

Manajemen Keuangan dan Digitalisasi: Dua Sayap Sukses Untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Dewi Rachmania¹, Hesty Erviani Zulaecha², Mohamad Zulman Hakim^{3*}, Muhammad Khoirul Insan⁴, Nurul Rahmania⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Tangerang, Jl. Perintis Kemerdekaan I No.33, Kota Tangerang, Banten 15118, Indonesia.

E-mail: mohamadzulmanhakim@gmail.com

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2305>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 29 June 2025

Revised: 29 July 2025

Accepted: 29 August 2025

Kata Kunci

Manajemen Keuangan,
Digitalisasi, UMKM

Keywords

Financial Management,
Digitalization, MSMEs



ABSTRACT

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak seminar yang membahas strategi peningkatan daya saing, manajemen keuangan, dan digitalisasi usaha bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Suka Asih, Kota Tangerang. Dalam rangka mendukung UMKM menghadapi persaingan bisnis modern, kegiatan ini mengadopsi pendekatan deskriptif narasi dengan metode diskusi panel yang memungkinkan keterlibatan aktif peserta. Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi dua sesi, yaitu sesi penyampaian materi dan sesi tanya jawab. Sesi penyampaian materi mencakup tiga topik utama, yaitu Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM dan Pemasaran Digital untuk UMKM, Manajemen Keuangan UMKM, serta Digitalisasi UMKM: Peluang dan Strategi Menuju Bisnis Modern. Sesi tanya jawab memberikan kesempatan bagi peserta untuk mengklarifikasi materi, berbagi pengalaman, dan mendiskusikan solusi atas tantangan yang dihadapi. Data kegiatan dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi, dengan pelaksanaan meliputi tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Kegiatan seminar ini berhasil mencapai beberapa poin penting, antara lain: 1) Pelaku UMKM memperoleh pemahaman dan keterampilan baru yang berdampak positif pada keberlangsungan usaha, 2) Mendorong inovasi produk dan pemanfaatan peluang, 3) Meningkatkan minat berwirausaha dan menciptakan peluang kerja, 4) Memperdalam pemahaman manajemen keuangan, 5) Meningkatkan pemahaman digitalisasi dalam usaha, dan 6) Meningkatkan pemasaran produk melalui *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan.

This community service activity aims to evaluate the impact of a seminar discussing strategies for improving competitiveness, financial management, and business digitalization for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Suka Asih Village, Tangerang City. In order to support MSMEs in facing modern business competition, this activity adopts a descriptive narrative approach with a panel discussion method that allows for active participant involvement. The activity is divided into two sessions: a presentation session and a question-and-answer session. The presentation session covers three main topics: Strategies for Enhancing the Competitiveness of MSMEs and Digital Marketing for MSMEs, Financial Management for MSMEs, and Digitalization of MSMEs: Opportunities & Strategies Toward Modern Business. The question and answer session provided participants with the opportunity to clarify the material, share experiences, and discuss solutions to the challenges they faced. Activity data was collected through observation and documentation, with implementation covering the planning, implementation, and evaluation stages. This seminar successfully achieved several key points, including: 1) SME operators gained new knowledge and skills that positively impact business sustainability, 2) Promoting product innovation and leveraging opportunities, 3) Increasing interest in entrepreneurship and creating job opportunities, 4) Deepening understanding of

financial management, 5) Improving understanding of digitalization in business, and 6) Enhancing product marketing through e-commerce to increase sales.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite Dewi Rachmania, et al (2025) Manajemen Keuangan dan Digitalisasi: Dua Sayap Sukses Untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), 4(1), 5079-5088 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2305>

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian Indonesia tidak lepas dari peran UMKM, adanya UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) berdampak pada pertumbuhan perekonomian nasional. Halim (2020), UMKM adalah kegiatan memproduksi barang atau jasa dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki, seperti SDM, skill dan kemampuan serta kesenian suatu daerah. Kementerian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menyatakan hingga 31 Desember 2024, terdapat sekitar 30,18 juta unit UMKM yang terdaftar di Indonesia. Angka ini belum termasuk UMKM yang beroperasi di sektor pertanian, pemerintahan, jasa, dan sektor lainnya. Berdasarkan jenis usaha, mayoritas UMKM berfokus pada perdagangan besar dan eceran serta perbaikan kendaraan bermotor, dengan total mencapai 14,43 juta unit. Sektor berikutnya adalah penyediaan akomodasi, makanan, dan minuman yang mencakup 6,4 juta unit, serta industri pengolahan yang mencapai 4,16 juta unit. Sektor lainnya mencakup jasa, transportasi, konstruksi, penyewaan, pertambangan, pengelolaan air, pendidikan, kesehatan, real estat, hiburan, aktivitas profesional, hingga sektor keuangan dan asuransi, dengan jumlah unit yang bervariasi (Kamar Dagang dan Industri Indonesia, 2024).

