

Transformasi Digital Pada Umkm Kencana Melalui Program Bumisa Sebagai Bentuk Penguatan Ekonomi Kelurahan

Ade Irpan Iskandar¹, Sarah Ameliasari¹, Fredi Andria¹, Mega Triani¹, Azzahra Ditri Gunawan¹

¹Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pakuan, Kota Bogor, 16144

adeirpaniskandar06@gmail.com

ABSTRAK

Kelurahan Kencana memiliki potensi UMKM yang cukup besar, sekitar 220 wirausaha yang berada di wilayah ini. Potensi UMKM Kelurahan Kencana memang sangat beragam dengan sejumlah produk-produk yang menarik dan kreatif, namun permasalahan itu muncul setelah pemanfaatan teknologi informasi yang masih kurang mumpuni di kalangan pelaku usaha. Oleh karena itu, perlu pemberdayaan pelaku UMKM Kelurahan Kencana melalui pelatihan perizinan/legalitas secara *online*, pelatihan kompetensi *digital marketing*, pelatihan pemetaan target pasar, pelatihan portal website, pembentukan paguyuban, membuat website khusus, dan pembuatan sekretariat sebagai sarana pendukung menuju UMKM Kelurahan Kencana menuju digitalisasi. Pelatihan dilaksanakan dengan strategi pelatihan *mobile ke* wilayah potensi UMKM. Hasil pelatihan menunjukkan peserta mampu meningkatkan hasil pendapatannya dengan memanfaatkan teknologi informasi sebagai media promosi dan penjualan serta peningkatan kemampuan dasar *digital marketing* dan penggunaan portal *website*. Kualitas hasil pelatihan menunjukkan hasil cukup baik, hanya ada beberapa yang terkendala kemampuan dasar untuk mengikuti arahan dan instruksi, dan sebagian peserta belum menguasai pengelolaan *website*. Oleh karena itu, proses pendampingan dan *monitoring* dilakukan secara berkelanjutan dan paralel, untuk kegiatan ini didampingi oleh tim BUMISA. Pemberdayaan dilanjutkan dengan pemotretan foto produk dari pelaku UMKM Kelurahan Kencana dan nantinya akan dimasukkan ke web bumisakencana.co.id.

Kata kunci: Transformasi Digital, Ekonomi, UMKM, Pemberdayaan Masyarakat

ABSTRACT

Kencana Village has quite large MSME potential, around 220 entrepreneurs are in this area. The potential for MSMEs in Kencana Village is indeed very diverse with a number of interesting and creative products, but this problem arises from the use of information technology which is still inadequate among business actors. Therefore, it is necessary to empower Kencana Village MSME players through online licensing/legality training, digital marketing competency training, target market mapping training, website portal training, forming associations, creating special websites, and creating a secretariat as a means of supporting Kencana Village MSMEs towards digitalization. Training is carried out using a mobile training strategy to potential MSME areas. The results of the training showed that participants were able to increase their income by utilizing information technology as a promotional and sales medium as well as improving basic digital marketing skills and using website portals. The quality of the training results showed quite good results, there were only a few who were hampered by their basic ability to follow directions and instructions, and some participants had not yet mastered website management. Therefore, the mentoring and monitoring process is carried out continuously and in parallel, for this activity accompanied by the BUMISA team. The empowerment continued with photographing product photos from MSMEs in Kencana Village and will later be included on the website bumisakencana.co.id

Keywords: Digital Transformation, Economy, MSMEs, Community Empowerment

1. PENDAHULUAN

Kelurahan Kencana merupakan salah satu Kelurahan di Kecamatan Tanah Sareal Kota Bogor yang memiliki potensi UMKM yang beragam dan sangat potensial untuk dikembangkan. Berdasarkan data yang diperoleh dari situs web Kelurahan Kencana (2023) terdapat 220 wirausaha mandiri. Sebagian besar pelaku usaha masih tergantung pada penjualan secara luar jaringan (*offline*). Sehingga beberapa sektor UMKM yang belum beradaptasi secara digital mengalami ketertinggalan dalam hal meningkatkan potensi usaha (Arianto.2020). Sektor UMKM memiliki peranan vital dalam mendorong pergerakan ekonomi masyarakat, sehingga dengan adanya kemajuan teknologi informasi masyarakat dapat memaksimalkan dan memanfaatkan media *online* sebagai media sosialisasi dan promosi sehingga eksistensi potensi UMKM dapat di kenal masyarakat luas (Ridwansyah, et al., 2023 & Tosida, et al., 2015).

