

Transformasi Digital dan Dampaknya Terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Ranca Kalapa

Iti Septi¹⁾, Sunardi²⁾, Dewi Putri Mandiri³⁾, Ade Citra Zahara⁴⁾, Atyah Febriyanti⁵⁾

^{1,2,3,4,5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Cendekia Abditama, Kota Tangerang, Indonesia

Email: itiseptiumifa@gmail.com, sunardi@uca.ac.id, dewiputri@uca.ac.id, citrazahara2855@gmail.com, atyahfebrianti123@gmail.com

ABSTRAK

Transformasi digital menjadi kebutuhan mendesak untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Ranca Kalapa yang menghadapi tantangan signifikan dalam pemasaran dan pengembangan bisnis. Meskipun digitalisasi membuka peluang besar untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperbaiki kualitas produk, banyak UMKM di desa ini masih bergantung pada metode pemasaran tradisional dan memiliki keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital. Permasalahan utama meliputi kurangnya pengetahuan tentang teknologi digital, akses terbatas ke infrastruktur digital, serta minimnya pelatihan dan edukasi dalam strategi digitalisasi. Akibatnya, UMKM kesulitan bersaing di pasar yang lebih luas dan sering kali hanya mengandalkan konsumen lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak transformasi digital terhadap UMKM di Desa Ranca Kalapa, dengan fokus pada bagaimana digitalisasi dapat membantu mengatasi permasalahan pemasaran dan meningkatkan daya saing bisnis. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan-tantangan yang dihadapi selama proses transformasi dan strategi yang diperlukan untuk mengoptimalkan manfaat digitalisasi. Beberapa strategi yang dapat diterapkan meliputi peningkatan literasi digital, pemanfaatan platform e-commerce, pemasaran melalui media sosial, serta kolaborasi dengan berbagai pihak untuk memberikan pelatihan dan pendampingan. Hasil dari studi ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan rekomendasi untuk mendukung percepatan digitalisasi di UMKM, serta memfasilitasi dukungan yang diperlukan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, komunitas bisnis, dan akademisi. Dengan adanya strategi yang tepat, UMKM di Desa Ranca Kalapa dapat lebih siap menghadapi persaingan global dan memastikan keberlanjutan serta pertumbuhan bisnis lokal mereka.

Kata Kunci: Transformasi Digital, UMKM, Pemasaran Digital, Daya Saing Bisnis, Edukasi Teknologi

Digital Transformation and Its Impact on Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Ranca Kalapa Village

ABSTRACT

Digital transformation has become an urgent necessity for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Ranca Kalapa Village, which face significant challenges in marketing and business development. Although digitalization offers vast opportunities to expand market reach, enhance operational efficiency, and improve product quality, many MSMEs in this village still rely on traditional marketing methods and have limitations in utilizing digital technology. The main issues include a lack of knowledge about digital technology, limited access to digital infrastructure, and insufficient training and education in digitalization strategies. As a result, MSMEs struggle to compete in a broader market and often rely solely on local consumers. This research aims to explore the impact of digital transformation on MSMEs in Ranca Kalapa Village, focusing on how digitalization can help address marketing challenges and enhance business competitiveness. Additionally, this study identifies the challenges faced during the transformation process and the strategies needed to optimize the benefits of digitalization. Some strategies that can be implemented include improving digital literacy, utilizing e-commerce platforms, marketing through social media, and collaborating with various parties to provide training and mentorship. The findings of this study are expected to provide insights and recommendations to support the acceleration of digitalization in MSMEs and facilitate the necessary support from various stakeholders, including the government, business communities, and academics. With the right strategies in place, MSMEs in Ranca Kalapa Village can be better prepared to compete globally and ensure the sustainability and growth of their local businesses.

Keywords: Digital Transformation, MSMEs, Digital Marketing, Business Competitiveness, Technology Education

PENDAHULUAN

Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian suatu negara karena pertumbuhannya yang cepat dapat membuka peluang kerja, meningkatkan tingkat produksi masyarakat, dan menghasilkan manfaat bagi komunitas sekitarnya (Abdul et al., 2023). Selain itu, UMKM juga dapat mengembangkan kreativitas yang selaras dengan upaya melestarikan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi serta budaya masyarakat setempat (Siregar et al., 2024). Meskipun terpengaruh oleh krisis ekonomi 1997, UMKM di Indonesia mampu bertahan ketika banyak perusahaan besar bangkrut. UMKM berperan besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia dan global, dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% atau sekitar Rp 8.500 triliun pada 2020. Selain itu, sektor ini menyerap hingga 97% tenaga kerja pada tahun 2020, mengurangi tingkat pengangguran (<https://www.bkpm.go.id/>).

Di Indonesia, UU No. 20 Tahun 2008 mengatur UMKM. Pasal 1 Bab 1 menyebutkan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik individu dengan modal kecil, yang dapat dikelola sendiri atau oleh badan usaha individu. Selain itu, usaha kecil harus memenuhi kriteria usaha kecil dan bukan cabang atau anak perusahaan (Rachman et al., 2022). Perkembangan usaha kecil dan menengah (UMKM) memiliki kemampuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan menjadi salah satu solusi bagi masalah fiskal seperti pengangguran dan kemiskinan (Wahab & Mahdiya, 2023). Bisnis kecil dan menengah (UMKM) memiliki kemampuan untuk berkontribusi secara signifikan terhadap keberlanjutan bisnis. Namun, unsur-unsur yang berkontribusi terhadap mempengaruhi keberlanjutan bisnis setelah didirikan juga sering memengaruhi keberlanjutan bisnis. UMKM adalah unit usaha produktif yang didirikan oleh individu atau badan usaha di

semua sektor ekonomi (Afriyani et al., 2024).