UMKM berperan dalam meningkatkan pendapatan per kapita atau Produk Domestik Bruto (PDB) dengan menyediakan lapangan kerja dalam jumlah yang signifikan (Fauzi et al., 2023). UMKM berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan per kapita atau Produk Domestik Bruto (PDB) dengan menciptakan banyak kesempatan kerja (Asmarawati et al., 2023). Dengan demikian, UMKM mempunyai peran yang signifikan terhadap stimulasi perekonomian negara, sehingga dengan adanya UMKM dapat memberikan perkembangan dan kemajuan ekonomi demi kesejahteraan masyarakat baik dalam sektor besar maupun kecil.

Problematika UMKM kerap sekali terjadi, UMKM sering kali dihadapkan oleh keterbatasan modal, SDM, akses pemasaran, keterampilan manajemen dan teknologi (Al Farisi et al., 2022). Dukungan para pemangku kepentingan sangat sekali diperlukan dalam perkembangan UMKM. Oleh sebab itu, program seminar dan pemberdayaan dapat dijadikan langkah alternatif mengatasi permasalahan dan problematika tersebut. Program pengembangan UMKM merupakan strategi yang bijak dalam menaikkan daya saing. Menurut Aliyah (2022), semakin meningkat produktifitas dan produksi UMKM, maka semakin baik juga UMKM dalam mendukung perkembangan dan kemajuan perekonomian negara.

Dalam menjalankan suatu usaha, manajemen keuangan yang tepat menjadi kunci utama keberhasilan bisnis yang berkelanjutan. Manajemen keuangan adalah serangkaian aktivitas yang bertujuan untuk mengatur dan mengelola sumber daya keuangan yang dimiliki oleh suatu entitas bisnis atau usaha tertentu, dengan tujuan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan bersama (Sitinjak et al., 2023). Digitalisasi UMKM juga merupakan langkah penting untuk mempercepat pengembangan yang dapat membantu memperluas pasar dan meningkatkan daya saing baik di tingkat domestik maupun internasional. Digitalisasi mempermudah akses dan memperluas jangkauan, yang menjadi elemen krusial dalam meningkatkan produktivitas serta ketahanan usaha, terutama dalam menghadapi guncangan ekonomi seperti dampak pandemi maupun bencana alam. UMKM yang tidak mampu beradaptasi dengan perubahan ini berisiko kehilangan daya saingnya (Wijoyo & Widiyanti, 2020).

Kota Tangerang kini berkembang sebagai pusat baru ekonomi kreatif di Indonesia, dengan lebih dari 58.000 UMKM yang telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB). Pemerintah Kota Tangerang aktif mendukung UMKM dan startup melalui seminar, fasilitasi modal, digitalisasi, kemudahan perizinan, serta program promosi seperti UMKM Award. Sektor startup juga tumbuh pesat, terutama di bidang teknologi dan kuliner. Lokasi yang strategis dan ekosistem digital yang terus berkembang menjadikan Tangerang sebagai kota yang potensial bagi pelaku usaha dan ekonomi kreatif (Linkumkm, 2025). Pertumbuhan UMKM seharusnya dilakukan secara terencana, terstruktur, dan berkelanjutan,

dengan fokus pada peningkatan produktivitas dan daya saing, serta untuk menciptakan pengusaha-pengusaha baru yang kuat dan kompetitif (Al Farisi et al., 2022).

Berdasarkan hasil survei lapangan untuk para pelaku UMKM di wilayah RW 01 dan RW 02, mayoritas memproduksi makanan, dan juga untuk kendala yang alami selama menjadi para pelaku UMKM, para pelaku usaha UMKM memiliki kendala terkait digitalisasi/pemasaran secara online akan produk mereka, serta terkendala modal. Menumbuhkan pemahaman masyarakat terhadap UMKM, Narasumber yang berkolaborasi dengan Mahasiswa Kota Tangerang (UMT) Kelurahan Suka Asih menggandeng para pelaku UMKM serta masyarakat sekitar Kelurahan Suka Asih mulai dari 4 RW. RW 01, 02, 03, dan 04 untuk pelaksanaan seminar terkait pemasaran produk, digitalisasi dan manajemen keuangan bagi para UMKM agar mampu memiliki daya saing yang tinggi di tengah modernitas saat ini.

METODE

Pengabdian kepada masyarakat ini mengadopsi pendekatan kegiatan dengan pola dekriptif narasi dan menggunakan metode diskusi panel, di mana para pelaku UMKM Kelurahan Suka Asih berperan aktif dalam setiap tahap kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena sejalan dengan tujuan utama program, yaitu memberdayakan UMKM melalui peningkatan kapasitas dan keterampilan praktis (Zahrudin et al., 2023). Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi dan dokumentasi (Saputra et al., 2024). Selanjutnya, kegiatan seminar dengan UMKM ini dilakukan melalui beberapa tahap, yang dijelaskan sebagai berikut:

