

MENINGKATKAN KEMAMPUAN PROMOSI DAN PEMASARAN UMKM LENGKONG KARYA

Annisaa Azzahra¹, Afriza Ikhsan Muzaki¹, Kayla Zahrah Nur Fadhillah², Mochammad Ferdy Alfarizy¹, Novita Widya Ningrum¹, Rakhmat Hadi Sucipto^{3*}

¹Sistem Informasi, Universitas Bina Sarana Informatika

²Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Sarana Informatika

³Manajemen, Universitas Bina Sarana Informatika

email: *rakhmat.rac@bsi.ac.id

Abstract: Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) play an important role in encouraging regional economic growth, including those in the Lengkong Karya Village area, North Serpong District, South Tangerang City. However, MSME actors in this region still face various obstacles, especially in the marketing aspect. Therefore, support from outside parties, including universities, is to improve their abilities. With this fact, Bina Sarana Informatics University (UBSI), especially through the BSI Explore community service program, is here to help develop MSMEs in the Lengkong Karya area. The team made socialization activities, especially about more optimal sales and promotion techniques, assistance in making Business Identification Numbers (NIB), and making business logo designs to increase buyer attraction. Methods to make this activity a success include interactive training, direct mentoring, creative workshops, and outcome mapping-based evaluations. The results of the activity show that there is an increase in the understanding and skills of MSME actors in utilizing digital technology for marketing. As a result, there has been an increase in turnover and a wider market reach.

Keyword: lengkong karya; MSMEs; regional economy

Abstrak: Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berperan peran penting mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, termasuk yang berada di wilayah Kelurahan Lengkong Karya, Kecamatan Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan. Meski demikian, pelaku UMKM di wilayah ini masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam aspek pemasaran. Oleh karena itu, dukungan dari pihak luar, termasuk perguruan tinggi, demi meningkatkan kemampuan mereka. Dengan fakta tersebut, Universitas Bina Sarana Informatika (UBSI) terutama melalui program pengabdian masyarakat BSI Explore hadir untuk membantu mengembangkan UMKM di wilayah Lengkong Karya. Tim membuat kegiatan sosialisasi terutama tentang teknik penjualan dan promosi yang lebih optimal, pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB), serta pembuatan desain logo usaha guna meningkatkan daya tarik pembeli. Metode untuk menyukseskan kegiatan ini di antaranya adalah dengan pelatihan interaktif, pendampingan langsung, workshop kreatif, dan evaluasi berbasis *outcome mapping*. Hasil kegiatan menunjukkan, ada peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Imbasnya, terjadi peningkatan omzet serta jangkauan pasar yang lebih luas.

Kata kunci: ekonomi daerah; lengkong karya; umkm

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam struktur perekonomian Indonesia (Ismail, Rohmah, & Putri, 2023; Sari & Kusumawati, 2022; Wati, Septianingsih, Khoeruddin, & Al-Qorni, 2024). UMKM terbukti memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional (Aliyah, 2022; Kiswandi, Setiawan, & Ghifari, 2023). Sektor ini tidak hanya menciptakan lapangan pekerjaan, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan negara melalui pajak usaha (Munthe, Yarham, & Siregar, 2023; Suwandi, Amelia, Situmorang, & Parlindungan, 2024). UMKM telah terbukti efektif dalam mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan sehingga menjadi pilar utama pembangunan ekonomi nasional (Annisa, 2022; Nasrun, Nujum, & Sufri, 2022; Nursini, 2020).

Memberdayakan potensi UMKM lokal menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat (Susanti et al., 2024). Masyarakat di wilayah Lengkong Karya, Kecamatan Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan, Banten, juga memiliki potensi lokal yang bisa dikembangkan. Sama seperti pada wilayah-wilayah lainnya, data valid jumlah pelaku UMKM masih minim. Namun, wilayah Lengkong Karya memiliki potensi di berbagai sektor, termasuk produk dan jasa.

Kuliner menjadi satu potensi yang menarik. UMKM tak hanya sebagai usaha sampingan, tetapi menjadi sumber utama. Sayangnya dukungan dari pihak luar, termasuk dari perguruan tinggi melalui pengabdian masyarakat, masih minim. Ini terbukti dari kegiatan pengabdian masyarakat yang masih minim, terutama

dalam menyentuh sektor perekonomian masyarakat.