Adanya Program Peningkatan Kapasitas Organisasi Mahasiswa yang merupakan salah satu bentuk penguatan organisasi dengan aktivitas pengabdian dan pemberdayaan masyarakat. BEM FEB-Unpak mempromosikan potensi UMKM Kelurahan Kencana, dengan upaya meningkatkan serta memaksimalkan kemajuan teknologi informasi untuk membangun keunggulan kompetitif, layanan dan proses yang lebih efektif, inovasi teknologi digital juga menghasilkan sesuatu yang baru dan lebih efisien dan lebih bermanfaat (Avrianti & Andria, et al., 2022). Tujuannya untuk mengembangkan keterampilan, kapabilitas, serta kompetensi wirausaha yang ada di Kelurahan Kencana dengan mengoptimalkan media *online* berbasis *website*, memaksimalkan perizinan serta proses transformasi *digital marketing*.

Potensi UMKM Kelurahan Kencana memang sangat beragam dengan sejumlah produk-produk yang menarik dan kreatif, namun permasalahan itu muncul setelah pemanfaatan teknologi informasi yang masih kurang mumpuni di kalangan pelaku usaha. UMKM Kelurahan Kencana

mengalami beberapa hambatan dalam menjalankan kemajuan teknologi informasi ini, diantaranya adalah UMKM Kelurahan Kencana belum memiliki program/layanan/*platform* berbasis *digital* yang berfokus pada penjualan, Sumber Daya Manusia (SDM) di Kelurahan Kencana belum memiliki kompetensi yang memadai tentang *digital marketing*, dan belum memiliki layanan perizinan secara *online*. Keterbatasan dalam penggunaan teknologi modern juga dapat menghambat kemampuan UMKM untuk memanfaatkan teknologi dalam meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing mereka, mengingat pentingnya memanfaatkan kemajuan teknologi informasi untuk memaksimalkan potensi yang ada (Hasan, et al., 2023).

Kekurangan lain menunjukkan bahwa belum adanya suatu wadah/organisasi yang berada di Kelurahan Kencana sebagai motor penggerak dalam mewujudkan UMKM *Go Digital* dan sarana prasarana yang mendukung untuk terjun ke dalam *digitalisasi*, sehingga mengakibatkan sebagian pelaku usaha tidak mengembangkan promosi komoditas lokal dan rendahnya hasil penjualan. Penerapan teknologi *digital marketing* juga dilakukan sebagai upaya memperkenalkan produk secara luas melalui media digital dan memperkenalkan produk UMKM di *level* nasional. Selain promosi produk/jasa, *digital marketing* juga mampu meningkatkan penjualan, membina hubungan dengan para pelanggan, serta mampu menjangkau konsumen sebanyak mungkin secara relevan, personal, dan efisien, inovasi-inovasi tersebut dapat berupa promo melalui media digital, media cetak dan sarana lainnya sehingga dapat berkontribusi terhadap pendapatan kelurahan (Amalia, et al., 2022 & Tosida, et al., 2020).

Digital marketing merupakan salah satu upaya meningkatkan omset dengan kecanggihan teknologi bahkan tanpa harus membuka kios atau lapak melalui tahapan kemudahan penyampaian informasi dan promosi melalui sosial media (*viral marketing*) (Nugroho, et al., 2022).

Pemasaran *online* telah menjadi tren positif di berbagai jenis usaha dan memerlukan pendampingan dalam pelaksanaannya (Sugiyanta, et al., 2023). Peranan organisasi kewirausahaan yang berada di kelurahan akan memberikan pola yang baik serta mendapatkan atensi lebih dari pada sasaran pasar, dengan memanfaatkan dan mengelola potensi UMKM yang berada di daerah serta menyebarluaskan informasi kepada khalayak umum untuk mendapatkan pasar secara menyeluruh.

Keterangan di atas menunjukkan bahwa tidak cukup hanya dengan adanya media *online* sebagai media pemasaran, namun setelah itu dibutuhkan dukungan organisasi kewirausahaan, sarana dan prasarana pendukung yang memadai. Sebagai upaya awal dalam pengembangan kapabilitas dan kompetensi UMKM di Kelurahan Kencana, sehingga eksistensi potensi dari keberagaman UMKM Kelurahan Kencana secara sinergis dapat dikenal masyarakat luas.

Potensi UMKM Kelurahan Kencana memang sudah memiliki atensi lebih dari masyarakat setempat, namun hal tersebut dapat dikembangkan secara lebih luas untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal. Melalui berbagai kondisi tersebut di atas maka poin penting terkait masalah yang dihadapi diantaranya:

- a. Rendahnya tingkat kemampuan UMKM Kelurahan Kencana dalam menghadapi kemajuan teknologi informasi sebagai media *online* terbaru.
- b. Rendahnya tingkat kemampuan UMKM Kelurahan Kencana dalam memanfaatkan media sebagai bahan awal untuk meningkatkan usahanya dalam hal perizinan usaha yang seharusnya berlaku.
- c. Tidak memiliki Program/*platform* khusus untuk peningkatan potensi usaha dari pengelolaan UMKM Kencana.
- d. Tidak adanya organisasi kewirausahaan yang bergerak untuk meningkatkan berbagai potensi yang ada terkhusus untuk UMKM Kelurahan Kencana.