Observasi langsung, dilakukan dengan Narasumber yang berkolaborasi dengan Mahasiswa Kota Tangerang (UMT) Kelurahan Suka Asih secara langsung mendatangi lokasi untuk memperoleh data terkait jumlah UMKM disana. Hal tersebut dilakukan sebelum menjelang kegiatan dan saat kegiatan berlangsung. Observasi tersebut bermanfaat untuk mengetahui situasi dan kondisi tempat kegiatan serta para peserta seminar. Observasi menjadi bagian penting dalam mewujudkan kesuksesan pelaksanaan seminar itu sendiri. Sebagai pelengkap Narasumber yang berkolaborasi dengan Mahasiswa Kota Tangerang (UMT) Kelurahan Suka Asih melakukan koordinasi dengan Lurah, Sekertaris, Staf Administrasi dan Perwakilan Pelaku UMKM serta melakukan FGD (*Focus Group Discussion*) dengan para Masyarakat sekitar dalam memetakan harapan, kendala dan usulan perbaikan. Observasi dilakukan guna menemukan problematika yang terjadi dilapangan, sehingga pemberi materi mampu menyiapkan materi yang berkualitas dan bermanfaat bagi para audiens seminar (Indriastuti et al., 2024).

Narasumber yang berkolaborasi dengan Mahasiswa Kota Tangerang (UMT) juga melakukan kegiatan mengenai dokumentasi kegiatan yang diperlukan untuk meningkatkan kemampuan. Selain itu, Narasumber yang berkolaborasi dengan Mahasiswa Kota Tangerang (UMT) menyusun strategi yang didasarkan pada analisis SWOT hasil dari diskusi kelompok terfokus FGD (*Focus Group Discussion*) dengan masyarakat dan aparat kelurahan. Safitri et al.(2024) Analisis SWOT merupakan suatu pendekatan yang dapat digunakan untuk mengenali kekuatan, ancaman, peluang, dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Dengan demikian, penting untuk menjaga integritas agar strategi yang dirumuskan tidak hanya mencerminkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, tetapi juga menggambarkan pengalaman dan kebutuhan yang sebenarnya diperlukan oleh para pelaku UMKM.

Evaluasi awal kebutuhan dilakukan dalam memastikan Kebutuhan yang akan dipersiapkan sebagai bagian dari persiapan dan analisis permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Evaluasi dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan dan merumuskan kebutuhan utama yang perlu ditangani dalam program pengabdian. Analisis rancangan kegiatan seminar pada oara pelaku UMKM dilakukan dengan penyusunan rancangan seminar dan pelaksanaan tugas. Finalisasi persiapan seminar dan materi disesuaikan dengan kebutuhan para pelaku UMKM di Kelurahan Suka Asih, dilakukan dengan analisa dan diskusi bersama dengan para pemangku kepentingan kegiatan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil seminar kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak evaluasi terkait seminar mengenai strategi meningkatkan daya saing, manajemen keuangan dan digitalisasi UMKM dalam bisnis modern. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang ketiga aspek tersebut, peserta diharapkan dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh untuk mengoptimalkan operasional usaha mereka. Selain itu, seminar ini juga bertujuan untuk membangun jaringan antara pelaku UMKM, sehingga mereka dapat saling berbagi pengalaman dan strategi yang telah terbukti efektif. UMKM adalah usaha skala kecil

hingga menengah yang dikelola individu atau kelompok, berperan penting dalam perekonomian Indonesia karena menyerap banyak tenaga kerja dan mendorong pemerataan ekonomi. Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008, UMKM dibagi menjadi usaha mikro, kecil, dan menengah sesuai batas aset dan omzet (Akbar et al., 2024). Pembahasan ini akan membahas kegiatan seminar, serta menganalisis bagaimana peningkatan integritas dapat berkontribusi pada pencapaian keberhasilan yang telah ditetapkan. Aktivitas workshop digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 Para Audiens

Narasumber yang berkolaborasi dengan Mahasiswa Kota Tangerang (UMT) melakukan survei pemantik dan beberapa pertanyaan pemantik kepada salah satu peserta kegiatan, untuk mengetahui target kegiatan, relevansi tujuan dan kondisi riil dilapangan. Narasumber yang berkolaborasi dengan Mahasiswa Kota Tangerang (UMT) melakukan kunjungan ke kantor kelurahan Suka Asih untuk menanyakan data serta informasi mengenai wilayah para pelaku UMKM yang beroperasi di lingkungan Suka Asih. Kunjungan ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah di daerah tersebut, serta untuk menjalin komunikasi yang lebih erat dengan pihak kelurahan dalam mendukung pertumbuhan UMKM.

Setelah melakukan kunjungan, kami mendapatkan informasi bahwa mayoritas pelaku UMKM di Kelurahan Suka Asih terkonsentrasi di RW 01 dan RW 02. Meskipun wilayah kelurahan ini terdiri dari empat Rukun Warga (RW 01 sampai RW 04), aktivitas usaha lebih banyak berpusat di dua RW tersebut. Hal ini menunjukkan adanya potensi dan dinamika ekonomi yang lebih berkembang di wilayah RW 01 dan RW 02 dibandingkan dengan RW lainnya di lingkungan Suka Asih.

