**BAKTI MULYA: Jurnal Pengabdian dan Pendampingan Masyarakat**
ISSN (Online): 3026-670X
Received: 27-09-2026, Revised: 19-10-2026
Accepted: 18-11-2026, Published: 27-11-2026
DOI: 10.59166/baktimulya.v4i2.642

# SOSIALISASI PERAN TEKNOLOGI DALAM MENDORONG AKSELERASI UMKM NAIK KELAS

**Rizki Zuliani[1,*], Erdhita Oktrifianty [2] , Een Unaenah[3]**
[1-3]Universitas Muhammadiyah Tangerang
**Correspondence: zulianbagins@gmail.com*

***Abstrak***

*Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema "Peran Teknologi dalam Mendorong Akselerasi UMKM Naik Kelas di Kelurahan Buaran Indah" bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan kemampuan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam memanfaatkan teknologi untuk pengembangan bisnis. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh masih rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap penggunaan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran, administrasi, dan pengelolaan keuangan. PKM dilaksanakan pada hari Minggu, 3 Agustus 2025 pukul 13.00–16.00 WIB di Aula RW 04 Kelurahan Buaran Indah, Kota Tangerang, dengan melibatkan 25 pelaku UMKM dari berbagai bidang usaha. Metode pelaksanaan meliputi ceramah, presentasi interaktif, identifikasi permasalahan, diskusi kelompok, dan praktik langsung penggunaan aplikasi digital seperti Canva, Shopee, dan Instagram Business. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap pentingnya teknologi, di mana 80% peserta memahami manfaat digitalisasi usaha dan 70% mulai mempraktikkan pemasaran online. Kegiatan ini berkontribusi dalam mendorong transformasi digital UMKM di tingkat lokal dan membentuk komunitas "UMKM Digital RW 04" sebagai tindak lanjut penguatan kapasitas usaha secara berkelanjutan.*

***Kata Kunci:*** *UMKM; Teknologi Digital; Literasi Digital; Pemasaran Online; Pemberdayaan Ekonomi*

***Abstract***

*The Community Service Program (PKM) entitled "The Role of Technology in Accelerating MSMEs to a Higher Level in Buaran Indah Village" aims to improve the digital literacy and technological skills of micro, small, and medium enterprise (MSME) owners in utilizing technology for business development. This activity was motivated by the low level of understanding among MSME actors regarding the use of digital technology in marketing, administration, and financial management. The PKM was conducted on Sunday, August 3, 2025, from 1:00 p.m. to 6:00 p.m. at the RW 04 Hall, Buaran Indah Village, Tangerang City, involving 25 MSME participants from various business sectors. The implementation methods included lectures, interactive presentations, problem identification, group discussions, and hands-on practice using digital applications such as Canva, Shopee, and Instagram Business. The results showed a significant improvement in participants' understanding of technology; 80% of participants acknowledged the benefits of digitalization, and 70% began implementing online marketing. This program contributed to promoting local MSME digital transformation and resulted in the establishment of the "RW 04 Digital MSME Community" as a follow-up initiative to strengthen business capacity in a sustainable manner.*

***Keywords:*** *Msmes; Digital Technology; Digital Literacy; Online Marketing; Economic Empowerment*

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia yang berkontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pengentasan kemiskinan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2023), UMKM menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional dan menyumbang sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Namun, meskipun memiliki peran strategis, sebagian besar UMKM di Indonesia masih menghadapi kendala serius dalam hal akses permodalan, pemasaran, inovasi produk, dan terutama dalam pemanfaatan teknologi digital.

Di era Revolusi Industri 4.0, transformasi digital menjadi tuntutan yang tidak dapat dihindari oleh setiap pelaku usaha, termasuk UMKM. Teknologi informasi tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu operasional, tetapi juga sebagai instrumen utama dalam membangun daya saing usaha. Pemanfaatan teknologi dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi produksi, memperluas jangkauan pasar melalui platform digital, serta memperkuat branding produk melalui media sosial dan e-commerce. Oleh karena itu, kemampuan literasi digital menjadi kompetensi yang wajib dimiliki oleh setiap pelaku UMKM.

Meskipun potensi teknologi sangat besar, kenyataannya masih banyak pelaku UMKM di tingkat lokal yang belum mampu beradaptasi secara optimal. Hal ini terlihat dari rendahnya kemampuan menggunakan media sosial untuk promosi, minimnya pengetahuan tentang transaksi digital, serta kurangnya keterampilan dalam mengelola administrasi dan keuangan secara daring. Kondisi ini menyebabkan UMKM sulit bersaing dengan usaha yang telah lebih dahulu mengadopsi teknologi. Untuk itu, diperlukan upaya nyata berupa pendampingan dan pelatihan yang dapat membantu UMKM melakukan transformasi digital secara bertahap.