- e. Sarana dan prasarana yang minim di Kelurahan Kencana, terlebih untuk peningkatan kualitas dari pada UMKM.
- f. Tidak ada fasilitas pendukung dari dinas UMKM sebagai bentuk awal dalam mempromosikan produk-produk UMKM Kelurahan Kencana.

Berdasarkan hal di atas, perlu dilakukan kegiatan yang mampu meningkatkan kemampuan dari pada pelaku UMKM Kelurahan Kencana dalam pengelolaan potensi usaha, pelatihan perizinan/legalitas untuk UMKM, pelatihan kompetensi, keterampilan, serta kapabilitas *digital marketing*, pelatihan pemetaan target pasar, pelatihan dan pembinaan portal website (*platform digital*). Hal ini telah didukung oleh beberapa kajian, di antaranya adalah pelatihan merupakan suatu metode yang digunakan untuk melakukan pengembangan sumber daya manusia yang berkaitan dengan kemampuan atau keterampilan yang dilaksanakan secara sistematis dan terencana untuk menciptakan kemampuan intelektual yang lebih baik (Apriliana, et al., 2021).

Adanya proses pemberdayaan pelaku UMKM Kelurahan Kencana ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia, meningkatkan kualitas produk, kemudahan dalam akses digital, dan layanan penjualan, sehingga akhirnya akan meningkatkan kuantitas penjualan UMKM Kelurahan Kencana. Pemberdayaan ini juga sangat penting untuk menjaga kelangsungan potensi UMKM yang dikelola oleh masyarakat dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan mendapat dukungan dari *stakeholders*.

2. METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan masalah prioritas maka terdapat beberapa pendekatan yang ditawarkan sebagai solusi, yaitu: pelatihan perizinan/legalitas untuk UMKM, pelatihan kompetensi, keterampilan, serta kapabilitas *digital marketing*, pelatihan pemetaan target pasar, pembuatan, pelatihan, dan pembinaan portal *website (digital platform)*, serta pemotretan foto

produk UMKM sebagai pendukung untuk masuk ke media *online*.

Pelatihan Perizinan/Legalitas untuk UMKM

Izin usaha dan HKI diperlukan dalam rangka pengembangan ekonomi UMKM untuk menunjukkan bahwasannya usaha tersebut memiliki kredibilitas yang tinggi, manfaat dari pendaftaran kekayaan intelektual bagi produk UMKM sebagai upaya untuk memberikan perlindungan hukum kepada UMKM agar produk-produknya tidak di tiru oleh pesaing. (Puspita, et al., Salmah, et al., 2023 & Sulasno, et al., 2020). Terdapat beberapa pelaku UMKM Kelurahan Kencana yang masih minim pengetahuan tentang pentingnya legalitas usaha dan mekanisme pendaftaran perizinan berusaha. Para pelaku usaha dapat menjaga kualitas dari sebuah produk atau jasa yang dihasilkan dari proses usaha tersebut serta meminimalisir terjadinya pencurian/penyalahgunaan hak dengan perizinan. Berdasarkan hal tersebut dibutuhkan kegiatan pelatihan perizinan/legalitas untuk memaksimalkan potensi UMKM yang ada di Kelurahan Kencana.

Pelatihan Kompetensi, Keterampilan, serta Kapabilitas Digital Marketing

Rendahnya pengetahuan yang dimiliki oleh pelaku UMKM Kelurahan Kencana menjadi salah satu hambatan untuk terus berkembang, sedangkan potensi pasar di masa sekarang semakin luas dengan adanya *digital marketing* dan studi ilmu lainnya sebagai pendukung. *Digital marketing* adalah kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital melalui internet yang memanfaatkan media berupa sosial media, web, dan *digital tv* (Putri, et al., 2022). *Digital marketing* yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan komprehensif memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon pelanggan. *Digital marketing* mampu memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan

keinginan calon konsumennya pada kondisi tertentu (Rusmanah, et al., 2019). Perluasan pasar dengan *digital marketing* ini tidak hanya mampu menjangkau para calon konsumen di wilayah Kelurahan Kencana saja, namun akan merambah ke pasar nasional bahkan internasional. Langkah konkrit awal yang bisa dilakukan adalah dengan melakukan pengenalan dan distribusi ilmu tentang *digital marketing* pada bidang UMKM dengan sesi pelatihan dan pendampingan yang komprehensif di lapangan yaitu para pelaku UMKM Kelurahan Kencana, dengan harapan dapat menjangkau potensi konsumen yang lebih luas dan dapat menjangkau para calon mitra baru untuk diajak kerjasama. Pemilihan dan penetapan strategi (program) yang tepat sangat diperlukan untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

