



Peningkatan kapasitas usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Binaan Jakpreneur wilayah Jakarta Timur Melalui implementasi digital marketing

Yudo Kisworo¹, Gemala Paramita², R Dimas Sundawa³, Nurul Musqar⁴

^{1,2,3,4} **Fakultas Ekonomi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta**

**Korespondensi : yudo.kisworo@yahoo.com, gemala_paramita@yahoo.com,
dimassundawa123@gmail.com, nurul_musqari@yahoo.com**

ABSTRAK – Penggiat Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) DKI Jakarta khususnya di wilayah Jakarta Timur saat ini sudah banyak masuk dalam naungan Suku Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah. Pembinaan UMKM dilakukan melalui program Jakpreneur sesuai dengan program yang digulirkan oleh pemerintah provinsi DKI Jakarta. Kondisi Pandemi Covid 19 yang sampai saat ini masih berlangsung, memberikan dampak negatif dari sisi ekonomi bagi penggiat UMKM di wilayah Jakarta Timur dimana banyak usaha UMKM yang stagnan, sehingga sumber penghidupan pelaku usaha terhenti. Dengan adanya program Jakpreneur banyak penggiat UMKM berupaya mengikuti program tersebut supaya memperoleh kemudahan dalam mengembangkan bisnis UMKM yang mereka miliki agar bisa tetap bertahan dalam kondisi saat ini. Dalam Pengabdian masyarakat ini pengabdian diberikan kesempatan oleh Suku Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah memberikan materi Pemasaran dalam workshop yang diadakan JakPreneur bagi anggota baru UMKM wilayah Jakarta Timur yang kemudian diangkat pengabdian dalam tema Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Digital Marketing. Hal tersebut sesuai dengan program Jakpreneur dalam bidang pemasaran dan program ini disambut antusias pelaku UMKM yang mengikuti acara tersebut karena secara langsung memberikan implementasi untuk melakukan digital marketing. UMKM go digital.

Kata Kunci : UMKM, Pemasaran, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Geliat perekonomian masyarakat tercermin dari maju atau tidaknya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Kondisi pandemi Covid-19 merupakan suatu tantangan yang luar biasa bagi penggiat UMKM, banyak diantara penggiat yang gulung tikar akibat kondisi pandemi yang saat ini masih berlangsung. Perlu digarisbawahi bahwa UMKM mempunyai peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, yaitu sebagai penyumbang terbesar Produk Domestik



JPMEMA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



Bruto (PDB), menyerap banyak lapangan kerja dan dapat bertahan pada saat terjadi krisis ekonomi. Tetapi kondisi pandemi covid-19 memaksa para penggiat UMKM untuk berpikir keras supaya usaha yang mereka geluti tetap bertahan untuk tidak putus di tengah jalan agar bisa tetap menghidupi keluarga.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) didefinisikan sebagai aktivitas usaha yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha milik perorangan. Kriteria UMKM diatur di dalam Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM) pasal 35 hingga pasal 36.

Untuk UMKM yang baru akan didirikan, terdapat kriteria modal UMKM sebagai berikut:

- Usaha Mikro memiliki modal usaha maksimal Rp1.000.000.000 (satu miliar rupiah) di luar tanah dan bangunan tempat usaha.
- Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000 (satu miliar rupiah) dengan nominal maksimal sampai Rp5.000.000.000 (lima miliar rupiah) di luar tanah dan bangunan tempat usaha.
- Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000 (lima miliar rupiah) maksimal sampai Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) di luar tanah dan bangunan tempat usaha.

Sedangkan khusus UMKM yang telah berdiri, pengelompokan UMKM dilakukan berdasarkan kriteria hasil penjualan tahunan yang terdiri atas:

- Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp2.000.000.000 (dua miliar rupiah).
- Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000 (dua miliar rupiah) maksimal sampai Rp15.000.000.000 (lima belas miliar rupiah).
- Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000 (lima belas miliar rupiah) dengan nominal maksimal sampai Rp50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Koperasi dan UMKM beserta Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif banyak melakukan kegiatan dalam rangka memberikan kemajuan untuk para pelaku UMKM. Khusus di Provinsi (Pemprov) Daerah Khusus Ibu Kota (DKI) Jakarta juga sangat serius dalam komitmen mengembangkan UMKM. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat di DKI Jakarta terdapat 1.100.000 UMKM. Jumlah ini setara 98,78 persen dari total jumlah usaha di DKI Jakarta. UMKM menjadi sumber penyediaan kebutuhan masyarakat DKI Jakarta, dan sangat berperan dalam perekonomian dan penyerapan tenaga kerja. Program Pemprov DKI Jakarta dalam mendukung UMKM salah satunya melalui program Jakpreneur.