Setelah mengetahui wilayah mana yang memiliki konsentrasi pelaku UMKM yang tinggi, Narasumber yang berkolaborasi dengan Mahasiswa Kota Tangerang (UMT) didampingi oleh pihak kelurahan, khususnya Kepala Seksi Ekonomi dan Pembangunan, untuk melakukan survei langsung ke para pelaku UMKM di RW 01 dan RW 02. Dalam kegiatan ini, melakukan diskusi dan wawancara mendalam dengan para pelaku UMKM mengenai berbagai aspek usaha. Narasumber yang berkolaborasi dengan Mahasiswa Kota Tangerang (UMT) menanyakan tentang produk yang dipasarkan, termasuk jenis dan kualitas produk, serta strategi pemasaran yang digunakan. Selain itu, kami juga menggali informasi mengenai kendala yang dihadapi selama menjalankan usaha, seperti tantangan dalam akses modal, pemasaran, dan seminar keterampilan.

Dari hasil survei lapangan yang dilakukan, terungkap bahwa mayoritas pelaku UMKM di wilayah tersebut menghadapi kendala signifikan dalam hal digitalisasi dan akses modal. Banyak dari mereka yang menyadari pentingnya transformasi digital untuk meningkatkan daya saing usaha, namun masih terbatas dalam pengetahuan dan keterampilan untuk memanfaatkan teknologi informasi secara efektif. Hal ini mengakibatkan kesulitan dalam memasarkan produk secara online dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Selain itu, masalah akses modal juga menjadi tantangan utama bagi para pelaku UMKM. Banyak di antara mereka yang mengalami kesulitan dalam mendapatkan pinjaman atau investasi yang diperlukan untuk mengembangkan usaha, baik untuk memperluas kapasitas produksi maupun untuk meningkatkan kualitas produk. Kendala ini sering kali disebabkan oleh kurangnya jaminan atau dokumen yang diperlukan untuk memenuhi syarat pengajuan pinjaman.

Selanjutnya setelah mengetahui segala kendala yang dialami, barulah Narasumber yang berkolaborasi dengan Mahasiswa Kota Tangerang (UMT) rumuskan tema yang akan dilaksanakan seminar. Menyiapkan berbagai materi yang komprehensif dan relevan, yang akan dijadikan sebagai bahan pembelajaran dalam kegiatan seminar. Selain itu, Narasumber yang berkolaborasi dengan

Mahasiswa Kota Tangerang (UMT) juga akan mempertimbangkan kebutuhan dan latar belakang pelaku UMKM agar materi yang disampaikan dapat memberikan manfaat maksimal dan mendukung pengembangan keterampilan secara optimal.

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui dua tahap, penyampaian materi oleh Narasumber dan sesi tanya jawab antara audiens ke Narasumber. Tahap pertama merupakan tahap penyampaian materi pada Narasumber. Para Narasumber yang berkolaborasi dengan Mahasiswa Kota Tangerang (UMT) memberikan informasi kepada para peserta yaitu para pelaku UMKM mengenai materi yang berkaitan dengan bagaimana memulai menentukan strategi dalam meningkatkan daya saing, lalu dilanjutkan dengan literasi mengenai pemasaran digital serta mempraktikkan secara langsung, manajemen keuangan serta digitalisasi dalam menyikapi peluang dan menentukan strategi dalam mencapai keberhasilan UMKM. Dalam kegiatan seminar ini, terdapat 3 materi yang di berikan, pertama mengenai Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM dan Pemasaran Digital Untuk UMKM. Kedua mengenai Manajemen Keuangan UMKM dan yang ketiga mengenai Digitalisasi UMKM “Peluang dan Strategi menuju Bisnis Modern”.

Pemaparan Materi oleh Narasumber Pertama : “Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM dan Pemasaran Digital Untuk UMKM” oleh Ibu Dewi Rachmania

Sesi pertama dibuka dengan kehangatan oleh Ibu Dewi Rachmania, dalam pemaparannya mengenai “Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM dan Pemasaran Digital Untuk UMKM” beliau menekankan pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dalam presentasinya, beliau menjelaskan mengenai strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui pemasaran digital. Beliau menjelaskan bahwa UMKM umumnya menghadapi tiga masalah utama, yaitu sulitnya akses modal akibat persyaratan bank yang rumit, keterbatasan dalam penggunaan teknologi dan inovasi, serta kurangnya pengetahuan mengenai strategi promosi. Untuk mengatasi hal tersebut, pelaku UMKM dapat memanfaatkan pembiayaan alternatif seperti koperasi, fintech, atau program bantuan pemerintah, mulai belajar menggunakan teknologi sederhana seperti aplikasi kasir, media sosial, dan *marketplace*, serta memanfaatkan media sosial gratis untuk promosi.