Kegiatan PM Sudiran, Pangestu, Sofiyah, Alfianto, & Alam (2022), misalnya, fokus pada permasalahan hukum. Demikian pula dengan pengabdian masyarakat Tuanaya, Nasuiton, Wahib, Prastiwi, & Hadistianto, (2020) masih menitikberatkan bidang hukum. Trimawartinah et al. (2023) melakukan PM di Lengkong Karya, tetapi fokus pada masalah kesehatan.

Dengan fakta tersebut, Universitas Bina Sarana Informatika (UBSI) hadir melalui kegiatan pengabdian masyarakat bertajuk BSI Explore 2025 di masyarakat. Kegiatan ini lebih fokus pada kegiatan pemberdayaan ekonomi masyarakat, terutama melalui peningkatan pemasaran pelaku UMKM. Kegiatan tim UBSI bertujuan memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM, melatih marketing khususnya dalam aspek promosi dan penjualan, melatih pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) secara online, pembuatan logo usaha, implementasi QRIS sebagai metode pembayaran, serta pendaftaran usaha di *platform e-commerce*.

Melalui program ini, diharapkan pelaku UMKM di Lengkong Karya dapat memperoleh keterampilan digital yang memadai untuk mengembangkan usaha mereka. Peningkatan kemampuan akan meningkatkan pendapatan dan pada akhirnya mereka bisa berkontribusi terhadap ekonomi lokal. Mereka harus konsisten mengasah diri dalam lingkungan persaingan usaha yang makin ketat meski berskala usaha mikro, kecil, dan menengah.

Berdasarkan pengamatan, observasi, dan wawancara dengan 18 pelaku UMKM di Lengkong Karya, mereka

menghadapi beberapa masalah. Beberapa masalah yang masih sering terjadi di antaranya: 1) Pelaku UMKM berjualan secara tradisional (konvensional) hanya mengandalkan pemasaran secara langsung, 2) Masyarakat belum memanfaatkan *marketplace* yang bisa menjadi sarana pengembangan pasar, 3) Metode pembayaran masih menggunakan transaksi langsung uang tunai, 4) Kemampuan pelaku UMKM dalam mengembangkan pemasaran produk masih minim.

METODE

Metode yang digunakan dalam program pengabdian masyarakat ini dirancang secara sistematis untuk meningkatkan kapasitas digital pelaku UMKM Lengkong Karya. Pendekatan yang diterapkan meliputi pengumpulan data melalui kelurahan, komunikasi langsung dengan pelaku UMKM melalui WhatsApp, sosialisasi, pendampingan teknis, serta evaluasi keberhasilan program. Tahapan detailnya adalah sebagai berikut:

Identifikasi Permasalahan

Tim mengidentifikasi permasalahan utama mitra, khususnya dalam bidang penjualan dan promosi. Pertama, tim meminta data ke pihak kelurahan. Tim mengajukan permohonan data UMKM yang terdaftar di Desa Lengkong Karya melalui kantor kelurahan. Data ini mencakup nama usaha, pemilik usaha, bidang usaha, serta kontak yang dapat dihubungi. Kedua, komunikasi dengan pelaku UMKM melalui WhatsApp. Setelah mendapatkan data dari kelurahan, tim menghubungi pelaku UMKM melalui WhatsApp. Dalam percakapan ini, tim menanyakan secara langsung kendala

yang mereka hadapi dalam pemasaran, promosi, serta legalitas usaha.

Selain itu, tim juga menawarkan bantuan berupa pendampingan dalam pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB), pembuatan logo usaha, serta strategi pemasaran digital. Dari hasil komunikasi ini, ditemukan beberapa kendala utama yang dihadapi pelaku UMKM, antara lain: 1) kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital dan branding usaha, 2) belum memiliki legalitas usaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB), 3) belum memiliki identitas usaha yang kuat, seperti logo dan kemasan produk yang menarik, dan 4) minimnya akses terhadap platform e-commerce dan metode pembayaran digital.