Jakpreneur adalah program fasilitasi dan kolaborasi pengembangan UMKM melalui ekosistem kewirausahaan. Program ini memberikan fasilitas pengembangan usaha melalui beberapa tahapan yang dikenal dengan **7P** yaitu: **P**endaftaran, **P**elatihan, **P**endampingan, **P**erizinan, **P**emasaran, **P**elaporan keuangan dan akses **P**ermodalan. Seluruh masyarakat penggiat UMKM yang tergabung dalam Jakpreneur dapat berkesempatan untuk mendapatkan fasilitas agar





berkembang secara kolaboratif. Program Jakpreneu menyelenggarakan bazar daring maupun luring, serta membuka kios Jakpreneur, program *close loop* yang memberikan kemudahan dalam berbelanja bahan baku murah bagi para anggota.

Ditengah situasi pandemic ccovid 19, Pemprov DKI Jakarta memberikan bantuan modal yang dapat digunakan sebagai modal kerja maupun sarana pengembangan atau penyelamatan usaha. Adanya kemudahan fasilitas yang telah diberikan Pemprov DKI Jakarta dalam dukungannya terhadap UMKM sangat membantu para pelaku UMKM dimana penggiat yang terkena dampak negative sebelumnya mengharuskan para pelaku UMKM mengambil langkah untuk menyelamatkan usaha mereka baik dengan mengurangi jumlah karyawan, menurunkan produksi barang/jasa, bahkan beberapa pelaku UMKM terpaksa harus menutup usaha karena tidak mampu bertahan. Dalam mengatasi kondisi ini UMKM harus dapat beradaptasi dengan lingkungan dan perkembangan dunia saat ini yaitu dengan cara paham dan cakap dalam menggunakan fasilitas digital, yang secara otomatis mau tidak mau, suka tidak suka penggiat UMKM harus bisa masuk dalam “dunia maya”.

ANALISIS SITUASI

Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Ekonomi Universitas Ibnu Chaldun, Jakarta diselenggarakan sebagai salah satu bentuk kegiatan untuk melakukan/memberikan manfaat kepada masyarakat khususnya UMKM. Diharapkan pelaku UMKM bisa ‘*melek digital*’ dengan melakukan digital marketing untuk menunjang kegiatan usahanya.

Tidak dapat di pungkiri saat pandemi, UMKM yang dapat bertahan adalah mereka yang mampu beradaptasi dalam duniadigital. Sebesar 80% UMKM menjadikan masa pandemic sebagai pemicu untuk berubah ke arah *digital*, terhubung langsung dalam ekosistem digital dengan memanfaatkan platform media sosial, *e-commerce* dan *marketplace*. Digitalisasi menjadi kunci bagaimana pelaku UMKM dapat *survive*.

Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini dalam pelaksanaannya memiliki tiga tahapan,yakni: observasi, konsultasi dan pendampingan pembuatan sosial media. Dimana output yang dihasilkan pada pengabdian ini adalah para Pelaku UMKM bisa membuat dan memiliki e-mail serta akun sosial media yang diinginkan sehingga bisnis yang digeluti dapat survive dan lebih berkembang.

Peserta Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah pelaku UMKM di Jakarta Timur sebanyak 25 orang. Dari hasil observasi dan wawancara secara langsung bahwa memang pemasaran merupakan kendala yang cukup sulit diatasi oleh para pelaku UMKM. Pemasaran sendiri merupakan proses dari seseorang atau organisasi untuk mempengaruhi orang lain atau organisasi lain agar mereka yang menginginkan dan memerlukan produk atau jasa dapat terpenuhi dan mereka yang memiliki produk atau jasa memiliki keuntungan. Pemasaran yang dilakukan saat ini identik dengan digitalisasi, dimana karena adanya perkembangan teknologi mendorong pentingnya transformasi digital sehingga membuat pasar semakin bersaing. Hal ini yang





kemudian mampu menjadi titik tolak penggiat UMKM mendorong turut masuk ke dalam dunia digital baik sosial media, *marketplace* dan *e-commerce*.

Hal tersebut sejalan dengan program pemerintah yang menyatakan bahwa transformasi digital membuka peluang bagi UMKM tumbuh lebih pesat, bahkan menjadi bagian dari rantai pasok global. Hal ini mengingat berjualan secara online bisa diakses dimana saja tanpa batasan negara dan membuka peluang bagi Indonesia sendiri sebagai pemain utama dalam pertumbuhan industri halal di tingkat global.

Pelaksanaan workshop dilakukan pada tanggal 9 Maret 2022 berlokasi di Gedung Pusat Promosi Industri Kayu & Mebel (PPIKM), Jl.Jatinegara Kaum No.2 Pulogadung, Jakarta Timur.