Ibu Dewi Rachmania juga menyampaikan dalam pemasaran digital, UMKM disarankan memaksimalkan penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp Business, serta bergabung di *marketplace* populer seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop. Penerapan digital marketing memberikan banyak manfaat, antara lain memperluas jangkauan pasar hingga ke luar negeri, menekan biaya promosi, dan meningkatkan penjualan online. Secara teknis, UMKM juga perlu memiliki website yang menarik, mudah diakses, dan teroptimasi SEO, serta mengelola media sosial secara aktif melalui konten rutin, giveaway, dan interaksi cepat dengan pelanggan.



Gambar 2 Pemaparan Materi Pertama “Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM dan Pemasaran Digital Untuk UMKM”

Pemaparan Materi oleh Narasumber Kedua : “Manajemen Keuangan UMKM” oleh Ibu Hesty Erviani Zulaecha

Sesi kedua dibuka dengan keceriaan oleh Ibu Hesty Erviani Zulaecha, dalam pemaparannya mengenai “Manajemen Keuangan UMKM” beliau menekankan pentingnya pengelolaan keuangan yang efektif untuk keberlangsungan dan pertumbuhan usaha.

Ibu Hesty Erviani Zulaecha membahas mengenai manajemen keuangan UMKM secara komprehensif, mulai dari kemudahan perizinan usaha berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 dan dukungan fasilitas promosi dari pemerintah daerah seperti Tangerang Expo, hingga strategi mengatur

keuangan agar pengeluaran tidak membengkak, yaitu memilih media iklan yang tepat, menciptakan produk unggulan, memanfaatkan tenaga kerja secara efisien, menghindari pemborosan, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, menetapkan modal, membuat laporan keuangan bulanan, menghindari utang berisiko, dan mengontrol arus kas. Laporan keuangan dipaparkan sebagai alat penting untuk memantau perkembangan usaha, menilai kondisi keuangan, dan menjadi dasar pengambilan keputusan, termasuk saat mengajukan pinjaman. Disertakan pula pembahasan perhitungan Break Even Point (BEP) untuk mengetahui titik impas, serta perhitungan target keuntungan guna menentukan jumlah penjualan yang dibutuhkan. Dalam aspek perpajakan, dijelaskan bahwa berdasarkan UU No. 7 Tahun 2021, UMKM dengan omzet tahunan di bawah Rp500 juta bebas PPh, sedangkan omzet di atasnya dikenakan tarif 0,5% dari penghasilan kena pajak, dengan perbandingan terhadap ketentuan lama PP No. 23 Tahun 2018. Bagian akhir menjelaskan jenis pembukuan seperti buku kas, penjualan, persediaan, biaya, utang, dan piutang, serta laporan keuangan.



Gambar 3 Pemaparan Materi Kedua “Manajemen Keuangan UMKM”

Pemaparan Materi oleh Narasumber Ketiga : “Digitalisasi UMKM (Peluang dan Strategi menuju Bisnis Modern)” oleh Bapak Mohamad Zulman Hakim

Sesi ketiga dibuka dengan kehumble-an oleh Bapak Mohamad Zulman Hakim, dalam pemaparannya mengenai “Digitalisasi UMKM (Peluang dan Strategi menuju Bisnis Modern)” beliau menekankan pentingnya adaptasi terhadap teknologi digital sebagai langkah krusial bagi UMKM untuk tetap relevan di era modern.

Bapak Mohamad Zulman Hakim membahas mengenai digitalisasi UMKM sebagai transformasi proses bisnis dari konvensional ke berbasis digital untuk meningkatkan efisiensi, jangkauan pasar, dan daya saing, dengan contoh penerapan seperti website/*e-commerce*, pemasaran media sosial, pembayaran digital, dan aplikasi manajemen bisnis. Manfaatnya meliputi jangkauan pasar lebih luas, efisiensi operasional, biaya pemasaran lebih murah, analisis data akurat, dan peningkatan kredibilitas. Tantangannya antara lain persaingan ketat, rendahnya literasi digital, serta infrastruktur yang belum merata. Langkah memulai digitalisasi disarankan dimulai dari skala kecil, konsisten, memanfaatkan sumber daya gratis, menggunakan tools dan platform pendukung, serta mengikuti seminar digital UMKM dan berkolaborasi dengan komunitas atau mentor.



Gambar 4 Pemaparan Materi Ketiga “Digitalisasi UMKM (Peluang dan Strategi menuju Bisnis Modern)”

Tahap kedua adalah memberikan kesempatan kepada audiens untuk mengajukan pertanyaan dan melakukan proses tanya jawab terkait materi yang telah disampaikan. Dalam sesi ini, kami akan mendorong partisipasi aktif dari peserta untuk memastikan bahwa semua aspek yang relevan dapat dibahas secara mendalam. Selain itu, kami juga akan mengadakan diskusi mengenai strategi, tantangan, dan peluang yang dihadapi oleh para pelaku UMKM, serta mencari solusi untuk pemecahan masalah yang mereka alami.