Kelurahan Buaran Indah di Kota Tangerang merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi lokal cukup tinggi, dengan berbagai usaha mikro di bidang kuliner, kerajinan, dan jasa. Namun, sebagian besar pelaku UMKM di wilayah ini masih menjalankan usahanya secara konvensional. Berdasarkan hasil observasi awal, para pelaku usaha belum banyak yang memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana

promosi maupun pengelolaan usaha. Selain itu, mereka menghadapi keterbatasan dalam hal pengetahuan teknologi dan akses informasi.

Menyikapi permasalahan tersebut, tim dosen melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) bertema "Peran Teknologi dalam Mendorong Akselerasi UMKM Naik Kelas di Kelurahan Buaran Indah". Kegiatan ini dilaksanakan sebagai bentuk kontribusi perguruan tinggi dalam mendukung penguatan kapasitas masyarakat, khususnya pelaku UMKM, agar mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Kegiatan ini juga merupakan implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam bidang pengabdian kepada masyarakat melalui pendekatan edukatif dan partisipatif.

Tujuan utama dari kegiatan PKM ini adalah untuk meningkatkan literasi digital dan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi secara efektif untuk mendukung pengembangan usaha. Melalui kegiatan berupa ceramah, diskusi, dan praktik langsung, peserta diberikan pemahaman tentang strategi digital marketing, penggunaan media sosial bisnis, serta pemanfaatan aplikasi keuangan digital. Dengan demikian, diharapkan para pelaku UMKM dapat menerapkan teknologi dalam aktivitas bisnis sehari-hari guna memperluas pasar dan meningkatkan daya saing.

Dengan adanya kegiatan PKM ini, diharapkan tercipta transformasi nyata di lingkungan UMKM Kelurahan Buaran Indah. Peningkatan literasi digital dan kesadaran teknologi akan menjadi modal penting bagi pelaku UMKM untuk naik kelas, baik dari sisi skala usaha maupun kualitas manajemen. Lebih jauh lagi, keberhasilan program ini diharapkan dapat menjadi model pengabdian berkelanjutan yang dapat direplikasi di wilayah lain untuk memperkuat ekonomi berbasis masyarakat dan mendukung program pemerintah dalam mendorong digitalisasi ekonomi nasional.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan melalui empat fase utama, yaitu Fase Persiapan, Fase Implementasi, Fase Evaluasi, dan Fase Tindak Lanjut. Setiap fase dirancang secara sistematis agar tujuan kegiatan tercapai secara optimal dan berkelanjutan.

**Fase Persiapan**

Fase persiapan merupakan tahap awal yang bertujuan untuk memastikan kegiatan PKM berjalan efektif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasaran. Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan koordinasi dengan pihak Kelurahan Buaran Indah dan pengurus RW 04 untuk menentukan waktu, lokasi, dan jumlah peserta kegiatan. Selain itu, dilakukan identifikasi awal terhadap karakteristik UMKM di wilayah tersebut, termasuk jenis usaha, tingkat pemanfaatan teknologi, dan kendala yang dihadapi pelaku usaha.

Selanjutnya, tim menyusun materi pelatihan yang relevan dengan kebutuhan peserta, meliputi dasar-dasar digital marketing, pengenalan e-commerce, dan penggunaan aplikasi digital pendukung usaha seperti Canva, Instagram Business, dan Shopee. Tim juga menyiapkan sarana pendukung kegiatan seperti LCD projector, modul pelatihan, alat dokumentasi, serta instrumen evaluasi berupa pre-test dan post-test.

**Fase Implementasi**

Fase implementasi merupakan inti kegiatan yang dilaksanakan pada hari Minggu, 3 Agustus 2025, pukul 13.00–16.00 WIB, di Aula RW 04 Kelurahan Buaran Indah, Kota Tangerang. Kegiatan ini diikuti oleh 25 pelaku UMKM dari berbagai sektor usaha seperti kuliner, kerajinan tangan, dan jasa. Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi tiga sesi utama: (1) sesi ceramah dan presentasi mengenai pentingnya teknologi digital bagi UMKM dalam memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan membangun citra merek (branding); (2) sesi identifikasi permasalahan, di mana peserta diajak mengungkap kendala yang mereka hadapi dalam penerapan teknologi, seperti kesulitan menggunakan media sosial bisnis, keterbatasan pengetahuan tentang aplikasi digital, dan kurangnya kemampuan membuat konten promosi; serta (3) sesi diskusi dan praktik langsung, di mana peserta dibimbing membuat akun bisnis di media sosial, mencoba desain promosi sederhana menggunakan Canva, serta memahami langkah awal membuka toko online di platform e-commerce. Selama pelaksanaan, pendekatan partisipatif diterapkan untuk memastikan peserta aktif terlibat dalam setiap kegiatan dan memperoleh pengalaman langsung yang aplikatif.

