instagram dan chatbot. Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang populer yang fokus pada berbagai foto dan video dengan instagram bengkel bisa melakukan beberapa hal yaitu:

1. Berbagi visual, bengkel bisa menunjukkan momen berharga dalam pekerjaannya sehari-hari melalui visual yang menarik.
2. Kreativitas, bengkel dapat menggunakan filter, efek dan alat pengeditan lainnya untuk membuat konten yang menarik dan unik.
3. Jaringan sosial, bengkel dapat mengikuti akun-akun yang sesuai dengan minat pelanggan, menjalin hubungan dengan orang-orang yang memiliki minat serupa dan membangun jaringan profesional.
4. Promosi dan bisnis, dengan instagram sebagai platform pemasaran untuk mempromosikan produk dan layanan mereka. Fitur seperti profil bisnis, iklan berbayar dan tautan ke situs web memungkinkan bisnis untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
5. Pembelajaran dan inspirasi, instagram penuh dengan akun-akun yang menyediakan konten inspiratif dan edukatif. Bengkel dapat mengikuti akun-akun pelanggan dan sesama bengkel atau komunitas motor dan banyak lagi yang dapat memberi ide untuk berbagai konten
6. Cerita (*Stories*), fitur *stories* di instagram memungkinkan bengkel untuk berbagi konten sementara yang hilang dalam waktu 24 jam, ini bisa menjadi cara yang bagus untuk berbagi momen-momen spontan atau mengikuti kegiatan harian tanpa harus mengisi *feed* utama.

Berikut disajikan contoh Instagram bengkel R2D *Speed Project*.

Instagram



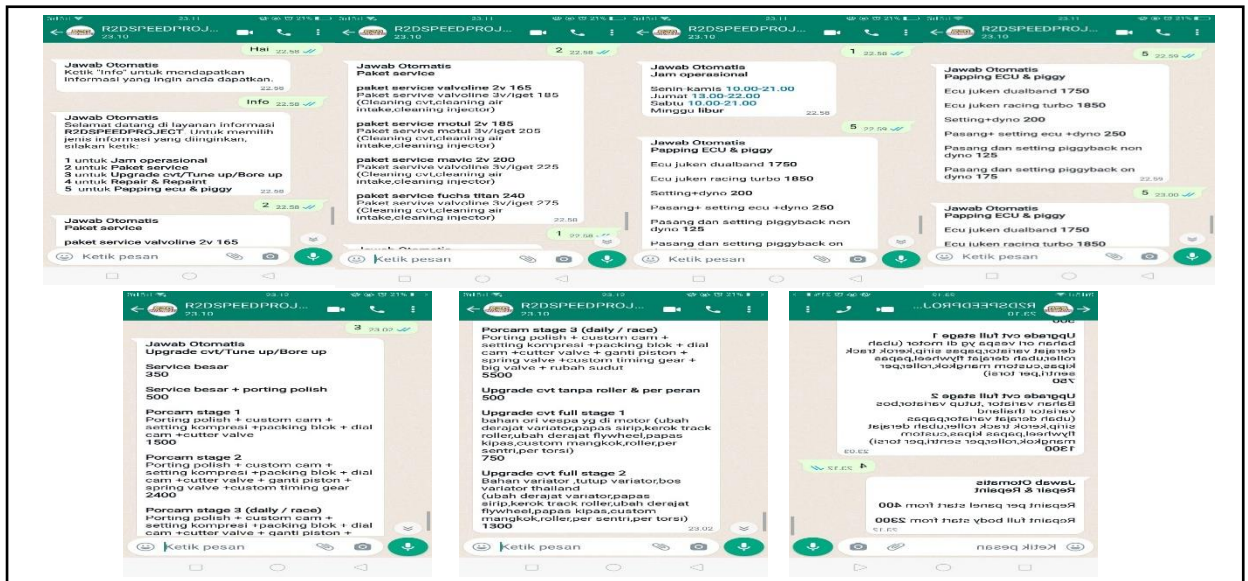


Gambar 9. Instagram Bengkel R2D

Penggunaan chatbot untuk bengkel motor memiliki sejumlah manfaat yang dapat meningkatkan pengalaman pelanggan, efisiensi operasional, dan keseluruhan kinerja bisnis (Wijaya et al., 2020; Zuraiyah et al., 2019). Dengan adanya chatbot bengkel bisa melakukan :