Peserta akan dilibatkan dalam interaksi langsung, di mana mereka dapat mengajukan pertanyaan dan berdiskusi mengenai strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi.

Melalui pendekatan ini, diharapkan peserta tidak hanya memperoleh informasi yang berguna, tetapi juga dapat membangun koneksi dan kerjasama yang akan mendukung perkembangan usaha mereka di masa mendatang. Diskusi panel diharapkan mampu menciptakan atmosfer yang energik dan memotivasi, serta mendorong pertukaran gagasan yang positif di antara semua pihak yang terlibat (Hayati & Setiyawati, 2020).



Gambar 5 Sesi Tanya Jawab



Gambar 6. Sesi Tanya Jawab

Narasumber yang berkolaborasi dengan Mahasiswa Kota Tangerang (UMT) akan mencatat jumlah peserta yang hadir dan membandingkannya dengan jumlah yang terdaftar, untuk menilai tingkat partisipasi. Selain itu, Narasumber yang berkolaborasi dengan Mahasiswa Kota Tangerang (UMT) juga mengamati antusiasme dan interaktivitas para pelaku UMKM selama kegiatan berlangsung. Hal ini dapat dilihat dari seberapa aktif mereka berpartisipasi dalam diskusi, mengajukan pertanyaan, dan berbagi pengalaman.

Selanjutnya, Narasumber yang berkolaborasi dengan Mahasiswa Kota Tangerang (UMT) mengumpulkan umpan balik dari peserta melalui kuesioner atau wawancara singkat setelah acara. Pertanyaan dalam kuesioner akan mencakup aspek-aspek seperti kepuasan terhadap materi yang disampaikan, relevansi topik, kualitas Narasumber, serta saran untuk perbaikan di masa mendatang. Umpan balik ini sangat berharga untuk memahami apa yang telah berjalan dengan baik dan area mana yang perlu ditingkatkan. Narasumber yang berkolaborasi dengan Mahasiswa Kota Tangerang (UMT) juga mengevaluasi efektivitas metode diskusi panel yang diterapkan, dengan mempertimbangkan seberapa baik peserta dapat berinteraksi dengan dosen dan seberapa banyak pengetahuan baru yang mereka peroleh dari sesi tersebut.

Dengan melakukan evaluasi yang komprehensif, kami berharap dapat mengidentifikasi keberhasilan dan tantangan yang dihadapi selama kegiatan, serta merumuskan rekomendasi untuk kegiatan serupa di masa depan. Hasil evaluasi ini akan menjadi dasar untuk perbaikan berkelanjutan dalam upaya mendukung pengembangan UMKM di wilayah tersebut. Narasumber yang berkolaborasi dengan Mahasiswa Kota Tangerang (UMT) Kelurahan Suka Asih melakukan tahap evaluasi selama kegiatan berlangsung, sehingga skema kegiatan seminar dapat dipaparkan sebagai berikut:



Gambar 6 Skema Pelaksanaan PKM

Pemanfaatan digitalisasi dalam pemasaran produk mampu meningkatkan peluang yang lebih dalam meningkatkan branding dalam bersaing dan berkembang menyesuaikan pasar, dengan meningkatkan penjualan produk, sebab marketing yang dilakukan secara online lebih mampu menjangkai konsumen dengan mudah (Larasati et al., 2022). Produk UMKM yang memiliki keunggulan baik dari segi kualitas, packaging maupun nilai tambah dibandingkan dengan produk lainnya dapat lebih meningkatkan minat konsumen dalam melakukan sebuah pembelian (Ibrahim et al., 2024). Produk berkualitas juga perlu memperhatikan desain kemasan yang menarik. Kemasan berperan sebagai pelindung isi produk, sekaligus menarik minat konsumen dan menyampaikan informasi tentang produk tersebut. Dalam merancang kemasan, penting untuk mempertimbangkan aspek keamanan produk, kemudahan penggunaan, serta nilai ekonomis yang baik (Andarwangi et al., 2024).

Meningkatkan kesejahteraan masyarakat diperlukan pertumbuhan ekonomi yang baik serta distribusi pendapatan yang merata. Pertumbuhan ekonomi di suatu daerah berpengaruh langsung terhadap kesejahteraan masyarakat di wilayah tersebut (Zainuddin et al., 2025). Selain itu, aktivitas UMKM yang memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran akan lebih mudah untuk berkembang dan lebih cepat dalam meningkatkan pendapatannya. Dengan memanfaatkan teknologi, UMKM dapat memperluas jangkauan pemasarannya (Utami et al., 2024).