Perencanaan Program

Setelah problem teridentifikasi, tim menyusun rencana kegiatan. Rencana tersebut meliputi: 1) penyusunan materi pelatihan dan pendampingan sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM, 2) pembuatan modul pelatihan mengenai pemasaran digital, branding usaha, dan penggunaan QRIS, 3) penyusunan jadwal kegiatan sosialisasi dan pendampingan, disesuaikan dengan waktu yang memungkinkan bagi para pelaku UMKM, dan 4) koordinasi dengan perangkat desa, ketua RW/RT, dan komunitas UMKM untuk memastikan partisipasi aktif dari para pelaku usaha.

1. Perencanaan Program

Tahapan pelaksanaan kegiatan terdiri dari beberapa sesi yang dilakukan secara bertahap, yaitu:

- 1) Sosialisasi Pengembangan UMKM dalam Bidang Penjualan dan Promosi. Kegiatan sosialisasi dilaksanakan secara offline di rumah Ketua RW.004 Desa Lengkong

- Karya. Materi yang disampaikan meliputi: a) Strategi Pemasaran Digital: Mengenalkan konsep pemasaran melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business., b) Branding dan Identitas Usaha: Pentingnya memiliki logo, desain kemasan, dan konten promosi menarik., c) Peluang Bisnis Digital: Bagaimana UMKM dapat berkembang melalui platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak.
- 2) Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) secara Online. Tim memberikan edukasi mengenai manfaat memiliki NIB, seperti akses permodalan, legalitas usaha, serta kemudahan dalam berjualan di marketplace. Proses pendaftaran dilakukan melalui sistem Online Single Submission (OSS) dengan tahapan sebagai berikut: a) Peserta mengirimkan data pribadi dan usaha (NIK, alamat usaha, nomor telepon, jenis usaha, dll.) melalui WhatsApp kepada tim., b) Tim membantu peserta mengisi formulir pendaftaran secara online melalui platform OSS., c) Setelah pendaftaran selesai, peserta mendapatkan sertifikat NIB yang dapat digunakan sebagai legalitas usaha mereka.
 - 3) Pendampingan Pembuatan Logo Usaha. Tim PM mendampingi peserta dalam pembuatan logo menggunakan aplikasi desain digital seperti Canva. Tahapan pembuatan logo: a) Memahami konsep branding dan elemen visual dalam logo., b) Mendesain logo sesuai dengan identitas usaha peserta., c) Melakukan revisi berdasarkan masukan peserta hingga mendapatkan desain logo yang sesuai. d) Logo yang telah selesai dapat digunakan dalam promosi produk secara online.
 - 4) Pelatihan dan Simulasi Implementasi QRIS (Belum Terlaksana Penuh, tetapi Direkomendasikan untuk Program Selanjutnya). Tim memberikan edukasi mengenai keuntungan menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital. Simulasi penggunaan QRIS dengan melakukan transaksi melalui aplikasi perbankan atau e-wallet seperti Gopay, OVO, dan DANA.
 - 5) Pendaftaran UMKM di Platform E-Commerce (belum terlaksana penuh, tetapi direkomendasikan untuk program selanjutnya). a) Memberikan panduan kepada pelaku UMKM untuk mendaftarkan produk mereka di marketplace seperti Shopee dan Tokopedia., b) Menyusun strategi pemasaran yang efektif agar produk mereka lebih mudah ditemukan oleh konsumen.
 - 6) Evaluasi dan Pelaporan. Setelah kegiatan selesai, dilakukan evaluasi untuk mengukur keberhasilan program. Evaluasi dilakukan dengan metode berikut: a) Survei Pasca-Kegiatan: Peserta diberikan pertanyaan langsung melalui WhatsApp untuk mengukur tingkat pemahaman dan keterampilan yang diperoleh setelah mengikuti pelatihan., b) Observasi Langsung: Melihat sejauh mana peserta menerapkan materi yang telah diberikan, seperti penggunaan logo baru, penerapan strategi pemasaran digital, serta proses pendaftaran NIB., c) Wawancara dengan Peserta: Menggali umpan balik dari peserta terkait manfaat yang mereka rasakan dari program ini., d) Dokumentasi Kegiatan: Seluruh kegiatan

didokumentasikan dalam bentuk foto dan laporan tertulis sebagai bukti pelaksanaan program.

