

## SOSIALISASI DIGITAL MARKETING UNTUK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI WILAYAH RW 01 KELURAHAN MARGA MULYA SEBAGAI UPAYA TRANSFORMASI EKONOMI DIGITAL

Wisnu Prio Pamungkas<sup>1</sup>, Farhan Abiyyu Hanif<sup>2</sup>, Christian Noah Sipahutar<sup>3</sup>, Ezra Hafiz Zachary<sup>4</sup>, Fibril Acyuta Salsabitah<sup>5</sup>, Gilang Gs Putra<sup>6</sup>, Helmi Rakan Dhawy<sup>7</sup>, Mochammad Guntur Ramadhan<sup>8</sup>, Moh. Naufal Fariyan<sup>9</sup>, Muhammad Habiballah<sup>10</sup>, Muhammad Iqbal Salman<sup>11</sup>, Muhammad Riza Hashbillah<sup>12</sup>, Muhammad Rofiq Ubaidillah<sup>13</sup>, Muhammad Yusran Rizgullah<sup>14</sup>

Ilmu Komputer, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

[wisnu.prio@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:wisnu.prio@dsn.ubharajaya.ac.id), [202210715168@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202210715168@mhs.ubharajaya.ac.id),  
[202210715175@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202210715175@mhs.ubharajaya.ac.id), [202210715187@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202210715187@mhs.ubharajaya.ac.id),  
[202210715186@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202210715186@mhs.ubharajaya.ac.id), [202210715202@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202210715202@mhs.ubharajaya.ac.id),  
[202210715200@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202210715200@mhs.ubharajaya.ac.id), [202210715181@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202210715181@mhs.ubharajaya.ac.id),  
[202210715203@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202210715203@mhs.ubharajaya.ac.id), [202210715197@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202210715197@mhs.ubharajaya.ac.id),  
[202210715329@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202210715329@mhs.ubharajaya.ac.id), [202210715194@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202210715194@mhs.ubharajaya.ac.id),  
[202210715206@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202210715206@mhs.ubharajaya.ac.id), [202210715169@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202210715169@mhs.ubharajaya.ac.id)

---

Diterima: 07 Januari 2026    Disetujui: 18 Januari 2026    Dipublikasikan: 24 Januari 2026

---

### Abstrak

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini bertujuan untuk mempercepat transformasi digital bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah RW 01 Kelurahan Marga Mulya, Bekasi Utara. Masalah utama yang ditemukan adalah rendahnya literasi teknologi, di mana banyak usaha belum terdaftar di peta digital dan masih mengandalkan pemasaran konvensional. Program ini dilaksanakan melalui empat tahap utama: (1) Persiapan dan Observasi Lapangan untuk pemetaan masalah; (2) Sosialisasi Digital Marketing untuk membangun kesadaran akan pentingnya platform digital; (3) Pelatihan Teknis secara *door-to-door* yang mencakup pendaftaran Google My Business, aktivasi QRIS, dan fotografi produk; serta (4) Implementasi Fisik melalui penyerahan banner promosi. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan visibilitas usaha di platform digital, adopsi sistem pembayaran non-tunai, dan penguatan identitas visual UMKM. Disimpulkan bahwa pendampingan teknis secara langsung efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM lokal dan mempersiapkan mereka menghadapi tantangan ekonomi digital pascapandemi.

**Kata Kunci:** Digital Marketing, UMKM, QRIS, Google My Business, Transformasi Digital, Marga Mulya.

### Abstract

*This Community Service Program (KKN) aims to accelerate digital transformation for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in RW 01, Marga Mulya, North Bekasi. The primary*

*issue identified was low technological literacy, with many businesses not registered on digital maps and still relying on conventional marketing. This program was implemented through four main stages: (1) Preparation and Field Observation for problem mapping; (2) Digital Marketing Socialization to build awareness of the importance of digital platforms; (3) Door-to-door Technical Training covering Google My Business registration, QRIS activation, and product photography; and (4) Physical Implementation through the delivery of promotional banners. The results show an increase in business visibility on digital platforms, the adoption of non-cash payment systems, and the strengthening of MSMEs' visual identity. It is concluded that direct technical assistance is effective in increasing the competitiveness of local MSMEs and preparing them for the challenges of the post-pandemic digital economy.*