Pelatihan Pemetaan Target Pasar

Pengalaman yang dimiliki para pelaku UMKM Kelurahan Kencana yang terbatas menjadi salah satu penghambat dalam menentukan target pasar yang sesuai. Maka salah satu solusi yang perlu ditawarkan adalah pelatihan terkait pemetaan target pasar. Perusahaan akan mudah menyusun suatu program kegiatan pemasarannya dengan menerapkan *Segmenting, Targeting, Positioning* (STP) yang dilakukan secara tepat. Kegiatan ini dalam pemasaran terbagi menjadi empat jenis tindakan yaitu tindakan mengenai produk, harga, distribusi dan promosi (Qotrunnada, et al., 2023). Penyebab pemasar belum tahu dan mengerti tentang segmentasi, target, dan posisi, begitu juga dalam menyusun strategi bauran pemasaran, kurang paham akan strategi dalam segmentasi, target yang dituju, serta janji yang diberikan kepada konsumen (Manggu, et al., 2021). Langkah awal yang bisa diambil sebagai solusi konkrit atas permasalahan yang terjadi yaitu dengan menghimpun para pelaku UMKM untuk bisa meningkatkan kemampuannya dalam melihat peluang yang ada dan pengembangan potensi pasar yang luas serta menyeluruh.

Pembuatan, Pelatihan, dan Pembinaan Portal Website

Pesatnya perkembangan teknologi informasi membuka peluang usaha UMKM meningkat dengan tren pasar yang cukup tinggi (Darnis, et al., 2019). Namun, kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usaha UMKM dari masyarakat Kelurahan Kencana sebagaimana yang diharapkan. Serta kurangnya dukungan dan perhatian dari pemerintah setempat, dan kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha menyebabkan beberapa UMKM di Kelurahan Kencana kurang berkembang. Berdasarkan permasalahan yang terjadi maka langkah yang dilakukan yaitu pembuatan portal *website* untuk UMKM Kelurahan Kencana, dengan tujuan untuk mempermudah akses pemasaran dan kemudahan akses informasi sebagai strategi promosi dan membantu meningkatkan pendapatan dari sektor ekonomi, sehingga membantu pendapatan para pelaku UMKM.

Pembuatan Sekretariat BUMISA

Penambahan sarana dan prasarana sebagai fasilitas pendukung dalam mewujudkan UMKM Kelurahan Kencana menuju transformasi digital. Adapun tujuan jangka panjang adalah menciptakan regenerasi bagi pelaku UMKM dan keberlanjutan program.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada UMKM ini dilaksanakan di Kelurahan Kencana, Kecamatan Tanah Sareal, Kota Bogor. Kegiatan ini dilaksanakan dalam kurun waktu 5 bulan. Sesuai dengan skema kelurahan digital dan bentuk solusi dari permasalahan yang dialami oleh para pelaku UMKM maka disusunlah beberapa program kerja sebagai berikut:

Pelatihan Perizinan/Legalitas untuk UMKM

Pelatihan sesi ini didasarkan oleh hasil identifikasi awal tim pelaksana

terhadap potensi UMKM Kelurahan Kencana yang sebagian besar masih minim akan pemanfaatan media digital untuk perizinan/legalitas UMKM. Salah satu legalitas yang harus dimiliki oleh pelaku UMKM yaitu Nomor Induk Berusaha (NIB). NIB ini berfungsi sebagai Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Importir (API), dan hak akses kepabeanaan. Pelaku UMKM akan mendapat perlindungan hukum, layak berdiri dan beroperasi, bantuan pemberdayaan dari pemerintah, dan memperkuat *branding* dengan adanya legalitas usaha (Puspita, et al., 2023).

Kegiatan pelatihan ini dilakukan secara langsung, dengan narasumber menjelaskan materi melalui media proyektor sebagai tambahan penjelasan materi kepada peserta, dan dengan dampingan oleh tim pelaksana untuk membantu para pelaku memahami materi secara lebih sederhana dan terperinci. Tim pelaksana juga menunjukkan tata cara pembuatan NIB secara *online* melalui situs resmi OSS. Dukungan tempat dan fasilitas yang diberikan oleh pihak Kelurahan juga menjadi salah satu faktor yang tidak kalah penting dalam melaksanakan kegiatan pelatihan ini, dan menjadi pendorong awal para pelaku UMKM untuk mengembangkan potensi yang dimiliki.



Gambar 1. Suasana Pelatihan Perizinan

Pelatihan ini dimaksudkan untuk memberikan pengetahuan dan wawasan terkait pentingnya sebuah legalitas usaha. Kendala yang dihadapi pada pelatihan ini adalah kemandirian untuk membuat perizinan usaha secara *online* melalui situs yang disediakan oleh pemerintah dalam mempermudah pembuatan perizinan usaha. Namun, dalam pelatihan ini mendapatkan aspek positif dari pelaku UMKM, peserta antusias terhadap pelatihan yang dilaksanakan terhadap kesadaran bahwa pentingnya perizinan usaha bagi sebuah UMKM.