Pendataan awal dilakukan pada saat registrasi sebelum acara dimulai kemudian dilanjutkan dengan pemaparan materi oleh tim pengabdian masyarakat FE Universitas Ibnu Chaldun Jakarta. Judul materi yang dipaparkan adalah “Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Digital Marketing”. Materi ini berisi masalah marketing yang berdasarkan pada teori marketing mix 4 P yaitu Product, Price, Place dan Promotion. Materi ditekankan pada masalah Promosi, yaitu strategi promosi /pemasaran yang efektif saat ini, diantaranya membuat website, menggunakan sosial media, membuat iklan yang disebar di WA dan sebagainya. Khusus untuk pemasaran yang menggunakan sosial media, maka bila ingin melakukan pemasaran dengan menggunakan sosial media maka pelaku usaha harus mempunyai identitas, mempunyai e-mail dan mempunyai nomor telepon.

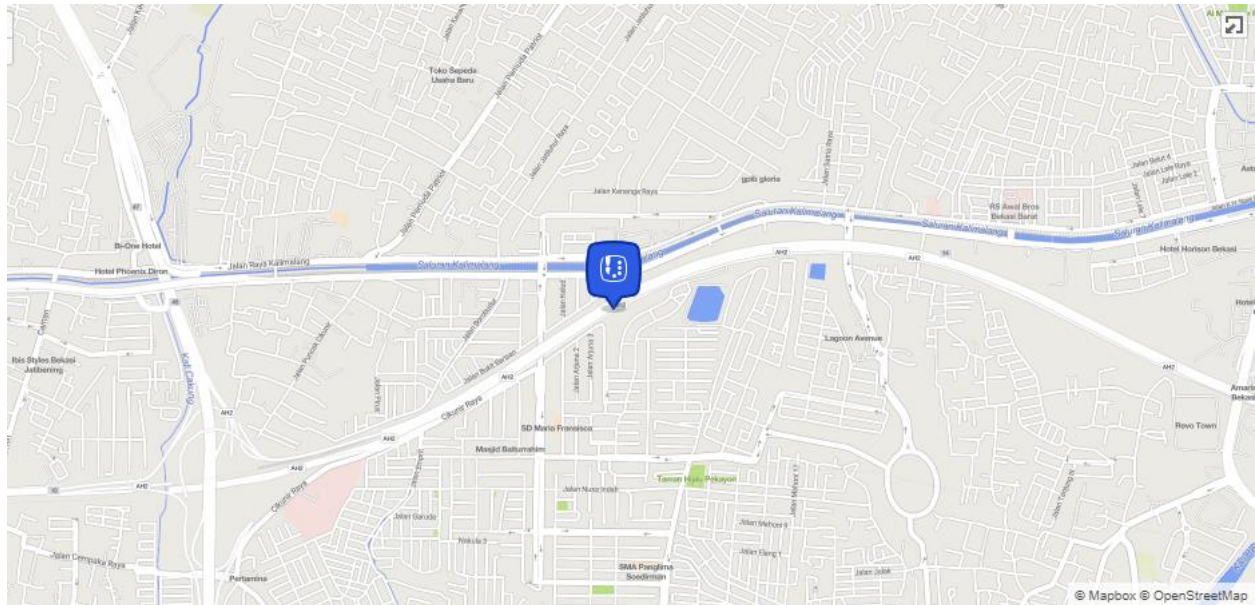
Kemudian dipaparkan panduan untuk membuat pemasaran dengan menggunakan sosial media. Tahap pertama adalah pembuatan e-mail dengan menggunakan gmail. Tahap lanjutnya adalah panduan membuat akun instagram. Dicontohkan juga cara mendaftar Shopee Food untuk para UMKM yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Penggunaan sosial media yang dipaparkan adalah contoh saja, masih banyak sosial media lain yang bisa digunakan.

Setelah pemaparan materi acara dilanjutkan dengan pendampingan pembuatan akun sosial media bagi yang belum memiliki.

Berdasarkan informasi yang telah didapat dari observasi pada saat pendaftaran dan komunikasi secara langsung dalam workshop, para pelaku UMKM yang belum bisa membuat akun media sosial langsung dibantu pendampingan untuk membuat akun media sosial sampai selesai.

Dengan adanya program ini kami berharap dapat membantu para pelaku UMKM yang hadir dapat mengatasi kendala yang dihadapi dan bisa menjadi motivasi UMKM dalam melanjutkan usaha yang sudah dilakukan.