### Fase Evaluasi

Fase evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas pelaksanaan kegiatan dan dampaknya terhadap peningkatan literasi digital peserta. Evaluasi dilakukan menggunakan beberapa instrumen, yaitu pre-test dan post-test untuk menilai peningkatan pemahaman peserta sebelum dan sesudah kegiatan, kuesioner kepuasan peserta untuk mengetahui respon dan masukan terhadap kegiatan, serta observasi langsung untuk melihat tingkat partisipasi dan kemampuan peserta selama praktik. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai teknologi digital. Sebanyak 80% peserta mengaku lebih memahami manfaat digitalisasi usaha, 70% peserta mulai membuat akun bisnis online, dan 60% peserta berniat memanfaatkan e-commerce sebagai sarana pemasaran.

### Fase Tindak Lanjut

Fase tindak lanjut bertujuan untuk menjaga keberlanjutan hasil kegiatan dan memperkuat dampak jangka panjang bagi peserta. Tim pelaksana bersama pihak kelurahan dan pengurus RW 04 membentuk komunitas bernama "UMKM Digital RW 04 Buaran Indah" sebagai wadah berbagi informasi, kolaborasi, dan pendampingan lanjutan antar pelaku usaha.

Komunitas ini dirancang sebagai media komunikasi berkelanjutan bagi peserta untuk saling berbagi pengalaman, berbagi konten promosi, dan belajar bersama tentang strategi digital marketing. Tim dosen juga berencana melakukan kegiatan lanjutan berupa pelatihan pembuatan katalog produk digital dan manajemen keuangan berbasis aplikasi. Dengan adanya tindak lanjut ini, diharapkan program PKM tidak hanya bersifat sesaat, tetapi benar-benar menjadi gerakan transformasi digital yang berkelanjutan di lingkungan UMKM Kelurahan Buaran Indah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Persiapan

Tahap persiapan merupakan bagian awal yang sangat penting dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM). Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan koordinasi awal dengan pihak Kelurahan Buaran Indah dan pengurus RW 04 untuk menentukan waktu, lokasi, serta peserta kegiatan. Hasil koordinasi menunjukkan bahwa pelatihan sangat dibutuhkan karena sebagian besar

pelaku UMKM di wilayah tersebut belum memanfaatkan teknologi digital dalam proses pemasaran dan pengelolaan usaha. Berdasarkan survei awal yang dilakukan melalui wawancara singkat terhadap 10 pelaku usaha, ditemukan bahwa 80% peserta masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan belum memiliki akun media sosial bisnis. Hal ini menjadi dasar penting bagi tim untuk merancang kegiatan yang menekankan peningkatan literasi digital dan pemanfaatan teknologi praktis.

Langkah berikutnya adalah perancangan materi dan penyusunan modul pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan peserta. Tim dosen menyiapkan topik yang mencakup pengenalan transformasi digital, strategi pemasaran melalui media sosial, penggunaan aplikasi Canva untuk desain promosi, serta langkah awal membuka toko online di platform e-commerce seperti Shopee. Selain itu, disusun pula instrumen evaluasi berupa pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta sebelum dan sesudah kegiatan. Seluruh materi dibuat dengan bahasa yang sederhana dan kontekstual agar mudah dipahami oleh pelaku UMKM yang sebagian besar belum memiliki latar belakang teknologi.

Selain aspek materi, tahap persiapan juga mencakup penyediaan sarana dan prasarana kegiatan, seperti proyektor, laptop, speaker, modul cetak, serta alat dokumentasi. Tim pelaksana juga menyiapkan daftar hadir, form evaluasi kepuasan peserta, serta lembar observasi keterlibatan peserta. Kegiatan ini kemudian dijadwalkan pada hari Minggu, 3 Agustus 2025, pukul 13.00–16.00 WIB, di Aula RW 04 Kelurahan Buaran Indah, Kota Tangerang. Dengan perencanaan yang matang, pelaksanaan kegiatan berjalan sesuai jadwal dan mampu menarik antusiasme peserta. Tahap persiapan ini menjadi pondasi utama keberhasilan kegiatan PKM karena seluruh komponen telah disiapkan secara sistematis, kolaboratif, dan berbasis kebutuhan nyata di lapangan.

**Hasil Implementasi**

Pada implementasi kegiatan pengabdian di Kelurahan Buaran Indah ini, tim pengabdi mulai mengidentifikasi permasalahan dari warga terkait dengan penerapan teknologi dalam UMKM. Pelaksanaan sosialisasi diawali dengan sesi ceramah atau presentasi, dilanjutkan dengan identifikasi permasalahan, dan diakhiri dengan sesi diskusi.

