

**PELATIHAN KEMAMPUAN USAHA MIKRO KECIL
MENENGAH MELALUI DIGITALISASI SEBAGAI STRATEGI
BISNIS**

Andres Dharma Nurhalim

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wiyatamandala

andres@wym.ac.id

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has transformed business practices, including micro-enterprises. This community service activity aims to enhance the digitalization of micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) in the Imam Bonjol area of Karawaci, involving businesses in the culinary, fashion, and various other sectors. The activity was conducted in three stages: interactive lectures, group discussions, and hands-on practice using digital platforms such as social media. The training materials covered the use of social media for marketing, digital content strategies, technology-based business management, and online transaction security. The expected targets of this activity are: 1) the community will gain knowledge and skills in utilizing Marketplace applications that facilitate online sales; 2) increased productivity of MSMEs; 3) increased efficiency and effectiveness of marketing, shifting from conventional methods to technology-based sales. The results of the community service program demonstrated a significant increase in participants' understanding and skills regarding digital technology, as well as successful implementation of digital marketing strategies and increased sales.

Keywords: *Digitalization, MSMEs*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang semakin berkembang telah mengubah pola hidup dalam berbisnis bisnis, salah satunya usaha mikro. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan digitalisasi pelaku usaha mikro kecil menengah di daerah imam bonjol karawaci, dengan melibatkan pelaku usaha kuliner, fashion, dan berbagai macam bidang. Kegiatan dilaksanakan dalam tiga tahap, meliputi ceramah interaktif, diskusi kelompok, dan praktik langsung menggunakan platform digital seperti media sosial. Materi pelatihan mencakup penggunaan media sosial untuk pemasaran, strategi konten digital, manajemen bisnis berbasis teknologi, dan keamanan transaksi *online*. Target yang diharapkan dari kegiatan ini adalah : 1) masyarakat mendapatkan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan aplikasi *Marketplace* yang memudahkan mereka untuk melakukan penjualan secara *online*; 2) Meningkatnya produktivitas usaha kecil dan menengah; 3) Meningkatnya efisiensi dan efektifitas pemasaran yang semula dikerjakan secara konvensional, menjadi penjualan berbasis teknologi tepat guna. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta tentang teknologi digital dan peserta berhasil menerapkan strategi pemasaran digital dan adanya

peningkatan penjualan.

Kata Kunci: Digitalisasi, Usaha Mikro Kecil Menengah

PENDAHULUAN

Berkembangnya dunia digital telah mengubah pola hidup dalam kegiatan bermasyarakat, maupun dalam bisnis dan juga kegiatan ekonomi. Di Indonesia, pada saat ini dunia digital yang semakin meluas telah mendorong pertumbuhan ekonomi digital yang signifikan. Kawasan Imam bonjol karawaci merupakan salah satu tempat para wirausaha mikro dari latar belakang yang berbeda-beda yang bergerak di berbagai sektor seperti kuliner, fashion, dan jasa. Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan pada Januari 2025, hanya 23% dari total pelaku usaha mikro di kawasan ini yang telah memanfaatkan platform digital dalam menjalankan usahanya. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk meningkatkan literasi dan keterampilan digital para pelaku usaha mikro. Transformasi digital dalam konteks UMKM tidak hanya berbicara tentang adopsi teknologi semata, tetapi juga mencakup perubahan model bisnis, proses operasional (Bloom & Reenen, 2023; Hutahaeen & Utama, 2024), dan strategi pemasaran yang lebih adaptif terhadap tuntutan pasar digital. Kota Tangerang khususnya wilayah Karawaci menjadi peluang bagi para pelaku usaha yang sudah ada untuk lebih meningkatkan lagi jangkauan pasar, bukan hanya untuk wilayah Tangerang sendiri namun meluas hingga seluruh Indonesia hingga manca negara. Saat ini, perlu pelaku usaha kecil sudah dibina baik oleh dinas terkait maupun oleh organisasi inkubator bisnis yang ada di kota Tangerang. Usaha pembinaan para pelaku usaha kecil dilakukan terus menerus agar dapat meningkatkan kualitas produk maupun memperluas pasar, Dalam hal memperluas pasar dapat dilakukan melalui keterlibatan para pelaku usaha dalam digitalisasi. Pergeseran gaya belanja masyarakat, ditandai juga dengan pertumbuhan *marketplace e-commerce* yang tersedia semakin beragam. Hal ini menjadi peluang bagi para pelaku usaha kecil untuk dapat terlibat dalam maraknya pilihan *marketplace e-commerce* yang dapat diakses secara gratis. Berdasarkan hal tersebut, keterlibatan pelaku usaha kecil dalam pasar *online* merupakan salah satu cara untuk meningkatkan pertumbuhan

