

Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi dan Legalitas Usaha di Kelurahan Jepara Surabaya

Rivo Athasani¹, Salsabila R. Sadira², Shofiyah³, Aqila N. Indira⁴, Afina H. Faza⁵, Ananda A. A. Arkom⁶, Leily S. Rahmatin⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

Email: 22033010001@student.upnjatim.ac.id¹, 22025010179@student.upnjatim.ac.id²,
22031010012@student.upnjatim.ac.id³, 22032010172@student.upnjatim.ac.id⁴,
22042010055@student.upnjatim.ac.id⁵, 22011010010@student.upnjatim.ac.id⁶,
leily.suci.par@upnjatim.ac.id⁷

Corresponding Author: Leily S. Rahmatin

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, namun masih banyak pelaku UMKM yang tertinggal dalam aspek legalitas dan pemanfaatan teknologi digital. Kondisi ini terlihat nyata di Kelurahan Jepara, Surabaya, dimana mayoritas UMKM belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), belum menggunakan sistem pembayaran digital seperti QRIS, serta tidak memiliki kehadiran di *platform* digital seperti Google Maps dan *marketplace* daring. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM melalui pendekatan yang menggabungkan digitalisasi dan pendampingan legalitas usaha. Kegiatan dilaksanakan dengan metode partisipatif berbasis lokal dan pendekatan *door-to-door*, yang mencakup empat fokus utama yaitu pembuatan NIB melalui OSS, aktivasi QRIS DANA, pendaftaran lokasi usaha di Google Maps, serta pembukaan toko daring di marketplace seperti Tokopedia dan Shopee. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam literasi digital, kesadaran akan pentingnya legalitas, dan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara profesional. Program ini mempertegas bahwa transformasi digital dan penguatan legalitas tidak dapat dilakukan secara umum, melainkan memerlukan strategi mikro berbasis komunitas. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berdampak langsung terhadap pelaku UMKM, tetapi juga memberikan kontribusi dalam pengembangan model pemberdayaan yang berkelanjutan.

Kata Kunci: UMKM, pemberdayaan, digitalisasi, legalitas usaha, QRIS, Google Maps, marketplace, NIB

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have a strategic role in driving national economic growth, but many MSME players are still lagging behind in terms of legality and utilization of digital technology. This condition is evident in Jepara Village, Surabaya, where the majority of MSMEs do not have a Business Identification Number (NIB), have not used digital payment systems such as QRIS, and do not have a presence on digital platforms such as Google Maps and online marketplaces. This community service program aims to empower MSMEs through an approach that combines digitalization and business legality assistance. Activities are carried out using a participatory method based on local needs and a door-to-door approach, which includes four main focuses, namely NIB creation through OSS, QRIS DANA activation, business location registration on Google Maps, and opening online stores in marketplaces such as Tokopedia and Shopee. The results showed significant improvements in digital literacy, awareness of the importance of legality, and the ability of MSME players to manage their businesses professionally. This program emphasizes that digital transformation and legality strengthening cannot be done in general, but requires a community-based micro strategy. Thus, this activity not only has a direct impact on MSME actors, but also contributes to the development of a sustainable empowerment model.

Keywords: MSME, empowerment, digitalization, business legality, QRIS, Google Maps, marketplace, NIB

PENDAHULUAN

UMKM berkontribusi terhadap lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja (Fauzi, Neny Kusumadewi, Mulyani, & Prihartini, 2023). Namun, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses terhadap pengetahuan, pemahaman, inovasi, dan digitalisasi. Pemanfaatan teknologi digital dapat mengubah cara UMKM beroperasi, memungkinkan mereka mengakses pasar yang lebih luas, dan menjadikan wilayah lokal sebagai pusat kreativitas serta transformasi ekonomi. Perkembangan teknologi informasi juga membawa perubahan besar pada kegiatan pemasaran, di mana bisnis dapat menjangkau konsumen dari berbagai daerah bahkan lintas negara (Fadhillah & A. Yuniarti, 2023). Hal ini menegaskan bahwa peningkatan keterampilan digital menjadi kebutuhan penting dalam pemberdayaan UMKM. Perubahan ini memungkinkan UMKM untuk memperluas jaringan bisnis mereka, memanfaatkan berbagai platform digital untuk mempromosikan dan menjual barang mereka, dan mendapatkan sumber daya bisnis seperti pendanaan digital, pelatihan online, dan kolaborasi lintas daerah yang sebelumnya sulit dijangkau.

Transformasi digital menjadi salah satu kunci keberhasilan UMKM untuk bertahan di tengah perubahan pasar yang dinamis. Melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, dan teknologi digital lainnya, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dan menjalin hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Selain itu, digitalisasi juga dapat membantu UMKM dalam pengelolaan keuangan, pemasaran, rantai pasok, dan layanan pelanggan (Maulidiyah, 2023). Legalitas usaha juga penting karena dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mitra bisnis serta membuka peluang untuk pembiayaan dan program pemerintah. Daya saing UMKM, termasuk di tingkat lokal, akan diperkuat ketika digitalisasi dan legalitas usaha digabungkan. Oleh karena itu, pemberdayaan yang berfokus pada kedua komponen ini menjadi pendekatan penting untuk membangun lingkungan usaha yang kokoh dan berkelanjutan.

