



JURNAL PENGABDIAN TERATAI

Vol. 6, No. 2, Desember, pp. 67-74

PENINGKATAN AKSES PASAR MELALUI DIGITALISASI BERBASIS GREEN ECONOMY PADA UMKM CANTHIR DI JAGAKARSA JAKARTA SELATAN

AUTHOR

¹⁾Syamsul Bahri, ²⁾Rudi Laksono, ³⁾Ahmad Nurdin Hasibuan,
⁴⁾Noerlina Anggraeni, ⁵⁾Dyah Utami Dewi

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan akses pasar bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKMM) Canthir di Jagakarsa Jakarta Selatan melalui digitalisasi. Program ini dirancang sebagai respons terhadap tantangan yang dihadapi UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas, khususnya dalam era digital yang semakin berkembang pesat. Tujuan Utama dalam kegiatan ini adalah 1). Meningkatkan pemahaman dan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital.2). Membantu UMKM mengembangkan strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial dan platform e-commerce.3). Mendorong penguatan merek lokal dan jaringan bisnis melalui penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Metode Pelaksanaan dalam kegiatan ini meliputi :1). Pelatihan Digitalisasi tentang dasar-dasar teknologi informasi, penggunaan media sosial untuk bisnis, serta cara memanfaatkan platform e-commerce. 2). Pengembangan Konten dan Pemasaran Online UMKM yang akan dilatih untuk membuat konten kreatif, termasuk fotografi produk, pembuatan video promosi, dan copywriting. Mereka juga diperkenalkan dengan pembuatan website sederhana sebagai alat untuk menampilkan katalog produk secara online. 3). Pendampingan dan Monitoring. Pendampingan diberikan secara berkala selama beberapa bulan untuk memastikan bahwa UMKM dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam bisnis mereka. Proses ini dilengkapi dengan monitoring performa digitalisasi melalui alat analitik. 4). Kolaborasi dan Jaringan Program ini juga mencakup pembentukan komunitas online bagi UMKM untuk berbagi pengalaman dan strategi, serta menjalin kerja sama dengan platform digital yang relevan. Hasil yang Diharapkan UMKM Canthir di Jagakarsa Jakarta Selatan mampu memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas akses pasar, peningkatan daya saing melalui strategi pemasaran digital yang efektif, penguatan brand lokal dan keterlibatan UMKM dalam jaringan bisnis digital yang lebih luas. Pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberdayakan UMKM di Jagakarsa Jakarta Selatan dengan keterampilan digital yang diperlukan untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Melalui digitalisasi, UMKM akan memiliki kesempatan yang lebih besar untuk berkembang dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal.

Kata Kunci

Green Economy; Akses Pasar; Digitalisasi; Canthir; Jagakarsa;

AFILIASI

Prodi, Fakultas
Nama Institusi
Alamat Institusi

1,2,3,4,5) Manajemen, Fakultas Ekonomi
1,2,3,4,5) Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957
1,2,3,4,5) Jl. M. Kahfi II No. 33, Jagakarsa, Jakarta Selatan, DKI Jakarta

KORESPONDENSI

Author

Email

Rudi Laksono
rlaksono29@gmail.com

LICENSE



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi dan revolusi industri 4.0, digitalisasi menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing dan akses pasar bagi Usaha Mikro Kecil (UMKM). Digitalisasi tidak hanya memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka secara signifikan, tetapi juga memberikan berbagai alat dan platform yang dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pelayanan pelanggan. Di Jagakarta, Jakarta Selatan, UMKM menghadapi tantangan dalam memperluas akses pasar akibat keterbatasan infrastruktur dan pengetahuan tentang teknologi digital. Oleh karena itu, penting untuk memberikan pendampingan dan pelatihan bagi pelaku UMKMM dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal.