Pemahaman digitalisasi mampu memberikan dampak membangun, terutama bagi para pelaku UMKM, karena dengan pemahaman digitalisasi yang baik mampu menumbuhkan kreativitas, dan inovasi produk yang memiliki daya saing di masyarakat, sehingga keberlanjutan usaha akan terus berkembang (Fauziyah et al., 2024). Kegiatan seminar ini mencapai beberapa poin diantaranya:

1. Pelaku usaha UMKM mendapatkan pemahaman dan keterampilan baru dalam menjalankan usahanya, sehingga dengan adanya seminar ini memberikan dampak positif bagi para pelaku UMKM dalam keberlangsungan usaha.
2. Menumbuhkan pemikiran kemajuan dalam menciptakan sebuah inovasi produk dan mengambil peluang dari kadaan saat ini.
3. Menciptakan keinginan berwirasusaha dan menciptakan peluang kerja.
4. Pemahaman terkait manajemen keuangan.
5. Pemahaman terkait digitalisasi dalam menjalani kegiatan usahan.
6. Meningkatkan pemasaran produk melalui *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan usaha.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat melalui seminar ini, pemateri memberikan kesempatan kepada peserta untuk berdiskusi tentang berbagai kendala yang sering mereka hadapi secara bergantian. Metode ini digunakan untuk menggali informasi lebih dalam mengenai tantangan yang dihadapi peserta dalam menjalankan usaha mereka. Setiap sesi seminar seharusnya diakhiri dengan evaluasi, karena hasil positif dari seminar yang efektif dapat meningkatkan produktivitas individu. Selain itu, hal ini juga berpotensi memberikan dampak positif pada perilaku pekerja dan menciptakan perubahan yang signifikan dalam aktivitas kerja (Ananda & Himawan, 2024).



Gambar 7 Sesi Dokumentasi

Pemanfaatan teknologi oleh individu dapat mendorong peningkatan produktivitas dan keberlangsungan usaha yang dijalankan. Oleh karena itu, sumber daya manusia saat ini diharuskan untuk cepat beradaptasi dengan kemajuan teknologi agar dapat memanfaatkan inovasi terkini. Dengan demikian, UMKM dapat memanfaatkan tenaga kerja yang memiliki keterampilan dalam *e-commerce*, sehingga mereka dapat bersaing dengan kompetitor di pasar dengan memperbaiki aspek produk dan strategi pemasaran (Triwahyono et al., 2023).

SIMPULAN

Kegiatan seminar ini menunjukkan bahwa pemahaman serta penerapan teknologi, terutama dalam hal digitalisasi dan pemasaran, sangat krusial bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha UMKM. Seminar ini berhasil menumbuhkan kreativitas dan inovasi di kalangan pelaku UMKM. Peserta didorong untuk menciptakan produk unggulan, melakukan inovasi sesuai kebutuhan pasar, serta memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini memberikan dampak positif pada peningkatan kualitas produk dan daya saing di pasar lokal maupun global.

Dalam aspek manajemen keuangan, pelaku UMKM mendapatkan pemahaman lebih mendalam mengenai pentingnya pencatatan keuangan, pengelolaan arus kas, serta perencanaan modal. Pengetahuan ini membantu mereka mengelola usaha secara lebih terstruktur, menghindari pemborosan, dan menjadikan laporan keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis.

Dari sisi digitalisasi, peserta menyadari pentingnya pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi. Melalui pemanfaatan media sosial, *marketplace*, hingga website, UMKM dapat menekan biaya promosi, menjangkau konsumen lebih luas, serta meningkatkan penjualan secara signifikan. Digitalisasi juga memberi peluang bagi UMKM untuk tetap relevan dan berdaya saing di era bisnis modern.

Secara keseluruhan, seminar ini memberikan dampak positif berupa peningkatan keterampilan, tumbuhnya minat berwirausaha, serta terbukanya peluang kerja baru. Harapannya, pelaku UMKM dapat terus memanfaatkan ilmu yang diperoleh, beradaptasi dengan perkembangan teknologi, dan mengembangkan strategi bisnis yang inovatif sehingga mampu mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Narasumber yang berkolaborasi dengan Mahasiswa Kota Tangerang (UMT) Kelurahan Suka Asih mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam kegiatan ini. Khususnya kepada para pemangku kepentingan dan pelaku UMKM di RW 01 dan RW 02 yang telah bersedia menjadi subjek kegiatan serta memberikan dukungan dan partisipasi aktif dalam kegiatan seminar. Kami juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada dosen pembimbing dan rekan-rekan Narasumber yang berkolaborasi dengan Mahasiswa Kota Tangerang (UMT) Kelurahan Suka Asih yang telah memberikan arahan, saran, dan motivasi selama proses kegiatan ini. Semoga hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan UMKM serta kesejahteraan masyarakat.

