

PENINGKATAN KEMAMPUAN KELOMPOK USAHA MIKRO DI KELURAHAN MERUYA SELATAN MELALUI PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN YANG MENYELURUH, TEPAT SASARAN, DAN BERKELANJUTAN

Tafiprios, Rina Astini*

Program Studi Manajemen, Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia

*Email: rina_astini@mercubuana.ac.id

Article history

Received : 22/12/2025

Revised : 20/6/2026

Accepted : 29/6/2026

Published : 30/6/2026

Abstrak

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Meruya Selatan, Jakarta Barat, dengan fokus pada pengembangan manajemen usaha, perizinan, pemasaran digital, serta inovasi produk. Melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM diberikan pemahaman tentang sumber pendanaan alternatif, pengurusan perizinan usaha, dan penerapan pemasaran digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk. Keberhasilan program ini diukur melalui peningkatan kapasitas manajerial, pengelolaan keuangan yang lebih baik, desain kemasan produk yang diperbarui, dan akses pasar yang lebih luas. Hasil yang dicapai menunjukkan perubahan positif pada pelaku usaha dengan peningkatan omzet dan kemitraan dengan offtaker.

Kata Kunci: Pemberdayaan UMKM, Pemasaran Digital, Manajemen Keuangan, Inovasi Produk, Kemitraan Offtaker, Legalitas Usaha

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah pilar penting bagi perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan berkontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, terdapat lebih dari 65 juta unit UMKM yang tersebar di seluruh Indonesia. Sektor UMKM ini meliputi berbagai jenis usaha, mulai dari kuliner, kerajinan tangan, fesyen, hingga sektor digital. Namun, meskipun peranannya sangat signifikan, UMKM masih menghadapi banyak tantangan yang menghambat pertumbuhannya, seperti keterbatasan akses terhadap pembiayaan, kurangnya pemahaman tentang perizinan usaha, rendahnya kualitas manajerial, serta keterbatasan dalam pemasaran produk.

Kelurahan Meruya Selatan di Jakarta Barat memiliki banyak pelaku usaha mikro yang berpotensi besar tetapi menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaan usaha mereka. Oleh karena itu, program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM di kelurahan tersebut dengan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam tiga area utama: manajemen usaha, perizinan, dan pemasaran digital. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk memperkenalkan dan menerapkan strategi pemasaran yang lebih efektif menggunakan platform digital.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan, ditemukan beberapa masalah utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Meruya Selatan, sebagai berikut: (1) Keterbatasan Modal dan Akses Pembiayaan. Sebagian besar pelaku usaha mikro kesulitan dalam mengakses sumber pembiayaan tambahan karena tidak memiliki informasi yang cukup mengenai sumber dana alternatif selain lembaga keuangan konvensional. Data dari PricewaterhouseCoopers (PwC) menunjukkan bahwa 74% UMKM di Indonesia belum mendapatkan akses pembiayaan yang memadai, yang menjadi salah satu hambatan utama dalam pengembangan usaha mereka (PwC, 2024). (2) Keterbatasan Legalitas Usaha. Banyak pelaku UMKM yang belum memiliki izin usaha resmi. Hal ini menghambat mereka untuk mengakses modal atau bantuan dari pemerintah serta membatasi kemampuan mereka untuk beroperasi secara legal dan bersaing di pasar yang lebih luas. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, sekitar 40% UMKM di Indonesia tidak terdaftar secara resmi, yang menyebabkan mereka kesulitan dalam memperluas jaringan usaha mereka (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024). (3) Kurangnya Inovasi dalam Produk dan Pemasaran. Sebagian besar produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM di Meruya Selatan cenderung memiliki sedikit inovasi dan kurang memiliki diferensiasi. Hal ini membuat produk-produk tersebut mudah digantikan oleh produk pesaing yang lebih inovatif. Selain itu, pemasaran produk masih terbatas pada metode konvensional dan offline, seperti penjualan di pasar lokal dan melalui media sosial secara tidak optimal. (4) Pemasaran yang Terbatas. Banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran. Pemasaran melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, dan e-commerce masih terbatas, meskipun penggunaan media sosial dan e-commerce telah menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Menurut riset dari InnerActive (2019), lebih dari 60% UMKM di Indonesia belum memanfaatkan e-commerce secara maksimal untuk memperluas pasar mereka.