### 1. Ceramah/Presentasi

Pelaksanaan kegiatan PKM diawali dengan sesi ceramah dan presentasi interaktif oleh tim dosen yang bertujuan memberikan pemahaman menyeluruh tentang posisi dan potensi UMKM dalam perekonomian nasional, serta pentingnya penerapan teknologi digital untuk mendorong akselerasi bisnis. Pada awal sesi, disampaikan data terkini dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2024) yang menunjukkan bahwa terdapat lebih dari 65 juta unit UMKM di Indonesia, yang berkontribusi sekitar 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional. Namun demikian, dari jumlah tersebut, hanya sekitar 20% UMKM yang telah memanfaatkan teknologi digital dalam operasional dan pemasaran usahanya. Data ini menjadi landasan penting untuk menunjukkan bahwa transformasi digital merupakan kebutuhan mendesak agar UMKM dapat naik kelas dan bertahan dalam persaingan ekonomi modern.

Setelah penyampaian data nasional, narasumber menjelaskan upaya-upaya strategis untuk membantu usaha mikro berkembang menjadi usaha kecil dan menengah, di antaranya penguatan kapasitas manajerial, peningkatan literasi digital, pendampingan dalam akses permodalan, serta pembinaan dalam hal inovasi produk. Peserta diberikan pemahaman mengenai peran teknologi sebagai alat bantu efisiensi bisnis, bukan sebagai beban tambahan. Dengan teknologi, pelaku usaha dapat melakukan pencatatan keuangan digital, promosi daring, komunikasi dengan pelanggan secara cepat, serta analisis penjualan berbasis data. Dalam konteks lokal, peserta juga diajak untuk mulai memanfaatkan media sosial seperti Instagram, WhatsApp Business, dan TikTok Shop sebagai sarana promosi yang efektif dengan biaya rendah.

Sesi berikutnya membahas secara mendalam tentang aspek manajerial UMKM, meliputi tujuan, strategi, operasional, pemasaran, sumber daya manusia, legalitas, dan kepatuhan. Peserta diajak untuk menyusun tujuan bisnis yang realistis dan terukur, misalnya meningkatkan omzet 20% dalam enam bulan melalui promosi digital. Dari sisi strategi, diperkenalkan konsep marketing funnel dan customer journey yang menggambarkan proses menarik perhatian pelanggan hingga pembelian. Dalam aspek operasional, dibahas pentingnya efisiensi produksi dan manajemen stok berbasis aplikasi sederhana. Pada aspek pemasaran, dijelaskan strategi pembuatan konten

visual yang menarik, penjadwalan unggahan di media sosial, serta penggunaan hashtag untuk memperluas jangkauan audiens. Sedangkan dalam aspek sumber daya manusia, peserta didorong untuk meningkatkan keterampilan diri dan melibatkan anggota keluarga dalam kegiatan bisnis berbasis teknologi agar usaha menjadi lebih kolaboratif dan berkelanjutan.




**Gambar 1. Materi PPT Legalitas & Kepatuhan**

Selain itu, narasumber juga menyoroti legalitas dan kepatuhan hukum sebagai bagian penting agar UMKM dapat naik kelas secara berkelanjutan. Peserta diperkenalkan dengan proses pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem OSS, pentingnya memiliki izin edar atau sertifikat halal bagi produk makanan, serta perlunya menjaga kepercayaan konsumen dengan produk yang aman dan transparan. Dalam sesi ini, dibahas pula aspek pendukung lainnya seperti kemitraan, inovasi desain produk, dan pentingnya menjaga keberlanjutan lingkungan dalam kegiatan usaha. Seluruh materi disampaikan secara interaktif menggunakan slide visual, studi kasus nyata, dan simulasi sederhana yang membuat peserta lebih mudah memahami isi materi. Berdasarkan hasil observasi lapangan, lebih dari 90% peserta menunjukkan antusiasme tinggi, aktif bertanya, dan mencatat poin-poin penting yang relevan dengan usaha mereka. Kegiatan ceramah ini menjadi dasar kuat untuk membangun kesadaran peserta tentang pentingnya peran teknologi sebagai penggerak utama dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital.




**Gambar 2. Kegiatan PKM oleh Tim Pengabdi dan Warga RW 04 Kelurahan Buaran Indah**

## 2. Identifikasi Permasalahan

Tahapan identifikasi permasalahan dilakukan setelah sesi ceramah dan presentasi dengan pendekatan diskusi partisipatif dan observasi langsung terhadap peserta. Tujuannya adalah menggali secara mendalam kendala-kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM RW 04 Kelurahan Buaran Indah, Kota Tangerang dalam mengadopsi teknologi dan menerapkan strategi digitalisasi usaha. Berdasarkan hasil diskusi kelompok, wawancara informal, serta pengamatan selama kegiatan berlangsung, diperoleh sejumlah temuan utama yang menggambarkan kondisi riil pelaku UMKM di lapangan sebagai berikut.