ekonomi di Indonesia. Oleh karena itu, pembinaan dan pendampingan kepada pelaku UMKM di Imam Bonjol Karawaci ini bertujuan untuk memperkenalkan para pelaku usaha kecil pada beberapa *marketplace e-commerce* yang tersedia terutama yang gratis dan memanfaatkan *marketplace e-commerce* tersebut untuk dapat memperluas akses pasar demi meningkatkan penjualan produk yang dihasilkan oleh warga pelaku usaha yang berada di imam bonjol karawaci. Karena pada saat ini para pelaku UMKM tersebut masih mengalami kendala dalam hal cara meluaskan pasar di era digital, cara pemasaran *online* melalui *Marketplace*., pemanfaatan social media dalam memaksimalkan pemasaran, pemilihan mitra kerja *marketplace* yang handal dan laku di pasaran. Dalam proses pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, panitia memandu peserta kegiatan dengan memberikan penjelasan tentang beberapa sub materi kepada peserta melalui pemberian penjelasan materi, dilakukan sesi tanya jawab dengan metode diskusi interaktif. Sebagai evaluasi dari kegiatan pengabdian masyarakat ini, peserta diberikan kesempatan untuk berkonsultasi dengan narasumber agar dapat langsung menerapkannya dan memperoleh manfaat dari proses belajar dan pelatihan ini dengan harapan agar para dosen dan pesertatetap melakukan yang terbaik dengan melakukan koordinasi dan evaluasi secara berkala, mempertahankan mutu kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya agar lebih baik lagi.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini bertujuan untuk menanamkan pemahaman akan pentingnya memiliki pengetahuan tentang bisnis *online* yang dilakukan dengan pembekalan pengetahuan, meliputi materi strategi pemasaran melalui digitalisasi *marketplace*. Kegiatan pelatihan dilaksanakan dengan metode dengan susunan survei dahulu untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tingkat pemahaman digital para pelaku usaha mikro di imam bonjol karawaci. Hal ini bertujuan untuk menyusun materi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Diskusi kelompok dilakukan untuk membahas tantangan yang dihadapi para peserta dalam mengembangkan bisnis mereka. Melalui diskusi ini, peserta saling berbagi pengalaman dan mendapatkan solusi dari narasumber. Pelaku usaha diberikan bimbingan dan praktik langsung dalam penggunaan platform digital seperti media sosial untuk promosi, e-

commerce, dan manajemen inventaris berbasis teknologi. Setelah pelatihan, dilakukan evaluasi untuk mengetahui seberapa jauh peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan pelatihan ini dijelaskan mengenai bagaimana cara mengenai mengoptimalkan beberapa *marketplace* tersebut dengan pemberian strategi penjualan *online* untuk meningkatkan penjualan mereka, yang dapat diakses bukan hanya melalui HP tapi juga dapat diakses melalui laptop/computer. Pendampingan difokuskan pada bagaimana pelaku UMKM di yang berada di imam bonjol karawaci membuka toko *online*, menjalankan toko *online* nya dengan berbagai strategi yang diberikan pada saat pelaksanaan pelatihan, monitoring, evaluasi sales di *marketplace* agar dapat dipantau kenaikan penjualan setiap hari melalui akses digital yang dimiliki oleh para pelaku UMKM tersebut. Pelatihan ini diikuti oleh 32 pelaku usaha mikro dengan beragam jenis usaha, seperti usaha makanan, pakaian, dan kerajinan tangan. Sebagian besar peserta sebelumnya memiliki keterbatasan dalam menggunakan teknologi digital untuk pengembangan bisnis mereka. Setelah kegiatan pelatihan yang diikuti oleh pelaku UMKM di imam bonjol karawaci maka dapat disampaikan bahwa *marketplace* merupakan tempat yang paling tepat untuk memulai usaha secara digitalisasi, karena *marketplace* membantu terbentuknya pasar dan transaksi dengan biaya yang cukup murah bahkan ada yang secara gratis. Sebelum memulai untuk menjual produk UMKM dalam *marketplace*, berikut ada 5 (lima) hal yang perlu diperhatikan yaitu mempersiapkan konten (foto-foto produk yang menarik, dan penjelasan gambaran produk yang jelas dan menggoda), dengan memastikan telah mempersiapkan konten yang akan di tayangkan pada laman outlet di *marketplace* tersebut. Menentukan pemilihan *Marketplace*, menentukan *marketplace* tempat UMKM akan berjualan. Yang perlu di ingat bahwa setiap *marketplace* memiliki karakteristik sendiri dan harus pilih sesuai dengan produk UMKM tersebut. Mempelajari rupa rupa promosi yang di sediakan *marketplace*, setiap *marketplace* menyediakan fitur fitur untuk para penjual produk agar dapat melakukan promosi, contoh; memberikan gratis ongkos kirim, meletakkan gambar produk produk di halaman paling depan, atau menampilkan produk produk paling awal di