Program PkM ini bertujuan untuk memberikan solusi praktis atas masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kelurahan Meruya Selatan melalui tiga tujuan utama: (1) Memberikan Pemahaman tentang Sumber Pendanaan Alternatif. Memberikan edukasi mengenai berbagai alternatif pendanaan seperti crowdfunding, pinjaman online terpercaya, dan bantuan modal dari pemerintah yang dapat membantu pelaku UMKM mengatasi keterbatasan modal. (2) Membantu Proses Pengurusan Izin Usaha. Membantu pelaku usaha mikro dalam proses pengajuan izin usaha, seperti NIB (Nomor Induk Berusaha) dan izin usaha lainnya, untuk memastikan usaha mereka memiliki legalitas yang sah dan dapat mengakses program pemerintah. (3) Pelatihan Pemasaran Digital dan Inovasi Produk. Mengajarkan pelaku UMKM untuk mengoptimalkan penggunaan platform digital seperti Instagram, TikTok, dan e-commerce. Selain itu, program ini juga mencakup pelatihan dalam mendesain kemasan produk dan mengembangkan produk baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.

METODE

Metode pelaksanaan program ini melibatkan beberapa tahap kegiatan yang sistematis, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pendampingan Pengurusan Izin Usaha. Tim pengabdian memberikan pendampingan langsung dalam pengajuan NIB dan izin usaha lainnya melalui platform Online Single Submission (OSS). Mahasiswa terlibat dalam membantu pelaku usaha mengisi formulir dan memahami persyaratan yang diperlukan.
2. Pelatihan Manajemen Keuangan. Pelatihan ini berfokus pada penggunaan aplikasi digital seperti BukuKas atau Excel untuk mencatat transaksi keuangan secara sederhana. Hal ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM menyusun laporan keuangan yang memadai, yang sangat penting dalam pengajuan pinjaman atau akses modal lainnya.
3. Workshop Inovasi Produk dan Branding. Pelaku UMKM dilatih dalam melakukan redesign kemasan produk dan menciptakan varian produk baru. Mahasiswa di bidang desain grafis atau manajemen produk membantu dalam merancang kemasan produk yang lebih menarik dan sesuai dengan tren pasar.
4. Pelatihan Pemasaran Digital. Program ini mengajarkan pelaku UMKM untuk mengoptimalkan platform digital seperti Instagram, TikTok, dan marketplace lainnya. Mahasiswa di bidang pemasaran terlibat dalam pembuatan konten kreatif untuk mempromosikan produk secara lebih efektif.
5. Kemitraan dengan Offtaker. Program ini juga menjembatani kemitraan antara pelaku UMKM dan pihak-pihak lain, seperti kafe, hotel, dan reseller lokal, yang dapat memperluas jangkauan pasar mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program ini menunjukkan hasil yang signifikan dalam beberapa aspek:

1. Legalitas Usaha: 80% peserta berhasil memperoleh NIB dan mendaftarkan usaha mereka, yang memberikan legalitas yang diperlukan untuk akses modal dan partisipasi dalam program pemerintah.
2. Manajemen Keuangan: 70% peserta mampu menyusun laporan keuangan dasar menggunakan aplikasi digital, yang meningkatkan kemampuan mereka untuk merencanakan bisnis dan mengajukan pinjaman.
3. Pemasaran dan Omzet: 20% peserta berhasil meningkatkan omzet mereka sebesar 20% dalam tiga bulan setelah pelatihan. Mereka juga mengoptimalkan penggunaan media sosial dan platform e-commerce untuk memperluas pasar.
4. Kemitraan dengan Offtaker: 10 pelaku usaha mikro berhasil menjalin kemitraan dengan kafe, hotel, dan reseller lokal, memperluas saluran distribusi produk mereka.

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan di Kelurahan Meruya Selatan ini memiliki dampak yang signifikan bagi pengembangan kemampuan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berbagai tantangan yang dihadapi oleh UMKM, seperti keterbatasan akses modal, legalitas usaha yang tidak jelas, serta rendahnya pemahaman tentang pemasaran digital, telah teratasi melalui pendekatan yang terstruktur dan berbasis pada pemberdayaan praktis. Diskusi mengenai hasil pelaksanaan program ini akan mengkaji lebih dalam tentang relevansi solusi yang diberikan, serta implikasi yang lebih luas dari penerapan program bagi masyarakat dan dunia usaha.