Pemerintah memperhatikan usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia dengan meluncurkan program yang mendukung pertumbuhannya. Program seperti membuat Nomor Induk Berusaha (NIB), mendapatkan sertifikasi halal, dan mengurus PIRT gratis yang lebih mudah, akses permodalan melalui KUR, dan bantuan lainnya dapat meningkatkan pertumbuhan UMKM dan membantu mereka bertahan dari krisis global (Rachman et al., 2022). Pemerintah sangat memperhatikan UMKM karena perannya dalam perekonomian, dengan fokus pada peningkatan kualitas sumber daya manusia, termasuk hardskill dan softskill, serta peningkatan modal untuk mendukung pertumbuhannya di Indonesia.

Ranca Kalapa adalah salah satu desa di Kecamatan Panongan di Kabupaten Tangerang. Desa Ranca Kalapa memiliki lokasi strategis karena bersebelahan dengan Ciputra Group (CitraRaya), pengembang perumahan terbesar di Tangerang. Grup ini menawarkan 51 cluster perumahan dan 1.800 unit komersial (<https://citraraya.com/>). Pemerintah Desa Ranca Kalapa perlu memberdayakan warganya melalui peluang wirausaha, mengingat sebagian besar penduduk bekerja di sektor buruh, perdagangan, dan pertanian, dengan kurangnya lapangan kerja. Pembangunan desa harus fokus pada peningkatan sumber daya manusia dalam wirausaha dan pemberian modal usaha untuk mengurangi pengangguran dan kemiskinan, serta meningkatkan ekonomi masyarakat.

Untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia di Desa Ranca Kalapa, berwirausaha menjadi cara yang efektif. Meskipun banyak UMKM, seperti rengginang dan tambak lele, mereka menghadapi kendala dalam pemasaran, termasuk keterbatasan akses pasar, pemahaman pemasaran digital, dan infrastruktur yang minim. Banyak pelaku usaha masih mengandalkan pemasaran

tradisional dan terbatas dalam modal serta sumber daya manusia terlatih. Dukungan dari pemerintah dan pihak terkait sangat diperlukan untuk mengatasi masalah ini dan membantu UMKM memperluas jangkauan pasar mereka.

Di era modernisasi dan globalisasi saat ini, digitalisasi telah menjadi kebutuhan mendesak bagi UMKM (Anaqi et al., 2023; Saputra et al., 2024), termasuk di Desa Ranca Kalapa, untuk tetap bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Meskipun transformasi digital membuka peluang untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan kualitas produk, UMKM di Desa Ranca Kalapa masih menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi digital, terutama keterbatasan akses dan pemanfaatan teknologi. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang manfaat digitalisasi menjadi hambatan utama (Ndraha et al., 2024; Rauf et al., 2018). Selain itu, keterbatasan infrastruktur digital dan akses yang sulit ke sumber daya teknologi membuat proses transformasi digital ini semakin kompleks. Banyak pelaku UMKM yang belum siap untuk beralih dari metode tradisional ke strategi digital, baik karena keterbatasan sumber daya manusia yang terlatih maupun minimnya modal untuk investasi teknologi. Oleh karena itu, untuk meningkatkan ekosistem bisnis lokal dan memastikan keberlanjutan bisnis UMKM di Desa Ranca Kalapa, percepatan digitalisasi menjadi langkah yang sangat penting. Pemerintah, lembaga keuangan, dan berbagai pihak terkait perlu memberikan dukungan yang lebih intensif, termasuk pelatihan teknologi, peningkatan akses infrastruktur digital, serta edukasi mengenai manfaat dan strategi digitalisasi (I. M. O. D. Putra et al., 2024; Setiawan et al., 2024). Dengan demikian, UMKM dapat memanfaatkan potensi teknologi untuk mengatasi tantangan pemasaran dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang lebih luas.

Judul "Transformasi Digital dan Dampaknya Terhadap UMKM di Desa

Ranca Kalapa" dipilih karena relevansinya dengan masalah UMKM di desa tersebut, seperti kesulitan memasarkan produk akibat keterbatasan akses pasar, kurangnya pemahaman pemasaran digital, dan infrastruktur teknologi yang terbatas. Transformasi digital menjadi solusi penting untuk mengatasi tantangan-tantangan ini (Ameliya et al., 2024; Sukana, 2024). Digitalisasi memungkinkan UMKM memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan bersaing lebih luas. Namun, tantangan seperti kurangnya pengetahuan teknologi, akses infrastruktur, dan perubahan paradigma bisnis perlu diatasi. Penelitian ini fokus pada bagaimana transformasi digital dapat meningkatkan daya saing UMKM di Desa Ranca Kalapa dan strategi untuk memaksimalkan dampak positifnya.

METODE PENELITIAN

Digitalisasi adalah pemanfaatan teknologi dan data digital untuk menghasilkan pendapatan, mengembangkan bisnis, memperbarui proses, dan menciptakan lingkungan bisnis digital. Digitalisasi telah diakui sebagai salah satu tren utama yang akan membentuk perubahan dalam masyarakat dan ekonomi di masa depan (T. W. A. Putra et al., 2023). Transformasi digital adalah perubahan yang terjadi melalui adopsi teknologi digital yang mempengaruhi model bisnis, produk, atau struktur organisasi, dengan melibatkan kolaborasi antara teknologi dan manusia. Dalam beberapa tahun terakhir, perhatian ilmiah, terutama dalam literatur sistem informasi, telah meningkat secara signifikan, dengan fokus yang lebih besar pada berbagai teknologi dan aspek organisasi dalam proses transformasi digital (T. W. A. Putra et al., 2023). Transformasi digital merupakan dampak gabungan dari berbagai inovasi digital yang dihasilkan oleh para pelaku atau aktor yang terlibat, serta melibatkan perubahan dalam struktur, praktik, nilai, dan keyakinan. Transformasi ini dapat

mengubah, mengancam, menggantikan, atau melengkapi aturan-aturan yang ada dalam organisasi, ekosistem, industri, atau bidang lainnya (T. W. A. Putra et al., 2023).