Peta Lokasi Workshop
Gedung Pusat Promosi Industri Kayu & Mebel (PPIKM) Pulogadung

KESIMPULAN

Workshop yang sudah dilaksanakan di gedung PPIKM Pulogadung disambut antusias para penggiat UMKM, hal tersebut tentunya tidak lepas dari materi di sampaikan dan pendampingan yang dilakukan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh UMKM itu sendiri :

1. UMKM memiliki bekal ilmu dan kemampuan untuk bertransformasi ke digital marketing dengan langkah awal membuat media sosial untuk menunjang kegiatan bisnis yang mereka geluti.
2. UMKM dapat segera menangkap peluang yang ada, mempelajari dan mengaplikasikannya kedalam bisnis yang di jalankan, dengan bertransformasi menjadi digital.(Go Digitalisasi for UMKM)

SARAN

Pemerintah tentunya akan berupaya dan terus mendorong UMKM agar dapat segera *go digital*, hal ini sejalan dengan program pemerintah yang di gaungkan Presiden Jokowi dalam mewujudkan 30 juta UMKM *go digital* hingga tahun 2024. Sehingga saa kini, para pelaku UMKM perlu untuk mempersiapkan SDM yang mengerti dan cakap dengan digitalisasi.



JPMEMA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

Universitas Ibnu Chaldun dan lembaga pendidikan baik negeri dan swasta lain, seharusnya bisa di optimalkan untuk berkolaborasi dengan Pemerintah untuk menjalankan program edukasi ataupun pelatihan-pelatihan yang dibutuhkan masyarakat baik UMKM ataupun bidang lain yang dibutuhkan.

FOTO KEGIATAN



Pemaparan materi “Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Digital Marketing”





Bapak Yudo Kisworo memaparkan materi kepada peserta





FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS IBNU CHALDUN



PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

dengan tema:
**PENINGKATAN KAPASITAS UMKM
MELALUI DIGITAL MARKETING**

Narasumber:



Yudo Kisworo., S.Si., MM.



R. Dimas Sundawa., SE., MM.

RABU, 9 MARET 2022 | **GEDUNG PPIKM**
13.00 WIB - 14.30 WIB | **JL. JATINEGARA KAUM NO. 2**
| **PULO GADUNG, JAKARTA TIMUR**

Informasi:
Mughtarom - 081218445586
Nabila - 08977308153

bekerja sama dengan:



SUKU DINAS PERINDUSTRIAN
PERDAGANGAN KOPERASI USAHA
KECIL DAN MENENGAH



jakarta **Jak Preneur**

 [rekonuic_jakarta](https://www.instagram.com/rekonuic_jakarta)

Flyer Pengabdian Kepada Masyarakat



Antusias Peserta (Pelaku UMKM) mendengarkan pemaparan materi digital marketing



Tim Pengabdian Kepada Masyarakat FE Universitas Ibnu Chaldun Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

<https://jakarta.go.id/jakpreneur>

<https://www.google.com/amp/s/m.kumparan.com/amp/yudhistira-nurresi/mengenal-jakpreneur-program-untuk-pengembangan-kewirausahaan-1sIOItB8qLS>



JPMEMA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan/>

<https://kur.ekon.go.id/>

<https://qris.id/>

Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam,ISSN:2477-6157;E-ISSN 2579-6534

Oktafia,R.(2017).Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Perkuatan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Di Jawa Timur. 110,85–92.

Wibowo,D.H., Arifin,Z.,& Sunarti.(2015).Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. Jurnal Administras iBisnis, 29 (1), 59–66

Priangani, A.(2013). Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global. Jurnal Kebangsaan, 2 (4), 1–9

Setiawati,I.(2017).Pengaruh Strategi Pemasaran OnlineTerhadap Peningkatan Laba Umkm. Strategi Komunikasi Pemasaran, 20, 1–5. file:///C:/Users/BAYU/Downloads/Documents/263-760-1-PB.pdf

CC-BY-SA4.0License,CommunityServicesJournal(CSJ),ISSN 2654-9360,E- ISSN 2654-9379

UCAPAN TERIMA KASIH

Denganini kami mengucapkanterimakasihkepada:

1. Bapak Hana Suhana Agung Nugraha, selaku Kasatpel Kec. Kelapa Gading dan Plt. Kasatpel Kec. Pademangan atas support, arahan, dan kerjasamanya.
2. Para Staf Satuan Pelaksana Sudin PPUMKM Jakarta Timur yang namanya tidak dapat kami sebutkan satu per satu atas support dan kerjasamanya.
3. Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi serta Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi atas bantuan, support dan kerjasamanya.
4. Para Pelaku UMKM wilayah Jakarta Timur yang sangat menginspirasi



JPMEMA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).