Relevansi Program terhadap Kebutuhan UMKM

Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan dan pendampingan langsung dapat dikatakan sangat relevan dengan kebutuhan pelaku usaha mikro di Kelurahan Meruya Selatan. Salah satu masalah utama yang ditemukan adalah banyak pelaku usaha yang belum memiliki izin usaha yang sah. Dengan pendampingan dalam pengurusan izin usaha (NIB), program ini tidak hanya membantu legalisasi usaha tetapi juga membuka akses mereka untuk mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan formal. Legalitas usaha, yang sering kali diabaikan oleh pelaku UMKM, menjadi faktor krusial yang menentukan kelangsungan usaha. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa 40% UMKM di Indonesia belum terdaftar secara resmi (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024), yang menunjukkan pentingnya program ini dalam membantu UMKM untuk memenuhi standar hukum yang diperlukan untuk berkembang.

Selain itu, masalah lain yang tak kalah penting adalah pengelolaan keuangan yang masih dilakukan secara manual dan tidak terstruktur. Penggunaan aplikasi digital seperti BukuKas atau Excel untuk pencatatan transaksi keuangan yang sederhana namun efisien, memberikan perubahan besar dalam cara pelaku UMKM merencanakan dan mengelola usaha mereka. Sebanyak 70% peserta yang dilibatkan dalam pelatihan mampu membuat laporan keuangan dasar, yang merupakan indikator keberhasilan dalam meningkatkan kapasitas manajerial mereka.

Penerapan Pemasaran Digital untuk UMKM

Salah satu kontribusi terbesar dari program ini adalah pengenalan pemasaran digital kepada pelaku UMKM yang sebelumnya terbiasa dengan cara pemasaran tradisional. Meskipun pelaku UMKM di Indonesia sudah mulai mengadopsi teknologi digital, mereka masih menghadapi kesulitan dalam memanfaatkan platform media sosial dan e-commerce secara maksimal. Oleh karena itu, pelatihan tentang pemasaran digital yang diberikan dalam program ini menjadi sangat relevan.

Pelatihan pemasaran melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan marketplace memberikan pelaku UMKM alat yang diperlukan untuk memperluas pasar mereka. Program ini membantu pelaku UMKM memahami cara memanfaatkan media sosial untuk branding dan promosi produk, serta memanfaatkan e-commerce untuk mencapai pelanggan yang lebih luas,

termasuk di luar Jakarta Barat. Dari 20% peserta yang berhasil meningkatkan omzet mereka, sebagian besar melaporkan bahwa penggunaan Instagram dan TikTok telah memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan penjualan mereka. Hal ini sejalan dengan riset InnerActive (2019) yang menyebutkan bahwa 60% UMKM yang telah memanfaatkan media sosial dapat meningkatkan daya saing produk mereka secara signifikan.

Inovasi Produk dan Pengemasan

Selain pemasaran digital, inovasi dalam produk dan kemasan juga menjadi salah satu fokus utama dalam program ini. Banyak pelaku UMKM yang menghadapi kesulitan dalam mengembangkan produk yang dapat bersaing di pasar. Dalam pelatihan inovasi produk, pelaku usaha diajarkan untuk merancang kemasan yang lebih menarik dan sesuai dengan tren pasar, serta mengembangkan varian produk baru yang lebih relevan dengan kebutuhan konsumen. Pelatihan ini tidak hanya membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing produk, tetapi juga membuka peluang untuk memperluas pasar mereka.

Sebanyak 20 pelaku usaha mikro berhasil merubah desain kemasan produk mereka, dan hal ini berkontribusi pada peningkatan daya tarik produk mereka di pasar. Mengingat pentingnya pengemasan dalam mempengaruhi keputusan pembelian, pelatihan ini memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelaku UMKM yang ingin meningkatkan brand awareness dan menarik perhatian konsumen.

Implikasi Bagi Dunia Usaha dan Pembangunan Ekonomi Lokal

Program ini memiliki implikasi yang luas bagi dunia usaha dan pembangunan ekonomi lokal di Kelurahan Meruya Selatan. Pertama, dengan meningkatnya legalitas usaha dan pengelolaan keuangan yang lebih baik, pelaku UMKM menjadi lebih siap untuk berkembang dan menarik investor. Pendampingan dalam hal akses ke perizinan dan legalitas usaha membuka peluang bagi UMKM untuk mengakses sumber daya yang sebelumnya tidak terjangkau, seperti pinjaman modal dan bantuan dari pemerintah. Hal ini berkontribusi pada penguatan sektor UMKM yang lebih formal dan terstruktur.