Digitalisasi adalah proses mengubah informasi dari format analog ke digital, sementara transformasi digital melibatkan perubahan mendasar dalam operasional bisnis dengan mengintegrasikan teknologi digital ke seluruh aspek organisasi, termasuk model bisnis dan pengalaman pelanggan.

UMKM memiliki potensi besar dalam sektor perdagangan, berkontribusi pada peningkatan wirausahawan dan penguatan ekonomi lokal. Pelatihan keterampilan bagi masyarakat sangat penting agar pengelolaan usaha kecil dapat berkembang dan bersaing di tengah pesatnya perkembangan teknologi. Selain itu, peningkatan kualitas sumber daya manusia juga menjadi kunci agar pelaku UMKM mampu memanfaatkan teknologi dengan efektif, sehingga mereka dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar (Aliyah, 2022). Menurut UU No. 20 Tahun 2008, Pasal 1, usaha mikro adalah usaha yang dimiliki individu atau badan usaha yang memenuhi kriteria tertentu. Usaha kecil dan menengah juga diatur berdasarkan kriteria yang ditetapkan untuk masing-masing kategori. Sementara itu, usaha besar dikelola oleh badan usaha dengan aset melebihi batas usaha menengah dan beroperasi di Indonesia. Dunia usaha mencakup usaha mikro, kecil, menengah, dan besar.

UMKM berperan sebagai stabilisator ekonomi Indonesia dengan bertahan di tengah usaha besar dan meningkatkan produktivitas melalui tenaga kerja efisien. Mereka juga menyuplai bahan mentah untuk perusahaan besar. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) dari mahasiswa Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Cendekia Abditama, fokus membantu UMKM di Desa Ranca Kalapa melalui transformasi digital. Program ini

mencakup pelatihan pemasaran digital, peningkatan keterampilan digital, dan pengembangan infrastruktur teknologi untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan memperkuat daya saing UMKM.

Dalam kegiatan ini, metode PAR (Participatory Action Research) digunakan. Ini adalah bagian dari penelitian (Riset) yang melibatkan berbagai pihak yang relevan untuk mempelajari aksi yang akan dilakukan untuk menghasilkan perubahan yang lebih baik (Rachman et al., 2022). Kami menyelenggarakan workshop "Digitalisasi dan Optimalisasi Strategi Pengembangan UMKM di Desa Ranca Kalapa" untuk memberikan edukasi dan pelatihan kepada pelaku UMKM tentang adopsi teknologi digital. Peserta diperkenalkan pada pembuatan akun Shoppe, pemasaran digital, transaksi online, serta strategi seperti branding dan pengembangan jaringan distribusi untuk mengoptimalkan UMKM.

Program KKN berlangsung selama 40 hari, dari 15 Juli hingga 21 Agustus 2024, di Desa Ranca Kalapa, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang, dengan fokus pada pendampingan UMKM di desa tersebut. Pada tahap awal pelaksanaan program, dilakukan berbagai langkah persiapan, salah satunya adalah analisis SWOT yang bertujuan untuk memahami kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi keberlangsungan usaha para pelaku UMKM. Analisis ini sangat penting karena membantu mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh masing-masing pelaku usaha mikro di Desa Ranca Kalapa sebagai berikut:

Tabel 1 Analisis SWOT

Strength (Kekuatan)

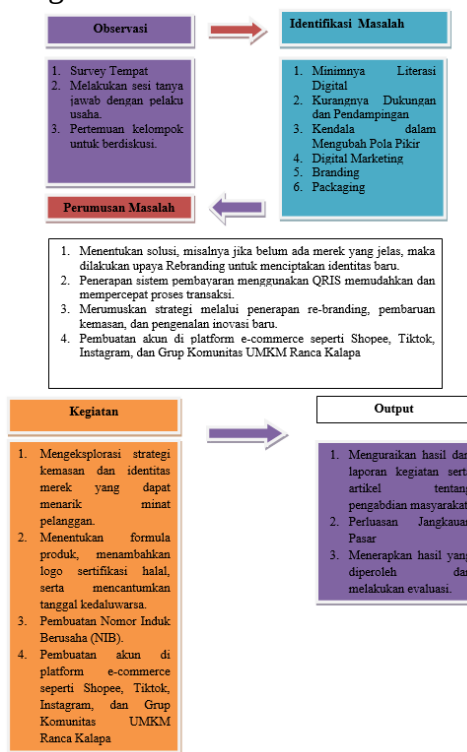
1. Produk Lokal beragam UMKM di Desa Ranca Kalapa memiliki produk khas lokal seperti rengginang, kembang tahu, kripik singkong, tambak lele, dan kerajinan tangan yang memiliki potensi untuk

