

“Meningkatkan UMKM Melalui *Ekonomi Digital* di Kelurahan Pademangan Barat RW 011”

Fauziah¹, Ari Soeti Yani², Diansyah³,
Mikael Hang Suryanto⁴, Kustiadi Basuki⁵, Samsul Ode⁶,
Lukiyana⁷, Muhammad Junaid Kamaruddin⁸,
Dela Rahayu⁹, Sukma Ashari¹⁰, Indah Novitasari¹¹
Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Ilmu Sosial
Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta
Sungai Permai Raya Sunter Agung Podomoro
Email : fauziah.yanis72@gmail.com
Email : arisoetiyani@gmail.com
Email : mjk@uta45jakarta.ac.id
Email : lukiyana50@gmail.com

ABSTRAK

Kuliah Kerja Nyata (KKN) pengabdian masyarakat dilaksanakan di RW 11 Kelurahan Pademangan Barat Jakarta Utara yang memiliki daerah yang sangat strategis, sehingga terdapat 20 home industri yang berdiri disana. Kegiatan ini dengan memberikan sosialisasi edukasi berupa cara meningkatkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada dengan digital marketing dengan memberikan 4 materi yang sangat bermanfaat untuk masyarakat. Dengan harapan dilakukannya kegiatan ini agar dapat meningkatkan pendapatan dan perkenonomian masyarakat sekitar. Pasca masa pandemic Covid -19 kita harus menghidupkan dan menjalankan kembali UMKM yang sebelumnya redup atau tidak berjalan akibat dari adanya virus yang masuk ke Indonesia yaitu Covid-19. Dengan adanya program KKN dengan tema “UMKM” diharapkan dapat kembali menghidupkan dan menjalankan UMKM. UMKM merupakan usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Berdasarkan Undang-Undang nomor 20 Tahun 2008 usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan ataupun badan usaha perorangan dengan jumlah asset maksimal 0 sampai Rp 50 juta dan omzet total 0 sampai 300 juta. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh orang perorangan ataupun badan usaha akan tetapi bukan merupakan anak perusahaan dengan jumlah asset lebih dari Rp 50 juta sampai Rp 500 juta dan omzet total Rp 300 juta sampai Rp 2,5 milyar. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh cabang orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta sampai Rp 10 milyar dan omzet total Rp 2,5 milyar sampai Rp 50 milyar. Dalam menumbuhkan pertumbuhan ekonomi masyarakat UMKM memiliki kontribusi yang besar khususnya di negara-negara berkembang. Dampak yang berpengaruh positif dapat menggerakkan roda perekonomian bangsa dan mengurangi jumlah pengangguran.

Kata Kunci : *usaha kecil mikro menengah, digital marketing, home industri*

PENDAHULUAN

Pademangan Barat merupakan salah satu kelurahan yang berada di kecamatan Pademangan, Kota Jakarta Utara Provinsi DKI Jakarta. Wilayah kelurahan ini berbatasan langsung dengan destinasi wisata Taman Impian Jaya Ancol di sebelah utara. Disebelah barat berbatasan dengan kawasan perbelanjaan Mangga 2, disebelah timur langsung berbatasan dengan Pademangan Timur sedangkan di sebelah Selatan berbatasan dengan Distrik Kemayoran. Letak lokasi RW 11 yang sangat strategis ini sangat cocok dengan kondisi pekerjaan masyarakat yang rata-rata adalah pelaku Usaha Kecil Menengah Mikro (UMKM).

RW 11 termasuk kedalam daerah yang maju dan cepat berkembang, hal tersebut terbukti dengan berkembangnya 20 home industri yang mengelola berbagai jenis usaha yang rata-ratanya adalah kerajinan tangan yang dijual sebagai ole-ole di daerah wisata Aancol yang banyak dikunjungi oleh para wisatawan. Home industri ini dibantu dikelola oleh para Karang Taruna dan ibu-ibu PKK yang ada di daerah ini. Akan tetapi terdapat keterbatasan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM ini dalam mengelola usahanya, yaitu adanya keterbatasan pengetahuan dalam memasarkan dan meningkatkan penjualannya melalui ekonomi digital.

Dengan adanya keterbatasan tersebut maka diperlukan adanya sosialisasi edukasi tentang cara meningkatkan UMKM melalui ekonomi digital. Tujuannya diharapkan dengan adanya sosialisasi ini masyarakat di RW 011 khususnya para pelaku UMKM dapat meningkatkan penjualan mereka yang merupakan bagian dari meningkatkan perekonomian warga sekitar. Kegunaannya agar pelaku usaha dapat memahami cara mengelola usaha dengan mengikuti perkembangan zaman di era digital saat ini

Definisi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) Berdasarkan Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang UMKM yang dikutip dari www.depkop.go.id ada beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pengertian-pengertian UMKM tersebut adalah: 1. Usaha Mikro Kriteria kelompok Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini: a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Definisi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) Berdasarkan Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang UMKM yang dikutip dari www.depkop.go.id ada beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pengertian-pengertian UMKM tersebut adalah:

1. Usaha Mikro Kriteria kelompok Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Usaha Kecil Kriteria Usaha Kecil

adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) 20 Badan Pusat Statistik memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil adalah usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah adalah usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang.