Pelatihan Kompetensi, Keterampilan, serta Kapabilitas Digital Marketing



Gambar 2. Suasana Pelatihan *Digital Marketing*

Digitalisasi merupakan hal penting yang diperlukan pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan (Kusumayanti, et al., 2020). Pelatihan merupakan sebuah kegiatan yang bertujuan untuk memberikan wawasan tentang pengembangan keterampilan. Dalam hal ini pelatihan dilakukan dengan mengembangkan keterampilan dan pengetahuan para pelaku UMKM melalui cara *branding* produk dan penggunaan

digital marketing dalam sistem pemasaran produk (Rahmatin, et al., 2023).

Kegiatan pelatihan *digital marketing* memberikan sebuah pengetahuan mengenai media sosial dan *e-commerce*. Media sosial yang dapat digunakan untuk pelaksanaan *digital marketing* meliputi Instagram, Facebook, Tiktok, dan Whatsapp. Sedangkan *e-commerce* yang dapat digunakan sebagai sarana pemasaran yakni Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Blibli, dan beberapa *e-commerce* lainnya.

Digital marketing merupakan suatu kegiatan pemasaran produk yang dilakukan melalui internet. Pelatihan dilakukan dengan metode seminar yang dilaksanakan selama satu hari. Hasil pelatihan menunjukkan kualitas yang cukup baik, ini disebabkan karena tingkat kesibukkan serta aktifitas yang sangat tinggi, namun secara umum materi dapat diterima dengan baik, dan bahkan peserta dari UMKM Kencana sangat antusias untuk bisa melakukan penjualan secara digital dengan memanfaatkan media *online*.

Pelatihan Pemetaan Target Pasar



Gambar 3. Suasana Pelatihan Pemetaan Target Pasar

Kegiatan pelatihan pemetaan target pasar memberikan wawasan pengetahuan kepada UMKM Kencana mengenai *Segmenting, Targeting, dan Positioning* dalam menemukan target pasar yang potensial. UMKM perlu perhatian yang khusus dan didukung oleh informasi yang akurat, agar terjadi *link* bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing, yaitu jaringan pasar serta pemanfaatan dunia digital (Faddila, et al., 2023). Selain itu, penggunaan teknologi informasi yang minim dalam mencari target pasar yang lebih luas perlu digalakan kepada para pelaku UMKM untuk mendapat segmen, target, dan posisi yang tepat bagi para calon konsumen.

Berdasarkan hal tersebut, maka dilakukan pelatihan tatap muka bersama pelaku UMKM Kelurahan Kencana untuk mengembangkan bisnisnya dengan kooperatif serta inovasi dari proses pemasarannya. Pelatihan ini dilakukan dengan metode dan teknik yang sama seperti halnya pelatihan 1, dilanjutkan dengan pemberian studi kasus sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM. Hasil pelatihan ini menunjukkan kualitas yang cukup baik, antusias serta semangat yang luar biasa ditunjukkan oleh para pelaku UMKM dalam pelatihan tersebut, materi yang diterima dengan baik, dan bahkan para pelaku sangat antusias dalam memanfaatkan media digital dalam mencari target pasar yang cocok untuk usahanya.

Pembuatan, Pelatihan, dan Pembinaan Portal Website

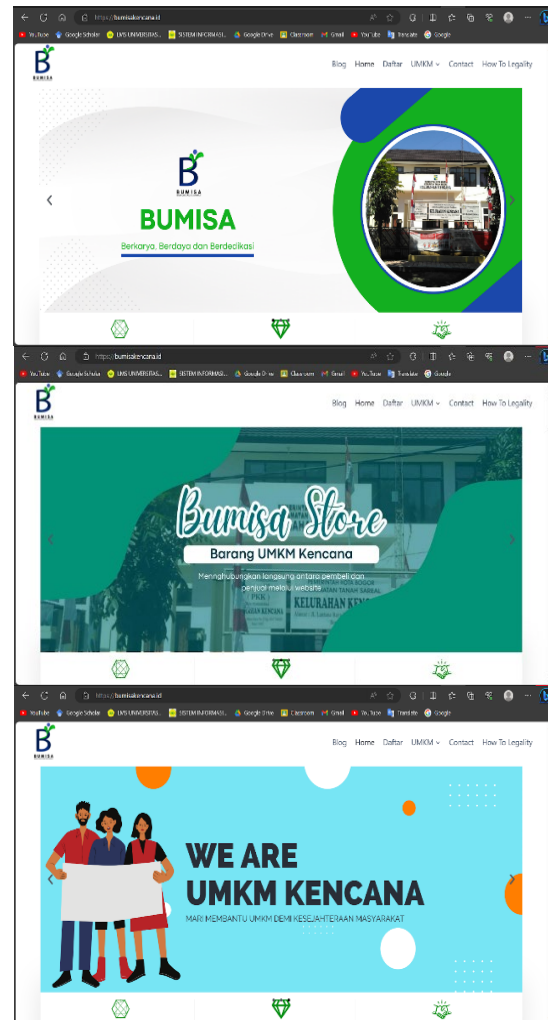
Integrated Digital Marketing merupakan konsep strategi yang berkembang dalam penerapan dan kombinasi berbagai aplikasi bisnis *online* dan sosial media bisnis dalam rangka menjangkau masyarakat yang lebih luas dan membangun interaksi komunikasi dengan pelanggan (Sugiyanta, et al., 2023).