dikembangkan lebih lanjut. 2. Daya tahan tinggi UMKM terbukti tangguh dalam menghadapi krisis, seperti yang terjadi pada krisis ekonomi 1997. Hal ini menunjukkan ketahanan dan kemampuan adaptasi pelaku usaha kecil terhadap tekanan ekonomi. 3. Tenaga Kerja Lokal UMKM di desa ini berkontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja lokal, mengurangi tingkat pengangguran di kalangan masyarakat setempat. 4. Lokasi Strategis Berdekatan dengan Ciputra Group (CitraRaya), yang menyediakan banyak unit komersial dan perumahan, membuka peluang pasar lebih besar bagi produk UMKM di Desa Ranca Kalapa.	(KUR), dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk mereka. 2. Transformasi Digital Peluang besar dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat branding produk di pasar nasional maupun global. 3. Kemitraan dengan Perusahaan Besar Dekat dengan pengembang besar seperti Ciputra Group membuka peluang kemitraan bisnis dan distribusi produk UMKM di kawasan perumahan dan komersial yang lebih luas. 4. Peningkatan SDM Pelatihan dan pendampingan di bidang digitalisasi, pemasaran, dan pengelolaan bisnis dapat meningkatkan keterampilan pelaku UMKM sehingga mereka lebih siap bersaing di pasar.
Weakness (Kelemahan) 1. Kurangnya Akses Pasar Produk-produk UMKM mengalami kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas karena keterbatasan akses distribusi dan minimnya strategi pemasaran 2. Keterbatasan Pengetahuan Digital Banyak pelaku UMKM belum menguasai teknologi digital atau pemahaman tentang strategi pemasaran online yang dapat meningkatkan eksposur produk mereka. 3. Keterbatasan Modal dan Infrastruktur Minimnya akses terhadap modal dan infrastruktur digital, seperti akses internet yang memadai, menjadi hambatan dalam proses digitalisasi dan pengembangan usaha. 4. SDM Kurang Terlatih Keterbatasan dalam pelatihan dan edukasi di bidang pemasaran digital dan manajemen bisnis menyebabkan pelaku usaha masih bergantung pada metode konvensional.	Threats (Ancaman) 1. Persaingan Ketat dengan Bisnis Besar Dekatnya lokasi dengan kawasan komersial seperti CitraRaya juga berarti UMKM harus bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar yang memiliki modal dan sumber daya lebih besar. 2. Krisis Ekonomi Global Ketidakpastian ekonomi global, seperti yang disebabkan oleh pandemi atau krisis ekonomi lainnya, dapat mengganggu permintaan pasar dan daya beli masyarakat. 3. Perubahan Tren Pasar Perubahan selera konsumen yang cepat, terutama di era digital, bisa menjadi ancaman jika UMKM tidak mampu beradaptasi dengan tren terbaru dalam hal produk dan pemasaran. 4. Keterbatasan Infrastruktur Keterbatasan akses terhadap infrastruktur penting, seperti transportasi dan teknologi informasi, dapat memperlambat proses pengembangan usaha dan ekspansi pasar.
Opportunities (Peluang) 1. Dukungan Pemerintah Program pemerintah, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikasi halal, PIRT gratis, dan Kredit Usaha Rakyat	

Berikut adalah sejumlah tahapan dalam kegiatan pengabdian masyarakat untuk mendukung penerapan transformasi digital pada UMKM di Desa Ranca Kalapa:

1. Mengadakan observasi terhadap sejumlah pelaku usaha UMKM di Desa Ranca Kalapa, seperti produsen rengginang, pengusaha kembang tahu, pembuat telur asin, telur puyuh, peternak lele, serta produsen jamu herbal. Observasi ini dilaksanakan saat kegiatan KKN di desa tersebut, dengan membagi tugas kepada beberapa kelompok untuk mengidentifikasi para pengusaha yang aktif menjalankan usaha dan tinggal di Desa Ranca Kalapa.
2. mengevaluasi kebutuhan UMKM setempat dan mengidentifikasi potensi yang dapat dikembangkan melalui teknologi digital. Hal ini dilakukan untuk mengetahui area yang membutuhkan dukungan digitalisasi dan sektor UMKM mana yang berpotensi tumbuh lebih pesat.
3. Setelah kebutuhan dan potensi terpetakan, tahap berikutnya adalah memberikan penyuluhan kepada UMKM terkait manfaat transformasi digital. Edukasi ini melibatkan pengenalan dasar tentang teknologi digital, penggunaan internet, dan cara teknologi dapat membantu meningkatkan usaha mereka.
4. Membuat kegiatan pelatihan untuk memberikan keterampilan praktis bagi pelaku UMKM, seperti pemanfaatan platform e-commerce, media sosial, serta metode pembayaran digital. Tujuannya adalah membantu mereka mempraktikkan penggunaan teknologi dalam bisnis sehari-hari.
5. Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan kepada UMKM dengan pembuatan Grup Komunitas UMKM Desa Ranca Kalapa.
6. Tahap akhir adalah mengamati kemajuan UMKM pasca penerapan digitalisasi, serta mengevaluasi

dampaknya. program pendampingan tambahan akan disesuaikan untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan penggunaan teknologi digital.



Gambar 1 Kerangka Kegiatan KKN Desa Ranca Kalapa

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan KKN selama 40 hari (15 Juli-21 Agustus 2024) fokus pada pemberdayaan UMKM di Desa Ranca Kalapa, melalui pelatihan digital, pendampingan pemasaran, dan penyuluhan manajemen keuangan untuk meningkatkan daya saing.

1. Pendekatan dan sesi tanya jawab untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM.

Wawancara adalah proses komunikasi antara peneliti (yang membutuhkan informasi) dan informan (yang dianggap memiliki pengetahuan penting tentang suatu topik) (Zeky Ricardo et al., 2022). Dalam kegiatan ini, penulis memulai wawancara dengan menanyakan kendala-kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Ranca Kalapa dalam menjalankan usaha mereka. Hasil

wawancara mengungkapkan bahwa masalah utama yang dihadapi adalah terkait dengan digital marketing dan strategi pemasaran produk, agar dapat dikenal lebih luas dan didistribusikan ke seluruh Indonesia. Menyadari hal ini, penulis kemudian melakukan identifikasi lebih lanjut mengenai berbagai kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM.



**Gambar 2 Kegiatan Wawancara
UMKM Tambak Lele**

Tambak lele Bapak P telah beroperasi 5 tahun dengan sertifikasi halal, NIB, dan PIRT, menunjukkan komitmen terhadap kualitas. Usaha ini menggunakan pakan alami dan produknya telah dikenal hingga Bali. Bapak P berencana memperkenalkan menu sate lele yang unik, dengan branding yang menekankan manfaat lele untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing.