pencarian. Memilih Ekspedisi yang tepat, untuk memudahkan transaksi. UMKM yang berada di Imam Bonjol bisa memilih ekspedisi yang dapat melakukan penjemputan ke lokasi agar keluar lokasi kerja untuk mengantarkan pesanan konsumen, maka dengan demikian akan menghemat biaya operasional (biaya transportasi). Kemampuan UMKM dalam membuat Kemasan yang aman dan Menarik, perlu perhatian dalam membuat kemasan untuk produk yang hendak di kirim ke pembeli. Kemasan yang tepat akan melindungi barang yang dikirim dengan selamat tanpa cacat saat diterima oleh pembeli. Karena kemasan yang menarik akan membantu para UMKM tersebut di ingat terus oleh pembeli nya serta menjadi media promosi yang menarik bagi si pembeli untuk melakukan pembelian ulang karena seringkali *marketplace* meminta saran atau masukkan kepada pembeli tentang produk yang dikirim penjual. Perlu di ingat bahwa Keamanan dan bentuk kemasan seringkali menjadi ulasan para pembeli. Para UMKM yang berada di Imam Bonjol Karawaci harus memiliki Rekening Khusus Usaha *Online*, untuk menampung dana hasil penjualan di *marketplace* tersebut agar dapat lebih mudah memantau aliran uang masuk dan keluar dari usaha UMKM yang di jalani serta hindari menggunakan rekening keperluan pribadi atau keluarga sebagai rekening penampungan. Pelaku UMKM telah mendapat edukasi dalam pemilihan penggunaan beberapa *marketplace* yang belum mereka lakukan dengan aplikasi yang diperoleh secara gratis. Perlu juga pelaku UMKM agar ditunjuk salah satu sebagai supervisi khusus dibidang tenaga IT yang menguasai dan berpengalaman dalam bidangnya. Hasil yang diperoleh dari pelatihan ini antara lain, Mereka belajar membuat akun media sosial bisnis dan mulai menggunakannya untuk mempromosikan produk secara lebih luas. Beberapa peserta juga berhasil membuat toko *online* di platform *e-commerce* seperti Tokopedia dan Shopee. Peningkatan pemahaman tentang pemasaran digital ini ditandai dengan kemampuan peserta dalam mengelola konten media sosial mereka. Mereka juga mulai memahami pentingnya penggunaan hashtag yang relevan dan pembuatan caption yang menarik untuk meningkatkan visibilitas produk mereka. Dalam *platform e-commerce*, tercatat 12 peserta telah berhasil membuka toko *online* mereka sendiri. Melalui platform ini, jangkauan pemasaran produk mereka tidak lagi terbatas pada pasar lokal, tetapi telah mencapai

konsumen di berbagai kota besar di Indonesia. Para pelaku usaha mikro kini mulai memahami konsep pemasaran digital, termasuk penggunaan hashtag untuk meningkatkan visibilitas, membuat konten menarik yang mampu menarik perhatian audiens, dan menjaga interaksi aktif dengan pelanggan melalui media sosial. Selain pemasaran, peserta diberi pemahaman mengenai pentingnya mencatat pemasukan dan pengeluaran secara digital untuk mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien dan terorganisir. Dengan menggunakan aplikasi keuangan digital, mereka dapat memantau arus kas secara *real-time*, menghindari kesalahan pencatatan manual, dan meningkatkan transparansi keuangan. Hal ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha mikro dalam membuat keputusan bisnis yang lebih tepat berdasarkan data keuangan yang akurat, sehingga usaha mereka dapat berkembang lebih stabil dan berkelanjutan.

Gambar 1. Hasil kegiatan Pengabdian Masyarakat



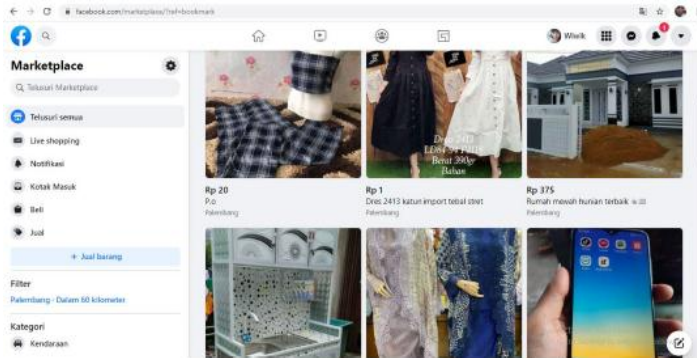
Gambar 2. Hasil kegiatan Pengabdian Masyarakat