- 7) Penyusunan Laporan dan Rekomendasi untuk Program Lanjutan. Menyusun laporan pengabdian masyarakat yang berisi hasil pelaksanaan, capaian program, serta rekomendasi untuk keberlanjutan program. Rekomendasi untuk program selanjutnya mencakup:
 - a) Melanjutkan implementasi QRIS bagi UMKM yang belum menggunakannya.,
 - b) Mendorong lebih banyak UMKM untuk bergabung ke platform e-commerce.,
 - c) Menyediakan sesi pelatihan lanjutan tentang strategi pemasaran digital yang lebih kompleks.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat sesuai dengan rencana. Secara keseluruhan, kegiatan PM berjalan sesuai harapan karena mitra serius dalam mengikuti kegiatan. Kegiatan yang berhasil tersebut meliputi:

Sosialisasi pengembangan UMKM pada bidang penjualan dan promosi.

Sosialisasi kepada 18 pelaku UMKM di rumah ketua RW 004 Lengkong Karya. Sosialisasi *offline* oleh tim yang dihadiri oleh ketua RT, ketua RW, dan pelaku UMKM Lengkong Karya.



Gambar 1. Pemberian Materi Pemberdayaan UMKM

Tim PM memberikan pemahaman tentang pengembangan UMKM, tantangan yang dihadapi UMKM lokal di era digital, melihat peluang dan kekuatan dalam UMKM yang mereka miliki. Para pelaku UMKM juga diberikan bekal materi berupa strategi pemasaran digital, membangun branding yang kuat, serta solusi dari beberapa studi kasus yang dialami oleh para pelaku UMKM di Desa Lengkong Karya.

1. Pendampingan Pembuatan NIB Secara Online

Tim PM memberikan sosialisasi kepada para pelaku UMKM mengenai Nomor Induk Berusaha (NIB) dan manfaatnya bagi legalitas usaha. Dalam kegiatan ini, tim mahasiswa menawarkan pendampingan untuk proses pendaftaran NIB bagi para pelaku UMKM yang belum memilikinya. Bagi pelaku usaha yang menyatakan kesediannya, tim mahasiswa langsung memberikan asistensi teknis untuk pembuatan NIB tersebut.



Gambar 2. Tim Mengajarkan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB)

Pendaftaran NIB dilaksanakan secara daring melalui platform OSS (Online Single Submission). Untuk memproses pendaftaran, diperlukan beberapa dokumen dan data penting, di antaranya NIK (Nomor Induk Kependudukan) pemilik usaha, nomor telepon aktif untuk verifikasi, serta informasi detail mengenai usaha yang dijalankan. Setelah semua informasi terisi lengkap dan akurat, proses penerbitan NIB dapat langsung dilakukan melalui sistem. NIB yang diterbitkan menjadi legalitas resmi yang memperkuat posisi usaha di mata konsumen dan membuka akses untuk berbagai fasilitas pendukung usaha.

2. Pembuatan Logo Usaha.

Logo merupakan elemen visual penting yang menjadi pembeda antara satu usaha dengan usaha lainnya. Sebagai identitas visual sebuah usaha, logo memiliki peran strategis dalam membangun citra merk dan memudahkan konsumen meningkatkan produk. Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika memberikan pendampingan dalam proses pembuatan logo bagi para pelaku UMKM di Desa Lengkong Karya. Selain mendampingi pembuatan NIB,

mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika juga memfasilitasi pembuatan logo secara digital menggunakan aplikasi Canva. Proses kreatif ini menghasilkan beberapa alternatif desain logo yang kemudian dipresentasikan kepada pelaku UMKM. Para pemilik usaha dapat memilih logo yang paling sesuai dengan karakteristik usaha dan target pasar mereka. Sehingga, memperkuat identitas brand dalam strategi pemasaran yang lebih profesional.



Gambar 3. Tim Membantu Pembuatan Logo

Hasil kegiatan PM ini tentu harus bisa memberikan informasi bagi masyarakat Lengkong Karya, pemerintah daerah setempat, para civitas akademika perguruan tinggi lain, dan para pemangku kepentingan lainnya. Karena itulah, tim mendokumentasikan luaran kegiatan melalui beberapa bentuk, di antaranya: 1) pembuatan modul pelatihan kewirusahaan, 2) penunggahan video di kanal YouTube atau platform lainnya, dan 3) publikasi di jurnal pengabdian masyarakat.