2. Pendampingan UMKM di Desa Ranca Kalapa

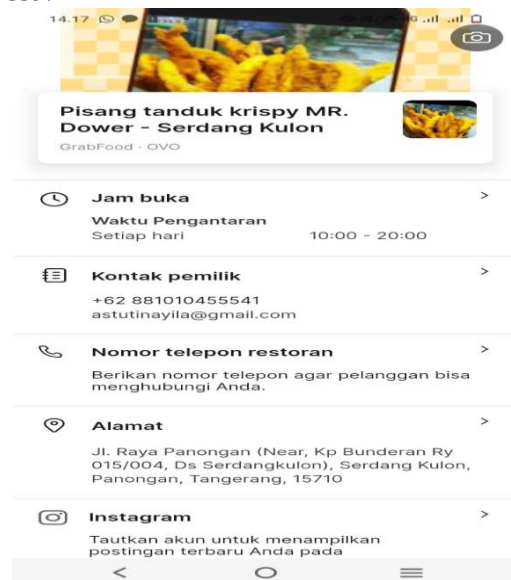
Pendampingan UMKM di Desa Ranca Kalapa bertujuan untuk memperkuat kapasitas pelaku usaha dengan mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang melalui penerapan teknologi dan strategi bisnis modern. Program ini mencakup pelatihan teknologi digital, manajerial, pemasaran, dan keuangan untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal dan nasional. Salah satu langkah utama adalah pelatihan digitalisasi, seperti penggunaan perangkat lunak manajemen usaha dan teknik pemasaran digital. Workshop "Digitalisasi dan Optimalisasi Strategi Pengembangan UMKM Desa Ranca Kalapa" pada 14 Agustus 2024 bertujuan membantu UMKM memahami dan mengimplementasikan teknologi

digital, serta mengoptimalkan strategi untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi.



**Gambar 3 Kegiatan Workshop
Kewirausahaan**

Sebagai hasil dari workshop "Digitalisasi dan Optimalisasi Strategi Pengembangan UMKM Desa Ranca Kalapa", pelaku UMKM dibimbing untuk membuat akun di platform Grab guna memperluas jangkauan pasar dan memudahkan penjualan produk secara online. Grab menawarkan layanan pengiriman yang relevan bagi UMKM, sehingga memudahkan mereka menjangkau konsumen di dalam dan luar desa.



**Gambar 4 Grabfood UMKM MR
DOWER Kripik Pisang**

Tim KKN Desa Ranca Kalapa membantu UMKM setempat dengan membuat QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) untuk mempermudah transaksi pembayaran. QRIS adalah standar kode QR yang dikembangkan oleh

Bank Indonesia untuk memfasilitasi pembayaran digital. Dengan menggunakan QRIS, UMKM di Desa Ranca Kalapa dapat menerima pembayaran dari berbagai aplikasi dompet digital, seperti OVO, GoPay, DANA, LinkAja, dan lainnya, hanya dengan satu kode QR.



Gambar 5 Qris UMKM Desa Ranca Kelapa

Dalam kegiatan pendampingan UMKM di Desa Ranca Kalapa, tim membantu para pelaku usaha dalam legalitas bisnis mereka, salah satunya melalui pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) secara gratis. NIB merupakan identitas resmi yang harus dimiliki oleh setiap pelaku usaha untuk menjalankan aktivitas bisnis mereka secara sah dan diakui oleh pemerintah. Dengan memiliki NIB, UMKM dapat menikmati berbagai manfaat, seperti akses lebih mudah ke permodalan, program bantuan pemerintah, serta kemudahan dalam mendapatkan izin usaha. Kegiatan pembuatan NIB ini diadakan secara gratis untuk meringankan beban pelaku usaha dan mendorong lebih banyak UMKM untuk mengurus legalitas bisnis mereka.

Proses pembuatan NIB dilakukan dengan pendampingan penuh dari tim, yang membantu para pelaku usaha dalam mengisi data dan memahami prosedur administratif yang diperlukan. Selain itu, sosialisasi mengenai pentingnya NIB bagi keberlangsungan dan perkembangan bisnis juga diberikan kepada para peserta. Dengan adanya NIB, para pelaku UMKM

di Desa Ranca Kalapa diharapkan dapat lebih mudah dalam menjalankan bisnis secara resmi, memperluas pasar, serta meningkatkan kepercayaan pelanggan. Program ini merupakan bagian dari upaya digitalisasi dan modernisasi UMKM di desa tersebut, di mana legalitas merupakan langkah awal menuju pengelolaan usaha yang lebih profesional dan terstruktur.



Gambar 6 Pembuatan NIB

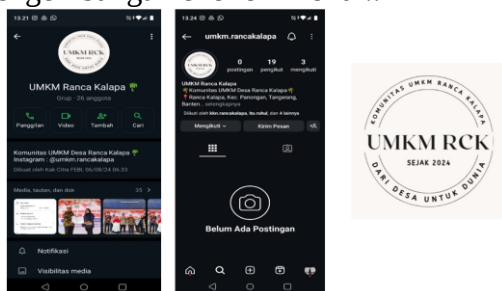
3. Pemberdayaan UMKM desa Ranca Kalapa

Pemberdayaan UMKM di Desa Ranca Kalapa melalui pembentukan komunitas grup UMKM dan akun Instagram merupakan langkah strategis untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di era digital. Pembentukan komunitas grup UMKM bertujuan untuk menciptakan jaringan antar pelaku usaha, sehingga mereka dapat saling berbagi pengalaman, informasi, dan solusi terkait berbagai tantangan yang dihadapi dalam menjalankan bisnis. Grup ini tidak hanya menjadi sarana komunikasi internal, tetapi juga menjadi forum kolaboratif untuk merencanakan kegiatan bersama, seperti pelatihan, pameran produk, dan workshop.