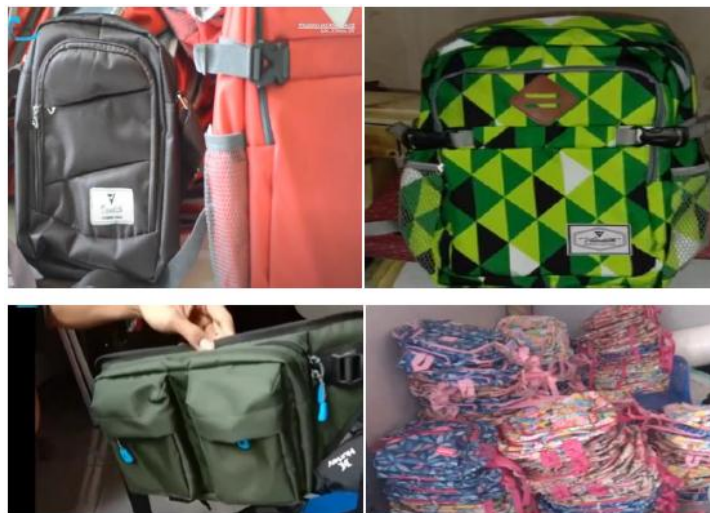
Gambar 3 Hasil kegiatan Pengabdian Masyarakat



Gambar 4 Hasil kegiatan Pengabdian Masyarakat



Gambar 5 Hasil kegiatan Pengabdian Masyarakat



Gambar 6 Hasil kegiatan Pengabdian Masyarakat



Gambar 7 Hasil kegiatan Pengabdian Masyarakat



SIMPULAN

Pelatihan kemampuan berwirausaha UMKM melalui digitalisasi berhasil memberikan dampak positif bagi pelaku usaha mikro yang berlokasi imam bonjol karawaci, terutama dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan bisnis. Para peserta menunjukkan peningkatan dalam keterampilan penggunaan media sosial dan *e-commerce* untuk pemasaran, serta pengelolaan bisnis yang lebih efisien melalui aplikasi digital. Untuk keberlanjutan program ini, disarankan adanya pendampingan berkelanjutan bagi para pelaku usaha mikro, terutama dalam hal pengembangan konten digital yang lebih kreatif dan strategi pemasaran yang tepat sasaran. Selain itu, diharapkan adanya kerjasama dengan pihak terkait, seperti pemerintah daerah atau lembaga non-pemerintah, untuk menyediakan pelatihan lanjutan dan bantuan akses modal bagi pelaku usaha mikro yang ingin memperluas bisnis mereka secara digital

UCAPAN TERIMA KASIH

Kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan ini, terutama kepada para pelaku usaha mikro dan warga yang berlokasi di imam bonjol khusus nya gang vihara 1 hingga gang vihara 4 yang dengan antusias mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak RT dan RW yang sebagai fasilitator sekaligus membagikan ilmu dan pengalamannya dengan penuh dedikasi

DAFTAR PUSTAKA

- Adib, M. (2021). Peran Elemen-Elemen Inti Organisasi Dalam Melakukan Transformasi Digital Di UKM Fesyen. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*
- Anggraeni, R., & Elan Maulani, I. (2023). Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Bisnis Modern. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(2), 94–98. <https://doi.org/10.59188/journalsostech.v3i2.635>
- Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2023). Ekosistem Bisnis Dan Transformasi Digital. In *NBER Working Papers*. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Hutahaean, M, R & Utama, A, N. (2024). Analisis Mengenai Dampak Revolusi 4.0 Terhadap Regulasi Perusahaan Tantangan Dan Peluang Dalam Sektor Hukum Dan Bisnis. *Musyteri: Jurnal Manajemen, Akuntansi dan Ekonomi Vol 8 No.2*
- Rindiyanas Syafitri, W. (2024). Efektivitas Dan Efisiensi Penarapan E-Commerce Dalam Daya Saing Usaha. *An Nafi': Multidisciplinary Science*, 1(1), 2024. <https://edujavare.com/index.php/rmi/index>
- Saski, N.H., & Tri, S. (2021). Kelayakan Media Pembelajaran Market Learning Berbasis Digital Pada Mata Kuliah Strategi Pemasaran. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1118–1124.
- Taradiva Adisty, & Rusdi Hidayat Nugroho. (2023). Strategi Optimalisasi Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Pada Bisnis Bakery. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 97–109. <https://doi.org/10.30640/abdimas45.v2i1.1319>
- Vidal, F. (2019). What Is A Marketplace? Our understanding of multi-seller businesses. *Diakses pada 16 Oktober 2021*.

<https://insights.shopery.com/what-is-a-marketplace>

Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186. *<https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>*

Watson, Corinne. (2021). Your Brand's Guide to Facebook Marketplace: A New Channel For Growth. *Diakses pada 16 Oktober 2021*. *<https://www.bigcommerce.com/blog/selling-on-facebook-marketplace/>*