

Transformasi UMKM : Strategi Kolaborasi *Digital Marketing* dan Tim yang Efektif di UMKM Kelurahan Kemirimuka, Kecamatan Beji, Kota Depok

Chintya Ramadhani¹, Clara Shintya Sari², Dahlia Putri³, Davin Hardi Sava Fadillah Putra⁴, Kenny Kristanto Yudha⁵, Laila Putri Nur Anjani⁶, Maway Ayuni⁷, Putri Yanda Rahmadini⁸, Rezky Dwi Ramadhika⁹, Aghnia Wulandari¹⁰, Evita Christina¹¹, Syarifuddin¹², Andy Rustandy¹³

*e-mail : chintyarm@stiemb.ac.id¹, clarashintya533@gmail.com²,
lailaputrinuranjani01@gmail.com³, davinfadillah287@gmail.com⁴,
putri.yanda1910@gmail.com⁵, dahliaputri.1104@gmail.com⁶,
mawarayuni040304@gmail.com⁷, rezky.ramadhika@gmail.com⁸,
kyudha.kenny@gmail.com⁹, wulandariaghnia@gmail.com¹⁰,
evita.christina@stiemb.ac.id¹¹, sariffuddin642@gmail.com¹²,
andi.rustandy@stiemb.ac.id¹³

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10} Program Studi Manajemen

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendorong transformasi digital pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui strategi kolaborasi Digital Marketing serta pembentukan tim kerja yang efektif. Kegiatan dilaksanakan dalam tiga tahap, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan pelaporan. Pada tahap pelaksanaan, tim memberikan pelatihan mengenai pemanfaatan WhatsApp Business, dasar-dasar pemasaran digital, serta pentingnya struktur kerja tim yang solid dalam pengelolaan usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa para peserta mengalami peningkatan pemahaman terhadap konsep Digital Marketing dan mulai mengaplikasikan fitur digital dalam usahanya. Selain itu, peserta menyadari pentingnya pembagian peran dalam tim untuk meningkatkan efisiensi operasional. Kesimpulannya, transformasi UMKM melalui pendekatan digital dan kolaboratif merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Diperlukan pendampingan lanjutan untuk memastikan penerapan strategi ini secara optimal.

Kata kunci: UMKM, Digital Marketing, WhatsApp Business, transformasi digital, tim yang efektif

Abstract

This community service activity aims to support the digital transformation of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through the implementation of collaborative Digital Marketing strategies and the development of effective team structures. The program was carried out in three stages: planning, implementation, and reporting. During the implementation stage, the team conducted training sessions on the use of WhatsApp Business, basic Digital Marketing concepts, and the importance of building a solid team structure to improve business management. The results showed that participants experienced an increased understanding of Digital Marketing and began applying digital tools in their business operations. Additionally, they recognized the significance of role division within a team to enhance operational efficiency. In conclusion, transforming MSMEs through digital and collaborative approaches is an effective strategy to improve competitiveness and business sustainability. Further mentoring is needed to ensure optimal implementation of these strategies.

Keywords: MSMEs, Digital Marketing, WhatsApp Business, digital transformation, effective teams

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor vital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara (Joesyiana, 2017). UMKM memiliki peran krusial dalam membuka peluang kerja, menurunkan angka kemiskinan, dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Meski demikian, banyak pelaku UMKM masih menghadapi hambatan, khususnya dalam aspek manajerial, seperti kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola usaha secara efisien. Untuk itu, program ini disusun guna meningkatkan kemampuan manajemen UMKM, sehingga mereka mampu mengembangkan usaha secara optimal dan berkelanjutan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tidak hanya berperan penting dalam perekonomian negara berkembang, tetapi juga memberikan kontribusi besar bagi negara-negara maju. Di kawasan Eropa, misalnya, UMKM mencakup lebih dari 90% dari keseluruhan pelaku usaha. Hal serupa juga terjadi di wilayah Asia Pasifik, di mana negara seperti Taiwan dan Korea menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang pesat berkat perkembangan UMKM. Bahkan, Jepang telah menetapkan kebijakan khusus untuk mendorong peningkatan inovasi di sektor UMKM. (Zahra, 2022)