Selain itu, pembuatan akun Instagram resmi komunitas UMKM Desa Ranca Kalapa menjadi bagian penting dalam digitalisasi usaha. Instagram, sebagai platform media sosial visual yang memiliki jangkauan luas, dapat

dimanfaatkan untuk mempromosikan produk-produk unggulan dari UMKM desa tersebut. Melalui akun ini, produk-produk lokal dapat dipasarkan secara lebih luas, tidak hanya untuk konsumen di sekitar desa, tetapi juga untuk calon pembeli dari luar daerah. Setiap UMKM dapat menampilkan produk mereka, melibatkan konsumen melalui konten kreatif, dan memanfaatkan fitur-fitur seperti tagar, lokasi, dan tautan pembelian untuk memudahkan transaksi. Dengan adanya komunitas dan platform digital seperti Instagram, UMKM di Desa Ranca Kalapa dapat lebih mudah mengembangkan strategi pemasaran, meningkatkan brand awareness, dan beradaptasi dengan tren digital yang semakin berkembang. Hal ini juga mendukung usaha-usaha kecil agar lebih terhubung dengan konsumen modern, sehingga memperluas peluang usaha mereka dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa.

Komunitas UMKM Desa Ranca Kalapa resmi didirikan pada 16 Agustus 2024, sebagai langkah pemberdayaan ekonomi lokal. Peresmian dilakukan oleh Dekan FEBI Universitas Cendekia Abditama dan Sekretaris Desa Ranca Kalapa. Komunitas ini bertujuan untuk memperkuat kolaborasi antar pelaku UMKM, berbagi pengetahuan, serta memperluas jaringan bisnis. Dengan dukungan FEBI, anggota komunitas akan mendapatkan akses pelatihan dan bimbingan untuk meningkatkan kompetensi mereka, khususnya dalam menghadapi tantangan digital dan globalisasi. Dukungan pemerintah desa juga sangat penting dalam pengembangan ekonomi lokal..



Gambar 7 Grup WhatsApp UMKM dan Instagram

4. Proses Re-Branding pada UMKM Desa Ranca Kalapa

Proses re-branding pada UMKM di Desa Ranca Kalapa merupakan langkah strategis untuk memperkuat identitas dan daya saing produk lokal, terutama dalam menghadapi persaingan di era digital. Re-branding ini melibatkan perubahan atau penyempurnaan pada berbagai elemen visual dan konsep bisnis yang sebelumnya sudah ada. Proses ini biasanya dimulai dengan analisis mendalam terhadap posisi merek saat ini, persepsi konsumen, dan peluang pasar.

Pada UMKM di Desa Ranca Kalapa, re-branding meliputi beberapa tahap penting, seperti pembenahan logo, desain kemasan (*packaging*), dan strategi pemasaran yang lebih modern. Misalnya, UMKM yang sebelumnya hanya menggunakan kemasan sederhana kini mulai mengadopsi kemasan yang lebih menarik dan fungsional, disertai dengan logo baru yang mencerminkan identitas merek yang lebih segar dan profesional. Penambahan elemen seperti sertifikat halal dan tanggal kedaluwarsa pada produk juga menjadi bagian penting dari upaya ini, karena meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk.

Dalam proses *re-branding* UMKM di Desa Ranca Kalapa, terdapat beberapa UMKM yang mendapatkan pendampingan khusus dari tim re-branding. Tim ini bertugas untuk membantu para pelaku usaha dalam memperkuat identitas merek mereka agar lebih kompetitif di pasar. Setiap UMKM memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, sehingga pendekatan yang dilakukan oleh tim juga disesuaikan dengan karakteristik dan produk masing-masing UMKM. Beberapa UMKM yang menjadi fokus tim re-branding antara lain usaha Es Kelapa, Sambel CINK DIAN, Dapur Ruby, Warung Arka, Nasi Uduk, dan Salad Buah, untuk UMKM tim membantu dalam memperbaharui desain kemasan agar lebih menarik dan modern, serta menambahkan logo dan informasi penting seperti komposisi, tanggal

kedaluwarsa, dan sertifikasi halal. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pasar produk tersebut.

Tabel 2 Logo Re-Branding Produk UMKM Ranca Kalapa

Komponen	Sebelum	Sesudah
Stiker Logo		
Stiker Logo		
Stiker Logo		
Spanduk	Tidak Ada	
Spanduk	Tidak Ada	
Spanduk	Tidak Ada	

5. Proses Packaging UMKM desa Ranca Kalapa

Proses packaging untuk produk Rengginang dan Sambal Cink Dian di Desa Ranca Kalapa merupakan bagian dari upaya meningkatkan nilai tambah produk UMKM melalui kemasan yang lebih modern, fungsional, dan menarik. Proses ini dilakukan sebagai bagian dari transformasi digital dan re-branding UMKM setempat, untuk membantu produk tersebut lebih mudah dikenali dan dapat bersaing di pasar yang lebih luas.

Untuk produk Rengginang, tim pendampingan bekerja sama dengan pelaku usaha untuk mengganti kemasan yang sebelumnya hanya menggunakan plastik sederhana. Kini, kemasan rengginang dirancang lebih profesional dengan menggunakan plastik tebal transparan atau standing pouch yang lebih higienis dan menarik. Label produk

dilengkapi dengan logo baru, informasi komposisi, sertifikat halal, serta tanggal kedaluwarsa, sehingga konsumen dapat lebih percaya terhadap kualitas produk. Penggunaan warna yang menarik dan desain yang bersih juga menambah daya tarik visual produk ini di rak-rak toko atau platform online.