Berdasarkan analisa kebutuhan dan desain *prototyping* sistem yang telah dilakukan, maka dihasilkan sistem digitalisasi untuk pengembangan UMKM

Kelurahan Kencana. Adapun digitalisasi UMKM yang dimaksud adalah pembangunan portal *website* bumisakencana.id.

1. Digitalisasi UMKM melalui pembuatan portal *website*

Tampilan menu utama *website* bumisakencana.id, Profil Bumisa, Bumisa Store seperti gambar di bawah ini.



Gambar 4. Tampilan Menu *Home* bumisakencana.id

2. Pengujian sistem *website* bumisakencana.id

Setelah *website* bumisakencana.id dirancang dan sebelum dipublikasikan, untuk memastikan kembali sistem dapat berfungsi dengan baik, maka dilakukan pengujian. Pengujian sistem seperti pada tabel berikut:

Tabel 1. Pengujian Sistem Portal *Website* Bumisa

No	Nama Menu	Hasil Pengujian
1	Menu <i>Home</i>	
	<i>Slider Website</i>	Sistem bisa berfungsi dengan baik, sistem menampilkan tiga <i>slider</i> dari identitas <i>website</i> . <i>Slider</i> ini bisa ditambahkan sesuai dengan yang diinginkan
	<i>Bumisa Purpose</i>	Sistem berfungsi dengan baik, halaman ini menyajikan tujuan dari dibentuknya Bumisa
	Visi Misi	Sistem berfungsi dengan baik, halaman ini menyajikan visi misi Bumisa
	<i>Profile</i>	Sistem berfungsi dengan baik, halaman ini menyajikan tentang gambaran profil tentang Bumisa
	<i>Galery</i>	Sistem berfungsi dengan baik, halaman ini menyajikan dokumentasi foto-foto kegiatan
	Testimoni	Sistem berfungsi dengan baik, sistem dapat memuat komentar berupa kritik, saran dan kesan dari pengguna <i>website</i> bumisakencana.id
2	Menu <i>Blog</i>	Sistem berfungsi dengan baik, sistem menampilkan beranda tentang artikel/berita tentang produk, <i>branding</i> toko, <i>tips</i> dan <i>trick</i> , dan lain-lain
3	Menu <i>Log In</i>	Sistem berfungsi dengan baik, sistem menyajikan menu pendaftaran yang terdiri dari nama lengkap, nama label usaha, nomor telepon, alamat email, jenis usaha, list produk usaha, nomor NIB, dan jenis usaha, serta foto produk usaha
4	Menu UMKM	
	<i>List UMKM</i>	Sistem bisa berfungsi dengan baik, sistem menyajikan Profil UMKM dan menu produk UMKM. Saat salah satu katalog produk itu diklik maka muncul tampilan detail produk yang memuat beberapa foto produk, nama produk, harga produk, dan deskripsi produk
	<i>Maps</i>	Sistem bisa berfungsi dengan baik, sistem menampilkan peta wilayah kelurahan kencana untuk mempermudah mencari lokasi UMKM
5	Menu <i>Contact</i>	Sistem bisa berfungsi dengan baik, sistem menampilkan tentang informasi <i>website</i> yang meliputi alamat kantor, nomor telepon dan alamat email
6	Menu <i>How to Legality</i>	Sistem bisa berfungsi dengan baik, sistem menyajikan langkah langkah dan artikel cara pembuatan legalitas usaha

3. Pelatihan dan pendampingan portal website *bumisakencana.id*



Gambar 5. Suasana Pelatihan Portal Website Bumisa

Salah satu tahapan dari kegiatan ini adalah mitra diberikan pelatihan dan pendampingan selama satu hari yang dibutuhkan agar dapat mengoperasikan *website* dengan baik serta penggunaan sejumlah fitur yang ada di *website* tersebut. Pelatihannya meliputi: tahapan pendaftaran, tahapan *posting* produk atau memperbaharui informasi hingga pengelolaan transaksi *online*. Selain itu peserta pelatihan juga diberikan pendampingan bagaimana memanfaatkan *gadget* untuk dapat mengakses sebuah *website*.

