

Nanggroe : Jurnal Pengabdian Cendikia
 Volume 4, Nomor 5, Agustus 2025, Halaman 14-20
 Licenced by CC BY-SA 4.0
 e-ISSN: [2986-7002](https://doi.org/10.5281/zenodo.16931404)
 DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.16931404>

Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Digital di Kelurahan Karawaci Kota Tangerang

Arif Ginanjar Suryatman¹, Tina Hernawati Suryatman²

¹ Program Studi Ilmu Pemerintahan, FISIP, Universitas Muhammadiyah Tangerang

² Program Studi Teknik Industri, FT, Universitas Muhammadiyah Tangerang

Email Korespondensi: arif74ginanjar@gmail.com¹

Abstrak

Dampak perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat mempengaruhi berbagai aktivitas dalam kehidupan manusia, salah satu yang terdampak yaitu sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha menjadi lebih baik harus memanfaatkan teknologi. Permasalahan yang muncul pada saat ini banyak para pelaku UMKM yang masih mempunyai pengetahuan minim dalam hal teknologi. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini yaitu meningkatkan literasi digital dengan memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM dalam hal pemanfaatan teknologi informasi komunikasi. Metode dalam pengabdian kepada masyarakat ini yaitu melalui pelatihan kepada pelaku UMKM di Kelurahan Karawaci Kecamatan Karawaci Kota Tangerang bersamaan dengan kegiatan Kuliah Kerja Nyata. Hasil dari kegiatan pelatihan peserta memahami dan bisa mempraktekan pemasaran melalui media elektronik, yang selanjutnya dilakukan pendampingan selama satu minggu pasca pelatihan.

Kata kunci: Pengabdian, Pelatihan, Literasi Digital, UMKM

Abstract

The impact of the rapid development of information and communication technologies affects various activities in human life, one of the affected is the Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) sector, in sustaining and developing businesses becoming better must utilize technology. The issue that arises at the moment many of the MSME actors still have minimal knowledge in terms of technology. The purpose of this service to the community is to improve digital literacy by providing training to MSME actors in terms of utilization of communication information technology. The method of service to the community is through training to SME performers in Karawaci Village Karawaci District Tangerang City along with the activities of Real Work Lecture. As a result of the training activities participants understood and could practice marketing through electronic media, which was subsequently conducted accompaniment for one week post training.

Keywords: Engagement, Training, Digital Literacy, SMEs

Article Info

Received date: 25 July 2025

Revised date: 27 July 2025

Accepted date: 10 Agustus 2025

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang sangat pesat telah mempengaruhi pola manusia dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pemenuhan kebutuhan sandang, pangan dan papan. Hal ini tentunya mengakibatkan perubahan cara dalam hal pemberian pelayanan baik dari sektor publik maupun sektor swasta yang tadinya dilakukan dengan cara tradisional/konvensional telah berubah menjadi serba digital. Transformasi ini tentunya menjadi suatu peluang dan tantangan bagi para pelaku usaha termasuk pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) bukan hanya untuk bisa bertahan dan bersaing tapi lebih meningkatkan peluang dengan memanfaatkan teknologi dan informasi.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, berdasarkan data yang dikeluarkan Kementerian Koperasi dan UKM, menyebutkan bahwa UMKM berkontribusi lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 97% tenaga kerja. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM harus ditingkatkan dan tetap menjadi fokus utama pemerintah dalam meningkatkan perekonomian Indonesia dan menghadapi persaingan usaha di era globalisasi yang ditandai dengan digitalisasi di berbagai sektor.

Dalam era digital yang semakin maju, kehidupan sehari-hari tidaklah lepas dari penggunaan internet dan media sosial, banyak orang yang memanfaatkan peran internet untuk mengakses apapun

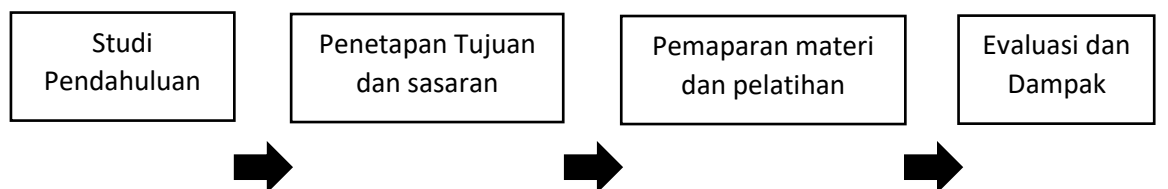
yang dibutuhkan (Samsudin dkk). Begitupun perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah akan sangat dipengaruhi oleh keadaan, kebutuhan, dan kehidupan masyarakat yang menginginkan sesuatu serba instan melalui pemanfaatan internet/teknologi informasi dan komunikasi sebagai cara dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat, situasi ini harus menjadi perhatian bagi pelaku UMKM untuk mengikuti kemauan konsumen yaitu dengan pemasaran yang lebih luas lagi sehingga pemasaran produk yang dihasilkan bisa dikenal lebih luas lagi.