### 1. Rendahnya Literasi Digital Pelaku UMKM

Permasalahan paling mendasar yang ditemukan adalah rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Sebagian besar peserta belum memahami bagaimana teknologi digital dapat menjadi bagian dari strategi bisnis. Mereka masih menganggap media sosial semata-mata untuk hiburan dan komunikasi pribadi, bukan sebagai alat pemasaran yang strategis. Pengetahuan mengenai digital branding, online marketing, maupun manajemen akun bisnis masih sangat terbatas. Bahkan, beberapa

peserta belum familiar dengan istilah seperti marketplace, engagement rate, atau content strategy. Akibatnya, pelaku usaha kesulitan memanfaatkan potensi teknologi yang sebenarnya dapat meningkatkan omset dan memperluas jangkauan pasar. Minimnya pelatihan formal serta keterbatasan akses informasi menjadi faktor utama penyebab rendahnya literasi digital ini.

**2. Keterbatasan Perangkat dan Akses Teknologi**

Masalah lain yang muncul adalah keterbatasan perangkat dan konektivitas internet. Sebagian peserta masih menggunakan ponsel dengan kapasitas penyimpanan kecil dan versi sistem operasi yang lama, sehingga tidak mendukung pengunduhan atau pengoperasian aplikasi digital seperti Canva, Shopee Seller Center, atau TikTok Shop. Selain itu, beberapa peserta mengeluhkan sinyal internet yang tidak stabil dan biaya kuota yang relatif mahal. Kondisi ini menyebabkan kegiatan digitalisasi, seperti mengunggah foto produk atau melakukan transaksi online, menjadi terhambat. Akibatnya, semangat peserta untuk mencoba teknologi baru sering menurun karena terbentur faktor teknis. Masalah ini menunjukkan perlunya dukungan infrastruktur dan pelatihan yang disesuaikan dengan keterbatasan perangkat yang dimiliki oleh pelaku UMKM lokal.

**3. Kurangnya Keterampilan dalam Pembuatan Konten Promosi**

Dalam konteks pemasaran digital, salah satu hambatan terbesar yang dihadapi peserta adalah ketidakmampuan membuat konten promosi yang menarik dan konsisten. Sebagian besar pelaku UMKM hanya mengunggah foto produk seadanya tanpa memperhatikan komposisi warna, pencahayaan, maupun kualitas gambar. Mereka juga belum memahami pentingnya menulis caption yang persuasif atau menggunakan hashtag yang relevan untuk meningkatkan jangkauan audiens. Selain itu, belum ada pemahaman mengenai pentingnya identitas visual (brand identity) seperti logo, warna khas, dan gaya bahasa yang konsisten. Akibatnya, akun media sosial usaha mereka belum mampu menarik perhatian calon konsumen secara efektif. Minimnya kemampuan menggunakan aplikasi desain sederhana seperti Canva atau CapCut menyebabkan konten promosi cenderung monoton dan tidak komunikatif.

**4. Belum Adanya Strategi Pemasaran yang Terencana dan Terukur**

Hasil identifikasi juga menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki strategi pemasaran yang sistematis dan terukur. Promosi usaha dilakukan

secara sporadis tanpa perencanaan waktu unggah, sasaran pasar, atau analisis efektivitas. Sebagian besar peserta belum pernah membuat kalender konten, belum memanfaatkan fitur analitik media sosial (seperti Instagram Insights), dan belum melakukan evaluasi terhadap efektivitas promosi digital. Akibatnya, upaya pemasaran sering kali tidak konsisten dan kurang memberikan hasil yang signifikan. Hal ini memperlihatkan perlunya peningkatan kapasitas dalam aspek manajerial dan strategi pemasaran berbasis data agar kegiatan promosi lebih efektif dan berkelanjutan.

**5. Keterbatasan Pengetahuan tentang Legalitas dan Kepatuhan Usaha**

Permasalahan yang juga penting adalah minimnya kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya legalitas usaha. Hasil diskusi menunjukkan bahwa lebih dari separuh peserta belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan izin usaha resmi. Mereka menganggap proses perizinan rumit dan tidak mengetahui manfaat administratif serta perlindungan hukum yang didapatkan dari legalitas tersebut. Padahal, legalitas usaha merupakan salah satu syarat penting bagi UMKM untuk dapat bermitra dengan perusahaan besar atau mendapatkan akses pembiayaan dari lembaga keuangan. Selain itu, pelaku UMKM bidang kuliner juga belum memahami pentingnya Sertifikat Halal dan izin edar produk makanan. Rendahnya pengetahuan ini berdampak pada keterbatasan akses mereka ke pasar yang lebih luas dan program bantuan pemerintah.

**6. Manajemen Keuangan yang Belum Terdigitalisasi**

Sebagian besar peserta masih melakukan pencatatan keuangan secara manual, bahkan ada yang tidak mencatat transaksi sama sekali. Pencampuran antara keuangan pribadi dan usaha menyebabkan kesulitan dalam mengetahui laba bersih dan mengatur arus kas. Pelaku UMKM juga belum mengenal aplikasi pencatatan keuangan digital sederhana seperti BukuWarung, Catatan Keuangan Harian, atau Money Manager. Akibatnya, keputusan bisnis sering kali tidak berbasis data yang akurat. Permasalahan ini memperlihatkan bahwa literasi finansial digital masih menjadi kebutuhan mendesak yang perlu ditingkatkan agar pelaku UMKM dapat mengelola bisnis secara profesional dan transparan.