Digitalisasi di sektor UMKMM telah terbukti meningkatkan penjualan dan efisiensi bisnis secara keseluruhan. Menurut pendapat ahli, seperti Dr. A. Nuryakin, seorang pakar ekonomi digital, UMKM yang mampu beradaptasi dengan teknologi digital memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ketat. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, e-commerce, dan aplikasi digital lainnya dapat meningkatkan akses pasar UMKM hingga 50% dalam kurun waktu dua tahun. Studi terdahulu oleh Wulan (2022) menyoroti bahwa UMKM yang mengadopsi strategi digitalisasi berhasil meningkatkan omzet hingga 40% dibandingkan UMKM yang tidak memanfaatkan teknologi digital. Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh Hasan (2021) mengungkapkan bahwa digitalisasi tidak hanya berdampak pada peningkatan penjualan, tetapi juga pada peningkatan brand awareness dan loyalitas pelanggan.

Referensi literatur yang relevan dalam proyek pengabdian masyarakat ini meliputi buku "Digital Marketing for SMEs" oleh Kotler & Keller (2020), yang menjelaskan pentingnya digitalisasi dalam pengembangan UMKM. Selain itu, artikel jurnal seperti "The Impact of Digitalization on SMEs' Market Access" yang diterbitkan oleh International Journal of Business Management (2021) dapat menjadi acuan penting dalam memahami dampak digitalisasi pada UMKM di berbagai daerah. Dengan demikian, program peningkatan akses pasar melalui digitalisasi pada UMKMM di Jagakarta, Jakarta Selatan ini diharapkan dapat menjadi solusi efektif untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat. Program ini tidak hanya akan memberikan manfaat langsung bagi pelaku UMKM, tetapi juga akan mendorong pengembangan ekonomi lokal yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Berikut adalah metode pelaksanaan untuk program pengabdian masyarakat berjudul "Peningkatan Akses Pasar Melalui Digitalisasi pada UMKM Canthir di Jagkarsa, Jakarta Selatan :

Persiapan dan Perencanaan

Survei Awal : survei awal dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan, kendala, dan tingkat pemahaman UMKM terkait digitalisasi. Ini bisa



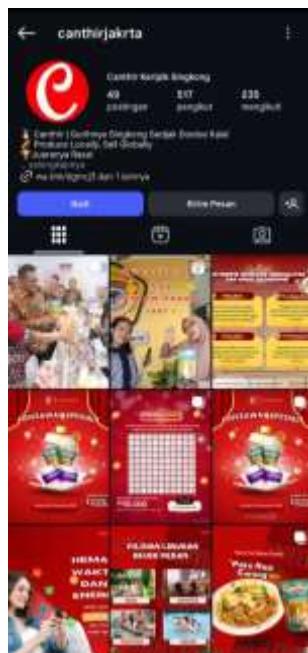
Pemetaan UMKM : melibatkan wawancara, kuesioner, atau observasi langsung. Mengklasifikasikan UMKM berdasarkan jenis usaha, skala, dan kesiapan digital untuk menentukan materi dan pendekatan yang tepat dalam pelatihan.

Kerjasama dengan Stakeholder dengan pihak-pihak terkait seperti pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan platform e-commerce untuk mendukung program ini.

Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan Dasar TIK dan Digitalisasi : Pelatihan dasar komputer dan internet, termasuk penggunaan perangkat keras dan perangkat lunak.

Pelatihan pembuatan dan pengelolaan akun media sosial untuk bisnis Instagram



Gambar 1. Tampilan Instagram

Instagram : <https://www.instagram.com/canthirjakarta?igsh=Zzk3enVjMjkxNnEz>

WhatsApp : https://api.whatsapp.com/send?phone=6287800120457&text=Hallo%20ka%2C%20boleh%20diskusi%20untuk%20pemesanan%20canthir%3F&fbclid=PAT01DUAQvIFleHRua2FlbQlxMABzcnRjBmFwcF9pZA81NjcwNjczNDMzNTI0MjcAAaeZMLtAJ2tc98y9CIEY2k4_t1niaQx3JEnHu3z8jb_rsvS5goAsbZ6e-9wxg_aem_FYfAKnWHh8zdxzEe0bJRhw