SIMPULAN

Peran UMKM sebagai komponen krusial dalam struktur perekonomian Indonesia telah terbukti secara nyata di Kelurahan Lengkong Karya. Banyak warga yang menjadikan UMKM sebagai sumber mata pencaharian utama. Para pelaku usaha di wilayah ini menunjukkan kesadaran akan dinamika pasar digital yang semakin kompetitif yang tecermin dari antusiasme mereka dalam mengikuti program sosialisasi pengembangan usaha yang diselenggarakan oleh tim pengabdian masyarakat UBSI. Program pengabdian masyarakat ini telah memberikan dampak positif yang signifikan. Respons positif dari peserta program terlihat jelas dari ekspresi terima kasih yang disampaikan, bahkan beberapa di antaranya memberikan produk usaha mereka sebagai bentuk apresiasi. Mengingat manfaat dan dampak positif yang dihasilkan, program BSI Explore layak untuk dilanjutkan pada tahun-tahun mendatang. Keberlanjutan program ini akan memberikan kesempatan bagi lebih banyak pelaku UMKM untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing usaha mereka dalam menghadapi era ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, A. H. (2022). Peran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72.
- Annisa, A. (2022). Dampak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Pengentasan Kemiskinan dan Pengangguran di Kota Sibolga. *Jurnal Economica Didactica*, 3(1), 46–59.
- Ismail, K., Rohmah, M., & Putri, D. A. P. (2023). Peranan UMKM dalam Penguatan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 7(2), 208–217.
- Kiswandi, F. R. P., Setiawan, M. C., & Ghifari, M. A. (2023). Peran UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 154–162.
- Munthe, A., Yarham, M., & Siregar, R. (2023). Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 593–614.
- Nasrun, A. P., Nujum, S., & Sufri, M. (2022). Pengaruh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Mengatasi Kemiskinan dan Pengangguran di Kota Makassar. *Tata Kelola*, 9(1), 78–87.
- Nursini, N. (2020). Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) and poverty reduction: Empirical evidence from Indonesia. *Development Studies Research*, 7(1), 153–166.
- Sari, N. T. P., & Kusumawati, A. (2022). Literature review: The efforts to strengthening of micro, small and medium-sized enterprises (MSME) in Indonesia. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 2(01), 98–115.
- Sudiran, R. K., Pangestu, A. P. F., Sofiyani, M., Alfianto, M., & Alam, S. G. P. (2022). Kepastian Hukum dalam Penyelesaian Sengketa Kepemilikan Tanah Bersertifikat Ganda Menurut Aturan Badan Pertanahan Nasional pada Masyarakat Lengkong Karya Tangerang Selatan. *BAKTI HUKUM*

- Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 560–565.
- Susanti, R., Faye, D. A. P., Putri, N. D., Agustin, M., Maftukhah, N. Z., Sari, I. P., ... Apriliani, M. (2024). Optimalisasi Potensi Lokal dan Digitalisasi UMKM dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(5), 600–611. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jh.v4i5.1585>
- Suwandi, S., Amelia, A., Situmorang, M. S., & Parlindungan, S. (2024). Peran Kewirausahaan dalam Membangun dan Memajukan Perekonomian Bangsa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 2(1), 223–233.
- Trimawartinah, Iswahyudi, Aini, R. N., Felisyah, R., Hikmah, P. Al, & Pangestu, I. C. (2023). *Pendampingan Edukasi Makanan Sehat Upaya Pencegahan Penyakit TBC yang Meningkatkan Imunitas di Lengkong Karya Kota Tangerang Selatan*.
- Tuanaya, H. H., Nasuiton, A. H., Wahib, Prastiwi, D. E., & Hadistianto, M. F. (2020). Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Kelurahan Lengkong Karya, Melalui Sosialisasi Undang-Undang No. 16 Tahun 2011 tentang Bantuan Hukum, Sebagai Upaya Bersama Pemenuhan Akses Keadilan Bagi Masyarakat Miskin. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 42–49.
- Wati, D. L., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Al-Qorni, Z. Q. (2024). Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 265–282.