Menurut Kementerian Keuangan Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK 016/1994 tanggal 27 Juni 1994 bahwa Usaha Kecil sebagai perorangan/badan usaha yang telah melakukan kegiatan/usaha yang mempunyai penjualan/omset per tahun setinggi-tingginya Rp 600.000.000 atau asset (aktiva) setinggi-tingginya Rp 600.000.000 (diluar tanah dan bangunan yang ditempati). Contohnya Firma, CV, PT, dan Koperasi yaitu dalam bentuk badan usaha. Sedangkan contoh dalam bentuk perorangan yaitu pengrajin industri rumah tangga, peternak, nelayan, pedagang barang dan jasa dan yang lainnya. Dari berbagai pendapat diatas, pengertian UMKM dilihat dari berbagai aspek, yaitu dari segi kekayaan yang dimiliki pelaku, jumlah tenaga kerja yang dimiliki atau dari segi penjualan/omset pelaku UMKM. sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha Menengah Kriteria Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah), atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Menurut Undang – Undang No. 20 Tahun 2008 Pasal 1, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan :

1. Usaha Mikro ialah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang - Undang ini. Trianita Putri, David P. E. Saerang, Novi S. Budiarmo 133
2. Usaha Kecil ialah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah ialah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang- Undang ini.

PERMASALAHAN

Masyarakat di RW 011 ini pada umumnya mempunyai mata pencaharian yaitu sebagai buruh dan para pelaku UMKM. Para pelaku home industri di daerah ini mengambil kesempatan dengan memanfaatkan kestrategisan lokasi mereka dengan memproduksi kerajinan tangan sebagai bahan ole-ole yang dapat dijual di Ancol.

Permasalahan yang akan dibahas dalam sosialisasi edukasi Meningkatkan UMKM Melalui Ekonomi Digital di Kelurahan Pademangan Barat RW 011 ialah sebagai berikut :

1. Meningkatkan peran finansial teknologi dalam pengembangan UMKM
2. Meningkatkan fast respond dan penentuan lokasi usaha yang tepat pada UMKM
3. Meningkatkan UMKM melalui digital marketing
4. Meningkatkan SDM pada pengembangan UMKM

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu berupa pemberian sosialisasi dan edukasi kepada 20 home industri yang ada di RW 011 Pademangan Barat oleh para dosen narasumber dari Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial (FEBIS) Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta.

Adapun uraian materi dan narasumber dari kegiatan ini ialah sebagai berikut :

Dosen	Materi
1. Diansyah, SE.,M. Si.	Peran Finansial Teknologi dalam Pengembangan UMKM
2. Mikael Hang Suryanto, SE., MM.	

1. Kustiadi Basuki, SE., MM. 2. Ari Soeti Yani, SE., MM.	Fast Respond an Penentuan Lokasi Usaha Yang Tepat Pada UMKM
1. Samsul Ode, S.IP., M.Si 2. Fauziah, S.Sos., M.Ikom.	Meningkatkan UMKM melalui Digital Marketing
1. Lukiyana, SE., MM. 2. Muhammad Junaid Kamaruddin, MM.	Meningkatkan SDM pada Pengembangan UMKM

Partisipasi mitra di dalam kegiatan sosialisasi dan edukasi ini yaitu dengan menyedukkan fasilitas sarana dan prasarana berupa tempat di Balai RW 011 sebagai tempat dilangsungkannya kegiatan, disiapkannya segala instrumen yang diperlukan pada kegiatan pengabdian masyarakat ii seperti (1) Sound System (2) Meja dan Kursi (3) Proyektor dan lain-lain. Serta mitra juga yang menghimpun para pelaku home industri yang ada untuk mengikuti sosialisasi dan edukasi ini.

Tempat dan Waktu

Kegiatan Metode Sosialisasi Kuliah Kerja Nyata (KKN) “ Meningkatkan UMKM Melalui Ekonomi Digital Di Pademangan Barat RW 011”, dilaksanakan pada :

Hari/tanggal : Selasa, 19 Juli 2022

Waktu : 10.00 – 11.45 WIB

Tempat : Balai RW 011 Pademangan Barat

Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran Metode Sosialisasi adalah peserta home industry yang mengikuti kegiatan “Meningkatkan UMKM Melalui Ekonomi Digital Di Pademangan Barat RW 011”, yaitu 24 Warga Pademangan Barat RW011 yang terdiri dari 20 home industry dan masyarakat setempat.

Metode Pengabdian

Metode pelaksanaan pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan menggunakan metode sosialisasi dengan menguraikan dan menjelaskan materi presentasi yang diselingi dengan diskusi secara interaktif dari para warga sekitar. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan melalui sosialisasi di Balai RW 011, mulai dari proses persiapan sampai pada pelaksanaannya berjalan dengan baik dan kondusif.

Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan melalui metode sosialisasi :

1. Menciptakan pengetahuan home industry dan warga sekitar Di Pademangan Barat RW 011 agar dapat memahami dan dapat memasarkan produk mereka menggunakan E – Commerce, serta dapat mengembangkan wirausaha mereka untuk dapat berkembang lebih pesat.
2. Menciptakan Generasi Milenial yang paham akan E – Commerce dan media Digital sebagai wadah dalam pemasaran produk mereka.
3. Masyarakat sekitar dan Home Industry Di Pademangan Barat RW 011 dapat menggunakan aplikasi E – Commerce semakin baik kedepannya dalam kehidupan sehari – hari.
4. Terciptanya Kerja sama yang berkesinambungan antara Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta dengan RW 011 Pademangan Barat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Acara Sosialisasi “**Meningkatkan UMKM Melalui *Ekonomi Digital* Di Pademangan Barat**” secara keseluruhan pengabdian masyarakat ini berjalan sesuai dengan yang telah direncanakan sebelumnya. Diawali dari beberapa persiapan sebelum tanggal pelaksanaan sosialisasi diantaranya dengan persiapan tema untuk pelaksanaan kegiatan dan materi yang akan dibawakan Pembicara. Kegiatan Sosialisasi yang bekerja sama dengan Balai RW 011 Pademangan Barat.

Sosialisasi “**Meningkatkan UMKM Melalui *Ekonomi Digital* Di Pademangan Barat**” dilaksanakan pada tanggal 19 Juli 2022 bertempat di Balai RW 011. Dengan jumlah peserta sebanyak 24 orang terdiri dari 20 home industry dan masyarakat setempat.

Program pelaksanaan KKN Pengabdian Masyarakat ini dimulai pada akhir tahun ajaran genap pada bulan Juli-Agustus 2022. Dengan adanya sosialisasi dan edukasi mengenai UMKM ini diharapkan kedepannya terjadi program berkelanjutan yang dapat diawasi dan dilaksanakan oleh karang taruna. Selain itu juga jika memungkinkan diperlukannya ada program sosialisasi dan edukasi lanjutan yang membahas 4 materi diatas dengan lebih spesifik lagi, agar dapat lebih membuka wawasan dan pengetahuan para pelaku home industri serta membantu meningkatkan pendapatan warga.

SIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan ini sangat berhubungan dengan masyarakat khususnya para pelaku home industri untuk dapat mulai mengenal, memahami, dan menggunakan platform digital sebagai salah satu usaha untuk meningkatkan penjualan. Selain itu kemungkinan diperlukannya kegiatan lanjutan yang khusus lebih mengarah kepada pembelajaran digital marketing sangat diperlukan bagi bapak-bapak dan ibu-ibu para pelaku home industri.

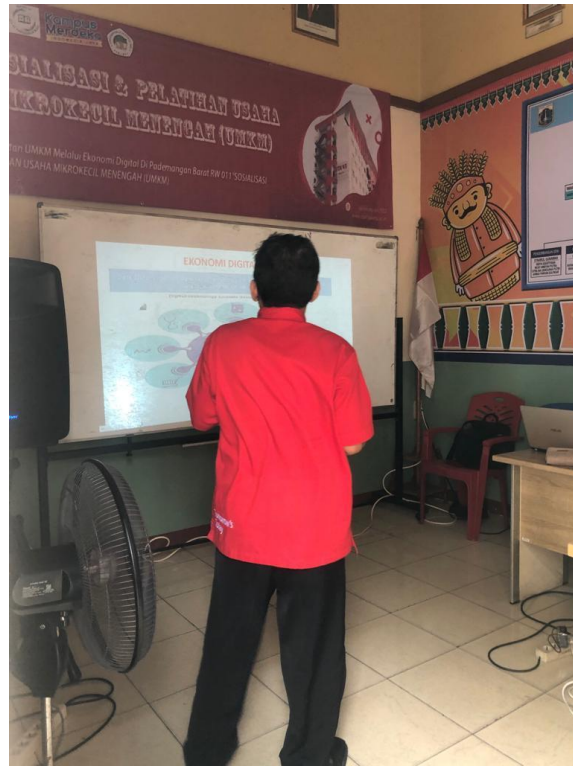
DOKUMENTASI



Gambar 1. Pemaparan Materi Oleh Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial



Gambar 2. Dokumentasi bersama Dosen dan Peserta



Gambar 3. Pemaparan Materi Oleh Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Ilmu Sosial



Gambar 4. Pemaparan Materi Oleh Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Ilmu Sosial

DAFTAR PUSTAKA

Wibowo, D. H., & Zainul Arifin, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1).

Indah, L. (2018). *ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI DENGAN METODE FULL COSTING DAN VARIABLE COSTING DALAM PENENTUAN HARGA JUAL PADA UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Berkah Ngaliyan Semarang)* (Doctoral dissertation, Universitas Wahid Hasyim Semarang).

Putri, T., Saerang, D. P., & Budiarmo, N. S. (2019). Analisis perilaku wajib pajak UMKM terhadap pelaksanaan pemungutan pajak dengan menggunakan self assessment system di Kota Tomohon. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 14(1).