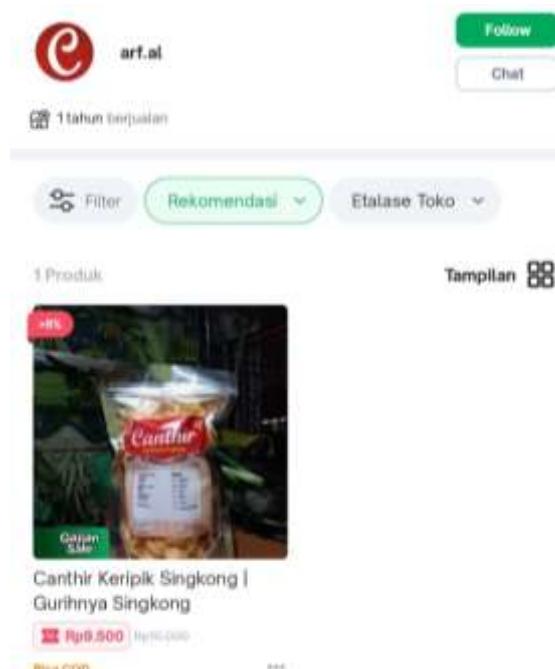
Pelatihan membuat website sederhana menggunakan platform gratis seperti WordPress atau Google Sites.

Pelatihan Pemasaran Digital:

- Pelatihan fotografi produk menggunakan smartphone dan editing sederhana.
- Pelatihan pembuatan konten kreatif, termasuk copywriting dan storytelling.
- Workshop penggunaan platform e-commerce, mulai dari pendaftaran hingga manajemen toko online.
- Website : Canthir.web.id



- Tokopedia : <https://tk.tokopedia.com/ZSfA4JwjE>



Gambar 2. Tampilan Tokopedia

Pendampingan dan Implementasi

Sesi pendampingan selama 2-3 bulan untuk membantu UMKM dalam menerapkan hasil pelatihan dalam bisnis mereka. UMKM diberikan saran, mengevaluasi implementasi, dan menyelesaikan masalah yang dihadapi.

- | | |
|------------------------------|---|
| Penerapan Strategi Pemasaran | : Membantu UMKM dalam menjalankan strategi pemasaran yang sudah direncanakan, seperti kampanye media sosial, pemasaran melalui platform e-commerce, dan pengembangan identitas merek. |
| Monitoring dan Feedback | : menggunakan alat analitik sederhana untuk memonitor performa pemasaran UMKM. Adakan pertemuan bulanan untuk membahas kemajuan, kendala, dan langkah-langkah perbaikan. |

Evaluasi dan Pengembangan

- | | |
|--------------------------------|--|
| Evaluasi Berkala | : melakukan evaluasi setelah 3 bulan untuk menilai keberhasilan program, termasuk dampaknya terhadap peningkatan akses pasar dan peningkatan penjualan UMKM. |
| Pengumpulan Feedback dari UMKM | : mengumpulkan feedback dari UMKM tentang pengalaman mereka selama pelatihan dan pendampingan. Dilakukan melalui wawancara, survei, atau diskusi kelompok. |
| Pengembangan Berkelanjutan | : Berdasarkan hasil evaluasi dan feedback, akan dibuat rencana pengembangan lanjutan seperti pelatihan tambahan, pengenalan alat digital yang lebih canggih, atau perluasan program ke wilayah lain. |



Pelaporan dan Publikasi

- Penyusunan Laporan : Dokumentasi seluruh proses, hasil, dan evaluasi program dalam bentuk laporan akhir.
- Publikasi Hasil Program : Mempublikasikan hasil program melalui media sosial, website, atau seminar lokal untuk mempromosikan keberhasilan UMKM yang telah berhasil meningkatkan akses pasar melalui digitalisasi.
- Diskusi dan Sharing Best Practices : mengadakan sesi sharing dan diskusi dengan UMKM lain di wilayah sekitar atau desa lain untuk berbagi pengalaman dan praktik terbaik yang telah diterapkan.

Metode pelaksanaan ini dirancang untuk memastikan bahwa UMKM dapat mengadopsi digitalisasi dengan efektif dan berkelanjutan, yang pada akhirnya akan meningkatkan akses pasar dan pertumbuhan bisnis mereka.