1. Pelayanan 24 jam : chatbot dapat memberikan pelayanan sepanjang waktu, bahkan di luar jam operasional bengkel, sehingga pelanggan mendapatkan informasi yang dibutuhkan *real time*.
2. Respons cepat : chatbot memberikan respons instan terhadap pertanyaan pelanggan, sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Panduan perawatan : chatbot dapat memberikan informasi panduan perawatan kendaraan kepada pelanggan. Ini membantu pelanggan menjaga kendaraan mereka dalam kondisi baik dan memperpanjang umur pakai.
4. Pemesanan mudah : chatbot dapat memfasilitasi proses pemesanan layanan perbaikan atau perawatan. Pelanggan dapat dengan mudah melihat jadwal yang tersedia dan membuat janji tanpa harus menghubungi langsung.
5. Penanganan dan pertanyaan umum : chatbot dapat mengatasi pertanyaan umum pelanggan tentang harga, jenis layanan, proses perbaikan, dan informasi lainnya, sehingga dapat mengurangi beban kerja di bengkel untuk menjawab pertanyaan yang sering diajukan.
6. Promosi dan penawaran : chatbot dapat memberikan informasi tentang penawaran, diskon atau promosi terbaru kepada pelanggan, sehingga dapat meningkatkan promosi dan omset pendapatan.
7. Efisiensi Operasional : dengan mengotomatiskan beberapa tugas layanan pelanggan, chatbot dapat membantu mengurangi beban kerja pada staf bengkel, sehingga mereka dapat fokus pada tugas-tugas yang memerlukan interaksi manusia.
8. Pengalaman Pelanggan : penggunaan chatbot menciptakan pengalaman yang modern dan canggih bagi pelanggan. Ini mencerminkan inovasi dan kesiapan bengkel untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi
9. *Competitive Edge* : mengadopsi teknologi chatbot dapat membantu bengkel motor membedakan diri dari pesaing dan menarik pelanggan yang mencari pengalaman layanan yang lebih baik

Dengan menggunakan chatbot bengkel vespa R2D Speed Project dapat meningkatkan layanan pelanggan, memperkuat brand, dan meningkatkan efisiensi operasional secara signifikan.



Gambar 10. Implementasi chatbot



Gambar 11. Penyerahan Handphone sebagai Media Digital Marketing



Gambar 12. Peserta pelatihan

Monitoring dan evaluasi dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan mengenai implementasi digital marketing, aspek keuangan dan kualitas layanan. Isian kuesioner menggunakan skala likert 1-5 (dari sangat kurang sampai sangat bagus). Kuesioner yang diterima berjumlah enam belas dengan rekapitulasi sebagai berikut:

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Kuesioner

Keterangan	5	4	3	2	1	Nilai	% Nilai
Media Promosi							
Banyaknya media promosi yang digunakan	8	8	0	0	0	72	90%
Konten dalam Instagram	7	9	0	0	0	71	89%
Konten dalam status WA bisnis	5	7	4	0	0	65	81%
Penggunaan chatbot via WA bisnis	11	4	1	0	0	74	93%
Isi chatbot sudah sesuai dengan harapan konsumen	10	4	2	0	0	72	90%
Nilai rata-rata media promosi							89%
Aspek Keuangan							
Biaya terinci dengan jelas	12	4	0	0	0	76	95%
Media pembayaran flekibel (Cash, Qris, Transfer)	13	3	0	0	0	77	96%
Harga sparepart dan jasa bengkel terjangkau	9	6	1	0	0	72	90%
Nilai rata-rata aspek keuangan							94%
Kualitas pelayanan							
Kondisi fisik dari gedung, peralatan, pegawai dan fasilitas lain bengkel (Tangible)	10	3	3	0	0	71	89%
Pelayanan yang diberikan bengkel (lengkap) sesuai dengan harapan (Reliability)	11	2	2	0	0	69	86%
Kecepatan memberikan pelayanan (Responsive)	9	6	2	0	0	75	94%
Keahlian dan kesopanan para pekerja dalam melayani konsumen (Assurance)	12	4	0	0	0	76	95%
Sikap atau perhatian pribadi pemilik dan pekerja bengkel kepada konsumen (Empathy)	14	2	0	0	0	78	98%
Nilai rata-rata Kualitas Pelayanan							92%
Nilai rata-rata media promosi, keuangan dan pelayanan							91%

Sumber: Data Diolah, 2023

Dari tabel 1 dapat disimpulkan bahwa media promosi digital, media pembayaran, transparansi biaya jasa bengkel, penentuan harga produk dan jasa serta kualitas layanan sudah sangat baik karena menunjukkan persentase di atas 80%. Dari hasil rekapitulasi pendapatan dan laba usaha, selama bulan masa monitoring menunjukkan peningkatan yang signifikan.

4. Simpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan penggunaan media *digital marketing* berupa whatsapp bisnis, chatbot dan Instagram serta pembukuan digital menggunakan aplikasi excel untuk mencatat transaksi operasional dan menyusun laporan keuangan. Dengan mengimplementasikan *digital marketing* dan digital pembukuan, konsumen merasa sangat puas dari sisi media digital yang digunakan, aspek keuangan dan kualitas layanan. Implementasi digital marketing dan pembukuan digital memberikan dampak pada kualitas layanan yang lebih baik dan pada peningkatan pendapatan dan laba usaha.

5. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian Pengabdian masyarakat (LPPM) STIE Ekuitas atas dukungannya dalam pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Pengelola Bengkel Vespa R2D Speed Project yang sudah membantu mengumpulkan komunitas bengkel vespa Bandung dan menyediakan tempat pelatihan serta menjadi mitra pendampingan.

6. Referensi

- Accenture, I. (2016). *Chatbots In Customer Service*. <https://www.accenture.com/cr-en/insights/interactive/conversational-ai-for-your-customers-and-your-business>
- Bank Indonesia. (2022, May 31). *Go Digital Strategi Memperkuat UMKM*. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/cerita-bi/Pages/Go-Digital-Strategi-Memperkuat-UMKM.aspx>
- Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*. Celebes Media Perkasa.
- Chung, M., Ko, E., Joung, H., & Kim, S. J. (2020). Chatbot e-service and customer satisfaction regarding luxury brands. *Journal of Business Research*, 117, 587–595. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.10.004>
- Cloudhost. (2020). *Mengenal Apa Itu Chatbot: Definisi, Cara kerja, Fungsinya—IDCloudHost*. <https://idcloudhost.com/blog/mengenal-apa-itu-chatbot-definisi-cara-kerja-fungsinya/>
- Heo, M., & Lee, K. (2018). Chatbot as a New Business Communication Tool: The Case of Naver TalkTalk. *Business Communication Research and Practice*, 1, 41–45. <https://doi.org/10.22682/bcrp.2018.1.1.41>
- Kuntari, B. D., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Bengkel PT Astra International Tbk – Daihatsu Malang)* (Issue 1) [Journal:eArticle, Brawijaya University]. <https://www.neliti.com/publications/87117/>
- Merdeka, R. M. (2021). *Industri Kreatif dan Kontribusinya dalam Perekonomian Indonesia—GreatDay HR*. <https://greatdayhr.com/id-id/blog/industri-kreatif/>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>

- Putri, Y. M., Utomo, H., & Mar'ati, F. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Di Grand Wahid Hotel Salatiga. *Among Makarti*, 14(1), Article 1. <https://doi.org/10.52353/ama.v14i1.206>
- Quah, J. T. S., & Chua, Y. W. (2019). Chatbot Assisted Marketing in Financial Service Industry. In J. E. Ferreira, A. Musaev, & L.-J. Zhang (Eds.), *Services Computing – SCC 2019* (Vol. 11515, pp. 107–114). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-23554-3_8
- Rahman, M. A., & Hadiyati, E. (2020). Studi Penerapan Digital Marketing Pada UKM Makanan Khas di Kota Malang. *Warta Pendidikan/ E-Journal*, 4(4).
- Sanny, L., Susastra, A. C., Roberts, C., & Yusramdaleni, R. (2020). The analysis of customer satisfaction factors which influence chatbot acceptance in Indonesia. *Management Science Letters*, 1225–1232. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.11.036>
- Sari, C. T., & Indriani, E. (2017). Pentingnya Pembukuan Sederhana Bagi Kelompok Umkm Kub Murakabi Desa Ngargoyoso. *WASANA NYATA*, 1(1), 17–21. <https://doi.org/10.36587/wasananyata.v1i1.189>
- Untari, D., Fajariana, D. E., & Ridwan, M. (2019). Preparing The Asean Economic Community (MEA) With The Development Strategy Of Small And Medium Enterprises (UMKM) To Get Business Credit In Kelurahan Cibaduyut Bandung. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 3(03). <https://doi.org/10.29040/ijebar.v3i03.587>
- Van Den Broeck, E., Zarouali, B., & Poels, K. (2019). Chatbot advertising effectiveness: When does the message get through? *Computers in Human Behavior*, 98, 150–157. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.04.009>
- Wijaya, T., Rusli, M., Syah Rany, E., & Fryonanda, H. (2020). Membangun Aplikasi Chatbot Berbasis Web Pada CV. Unomax Indonesia. *KALBISCIENTIA Jurnal Sains Dan Teknologi*, 6(2), 110. <https://doi.org/10.53008/kalbiscientia.v6i2.45>
- Zuraiyah, T. A., Utami, D. K., & Herlambang, D. (2019). Implementasi Chatbot Pada Pendaftaran Mahasiswa Baru Menggunakan Recurrent Neural Network. *Jurnal Ilmiah Teknologi Dan Rekayasa*, 24(2), 91–101. <https://doi.org/10.35760/tr.2019.v24i2.2388>