Pembangunan Sekretariat BUMISA

Fasilitasi pelaku UMKM Kelurahan Kencana untuk transformasi digital, diantaranya membangun sekretariat, satu set komputer, satu set foto produk, etalase produk, dan fasilitas pendukung lainnya. Tujuan dari pemberian fasilitas ini adalah agar para pelaku UMKM Kelurahan Kencana dapat memaksimalkan kemajuan digital untuk mengembangkan usahanya, serta pemanfaatan teknologi informasi

dalam mempermudah perluasan pasar baik pasar lokal, nasional, maupun internasional. Hal lainnya diharapkan bahwa ada *stakeholders* baru, yang mau untuk berkontribusi bersama pelaku usaha UMKM Kelurahan Kencana dalam kegiatan yang diadakan baik skala lokal maupun nasional, serta memberi dukungan atas pengembangan dan kemajuan potensi usaha di wilayah Kota Bogor, khususnya Kelurahan Kencana. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi bagian dari upaya menjaga keberlangsungan pengelolaan UMKM yang didasari oleh BUMISA.



Gambar 6. Sekretariat Bumisa

4. KESIMPULAN

Pengembangan potensi UMKM Kelurahan Kencana Kota Bogor, dilakukan melalui pemberdayaan pelaku usaha dengan menggunakan model, pelatihan, pendampingan, pembangunan, dan *monitoring*. Pelatihan secara umum telah dilaksanakan dengan sangat baik, walaupun terkendala dengan aktivitas utama peserta yang padat, namun strategi pelatihan yang disesuaikan dengan kegiatan peserta sehingga dapat mengoptimalkan proses dan hasil kegiatan. Pelatihan yang dilakukan dengan

metode diskusi, tutorial, praktikum digital, serta penguatan pelatihan melalui kegiatan pendampingan dan *monitoring*. Latar belakang peserta yang memang belum memiliki kemampuan yang memadai terkait kemajuan teknologi informasi untuk keperluan masuk ke transformasi digital. Oleh karena itu, pelatihan dan pendampingan juga dilengkapi dengan memberikan pengetahuan dan keterampilan dasar *digital marketing*, target pemetaan pasar, dan penggunaan teknologi berbasis portal *website* secara langsung merujuk pada materi pelatihan.

Pemberdayaan pelaku UMKM Kelurahan Kencana melalui pelatihan perizinan, *digital marketing*, pemetaan target pasar, dan penggunaan *website* yang dilanjutkan dengan pembentukan kelompok usaha atau paguyuban BUMISA, terbentuknya *website*, mampu memberi ide, dan inovasi, sehingga keberlanjutan pengelolaan potensi UMKM menuju transformasi digital dapat dilakukan. Pembuatan sekretariat dengan penambahan fasilitas pendukung juga dihadirkan sebagai proses untuk mempermudah pelaku UMKM dalam menjalankan kegiatannya serta mengembangkan inovasi-inovasi baik dari produk maupun pemasarannya. Terbentuknya *website* BUMISA sebagai langkah awal untuk pelaku UMKM Kelurahan Kencana mewujudkan eksistensi potensi UMKM yang dimilikinya ke kancah nasional maupun internasional serta membentuk *personal branding* yang kuat. Proses pendampingan dan *monitoring* yang berkelanjutan memberikan hasil yang signifikan, walaupun berakibat kurang baik kepada kemandirian peserta. Pendampingan secara berkelanjutan dilakukan untuk penggunaan *website* secara optimal dan pemanfaatan fitur secara maksimal.

Pemberdayaan pelaku UMKM Kelurahan Kencana telah memberikan pengaruh yang signifikan dalam pengembangan potensi yang selama ini belum terkoordinir dengan baik. Peranan Kelurahan dan Karang Taruna sangat penting dalam mendukung kegiatan ini,

karena keberlanjutan pengembangan UMKM tidak dapat terwujud jika aparat pemerintah terdekat dengan masyarakat ini tidak memberi atensi dan motivasi bagi para pelaku UMKM yang tergabung pada paguyuban BUMISA. Pengetahuan dan kemampuan terkait kemajuan teknologi informasi di bidang perdagangan juga menjadi salah satu faktor penting untuk dimiliki oleh para pelaku UMKM Kelurahan Kencana. Hal ini terkait dengan pengembangan kompetensi dan kapabilitas media digital untuk meningkatkan eksistensi UMKM Kelurahan Kencana dengan lebih menarik dan variatif yang memenuhi selera masyarakat luas.

UCAPAN TERIMAKASIH

1. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Riset dan Teknologi yang telah menyelenggarakan kegiatan PPK Ormawa 2023
2. Kelurahan Kencana yang telah bersedia menjadi mitra kegiatan BUMISA
3. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pakuan, Bogor atas *support*, koordinasi dan fasilitas yang telah diberikan untuk menyelesaikan jurnal ini
4. Pusat Unggulan Riset dan Inovasi (PURI), Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pakuan, Bogor, telah membantu dalam penyusunan jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliyah, E. D. E., & Nugroho, B. S. (2022). Improving Personal Financial Management through Financial Technology, Financial Capability, and Spiritual Intelligence as Intervening Variable. *Admisi dan Bisnis*, 23(1), 57–70.
- Andria, F. et al. (2022). Optimization of Modern Style Marketing in the Era of Disruptive Technology at SME's Batik New Normal Bogor. *International Journal of Business, Economics and Social Development*. Vol. 3 No. 2 pp. 71-75.