**7. Rendahnya Kepercayaan Diri dan Ketakutan Menggunakan Teknologi Baru**

Permasalahan nonteknis yang cukup menonjol adalah rendahnya kepercayaan diri dalam mencoba teknologi baru. Banyak peserta merasa takut salah menekan fitur dalam aplikasi, khawatir kehilangan data, atau takut tertipu saat bertransaksi online. Sikap ini muncul karena belum adanya pengalaman dan pendampingan yang berkelanjutan. Beberapa peserta bahkan mengaku pernah gagal menjual produk secara online karena tidak memahami cara pengiriman, pembayaran digital, atau pengelolaan toko di platform e-commerce. Kondisi ini menyebabkan sebagian pelaku usaha kembali ke cara konvensional dan enggan mencoba kembali. Oleh karena itu, pendekatan edukatif dan empatik sangat diperlukan untuk menumbuhkan rasa percaya diri serta motivasi pelaku UMKM dalam beradaptasi dengan perubahan digital.

Secara keseluruhan, hasil identifikasi ini menunjukkan bahwa permasalahan utama pelaku UMKM di Kelurahan Buaran Indah bukan hanya terletak pada keterbatasan sarana, tetapi juga pada rendahnya pemahaman, kepercayaan diri, dan keterampilan dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam manajemen usaha. Temuan ini menjadi dasar bagi tim PKM untuk merancang kegiatan lanjutan berupa pelatihan praktik dan pendampingan intensif agar solusi yang diberikan tidak hanya konseptual, tetapi benar-benar aplikatif dan berdampak langsung pada peningkatan kapasitas UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital secara berkelanjutan.

## 3. Diskusi

Pada metode ini, tim pengabdi mengajak warga berdiskusi mengenai permasalahan yang mereka hadapi dan bagaimana mengimplementasikan teknologi dalam kegiatan UMKM. Diskusi dilakukan secara interaktif dengan peserta UMKM RW 04 Kelurahan Buaran Indah untuk mengidentifikasi dan mempraktikkan langkah-langkah konkret dalam penerapan teknologi guna mendorong UMKM naik kelas. Berikut hasil utama dari proses diskusi dan praktik lapangan.

### 1. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi dan Branding

Peserta diarahkan untuk memanfaatkan platform digital seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp Business sebagai alat utama pemasaran produk. Materi diskusi meliputi cara membuat akun bisnis, teknik mengunggah konten yang menarik, pemanfaatan hashtag, serta penggunaan fitur analitik (Insights) untuk mengukur jangkauan audiens. Melalui simulasi, peserta diajak menggunakan aplikasi Canva untuk membuat konten visual dan mempraktikkan pembuatan caption promosi

yang komunikatif. Hasilnya, peserta memahami bahwa promosi digital yang konsisten dapat meningkatkan visibilitas produk serta memperluas jangkauan pasar.

**2. Pemanfaatan Platform E-Commerce untuk Perluasan Pasar**

Peserta diperkenalkan pada platform perdagangan daring seperti Shopee, Tokopedia, dan GoFood sebagai sarana penjualan produk secara lebih luas. Tim pelaksana mendemonstrasikan cara membuat toko online, mengunggah foto produk dengan kualitas tinggi, menulis deskripsi yang menarik, dan mengelola pengiriman. Diskusi juga membahas strategi menjaga rating dan ulasan pelanggan agar toko memiliki reputasi baik di platform digital. Peserta menyadari bahwa e-commerce membuka peluang ekspansi pasar tanpa batas geografis dan meningkatkan potensi penjualan secara signifikan.

**3. Optimalisasi Teknologi untuk Layanan Pelanggan dan Komunikasi**

Narasumber menekankan pentingnya menjaga hubungan pelanggan melalui teknologi komunikasi interaktif. Peserta belajar menggunakan Google Form untuk survei kepuasan pelanggan dan WhatsApp Broadcast untuk promosi massal. Diskusi menyoroti pentingnya kecepatan respon, personalisasi pesan, dan kontinuitas komunikasi digital dalam membangun loyalitas pelanggan. Dengan teknologi ini, UMKM dapat meningkatkan kepuasan konsumen sekaligus memperkuat kepercayaan publik terhadap produk lokal.

**4. Digitalisasi Legalitas dan Kepatuhan Usaha**

Tim PKM memberikan bimbingan cara mengurus Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem Online Single Submission (OSS). Pelaku usaha bidang makanan juga diperkenalkan pada platform Halal Go Digital untuk pendaftaran sertifikat halal secara daring. Dengan adanya legalitas digital, UMKM menjadi lebih kredibel dan berpeluang menjalin kerja sama dengan pihak swasta maupun pemerintah. Peserta menyadari bahwa digitalisasi legalitas merupakan salah satu indikator utama bagi UMKM untuk naik kelas secara formal.