Digital Marketing merupakan aktivitas yang mencakup promosi serta pencarian pasar yang memanfaatkan platform online dengan menggunakan sarana yang tersedia seperti media sosial (Marpaung). Platform digital pada saat ini banyak bermunculan dan menjadi fasilitas bagi masyarakat dalam setiap kegiatan termasuk fasilitas dalam berusaha, terdapat platform: *E-commerce* (*Gofood*, *Grab food*, dll), *market place* (*shoope*, *tokopedia*, *bukalapak*, *lazada* dll), media sosial (*instagram*, *facebook*, *tiktok*, dll) pada saat ini banyak dimanfaatkan dalam kegiatan berusaha terutama dalam perluasan jangkauan marketing.

Muncul berbagai kendala dalam memberdayakan UMKM ke arah digitalisasi yaitu diantaranya rendahnya literasi digital pada kalangan pelaku UMKM, terbatasnya akses pada pasar, dan keterbatasan dalam mengelola pemasaran online adalah tantangan besar di era ekonomi kreatif. Transformasi digital adalah kebutuhan yang mendesak agar daya saing meningkat. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan literasi digital, dan membantu membuat akun *e-commerce*, *market place* bagi pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Karawaci Kota Tangerang.

METODE

1. Jenis kegiatan
Seminar dan workshop.
2. Waktu dan Tempat Pelaksanaan
Waktu pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yaitu pada hari Senin Tanggal 11 Agustus 2025 yang bertempat di Aula Kelurahan Karawaci Kecamatan Karawaci Kota Tangerang.
3. Peserta
Peserta yang mengikuti kegiatan ini adalah para pelaku UMKM dari berbagai jenis usaha, tokoh masyarakat dan masyarakat yang berminat menambah wawasan dalam digitalisasi.
4. Alur Pelaksanaan



- a) Studi Pendahuluan dilakukan dengan pendataan UMKM dan observasi pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan usaha.
- b) Penetapan tujuan dan sasaran seminar dan workshop yaitu menambah literasi digital dan keterampilan dalam penggunaan teknologi.
- c) Pemaparan materi dan pelatihan dilakukan dengan memberikan edukasi tentang manfaat penggunaan teknologi dalam kegiatan usaha, membantu peserta dalam mendaftarkan legalitas usaha yaitu Nomor Induk Berusaha (NIB).
- d) Evaluasi dan dampak dilakukan setelah pelaksanaan workshop yaitu melihat keterampilan menggunakan media elektronik dalam mengakses berbagai *platform*, dan legalitas usaha bagi peserta dengan mempunyai Nomor Induk Berusaha (NIB).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelurahan Karawaci merupakan salah satu dari 16 (enam belas) kelurahan yang masuk dalam wilayah administratif Kecamatan Karawaci Kota Tangerang Provinsi Banten. Kelurahan Karawaci terdiri dari 5 (lima) Rukun Warga dan 18 (delapan belas) Rukun Tetangga. Kelurahan ini merupakan objek dari pengabdian kepada masyarakat yang kami laksanakan yang memfokuskan pada tema pemberdayaan UMKM berbasis Digital.

Pendataan pelaku UMKM dilakukan oleh mahasiswa KKN Universitas Muhammadiyah Tangerang di kelurahan karawaci dan terdata sekitar 40 pelaku UMKM yang bergerak dalam berbagai

jenis usaha, Sebagian besar sebagai pedagang: pedagang retail (warung), pedagang kue, pedagang jajanan anak. Disamping pedagang ada juga pelaku usaha dalam membuat produk makanan, dan peternakan. Para pelaku usaha tersebut diundang untuk mengikuti pelatihan yang bertempat di Aula Kelurahan Karawaci Kecamatan Karawaci Kota Tangerang.

Tujuan dilaksanakannya pelatihan tersebut adalah bagaimana pelaku UMKM bisa memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi dalam untuk mendukung usahanya sehingga bisa berkembang.

Pelaksanaan workshop ini melibatkan beberapa narasumber yang berkompeten di bidang ekonomi dan bidang teknologi, sehingga bahasan materi biasa dilakukan menyeluruh meliputi: pemaparan narasumber tentang keseriusan pemerintah dalam memberdayakan UMKM, penyusunan strategi usaha, pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui *online single submission (OSS)*, pendaftaran sertifikat halal yang dilakukan secara *online*, pelatihan pembuatan akun *market place, e-commerce*, dan media sosial.