- Apriliansa, D, S. Nawangsari, E. R. (2021). Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Berbasis Kompetensi. *Forum Ekonomi*. 23(4) pp. 804-812.
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 6 No. 2 pp. 233-247.
- Avriyanti, S. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada UMKM Bidang Kuliner Di Kabupaten Tabalong). *Jurnal PubBis: Vol. 6, No. 1*, pp. 61-73.
- Darnis, F. Azdy, A, R. (2019). Pemanfaatan Media Informasi Website Promosi (E-Commerce) sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM Desa Pedado. *SINDIMAS*.
- Faddila, S, P. et al. (2023). Identifikasi Segmenting, Targeting, Positioning (Stp) Dalam Upaya Melejitkan Umkm Desa Sampalan Kabupaten Karawang. *Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-3*. E-ISSN: 2798-2580.
- Hasan, E, S. Farisi, S, M. Ferdinand, N. (2023). Optimalisasi Potensi dan Peningkatan Daya Saing UMKM Cileungsi Melalui Program Pengabdian Masyarakat. *JABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. Pp. 8-13.
- Kusumayanti, D. Wibisono, S. (2020). Pendampingan Promosi Digital Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*. Vol. 1 No. 2 pp. 171-180.
- Manggu, B., & Beni, S. (2021). Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) Dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan Umkm Kota Bengkayang. *Sebatik*, 25(1), 27-34.
- Nugroho, B. S., Purnamasari, E., Prahara, T., & Ayuwardani, M. (2022a). Penerapan Strategi Kaizen Production dan Integrated Digital Marketing Untuk Meningkatkan Produktivitas dan Penjualan Tanaman Hias. *Surya Abdimas*, 6(2), 361–370.
- Puspita, D. Angraini, L. Wati, R. Andewi, W. (2023). Sosialisasi Pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Perseorangan. *Communio: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol.1 No.3 pp.121-124.
- Putri, et al. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPKMN)*. Vol. 3 No. 2 pp. 828-839.
- Qotrunnada, A. Ibrahim, A. Manggala, I. (2023). Analisis Segmenting, Targeting, dan Positioning terhadap Layanan PTP Lending Fintech Syariah UMKM. *Jurnal Riset Perbankan Syariah (JRPS)*. Vol. 2 No. 1 pp. 17-26.
- Rahmatin, D, Z. Azizah, N. (2023). Implementasi Social Media Marketing Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness Pada UMKM Keripik Pisang “Dua Putra Putri” Di Desa Karang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 2 No. 3 pp. 01-13.
- Ridwansyah, et al. (2023). Sistem Informasi Inventaris Toko Berbasis web untuk UMKM Penyewaan Kostum. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*. Vol. 5 No. 3 pp. 289-295.
- Rusmanah, E. Irawan, A, W. Andria, F. (2019). Implementasi *Digital Marketing* Guna Meningkatkan Peluang Pasar Produksi Hasil Ternak Puyuh Masyarakat Desa Galuga. *Jurnal ABM Mengabdi*. Vol. 6 No. 1 pp. 14-25.

- Salmah, Andria, F. Rahmi, A. (2023). Pendampingan Hak Cipta Produk Untuk UMKM dan Koperasi RT RW Net Indonesia Di Desa TuguBandung. *Rudence: Rural Development for Economic Resilience*. Vol. 2 No. 2 pp. 93-100.
- Sugiyanta, et al. (2023). *Integrated Digital Marketing* Sebagai Solusi Peningkatan Pendapatan Makanan Kecil Khas Daerah (MKKD) Sentra Industri Brem Wonogiri. Surya Abdimas. Vol. 7 No. 1 pp. 94 – 104.
- Sulasno, S. & Nabila, U. (2020). Penerapan Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Atas UMKM Melalui Program Sabtu Minggu di Kota Serang. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara ASIAN (Asosiasi Ilmuwan Administrasi Negara)*. Vol. 8 No. 1 pp. 27-32.
- Tosida, et al. (2015). Pemberdayaan KelOmpok Penggerak Pariwisata (Kompepar) dalam Pengembangan Potensi Wisata Bogor Selatan. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*: Vol. 1 No. 2 pp. 110-120.
- Tosida, et al. (2020). *Strengthening the Competitiveness of Micro-Businesses Based on Local Wisdom Though Digital Tourism Education Collaboration. Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Detroid Michigan, USA*. pp. 2439-244.