**5. Pembentukan Komunitas Digital UMKM RW 04**

Sebagai tindak lanjut diskusi, peserta menyepakati pembentukan “Komunitas Digital UMKM RW 04 Buaran Indah”. Komunitas ini berfungsi sebagai wadah berbagi informasi, berbagi pengalaman, serta forum diskusi rutin antar pelaku UMKM mengenai pemanfaatan teknologi digital. Langkah ini diharapkan menjadi bentuk

keberlanjutan kegiatan PKM agar pendampingan tidak berhenti pada tahap pelatihan, tetapi berkembang menjadi gerakan bersama menuju transformasi digital UMKM lokal.

Melalui hasil diskusi ini, dapat disimpulkan bahwa penerapan teknologi dalam pengembangan UMKM tidak hanya sebatas penggunaan perangkat digital, tetapi juga menyangkut perubahan pola pikir, peningkatan kapasitas manajerial, serta kolaborasi komunitas. Dengan dukungan dan pendampingan berkelanjutan, pelaku UMKM di Kelurahan Buaran Indah memiliki potensi besar untuk naik kelas dan berdaya saing di era ekonomi digital.

**Hasil Evaluasi**

Evaluasi kegiatan PKM dilakukan secara sistematis melalui observasi langsung, wawancara singkat, serta penyebaran angket umpan balik kepada para peserta setelah kegiatan berakhir. Tujuan evaluasi adalah untuk mengukur tingkat efektivitas kegiatan dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap pelaku UMKM terhadap penggunaan teknologi digital. Berdasarkan hasil evaluasi, diperoleh data bahwa 82% peserta menyatakan kegiatan PKM sangat bermanfaat dalam memperluas wawasan mereka mengenai pemasaran digital, manajemen keuangan, dan strategi pengembangan usaha berbasis teknologi. Sementara itu, 70% peserta mengaku telah mencoba menerapkan minimal satu aplikasi digital dalam operasional usahanya setelah kegiatan berlangsung, seperti Canva, Shopee, atau BukuWarung.

Secara umum, kegiatan ini dinilai berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan literasi digital dan memotivasi pelaku UMKM untuk mulai bertransformasi ke arah digitalisasi usaha. Peserta juga memberikan masukan agar kegiatan serupa dilakukan secara berkala dengan durasi yang lebih panjang, sehingga praktik lapangan dapat lebih mendalam. Dari hasil observasi, terlihat adanya peningkatan signifikan dalam kepercayaan diri peserta ketika berinteraksi menggunakan perangkat digital, serta kemampuan mereka untuk mempromosikan produk melalui media sosial. Evaluasi juga menemukan bahwa faktor pendukung keberhasilan kegiatan ini meliputi pendekatan partisipatif, metode praktik langsung, dan contoh kasus yang relevan dengan kondisi riil peserta.

Namun, beberapa kendala tetap ditemukan, seperti keterbatasan perangkat pribadi dan koneksi internet, serta kemampuan dasar teknologi yang masih bervariasi

di antara peserta. Oleh karena itu, tim PKM menyarankan adanya pendampingan lanjutan secara bertahap, agar pelaku UMKM yang masih tertinggal dalam pemahaman digital dapat memperoleh bimbingan tambahan. Evaluasi ini menjadi dasar penting bagi pengembangan program serupa di masa mendatang, agar kegiatan pengabdian tidak berhenti pada tahap penyuluhan, tetapi berlanjut ke arah peningkatan kompetensi yang terukur dan berkelanjutan.

**Hasil Tindak Lanjut**

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan PKM, tim pelaksana bersama peserta menyepakati beberapa langkah konkret untuk memastikan keberlanjutan dampak kegiatan. Langkah pertama adalah pembentukan "Komunitas Digital UMKM RW 04 Buaran Indah", sebuah wadah komunikasi dan kolaborasi antar pelaku UMKM yang berfungsi untuk saling berbagi pengalaman, memberikan dukungan teknis, serta memperbarui informasi tentang perkembangan teknologi bisnis. Komunitas ini difasilitasi melalui grup WhatsApp dan pertemuan bulanan di Balai RW 04 yang difokuskan pada pelatihan lanjutan, seperti pembuatan konten kreatif, pemasaran daring, dan pembukuan digital.

Langkah kedua adalah rencana kerja sama dengan pemerintah kelurahan dan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang dalam program pelatihan terpadu dan fasilitasi perizinan digital. Tim PKM akan membantu proses koordinasi untuk mempermudah pelaku usaha memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikasi halal, serta mengakses program bantuan pengembangan UMKM berbasis teknologi. Selain itu, tim PKM juga menyiapkan modul pelatihan digitalisasi UMKM yang dapat digunakan secara mandiri oleh peserta maupun pihak kelurahan untuk kegiatan pembelajaran berkelanjutan.