**Keywords:** *Digital Marketing, MSMEs, QRIS, Google My Business, Digital Transformation, Marga Mulya.*

## PENDAHULUAN



Gambar 1. Tim Kelompok 12 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama perekonomian nasional Indonesia yang berkontribusi sekitar 61% terhadap PDB nasional serta menyerap hingga 97% total tenaga kerja (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Namun, di era digital saat ini, proses digitalisasi UMKM di Indonesia masih menghadapi sejumlah hambatan, terutama terkait keterbatasan literasi digital dan kurangnya pendampingan teknis (Wiweko & Anggara, 2025). Hal ini juga ditemukan secara nyata di wilayah RW 01, Kelurahan Marga Mulya, Kecamatan Bekasi Utara, di mana pelaku usaha masih mengandalkan metode pemasaran konvensional.

Kesenjangan digital ini menyebabkan rendahnya visibilitas usaha. Berdasarkan observasi awal, rendahnya kualitas sumber daya manusia dan keterbatasan pemahaman teknologi menjadi faktor utama yang menghambat adopsi digital marketing (Sitepu, 2025). Kondisi ini diperparah dengan belum populernya sistem pembayaran digital di kalangan pedagang kecil, padahal adopsi teknologi pembayaran non-tunai sangat dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (Davis, 2021; Sari, 2023).

Pemanfaatan teknologi sederhana seperti Google My Business dan QRIS sebenarnya mampu memberikan dampak signifikan bagi efisiensi operasional. Strategi inovasi digital terbukti mampu meningkatkan penjualan dan kemandirian masyarakat (Murlena & others, 2024). Oleh karena itu, diperlukan intervensi edukatif yang tepat agar pelaku UMKM tidak tertinggal dalam persaingan ekonomi digital (Rogers, 2020).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan membangun ekosistem digital UMKM yang lebih terstruktur di RW 01 Marga Mulya. Kebaruan dari pengabdian ini terletak pada metode pendampingan door-to-door yang spesifik menyasar kebutuhan individu tiap pelaku usaha, mulai dari pendaftaran titik lokasi hingga aktivasi QRIS sebagai solusi praktis atas kebutuhan transaksi modern.

## METODE

Kegiatan ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pendampingan partisipatif. Fokus utamanya adalah memberikan solusi praktis atas hambatan adopsi teknologi yang dihadapi warga sesuai dengan model *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) (Davis, 2021; Venkatesh & Morris, 2020).

### 1. Subjek dan Lokasi Kegiatan

Subjek kegiatan adalah pelaku UMKM di wilayah RW 01 Kelurahan Marga Mulya, Bekasi Utara. Lokasi dipilih karena karakteristiknya sebagai kawasan urban dengan potensi wirausaha rumah tangga yang tinggi namun masih terkendala adopsi teknologi pemasaran.

### 2. Tahapan Pelaksanaan

- a. **Survei dan Observasi:** Pemetaan potensi usaha dan identifikasi masalah pemasaran di RW 01.
- b. **Sosialisasi:** Pemberian materi mengenai konsep dasar *Digital Marketing* dan urgensi transformasi digital bagi ekonomi mikro.
- c. **Pelatihan Teknis (Door-to-door):** Tim melakukan pendampingan langsung untuk:
  - o Pendaftaran Google My Business (GMB).
  - o Praktik fotografi produk dan *copywriting*.
  - o Aktivasi QRIS via Gopay Merchant dan Shopee Partner.
- d. **Implementasi dan Penutupan:** Penyerahan aset fisik (banner) dan evaluasi program.