REFERENSI

- Akbar, M. F., Hidayat, & Hendra, J. (2024). Peran Umkm Dalam Membangun Ekonomi Kerakyatan. *Jurnal Multidisiplin Inovatif*, 8(6), 192–201.
- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72. <https://doi.org/10.37058/wlfr.v3i1.4719>
- Ananda, F., & Himawan, C. (2024). Evaluasi Efektivitas Program Pelatihan Plan, Do, Check, Action (PDCA) Dengan Metode Kirkpatrick (Studi Pada Pelatihan Karyawan divisi Manufaktur PT XYZ). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(4), 23-13–2325.
- Andarwangi, T., Fitriani, F., Trisnanto, T. B., Sutarni, S., Saty, F. M., Apriyani, M., Berliana, D., Desfariyani, R., & Pratiwi, D. (2024). Pengemasan Produk Inovatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Di Umkm Eyek-Eyek Reggae. *Jurnal Abimana (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nasional)*, 1(1), 26–30. <https://doi.org/10.25181/abimana.v1i1.3536>
- Asmarawati, E., Wardani, E. S., & Aprianda, B. (2023). Peningkatan Omset Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era Society 5.0 di UMKM Pamulang Estat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat : Kreasi Mahasiswa Manajemen*, 3(3), 187. <https://doi.org/10.32493/kmm.v3i3.33552>

- Fauzi, H., Kusumadewi, R. N., Mulyani, H. S., & Prihartini, E. (2023). Pemberdayaan Pelaku UMKM Melalui Optimalisasi Pengetahuan, Pemahaman, Inovasi dan Pengenalan Digitalisasi Menuju Desa yang Kreatif. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 3512–3516. <https://doi.org/10.31949/jb.v4i4.7020>
- Fauziyah, D., Hermawan, A., & Nuryadin, A. (2024). Analisis Kemampuan Literasi Digital Pada UMKM di Kota Tasikmalaya (Studi Kasus : PapaBurjo). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 02(01), 714–720.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamaju. *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 2(1). <https://stiemmamaju.e-journal.id/GJIEP%0APENGARUH>
- Hayati, N. M., & Setiyawati, D. (2020). Metode Diskusi Panel untuk meningkatkan keterampilan berkomunikasi di Madrasah Ibtidaiyah. *GHAITSA: Islamic Education Journal*, 1(3), 159–169. <https://siducat.org/index.php/ghaitsa>
- Ibrahim, R. O., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Dan Pemanfaatan Marketplace Terhadap Daya Saing Pada Pelaku UMKM Di Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 324–334. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB%0APengaruh>
- Indriastuti, M., Nugraha, I. S., & Permata, A. C. (2024). Optimalisasi Literasi Kewirausahaan di Kalangan remaja Pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Abdi Mandala*, 3(2), 16–26.
- Kamar Dagang dan Industri Indonesia. (2024). *Data dan statistik UMKM Indonesia*. KADIN Indonesia. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Larasati, T. A., Pradiptya, A., & Mawardani, M. (2022). Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayana Store Pati. *Solusi*, 20(4), 397–402. <https://doi.org/10.26623/slsi.v20i4.6055>
- Linkumkm. (2025). *Kota Tangerang menjadi pusat baru ekonomi kreatif, menarik minat UMKM dan startup*. Linkumkm.Id. <https://linkumkm.id/media/detail/15992/kota-tangerang-menjadi-pusat-baru-ekonomi-kreatif-menarik-minat-umkm-dan-startup>
- Safitri, Z., Wendi, Sitorus, V. P., & Noviyanti. (2024). Analisis SWOT terhadap Pengembangan Strategi Bisnis Pada Warung Makan Asyik Desa Balunijuk. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 140–153. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.967>
- Saputra, S., Mahendra, Y., Permata, N., Alamsyah, & Diantoro, E. (2024). Keuangan Dan Pemasaran Digital Produk Umkm Kerupuk Tike Di Desa. *Batara Wisnu Journal: Indonesian Journal of Community Services*, 4(3), 545–555. <https://doi.org/10.53363/bw.v4i3.273>
- Sitinjak, M., Safrizal, & Wirdayani Wahab. (2023). Pelatihan Manajemen Keuangan Umkm Bagi Pelaku Umkm Kota Batam. *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin*, 2(1), 33–37. <https://doi.org/10.56127/jammu.v2i1.857>
- Triwahyono, B., Rahayu, T., & Kraugusteeliana, K. (2023). Analysing the Role of Technological Innovation in Improving the Operational Efficiency of MSMEs. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 1417–1426. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12791>
- Utami, A. R., Giyatmi, G., & Batubara, S. . (2024). Edukasi Penggunaan Teknologi Informasi Pemasaran Digital kepada UMKM. *Abdimas Unwahas*, 9(1), 35–42.
- Wijoyo, H., & Widiyanti. (2020). Digitalisasi usaha mikro kecil dan menengah 16. *Seminar Nasional Kahuripan*, 9–13.
- Zahrudin, A., Hariyono, R. C. S., Syifa, F. F., Al Syarief, S. W., & Asfhani. (2023). Pemberdayaan Program Pelatihan BUMDES dalam Mengembangkan Perekonomian Desa. *Community Development Journal*, 4(4), 7771–7778. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/19258>
- Zainuddin, D., Ria, A., Widjajanto, T., Hidayat, R., & Hapsari, V. (2025). *Pelatihan Peningkatan Pemasaran Produk UMKM di Kabupaten Kebumen menggunakan Marketplace*. 4(1), 45–53.