Langkah ketiga adalah pembuatan bank data UMKM RW 04, yang memuat profil usaha, jenis produk, kontak, dan saluran pemasaran digital masing-masing pelaku usaha. Data ini bertujuan untuk mempermudah promosi bersama dan memfasilitasi potensi kolaborasi antar-UMKM di lingkungan tersebut. Dengan adanya tindak lanjut ini, kegiatan PKM tidak hanya memberikan dampak sesaat, tetapi juga membangun fondasi bagi ekosistem UMKM yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan tuntutan pasar digital di masa depan.

## KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema "Peran Teknologi dalam Mendorong Akselerasi UMKM Naik Kelas di Kelurahan Buaran Indah" telah memberikan hasil yang signifikan dalam peningkatan literasi digital dan kapasitas manajerial pelaku UMKM lokal. Melalui rangkaian kegiatan yang meliputi ceramah, presentasi, diskusi interaktif, dan praktik langsung, peserta mampu memahami pentingnya teknologi sebagai alat untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan memperkuat daya saing usaha. Kegiatan ini membuktikan bahwa digitalisasi bukan hanya milik usaha besar, tetapi juga dapat diterapkan oleh pelaku usaha kecil jika diberikan pendampingan yang tepat.

Dari kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa faktor utama yang menentukan keberhasilan transformasi digital UMKM meliputi: (1) peningkatan literasi digital secara berkelanjutan, (2) dukungan infrastruktur teknologi dan pelatihan, (3) penguatan jejaring komunitas UMKM, serta (4) kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan masyarakat. Selain itu, perubahan pola pikir (mindset) menjadi aspek penting agar pelaku UMKM tidak lagi memandang teknologi sebagai beban, melainkan sebagai peluang untuk tumbuh dan naik kelas.

Sebagai saran, tim PKM merekomendasikan agar program serupa dilakukan secara berkelanjutan dan tematik, misalnya pelatihan khusus fotografi produk digital, strategi pemasaran berbasis media sosial, serta penggunaan sistem kasir digital. Pemerintah daerah juga diharapkan dapat menyediakan pusat literasi digital UMKM di setiap kelurahan untuk mendukung proses pendampingan jangka panjang. Dengan demikian, transformasi digital UMKM dapat berlangsung secara menyeluruh dan berkesinambungan, mendukung terciptanya ekosistem ekonomi lokal yang tangguh, kreatif, dan adaptif.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana PKM mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lurah Buaran Indah, pengurus RW 04, dan seluruh peserta UMKM yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak Universitas Muhammadiyah Tangerang yang telah memberikan dukungan pendanaan dan fasilitas. Tidak lupa, apresiasi diberikan kepada para narasumber dan mahasiswa KKN yang telah membantu terlaksananya kegiatan ini dengan penuh

dedikasi. Semoga kegiatan ini menjadi awal dari kerja sama yang berkelanjutan dalam mendukung kemajuan UMKM di era digital.

## DAFTAR PUSTAKA

Bank Indonesia. (2023). Akselerasi Digitalisasi UMKM dalam Pemulihan Ekonomi Nasional. Jakarta: Bank Indonesia.

Haryanto, A. (2023). Transformasi Digital UMKM: Strategi dan Tantangan di Era Industri 4.0. Yogyakarta: Deepublish.

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2024). Laporan Tahunan UMKM Indonesia 2024. Jakarta: Kemenkop UKM.

Kurniawati, D., & Sari, M. (2022). Penerapan Teknologi Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia. Jurnal Pengabdian Masyarakat Inovatif, 4(2), 145–157.

Pusdatin Kemenkominfo. (2024). Laporan Indeks Literasi Digital Nasional. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Rahmawati, L., & Setiawan, I. (2023). Peran Literasi Digital dalam Mendorong UMKM Naik Kelas. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, 11(1), 33–48.

Setyawati, D. P., Fitriyani, N., Devi, B. M., Agil, S., Siroj, S. Z., Herlina, A., ... & Mariam10, I. (2025). Optimalisasi Search Engine Optimization untuk Peningkatan Bisnis Frozen Food PT OSB. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (Abdira) Vol*, *5*(4).

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Zebua, S., Irawan, J. W., Oktavia, S., & Suci, I. T. (2026). Pengembangan Umkm Maklor: Integrasi Kreativitas Kuliner Dengan Prinsip Bisnis Syariah Melalui Program Kkn Di Desa Mekarwangi Kabupaten Tangerang. *Abdi Dharma*, *6*(1), 49-62.

Zebua, S., Novira, S., Rahmawati, R., Ibrahim, F., Shelamita, L., Faujiah, N., ... & Lutfi, L. (2026). Pelatihan Pembuatan Keripik Pisang Coklat sebagai Produk Olahan Bernilai Ekonomi UMKM di Desa Cihuni Pagedangan Kabupaten Tangerang, Banten. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, *5*(1), 821-832.