UMKM juga berkontribusi besar dalam menyediakan peluang kerja, terutama bagi masyarakat yang tinggal di wilayah pedesaan maupun perkotaan dengan akses terbatas terhadap lapangan kerja formal (Ariani et al., 2024). Selain itu, UMKM dapat menjadi solusi dalam menekan angka kemiskinan dengan memberikan akses ekonomi kepada masyarakat berpenghasilan rendah. Penguatan sektor UMKM diyakini mampu meningkatkan pendapatan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif.

Namun demikian, potensi besar UMKM seringkali tidak diimbangi dengan kemampuan pengelolaan yang memadai. Banyak pelaku UMKM berasal dari latar belakang pendidikan dan pengalaman manajerial yang terbatas (Busro, 2022), sehingga menghadapi kesulitan dalam menjalankan fungsi-fungsi bisnis penting seperti perencanaan strategis, pengelolaan keuangan, pemasaran, hingga operasional harian.

Menanggapi tantangan tersebut, program “Transformasi UMKM: Strategi Kolaborasi Digital Marketing dan Tim yang Efektif” hadir sebagai solusi untuk mendorong pengelolaan

bisnis UMKM yang lebih modern dan kompetitif. Di era digital seperti saat ini para Pelaku UMKM dituntut untuk memanfaatkan teknologi digital, khususnya dalam strategi pemasaran, agar dapat menjangkau konsumen lebih luas dan meningkatkan penjualan. Penggunaan media sosial seperti *WhatsApp Bisnis*, *Tiktok*, *Facebook*, *Instagram* serta teknologi *Artificial Intelligence* (AI) sangat membantu pelaku UMKM dalam mengelola pemasaran secara otomatis dan personal, sehingga mempercepat adaptasi di era digital.

Selain teknologi, keberhasilan transformasi UMKM juga sangat bergantung pada kekuatan tim yang efektif dan kolaboratif. Tim yang solid dan mampu bekerja sama dengan baik akan mempercepat proses adaptasi serta inovasi bisnis. Kerja sama tim yang efektif dapat mengelola konten digital, merancang strategi pemasaran, dan menjalankan kampanye secara terkoordinasi, sehingga meningkatkan produktivitas dan inovasi bisnis (Lukitasari & Nugraha, 2023). Kolaborasi dalam komunitas digital, seperti grup pelanggan di *WhatsApp* atau *Facebook*, juga memperkuat hubungan dengan konsumen dan membangun loyalitas yang berkelanjutan (Erdian et al., 2023).

Sinergi antara strategi *Digital Marketing*, kolaborasi tim yang efektif, dan dukungan *community development* menjadi kunci utama dalam mempercepat transformasi UMKM menuju ekosistem bisnis yang tangguh dan berdaya saing di era digital (Agung et al., 2024). *Community development* berperan sebagai katalisator dalam proses transformasi ini, dengan menyediakan ruang belajar, berbagi pengalaman, dan membangun kolaborasi antar pelaku usaha. Melalui pendekatan ini, UMKM tidak hanya memperoleh akses terhadap pengetahuan *Digital Marketing*, tetapi juga keterampilan membangun tim yang solid dan adaptif (Agung et al., 2024). Pemerintah Indonesia juga mendukung transformasi ini melalui program pelatihan *Digital Marketing*, peningkatan akses permodalan berbasis teknologi, serta penyediaan *platform marketplace* khusus UMKM (*Intip Program Pemerintah Untuk UMKM Yang Berlaku Di 2025 - Olsera, n.d.*).