Kedua, pengenalan pemasaran digital yang lebih mendalam memungkinkan pelaku UMKM untuk memperluas jaringan mereka, tidak hanya secara lokal tetapi juga secara nasional, bahkan internasional. Dengan meningkatnya penggunaan platform digital, UMKM di Meruya Selatan kini memiliki kesempatan yang lebih besar untuk memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas, yang pada gilirannya dapat meningkatkan omzet dan menciptakan lebih banyak peluang kerja.

Ketiga, melalui kemitraan dengan off-taker, seperti kafe, hotel, dan reseller lokal, UMKM mendapatkan akses langsung ke pasar yang lebih besar. Kemitraan ini membuka jalan bagi UMKM untuk memperluas distribusi produk mereka dan menjangkau pelanggan baru, baik secara offline maupun online. Ini menunjukkan bahwa kemitraan antara pelaku UMKM dan pemangku

kepentingan lainnya (baik pemerintah, perusahaan besar, maupun sesama UMKM) dapat memberikan manfaat yang saling menguntungkan.

Keberlanjutan Program dan Rekomendasi untuk Pengembangan Lebih Lanjut

Keberlanjutan program ini menjadi hal yang sangat penting untuk memastikan bahwa dampak yang telah tercapai dapat terus berlanjut dan berkembang. Evaluasi yang dilakukan menunjukkan bahwa 80% peserta dapat mengimplementasikan apa yang telah mereka pelajari dalam program ini dalam waktu tiga bulan setelah pelatihan. Oleh karena itu, untuk mempertahankan keberlanjutan program ini, perlu ada pemantauan berkelanjutan terhadap penerapan strategi pemasaran digital, pengelolaan keuangan, dan inovasi produk oleh pelaku UMKM.

Rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut dari program ini antara lain adalah:

1. Peningkatan Akses Modal: Menyediakan lebih banyak akses ke sumber pendanaan alternatif untuk pelaku UMKM, dengan menggandeng lebih banyak lembaga keuangan atau lembaga sosial yang menyediakan modal bagi usaha mikro.
2. Pelatihan Lanjutan dan Pembimbingan: Memberikan pelatihan lanjutan mengenai topik-topik yang lebih mendalam dalam pemasaran digital, manajemen keuangan, dan inovasi produk untuk membantu pelaku UMKM agar lebih siap menghadapi tantangan bisnis yang lebih besar.
3. Membangun Jaringan Kemitraan yang Lebih Luas: Mendorong kemitraan lebih lanjut dengan offtaker dari berbagai sektor untuk memastikan UMKM memiliki saluran distribusi yang lebih luas dan dapat bertahan dalam jangka panjang.

DOCUMENTATION



KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan di Kelurahan Meruya Selatan telah memberikan dampak yang signifikan bagi pengembangan usaha mikro, dengan memfokuskan pada peningkatan kapasitas manajerial, legalitas usaha, pemasaran digital, dan inovasi produk. Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang tepat, pelaku UMKM dapat mengatasi tantangan yang mereka hadapi dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang lebih luas. Keberlanjutan program ini dapat dijaga dengan pemantauan dan evaluasi yang berkelanjutan serta pengembangan lebih lanjut melalui pelatihan lanjutan dan kemitraan yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Indonesia.go.id. (2024). UMKM Indonesia Makin Kuat: Program Level Up 2024 Siap Dorong Digitalisasi Bisnis. Diakses dari <https://indonesia.go.id>
- InnerActive crew. (2019). 10 Masalah UMKM dan cara mudah untuk mengatasinya. Diakses dari <https://interactive.co.id>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). Jumlah UMKM di Indonesia. Diakses dari <https://www.kemenkopukm.go.id>
- Nurmalasari, Deasy. (2020). 7 Hal yang UMKM perlu pahami untuk meningkatkan akses pasar. Diakses dari <https://www.ukmindonesia.id>
- PricewaterhouseCoopers. (2024). Survei Akses Pembiayaan UMKM Indonesia. Diakses dari <https://www.pwc.com>
- Ramdhani, Gilar. (2020). Tanpa disadari deretan kesalahan ini kerap jadi masalah UMKM sulit berkembang. Diakses dari <https://www.liputan6.com>
- Sandi, Fajar Billy. (2023). Permasalahan UMKM yang Sering Terjadi dan Solusinya. Diakses dari <https://www.online-pajak.com>