Sementara itu, untuk produk Sambal Cink Dian, kemasan difokuskan pada plastik *food grade* yang aman dan tahan lama. Kemasan tersebut juga diberi label dengan desain yang menyertakan logo, komposisi, serta informasi kontak atau media sosial untuk memudahkan konsumen menghubungi produsen. Selain itu, aspek keamanan produk seperti segel pada tutup botol juga menjadi prioritas, untuk memastikan produk tetap segar dan higienis selama distribusi.

Tabel 3 Kemasan Packaging UMKM Desa Ranca Kalapa

Komponen	Sebelum	Sesudah
Packaging		
Packaging		

6. Proses Launching Produk UMKM desa Ranca Kalapa

Setelah proses re-branding dan re-packaging produk UMKM selesai, langkah selanjutnya adalah meluncurkan produk tersebut sebagai hasil inovasi dari mahasiswa KKN di Desa Ranca Kalapa. Peluncuran produk ini dilakukan bekerja sama dengan pihak desa, dengan tujuan menyosialisasikan produk inovatif tersebut kepada masyarakat. Melalui sosialisasi ini, diharapkan warga Desa Ranca Kalapa dapat terinspirasi untuk terus mengembangkan produk-produk yang sudah mereka hasilkan, sehingga dapat dipasarkan secara lebih luas. Bukan hanya terbatas pada satu segmen pasar, namun

mampu menjangkau berbagai segmen pasar secara menyeluruh.

Dalam rangka mensosialisasikan produk inovatif hasil dari re-branding dan re-packing produk UMKM di Desa Ranca Kalapa, tim KKN mengadakan Bazar UMKM yang digelar pada 16 Agustus 2024. Acara ini bertujuan untuk memperkenalkan produk-produk unggulan UMKM dari desa kepada masyarakat setempat, sekaligus memberikan ruang bagi para pelaku UMKM untuk mempromosikan produk mereka secara langsung kepada konsumen. Bazar ini menjadi kesempatan emas bagi para pelaku usaha untuk mendapatkan umpan balik, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan penjualan.

Selain memperkenalkan produk, acara bazar ini juga dirancang untuk lebih menarik perhatian masyarakat dengan menyuguhkan pentas seni lokal. Pentas seni ini menampilkan berbagai pertunjukan seperti tarian tradisional, musik lokal, dan pertunjukan kreatif lainnya yang melibatkan masyarakat desa. Dengan adanya hiburan ini, diharapkan dapat menarik lebih banyak pengunjung, menciptakan suasana meriah, sekaligus memberikan dukungan bagi produk-produk UMKM yang dipamerkan. Acara ini juga dihadiri oleh berbagai pihak, termasuk pemerintah desa, tokoh masyarakat, dan penggiat UMKM di wilayah Ranca Kalapa. Bazar UMKM tersebut menjadi momen penting bagi pelaku usaha kecil untuk memperluas jaringan, bertemu dengan calon mitra bisnis, serta berinteraksi dengan masyarakat dalam skala yang lebih besar. Dukungan dari desa melalui acara ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya mendukung UMKM lokal.

Lebih dari sekadar pameran produk, Bazar UMKM juga menjadi platform edukatif. Tim KKN menyediakan sesi konsultasi dan diskusi terkait pengelolaan usaha, strategi pemasaran digital, serta tips branding yang efektif. Dengan cara ini,

para pelaku UMKM tidak hanya memperoleh manfaat dari penjualan, tetapi juga dari pengetahuan dan wawasan baru yang dapat membantu mereka mengembangkan bisnis mereka di masa depan.



Gambar 8 Bazar UMKM Desa Ranca Kalapa

7. Dampak Transformasi Digital UMKM Desa Ranca Kalapa

Untuk memahami dampak transformasi digital terhadap kinerja UMKM di Indonesia, penting untuk mempertimbangkan urgensi dan alasan di baliknya. Transformasi digital bukan sekadar penerapan teknologi baru, melainkan juga perubahan pola pikir dan cara operasional. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan transformasi digital, kita dapat mendukung UMKM dalam meningkatkan kinerja mereka. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa transformasi digital berpotensi mendorong inovasi dan meningkatkan performa bisnis (Utami et al., 2024). Meski demikian, kecepatan dan tingkat keberhasilan transformasi digital pada UMKM sangat bervariasi, sehingga dibutuhkan kajian lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor yang dapat mempercepat atau menghambat proses tersebut.

Transformasi digital membantu UMKM di Desa Ranca Kalapa memperluas jangkauan pasar melalui platform online

dan media sosial, meningkatkan penjualan dan visibilitas. Dengan implementasi QRIS, UMKM dapat menerima pembayaran digital, membuat transaksi lebih cepat, aman, dan efisien, serta meningkatkan kenyamanan pelanggan.

KESIMPULAN

Sektor UMKM di Desa Ranca Kalapa memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, namun masih menghadapi sejumlah tantangan, terutama dalam hal pemasaran dan adopsi teknologi digital. Meskipun UMKM di Indonesia telah terbukti tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi, seperti yang terjadi pada tahun 1997, UMKM di Desa Ranca Kalapa masih terhambat oleh keterbatasan infrastruktur, kurangnya pemahaman tentang digitalisasi, dan akses terbatas ke pasar yang lebih luas. Transformasi digital, meskipun membawa banyak peluang untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional, belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh sebagian besar pelaku UMKM di desa ini.

Dukungan dari pemerintah, melalui program seperti QRIS, sertifikasi halal, dan bantuan permodalan, sangat penting untuk membantu UMKM mengatasi hambatan tersebut. Selain itu, peningkatan literasi digital, pelatihan, dan akses ke teknologi yang memadai menjadi kunci dalam mempercepat transformasi digital. Dengan memperkuat infrastruktur teknologi dan memberikan edukasi yang tepat, UMKM di Desa Ranca Kalapa berpotensi untuk berkembang lebih pesat, meningkatkan daya saing, serta berkontribusi lebih besar terhadap ekonomi desa dan nasional.