Program ini juga menekankan pentingnya pelatihan berkelanjutan dan pengembangan budaya kerja yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan dinamika pasar. Melalui integrasi strategi *Digital Marketing* yang kolaboratif dengan pembentukan tim yang efektif, UMKM dapat melakukan transformasi bisnis secara lebih cepat, menuju pertumbuhan yang berkelanjutan dan peningkatan daya saing, baik di level nasional maupun global. (Plasnajaya, Wulandari, et al., 2024)

Akhirnya, pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia harus menjadi bagian dari budaya organisasi dalam UMKM. Hal ini menuntut adanya komitmen jangka panjang serta investasi yang konsisten dari pemilik usaha untuk mendukung peningkatan kapasitas karyawannya. Dengan strategi tersebut, UMKM akan memiliki tenaga kerja yang kompeten dan siap bersaing di pasar global, sehingga mendongkrak performa bisnis dan pertumbuhan usaha secara keseluruhan.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa memberikan pemahaman yang digerakkan oleh Mahasiswa/Mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia (STIE MBI) bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di RT. 02 RW. 20 Kel. Kemirimuka, Kec. Beji, Kota Depok (Plasnajaya, Dachi, et al., 2024).

Kegiatan ini dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu:

a. Tahap Perencanaan

Pada tahap ini, tim melakukan analisis awal melalui observasi dengan cara melakukan survei langsung ke lokasi pengabdian. Tujuan dari tahap ini adalah mengidentifikasi permasalahan yang ada serta merumuskan solusi yang tepat. Hasil diskusi digunakan untuk menyusun jadwal kegiatan serta menetapkan target dan sasaran program yang akan dijalankan.

b. Tahap Pelaksanaan

Di tahap ini, tim mulai menjalankan program pengabdian dengan mengadakan seminar atau penyampaian materi mengenai Transformasi UMKM: Strategi Kolaborasi *Digital Marketing* dan Tim yang Efektif, serta pemanfaatan *WhatsApp Business*

c. Tahap Pelaporan

Pada tahap ini, tim pengabdian melaksanakan penyusunan laporan hasil kegiatan serta melakukan evaluasi terhadap seluruh rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini berhasil dilaksanakan sesuai dengan rencana, dengan capaian sebagai berikut:

a. Partisipasi Aktif Pelaku UMKM

Kegiatan ini diikuti oleh para pelaku UMKM dari berbagai bidang usaha, seperti jasa, kecantikan, kuliner, fashion, dan kerajinan tangan. Para peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi, yang tercermin dari keterlibatan aktif mereka dalam sesi diskusi, tanya jawab, studi kasus, serta praktik langsung selama pelatihan berlangsung. Tidak hanya sekadar hadir, para pelaku UMKM juga aktif berbagi pengalaman dan saling memberikan masukan konstruktif, menciptakan suasana belajar yang kolaboratif dan dinamis. Partisipasi aktif ini mencerminkan semangat belajar, keinginan kuat untuk berkembang, dan komitmen mereka dalam meningkatkan kapasitas usaha agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas dan berdaya saing tinggi

b. Peningkatan Literasi Digital

Materi mengenai strategi *Digital Marketing* berhasil memperkenalkan berbagai konsep dasar secara komprehensif, seperti pentingnya kehadiran digital, pengelolaan media sosial, penguatan *branding*, serta teknik pemasaran berbasis platform digital. Para peserta mulai memahami bahwa *Digital Marketing* bukan hanya sebuah tren, tetapi juga solusi efektif untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pelanggan secara signifikan.

c. Pemanfaatan *WhatsApp Business*

Hasil konkret lainnya dari kegiatan ini adalah pemanfaatan *WhatsApp Business* yang efektif oleh sebagian besar peserta, di mana mereka dibimbing secara

komprehensif dalam membuat profil bisnis yang menarik, katalog produk yang terstruktur, serta penggunaan fitur-fitur otomatisasi untuk meningkatkan efisiensi dan profesionalisme dalam komunikasi dengan pelanggan.