### 3. Analisis Data

Keberhasilan program diukur berdasarkan tercapainya indikator kepemilikan aset digital yang aktif dan terverifikasi sesuai standar promosi digital (Wiweko & Anggara, 2025).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian melalui Kuliah Kerja Nyata (KKN) di wilayah RW 01 Kelurahan Marga Mulya, Bekasi Utara, dirancang untuk menjadi stimulus dalam



mempercepat transformasi ekonomi digital bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) setempat. Sebelum melakukan intervensi teknis, tim terlebih dahulu melaksanakan tahap persiapan melalui survei lapangan dan observasi mendalam untuk memetakan karakteristik serta potensi ekonomi rumah tangga di wilayah tersebut.

Berdasarkan hasil pemetaan tersebut, ditemukan fakta bahwa sebagian besar UMKM masih terbelenggu dalam metode pemasaran konvensional yang sangat membatasi jangkauan pasar mereka. Kondisi ini mencerminkan adanya hambatan literasi teknologi di tingkat akar rumput, di mana pemanfaatan platform digital seperti peta digital dan sistem pembayaran non-tunai belum dipandang sebagai kebutuhan mendesak. Kesenjangan digital ini secara langsung berdampak pada rendahnya visibilitas usaha di tengah persaingan ekonomi modern pascapandemi

Untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kendala yang ditemukan selama fase observasi, berikut adalah rangkuman temuan utama terkait kondisi awal UMKM di RW 01 Marga Mulya beserta implikasinya:

Aspek Yang Ditinjau	Temuan Lapangan	Implikasi
<b>Visibilitas Lokasi</b>	Tidak terdaftar di Google Maps	Sulit ditemukan konsumen luar dan kurir.
<b>Sistem Pembayaran</b>	Hanya menerima tunai	Potensi kehilangan pembeli non-tunai.
<b>Identitas Visual</b>	Minim promosi fisik/digital	Branding usaha lemah dan kurang menarik.

Sebagai langkah awal penyelesaian masalah, tim melaksanakan sosialisasi untuk membangun kesadaran para pelaku usaha mengenai pentingnya ekosistem digital.



Gambar 2. Sosialisasi Digital Marketing kepada warga RW 01

Setelah kegiatan sosialisasi, tim memberikan pendampingan secara langsung guna membangun profil digital usaha yang lebih teratur. Upaya ini diwujudkan dengan mendaftarkan para pelaku UMKM ke layanan Google My Business agar lokasi usaha mereka lebih mudah ditemukan oleh masyarakat sekitar melalui peta digital. Selain itu, tim memfasilitasi sistem transaksi non-tunai melalui aktivasi layanan QRIS. Keberhasilan dalam penggunaan teknologi baru ini sejalan dengan teori penyebaran inovasi, yang menyatakan bahwa teknologi akan lebih cepat diterima oleh masyarakat apabila disertai dengan bimbingan teknis yang intensif serta pendampingan langsung di lapangan

### Pembahasan dan Analisis Dampak

Digitalisasi yang dilakukan di RW 01 menjawab masalah utama mengenai aksesibilitas informasi yang sebelumnya menjadi kendala pertumbuhan usaha. Perubahan signifikan setelah adanya intervensi dirangkum dalam tabel komparasi berikut:

Aspek	Sebelum Digitalisasi	Setelah Digitalisasi
<b>Penyajian Info</b>	Verbal / Terbatas	Digital (Google Maps)
<b>Pembayaran</b>	Hanya Tunai	Tunai & Non-tunai (QRIS)
<b>Kecepatan Temu</b>	Lambat, bertanya ke warga	Cepat (Navigasi GPS)
<b>Daya Tarik</b>	Seadanya	Profesional dengan Banner & Foto Produk

Pendekatan *door-to-door* yang diterapkan tim terbukti lebih efektif karena pelaku usaha merasa lebih nyaman untuk berkonsultasi secara personal mengenai kendala teknis yang dihadapi. Hal ini sesuai dengan prinsip *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menyatakan bahwa teknologi akan diadopsi secara luas jika pengguna merasakan manfaat nyata dan merasa sistem tersebut mudah untuk dioperasikan.