Narasumber Pertama menyampaikan uraian tentang keseriusan peran pemerintah dalam memberdayakan dan melindungi UMKM. Peran tersebut diantaranya:

1. Penetapan Regulasi dan Kebijakan

Keseriusan pemerintah ini diwujudkan dalam kebijakan pemerintah tentang UMKM yaitu diatur dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Adapun peraturan pelaksana undang-undang tersebut diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Dalam kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan UMKM diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021. Pemerintah Kota Tangerang sendiri dalam melaksanakan undang-undang menerbitkan Peraturan Walikota Tangerang Nomor 9 Tahun 2019, peraturan ini bertujuan untuk memberikan pedoman dalam pemberdayaan dan perlindungan usaha mikro. Pada Tahun 2022 Pemkot Tangerang mengeluarkan Peraturan Daerah (PERDA) Nomor 7 Tahun 2022 tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Usaha Mikro. Peraturan Daerah ini mengatur tentang :

- a) Ketentuan Umum terkait UMKM
- b) Pemberdayaan dan Perlindungan UMKM
- c) Kemitraan antara UMKM dengan pihak lain
- d) Kemudahan dan insentif bagi UMKM
- e) Penyediaan pembiayaan dan permodalan untuk UMKM
- f) Penyelenggaraan inkubasi untuk UMKM.

Dari berbagai peraturan perundangan baik yang diterbitkan dalam bentuk Undang-undang sampai kepada Peraturan Walikota/Bupati menandakan keseriusan pemerintah dan pemerintah daerah dalam melindungi dan memberdayakan UMKM. karena UMKM merupakan penggerak ekonomi yang signifikan, yang bisa menyediakan lapangan pekerjaan dan berkontribusi dalam produk domestik bruto sebesar 60%. Dari peran UMKM terhadap perekonomian Indonesia maka para pelaku UMKM diharapkan tidak berkecil hati dan terus bisa mengembangkan usahanya.

2. Akses Pemodal

Pemerintah meluncurkan Program Kredit Usaha Rakyat (KUR), pembiayaan Ultra Mikro (UMi), dan dana bergulir LPDB yaitu dana yang dialokasikan oleh kementerian negara/lembaga/satuan kerja badan layanan umum untuk kegiatan perkuatan modal usaha bagi koperasi, usaha mikro, kecil menengah.

3. Pelatihan dan Pendampingan

Pemerintah dan Pemerintah Daerah menyelenggarakan pelatihan Kewirausahaan, manajemen usaha, literasi digital, hingga inovasi produk. Dalam melakukan pelatihan, pemerintah juga berkolaborasi dengan unsur akademisi maupun swasta.

4. Fasilitasi Akses Pasar

Strategi pemerintah dalam memperluas pasar produk lokal yaitu membuat program Bangga Buatan Indonesia (BBI), pameran UMKM, juga mendorong Kerjasama perdagangan internasional untuk memperluas ekspor produk UMKM.

5. Digitalisasi UMKM

Salah satu kendala UMKM yaitu terkait masalah pemasaran, disini pemerintah mendorong UMKM masuk ke ekosistem digital, yaitu dengan melakukan Kerjasama dengan platform e-commerce, serta mendorong penggunaan media sosial sebagai sarana promosi.

6. Perlindungan Hukum

Dalam meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar, dan melindungi produk UMKM, Pemerintah memfasilitasi pelaku UMKM dalam pendaftaran merek dagang, HKI, dan hak paten.



Gambar 1. Pemaparan narasumber tentang peran pemerintah dalam melindungi dan memberdayakan UMKM

Narasumber kedua memaparkan arti pentingnya penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam kegiatan usaha terutama dalam hal pemasaran berbasis digital, jangkauan pasar bisa lebih luas dan produk yang dibuat atau dijual bisa lebih dikenal tidak hanya di lingkungan sendiri tapi bisa menjangkau sampai luar kota bahkan sampai mancanegara. Dalam kesempatan itu narasumber memberikan pelatihan diantaranya: pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui *online single submission* (OSS), pendaftaran sertifikat halal, proses melakukan kerjasama dengan *e-commerce/market place* dan mempraktekan bersama dalam mempromosikan produk-produk dalam media sosial.

Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB)

Pembuatan NIB melalui sistem OSS melalui tahapan: 1. pelaku usaha pertama melakukan pendaftaran akun OSS di website oss.go.id, 2. setelah akun aktif pelaku usaha masuk ke sistem OSS dan mengisi data diri serta data usaha, 3. selanjutnya pelaku usaha memilih jenis perizinan berusaha yang sesuai dan melengkapi data yang diminta, 4. selanjutnya semua data lengkap pelaku usaha dapat memproses NIB dan mengunduhnya

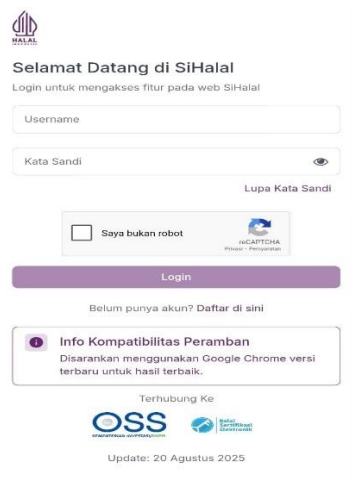


Gambar 2. Tampilan Website Online Single Submission

Pendaftaran sertifikasi halal

Langkah-langkah dalam pendaftaran sertifikasi halal:

- a) Pelaku usaha melakukan pendaftaran dengan membuat akun halal pada website ptsp.halal.go.id; selanjutnya melengkapi data permohonan sertifikasi, termasuk data perusahaan, produk, dokumen pendukung seperti NIB; memilih pendamping proses produk halal yang terdaftar di website SIHALAL
- b) Pendampingan dan verifikasi oleh PPH: PPH melakukan kunjungan lapangan untuk melakukan verifikasi dan validasi kehalalan produk.
- c) Verifikasi dan validasi oleh BPJPH: BPJPH akan memverifikasi dan memvalidasi hasil pendampingan yang dilakukan oleh PPH; jika dokumen dinyatakan lengkap, BPJPH akan menerbitkan Surat Tanda Terima Dokumen.
- d) Sidang Fatwa Produk Halal: Komite Fatwa Produk Halal akan melakukan sidang untuk menetapkan kehalalan produk.
- e) Penerbitan Sertifikasi Halal: jika sidang fatwa menetapkan produk halal, BPJPH akan menerbitkan sertifikat halal secara elektronik melalui SIHALAL.



Gambar 3. Tampilan Website ptsp.halal.go.id

Kerjasama dengan *platform E-commerce*

Alur Kerjasama dengan *e-commerce* meliputi beberapa tahapan penting, diantaranya:

- a) Pemilihan *platform* yaitu tentukan terlebih dahulu *platform e-commerce* yang sesuai dengan bisnis, terdiri dari *marketplace* meliputi Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada dan lainnya; atau media sosial.
- b) Pendaftaran dan integrasi
- c) Daftar dan buat akun di *platform e-commerce* yang dipilih; integrasikan *platform* dengan sistem lain yang digunakan seperti sistem inventaris, manajemen pesanan atau sistem pembayaran.
- d) Di *platform* siapkan Toko Online: buat toko yang menarik dan informatif
- e) Unggah foto produk berkualitas, deskripsi produk yang jelas, dan informasi harga yang akurat.



Gambar 4. Narasumber memberikan pelatihan digital marketing kepada peserta UMKM di Kelurahan Karawaci.

Pelaksanaan workshop berjalan dengan baik dan antusias peserta sangat tinggi, sehingga Sebagian besar peserta pada waktu pelaksanaan pelatihan bisa mendaftarkan NIB, dan bisa memahami tentang cara mempromosikan usahanya melalui media sosial.



Gambar 5. Foto Bersama antara pelaku UMKM dengan Narasumber dan Kelompok KKN.

Setelah workshop dilaksanakan, kegiatan pendampingan dilakukan selama satu minggu untuk bisa menjamin tercapainya tujuan dari pengabdian kepada masyarakat tersebut. Berdasarkan hasil evaluasi semasa pendampingan, sebagian besar pelaku UMKM di Kelurahan Karawaci Kota Tangerang sudah berhasil memperoleh NIB, dan terampil dalam mempromosikan produknya di media soaila.

SIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan workshop pemberdayaan UMKM berbasis digital berjalan dengan lancar dan berhasil. Pada saat pelaksanaan kegiatan, peserta yang merupakan pelaku UMKM mempunyai antusias yang tinggi dalam mengikuti kegiatan, peserta serius dalam pengajuan NIB melalui OSS, pendaftaran sertifikasi halal, dan pelatihan promosi melalui media sosial. Setelah satu minggu pelatihan, Sebagian besar pelaku UMKM di Kelurahan Karawaci sudah memperoleh NIB dan mulai mempromosikan produknya melalui media sosial yang mereka punyai.

REFERENSI

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

- Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan UMKM.
- Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 7 Tahun 2022 tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Usaha Mikro.
- Peraturan Walikota Tangerang Nomor 9 Tahun 2019 tentang Pemberdayaan Dan Perlindungan Usaha Mikro.
- Marpaung, A.P., Hafiz, M.S., Koto, M., Dari, W. (2021).Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada UMKM Melalui *Digital Marketing*, Prosiding Seminar Kewirausahaan, 2(1), 294-300
- Samsudin, A., Nugroho, R, H., Fitri A., I.P., Putri A (2023) Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Mc Donald's El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi dan Biasnis Islam, 4(4), 1155-1162.