d. **Pemahaman Kolaborasi Tim dalam UMKM**

Materi mengenai pembentukan tim kerja yang efektif mendorong peserta untuk mulai membagi peran dan tanggung jawab dalam usahanya. Beberapa peserta mulai menyadari pentingnya koordinasi dan komunikasi yang baik antar anggota tim guna meningkatkan efisiensi, keteraturan, dan kinerja usaha secara keseluruhan.

e. **Evaluasi dan Tindak Lanjut**

Kegiatan pelatihan ini mendapatkan respons yang sangat positif dan antusias dari para peserta. Mereka merasakan bahwa materi yang disampaikan tidak hanya relevan dengan kondisi usaha yang dijalankan, tetapi juga memberikan wawasan baru yang dapat langsung diterapkan. Masukan dan antusiasme ini menjadi indikator penting bahwa program pelatihan telah memberikan dampak yang positif, sekaligus menjadi dasar untuk merancang kegiatan pengembangan kapasitas UMKM yang lebih mendalam dan berkelanjutan di masa mendatang.



Gambar 1
Registrasi Peserta



Gambar 2
Pemaparan Materi oleh Panitia



Gambar 3
Pemaparan Materi

2. Pembahasan

Transformasi UMKM melalui pendekatan *Digital Marketing* dan pembentukan tim yang efektif merupakan langkah penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa:

- a. Kesadaran Akan Digitalisasi Semakin Meningkat
Saat ini, semakin banyak pelaku UMKM yang menyadari bahwa pemanfaatan teknologi digital bukan lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan strategis untuk mendorong pertumbuhan usaha. Kehadiran di ranah digital kini dipandang sebagai hal yang esensial dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat daya saing di tengah dinamika bisnis yang semakin terhubung secara online dan kompetitif.
- b. Kemudahan Teknologi Mendukung Aksi Nyata
Pemanfaatan teknologi yang sederhana namun efektif, seperti *WhatsApp Business*, menjadi solusi praktis bagi para pelaku UMKM. Aplikasi ini tidak hanya mudah dioperasikan, tetapi juga mampu memberikan dampak langsung dalam meningkatkan kualitas komunikasi dan interaksi dengan pelanggan. Hal ini secara signifikan memperkuat hubungan bisnis serta meningkatkan efisiensi dalam pelayanan.
- c. Kendala Internal Masih Ditemui
Meskipun tingkat antusiasme peserta cukup tinggi, masih terdapat berbagai kendala internal yang menghambat optimalisasi pemanfaatan teknologi digital. Beberapa di antaranya mencakup keterbatasan perangkat, kesulitan dalam penggunaan aplikasi, serta kurangnya pengalaman dalam pembuatan konten dan pengelolaan digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa dukungan teknis dan pendampingan berkelanjutan sangat dibutuhkan agar pelaku UMKM dapat mengembangkan usahanya secara maksimal melalui pemanfaatan teknologi.
- d. Kolaborasi Tim Meningkatkan Efektivitas Operasional
UMKM yang mulai menerapkan pembagian peran secara terstruktur dalam tim menunjukkan kecenderungan memiliki perencanaan yang lebih matang serta alur kerja yang lebih sistematis dan efisien. Pendekatan kolaboratif ini tidak hanya meningkatkan produktivitas, tetapi juga memperkuat koordinasi antar anggota tim dalam menjalankan operasional bisnis.

Dengan demikian, kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan pengabdian berbasis *Digital Marketing* dan penguatan tim kerja memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat kapasitas pelaku UMKM, serta membuka peluang untuk pengembangan usaha secara berkelanjutan



Gambar 4
Pemberian *Merchandise* Kepada Peserta



Gambar 5
Pemberian *Merchandise* Kepada Peserta



Gambar 6
Sesi Foto Bersama Panitia



Gambar 7
Sesi Foto Bersama Peserta



Gambar 8
Pemberian Sertifikat Kepada Ketua Posyandu



Gambar 9
Pemberian Sertifikat Kepada Ketua RT

4. KESIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat ini berhasil memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam merespons tantangan di era digital. Peningkatan tersebut dicapai melalui pelatihan yang mencakup strategi pemasaran digital serta pemanfaatan *WhatsApp Business*, dan pembentukan tim kerja yang efektif, peserta mendapatkan pengetahuan dan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam pengelolaan usaha mereka.