SOLUSI PERMASALAHAN

Dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan pada UMKM canthir, Ervina Damayanto Trias Putri selaku Pimpinan Mitra "Canthir" CV. Sismuindo di jagakarta jakarta selatan setelah melalui tahapan tahapan yang telah didiskusikan bersama UMKM tersebut didapatkan solusi pada tabel sebagai berikut :

No	Permasalahan	Solusi	Gambar Sebelum Dilakukan Perbaikan	Gambar Setelah Dilakukan Perbaikan
1	Branding packaging	Telah dilakukan kurasi terhadap packaging yang telah digunakan untuk perbaikan dalam rangka perluasan pangsa pasar baik domestik atau ekspor yang dilakukan oleh tim IDDC		

Tabel 1. Permasalahan dan Solusi

Pemberian solusi pada UMKM canthir diberikan pada saat periode PKM berjalan yaitu selama 5 bulan yaitu berupa pendampingan seperti terlihat pada tabel diatas. Untuk branding dan packaging melakukan perbaikan yang dilakukan oleh tim IDDC , sementara untuk packaging sendiri menggunakan plastic pouch seperti terlihat pada gambar dengan beberapa ukuran.

LUARAN DAN TARGET CAPAIAN

Luaran dari kegiatan program pengabdian kepada masyarakat ini berupa publikasi artikel ilmiah pada jurnal nasional terakreditasi nasional dan video pelaksanaan.



Capaian UMKM

Pelatihan digitalisasi yang diberikan telah meningkatkan literasi digital UMKM Canthir, sehingga mereka mampu memanfaatkan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi dan penjualan. Perbaikan branding dan packaging juga berhasil dilakukan, membuat produk lebih layak jual dan memiliki daya tarik yang lebih kuat. Selain itu, UMKM sudah dapat membuat konten sederhana seperti foto produk dan caption promosi, serta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam mengelola pemasaran digital berkat pendampingan yang dilakukan secara rutin.

Peluang Ke Depan

Keberhasilan pelatihan ini membuka peluang bagi UMKM Canthir untuk memperluas pasar hingga tingkat nasional dan bahkan berpotensi memasuki pasar ekspor. Penguatan brand lokal dapat semakin berkembang melalui konten digital yang konsisten dan menarik. UMKM juga memiliki peluang untuk melakukan kolaborasi dengan komunitas UMKM lain maupun platform digital, serta mengembangkan toko online mandiri. Selain itu, peningkatan permintaan dapat mendorong diversifikasi produk dan pengembangan usaha yang lebih berkelanjutan.

REFERENSI

Buku:

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson.
Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (7th ed.). Pearson.
Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). E-Commerce 2020: Business, Technology, Society (16th ed.). Pearson.

Jurnal:

- Wijaya, B. S. (2018). The Influence of Social Media on Small and Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia. International Journal of Business and Management Invention, 7(2), 20-27.
Syafruddin, A., & Rahman, F. (2020). Digital Transformation and Its Impact on Small and Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia. Journal of Business and Economics, 21(1), 55-63.
Setiawan, D. (2021). The Role of E-commerce in Enhancing Market Access for Small and Medium Enterprises (SMEs) in Rural Areas. Journal of Rural Development Studies, 12(1), 34-42.

Artikel:

- McKinsey & Company. (2020). How Digital Marketing is Changing Small and Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/industries/small-business/articles/how-digital-marketing-is-changing-smes-in-indonesia>
Deloitte Indonesia. (2021). Digitalization and SMEs: Accelerating the Adoption of Digital Technologies in Indonesia. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/id/en/pages/sme/articles/digitalization-and-smes.html>

Laporan:

- Bank Indonesia. (2021). Survei Penggunaan Teknologi Digital pada UMKM di Indonesia. Jakarta: Bank Indonesia.
Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2020). Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi: Strategi dan Implementasi. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.



Website:

Tokopedia. (2022). Panduan Berjualan di Tokopedia untuk UMKMM. Retrieved from <https://www.tokopedia.com/edu/panduan-UMKM> 12. Kominfo. (2021). Program Literasi Digital untuk UMKM di Indonesia. Retrieved from <https://www.kominfo.go.id/literasi-digital-UMKM>



DOKUMENTASI