Transformasi digital tidak hanya berfokus pada teknologi, tetapi juga pada perubahan pola pikir dalam menjalankan bisnis. Oleh karena itu, pendekatan komprehensif yang melibatkan berbagai pihak sangat dibutuhkan untuk membantu UMKM di Desa Ranca Kalapa mencapai potensi maksimalnya dalam era digital.

REFERENSI

- Abdul, A. R., Shidiqi, M. F. A., Devy, S. T., Meilina, T., Afifah, S. N., Astuti, W., Octavani, S., Wulandari, S., Nurhanifah, V., Asrof, M. R., Putri, N. M., Syafinatunnisa, Z., Sari, S. N., & Karmelia, N. H. (2023). Strategi Meningkatkan Penjualan Produk Kulit Kembang Tahu Tawar Desa Ranca Kalapa Tangerang Melalui Digitalisasi Marketing. *Jurnal Abdi Insani*, 10(3), 1410–1422. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i3.971>
- Afriyani, I., Sumarno, & Riyantama, M. Y. (2024). Hubungan Pemanfaatan Media Sosial dan Kreativitas Dengan Keberlanjutan Usaha UMKM Kerupuk Cabe di Kota Dumai. 3(1), 578–584.
- 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>
- Amelliya, R. P., Kusairi, R. A., & Ismail, I. (2024). Strategi Inovatif Dalam Pelatihan Analisis Pekerjaan : Mengatasi Tantangan , Memaksimalkan Sumber Daya , dan Mengadaptasi Tren Global di Era Digital.
- Anaqi, I., Kurniawan, D., Marcela, T. P., Claudia, D., Jorger, V., Aziz, P. N., Suranti, N., Sukmah, M., & Ariescy, R. R. (2023). Pengembangan Digitalisasi Marketing Usaha UMKM Untuk Meningkatkan Mengembangkan UMKM Masyarakat Development Of MSME Business Marketing Digitalization To Improve Community MSME Development. *JURAI: Jurnal ABDIMAS Indonesia*, 1(2), 171–179. <https://doi.org/10.59841/jai.v1i2.112>
- Ndraha, A. B., Zebua, D., Zega, A., & Zebua, M. K. (2024). Dampak Ekonomi Digital Terhadap

- Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 2(1), 27–35.
<https://doi.org/10.37985/benefit.v2i1.335>
- Putra, I. M. O. D., Pradhana, I. P. D., Wijaya, I. P. Y. P., Arniti, N. K., & Putra, P. A. S. (2024). Sosialisasi dan Edukasi Terkait Digitalisasi pada UMKM. *Abdimasku*, 7(3), 1124–1132.
- Putra, T. W. A., Solechan, A., & Hartono, B. (2023). Transformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *Jurnal Informatika Upgris*, 9(1), 2023.
<https://doi.org/10.26877/jiu.v9i1.15096>
- Rachman, A., Ash Shidiqi, M. F., Devy, S. T., Meilina, T., Afifah, S. N., Astuti, W., Octavani, S., Wulandari, S., Nurhanifah, V., Asrof, M. R., Putri, N. M., Syafinatunnisa, Z., Sari, S. N., & Karmelia, N. H. (2022). Upaya Peningkatkan Nilai Jual Produk Rengginang Desa Ranca Kalapa, Kabupaten Tangerang Melalui Inovasi Produk Boring'S. *Jurnal Abdi Insani*, 9(3), 1069–1078.
<https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i3.708>
- Rauf, R., Syam, A., & Randy, M. F. (2018). Optimalisasi Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan. *Bongaya Journal of Research in Management*, 7(1), 95–102.
<https://ojs.stiem-bongaya.ac.id/BJRM/article/view/594>
- Saputra, D., Muhammad Iqbal, & Kartika Handayani. (2024). Desain Dan Implementasi Umkm Go Digital Berbasis Website Untuk Umkm Keluarga Khatulistiwa Pontianak. *Jurnal Informatika Teknologi Dan Sains (Jinteks)*, 6(1), 90–97.
<https://doi.org/10.51401/jinteks.v6i1.3902>
- Setiawan, H., Aziz, A. A., Suryani, N., & Fauziah, A. A. (2024). Sosialisasi Pengenalan QRIS Dalam Transformasi Sistem Transaksi Guna Memudahkan Ekonomi Masyarakat Desa Cipedes. 1–14.
- Siregar, S., Yohanson, A. K., Rizal, R., & Indera. (2024). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Kripik Tempe Melalui Strategi Bisnis Dan Pemanfaatan Media Sosial Di Desa Wonoharjo Kabupaten Tanggamus. *Abdi Dharma*, 4(1), 1–10.
<https://doi.org/10.31253/ad.v4i1.2817>
- Sukana. (2024). Transformasi Pengawas Pendidikan Agama Islam (PAI) di Era Digital: Tantangan dan Peluang Tahun 2024. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 3955–3965.
<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/13000>
- Utami, N., Oktaviani, N., Rohaeni, S., & Yuliyana, vina. (2024). Peran Transformasi Digital Bagi Keberlanjutan Usaha Mikro Di Era Modern. *Jurnal EkonomidanBisnisDigital*, 2(01), 423–431.
- Wahab, A., & Mahdiya, I. (2023). Peran Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Pertumbuhan UMKM Dalam Revitalisasi Ekonomi Pembangunan Di Indonesia. *Islamadina : Jurnal Pemikiran Islam*, 24(1), 109.
<https://doi.org/10.30595/islamadina.v24i1.11713>
- Zeky Ricardo, Sutarno, & Dewi Anggraini. (2022). Analisis Kualitas Produk di PT. Adi Kuasa Gasindo Medan. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 224–232.
<https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.588>