## PENUTUP

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan di wilayah RW 01 Kelurahan Marga Mulya, Bekasi Utara, secara keseluruhan telah berhasil mencapai target utama dalam mendorong akselerasi transformasi digital bagi para pelaku UMKM setempat. Melalui serangkaian tahapan pendampingan teknis yang dilakukan secara intensif dengan pendekatan *door-to-door*, para pelaku usaha kini telah memiliki aset digital yang tervalidasi, seperti profil di *Google My Business* serta sistem pembayaran modern berbasis QRIS untuk mendukung efisiensi operasional mereka. Program ini membuktikan bahwa pemberian edukasi dan peningkatan literasi digital yang dilakukan secara tepat sasaran mampu memperkuat daya saing ekonomi lokal di tingkat akar rumput. Keberhasilan ini tidak terlepas dari dukungan penuh pihak Pemerintah Kelurahan Marga Mulya, pengurus RW 01, bimbingan dari Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), serta partisipasi aktif para pelaku usaha.

Demi menjaga keberlanjutan dari hasil pengabdian ini, disarankan bagi pihak pengurus wilayah setempat untuk terus memantau dan memfasilitasi kebutuhan digital para pelaku usaha secara mandiri di masa mendatang. Selain itu, pembentukan forum komunikasi atau komunitas antar pelaku UMKM di lingkungan RW 01 sangat direkomendasikan sebagai wadah berbagi informasi teknis agar ekosistem ekonomi digital yang telah terbentuk dapat terus berkembang secara mandiri dan berkelanjutan.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah mendukung terlaksananya program pengabdian ini hingga selesai. Ucapan terima kasih yang tulus ditujukan kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya serta kepada Bapak R. Wisnu Prio Pamungkas, S.Kom., M.Kom., selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan berharga selama kegiatan KKN berlangsung.

Selain itu, penulis berterima kasih kepada Pemerintah Kelurahan Marga Mulya, khususnya kepada Bapak Lurah Makpudin, S.Ap., serta segenap pengurus RW 01 yang telah memberikan izin, dukungan koordinasi, serta fasilitas selama tim berada di lapangan. Apresiasi tertinggi juga diberikan kepada para pelaku UMKM di wilayah RW 01 Kelurahan Marga Mulya yang telah bersedia meluangkan waktu dan berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian sosialisasi serta pendampingan digital yang dilaksanakan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Davis, F. D. (2021). Technology Acceptance Model: A Review and Update. *Journal of Information Systems Research*, 33(4), 345–360.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Laporan Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Indonesia Tahun 2023*. <https://www.kemenkopukm.go.id>
- Murlena, M., & others. (2024). Socialization of Digital Innovation Strategies to Enhance SME Sales and Community Self-Sufficiency. *DIKDIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 144–152. <https://ejournal.1001tutorial.com/index.php/dikdimas/article/view/309>
- Rogers, E. M. (2020). Diffusion of Innovation: Adoption of Technology in SMEs. *Innovation & Society Review*, 11(1), 1–15.
- Sari, N. P. (2023). Digitalisasi UMKM dan Tantangan Adopsi Teknologi pada Sektor Perdagangan. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(2), 77–89.
- Sitepu, R. (2025). Digital Marketing Adoption by MSMEs in Indonesia: Between Technological Awareness and Resource Limitations. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration*, 5(2). <https://radjapublika.com/index.php/IJEBAS/article/view/2914>
- Venkatesh, V., & Morris, M. (2020). UTAUT Model for Technology Adoption in Small Enterprises. *Journal of Applied Information Technology*, 22(2), 55–70.

Wiweko, A., & Anggara, A. W. (2025). A Review of Digital Marketing Practices among SMEs in Indonesia: Trends, Challenges, and Opportunities. *International Research Journal of Economics and Management Studies*, 4(5), 315–323. <https://irjems.org/irjems-v4i5p140.html>