

- a. Sudah memberikan wawasan bagi UMKM anggota Kadin kota Bandung tentang Strategi digital marketing sebagai bagian dari pengembangan ERP.
- b. Sudah memberikan kemampuan bagi mitra sasaran untuk dapat memahami strategi digital marketing yang harus dilakukan guna bisa meningkatkan penjualan produk.
- c. Sudah mengenalkan Program studi Sistem informasi Universitas Telkom kepada masyarakat luas.
- d. Mitra masyarakat sasaran sangat puas dengan pelaksanaan pengabdian masyarakat dibuktikan dengan hasil kuesioner yang sebagian besar sangat setuju dan setuju.
- e. Perlunya pendampingan dalam mengimplementasikan digital marketing dan ERP.
- f. Perlunya pelatihan dan pembinaan secara berkesinambungan di bidang teknologi informasi untuk menuju UMKM Go Digital.

6. Referensi

Pada bagian referensi menggunakan style berikut (Berdasarkan abjad):

- Pratama, D., Witjaksono, W., & Ambarsari, N. (2016). Penerapan Sistem Informasi Berbasis Enterprise Resource Planning Menggunakan SAP Modul Plant Maintenance di PT. Len Industri. *Sisfo*, 06(01), 37–50.
<https://doi.org/10.24089/j.sisfo.2016.09.003>
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14.
<https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>