Peningkatan pemahaman tentang pentingnya digitalisasi, serta kesadaran akan pentingnya kolaborasi tim, menjadi langkah awal yang signifikan menuju transformasi UMKM yang lebih adaptif, kompetitif, dan berkelanjutan. Meskipun masih terdapat kendala dalam penerapan teknologi secara optimal, kegiatan ini membuka ruang bagi pelaku UMKM untuk terus belajar dan berkembang.

Untuk mendukung kesinambungan hasil pengabdian ini, diperlukan adanya pendampingan lanjutan serta pelatihan tingkat lanjut yang lebih terfokus pada praktik *Digital Marketing* dan manajemen usaha berbasis teknologi.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak, yaitu Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia, Program Studi Manajemen, Dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bantuan pada kegiatan ini. Serta Ketua RT. 02, Ketua RW. 20, Ketua Posyandu Ranim Kel. Kemirimuka, Kec. Beji, Kota Depok yang telah berkenan memberikan izin dan memfasilitasi tempat pada kegiatan ini serta memberikan kesempatan, bantuan, dan arahan pada pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. B. H., Tuti, T. A., Haerul, H. F., & ... (2024). Menuju Smart Village Sinergi E-commerce dan Digital Marketing untuk Kesejahteraan Masyarakat Desa. ... *Service Journal of ...*, 1(2), 12–16.
- Ariani, A. D., Zouly, D., Cahyono, I., & Azizah, R. N. (2024). Pemberdayaan UMKM sebagai Strategi Pemerintah untuk Mengurangi Kemiskinan di Indonesia Tahun 2020 – 2023. *JESS: Journal of Economics and Social Sciences*, 3(2), 91–103.
- Busro, M. A. (2022). Pemberdayaan Umkm Melalui Program Pelatihan Dan Pendampingan Manajemen Usahadi Rumah Qur'an Baitul Makmur. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 2(4), 2016–2019.
- Erdian, F. S., Barkah, C. S., Sukoco, I. S., & Achmawati Novel, N. J. (2023). Peran Strategi Komunikasi Pemasaran Business To Business (B2B) Dalam Meningkatkan Penjualan Online (Studi Kasus Pada Bisnis Firsthand Seller). *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(3), 657. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i3.843>
- Intip Program Pemerintah untuk UMKM yang Berlaku di 2025 - Olsera. (n.d.). <https://www.olsera.com/id/blog/intip-program-pemerintah-untuk-umkm-yang-berlaku-di-2025/1058>
- Joesyiana, K. (2017). Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga di Kota Pekanbaru

- (Studi Kasus Usaha Tas Rajut Industri Pengolahan Kreatifitas Tali Kur). *Jurnal Valuta*, 3(1), :159-172.
- Lukitasari, L., & Nugraha, R. N. (2023). Peningkatan Kinerja Karyawan Melalui Kerjasama Tim Pada UMKM Fashion Muslim Gwenz. *Prosiding: FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen & Akuntansi)*, 1(6), 498–507.
- Plasnajaya, R., Dachi, A., Setyawan, N. A., Pratama, I. Y., Aulia, E., & Khonifah, S. (2024). (*UMKM*) Melalui *TikTok* Di Kecamatan Cimanggis Kota Depok. 1(2).
- Plasnajaya, R., Wulandari, A., Octabudiaji, P., & Ardiansyah, R. (2024). *Pemanfaatan E-Commerce Shopee dalam Meningkatkan Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Cimanggis Kota Depok*. 1(2), 1–10.
- Zahra, S. (2022). Definisi, Kriteria, dan Konsep UMKM. *Osfpreprints*, 90500120021, 1–13.