Dengan demikian, pendampingan menjadi langkah strategis untuk membantu UMKM menguasai teknologi digital sekaligus melengkapi legalitas usaha mereka. Peningkatan kemampuan digital dapat memperluas pasar dan mempermudah proses pemasaran, sementara legalitas usaha dapat membuka akses ke pembiayaan formal dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Banyak UMKM potensial di Kelurahan Jepara di Surabaya yang belum sepenuhnya terdigitalisasi dan belum memiliki legalitas usaha yang cukup. Hal ini menghalangi pertumbuhan dan persaingan mereka di pasar yang lebih luas. Diharapkan bahwa program pendampingan yang menggabungkan pelatihan digital dan pembinaan legalitas akan meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha kecil dan menengah (UMKM) di daerah tersebut, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang lebih inklusif. Selain itu, pendampingan yang dilakukan secara terstruktur dan berkesinambungan akan memastikan bahwa perubahan yang dihasilkan tidak hanya bersifat sementara, tetapi mampu membentuk budaya usaha yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan regulasi.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan secara partisipatif dan kolaboratif dengan melibatkan 31 peserta yang merupakan mahasiswa dan anggota tim pelaksana yang telah berkoordinasi dengan koordinator UMKM Kelurahan Jepara. Seluruh peserta dibagi menjadi lima kelompok kerja yang memiliki 4 fokus kegiatan, yaitu: (1) pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB), (2) pendaftaran lokasi usaha di *Google Maps* (Gmaps), (3) pembuatan dan pengelolaan konten promosi digital, dan (4) integrasi sistem pembayaran digital melalui QRIS Dana. Pelaksanaan program dilakukan secara langsung di Kelurahan Jepara, Surabaya, dengan pendekatan *door-to-door* dan pelatihan kelompok kecil. Setiap kelompok melakukan identifikasi kebutuhan masing-masing pelaku UMKM, lalu memberikan asistensi dan edukasi secara bertahap untuk memastikan setiap tahapan digitalisasi dan legalisasi dapat diterapkan dengan baik. Data pelaksanaan dikumpulkan melalui observasi lapangan, wawancara singkat, dan serta dokumentasi berupa foto.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kelurahan Jepara, Surabaya, difokuskan pada pemberdayaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pelatihan sekaligus pemberian edukasi di bidang digitalisasi dan legalitas usaha. Kegiatan ini diawali dengan kunjungan ke koordinator UMKM Kelurahan Jepara guna untuk pemetaan kondisi UMKM setempat dan memperoleh gambaran menyeluruh mengenai potensi dan tantangan yang dihadapi. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku usaha di wilayah ini masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Di sisi lain, legalitas usaha juga menjadi persoalan yang cukup mendasar karena banyak pelaku UMKM belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai langkah awal dalam legalitas usaha dalam negara. Oleh karena itu, program pemberdayaan dirancang untuk mengatasi dua aspek krusial tersebut.

Profil UMKM di Kelurahan Jepara menunjukkan keberagaman jenis usaha yang dijalankan masyarakat, mulai dari sektor kuliner seperti warung makan, jajanan tradisional, dan kue kering, hingga sektor perdagangan seperti toko kelontong, pakaian, dll. Sebagian lainnya bergerak di bidang kerajinan rumah tangga. Skala usaha mayoritas di Kelurahan Jepara termasuk kategori mikro dengan omzet rata-rata di bawah Rp50 juta per tahun. Berdasarkan pendataan dengan koordinator UMKM Kelurahan Jepara, terdapat lebih dari 50 pelaku UMKM aktif yang menjalankan kegiatan usahanya secara berkelanjutan. Namun, keterbatasan pengetahuan mengenai teknologi digital dan rendahnya pemahaman akan pentingnya legalitas usaha masih menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha mereka untuk kedepannya.

Pelaksanaan kegiatan digitalisasi UMKM ini dilakukan secara langsung dengan mendatangi unit usaha yang telah direkomendasikan oleh Koordinator UMKM Kelurahan Jepara. Tim pelaksana melakukan identifikasi kebutuhan serta memberikan pendampingan sesuai dengan upaya digitalisasi yang diperlukan oleh

masing-masing UMKM hingga tercapai hasil yang diharapkan. Untuk mempermudah proses pendataan dan pelaksanaan kegiatan, UMKM dibagi ke dalam beberapa kelompok kecil yang terdiri atas satu unit usaha. Pembagian ini bertujuan agar pendampingan dapat dilakukan secara lebih intensif, terarah, dan sesuai dengan karakteristik serta kesiapan masing-masing UMKM dalam mengadopsi teknologi digital.

Hambatan utamanya adalah belum terintegrasinya usaha mereka ke dalam ekosistem digital diantaranya Google Maps, QRIS, Nomor Induk Berusaha (NIB), dan juga Online Shop seperti Tokopedia, Shopee, maupun marketplace lokal lainnya (Tampubolon dkk., 2024). Selain itu, konten promosi yang minim dan tidak terstruktur juga menjadi masalah krusial. Banyak pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya strategi digital marketing, seperti penggunaan media sosial, desain visual yang menarik, dan copywriting yang persuasif. Media digital memegang peranan penting dalam membangun komunikasi dengan pelanggan guna memperoleh kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan, serta berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan informasi mengenai detail produk (Rifan, dkk 2022). Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi dalam sektor UMKM Kelurahan Jepara masih menghadapi berbagai kendala, baik dari sisi pemahaman teknologi maupun akses terhadap sumber daya yang mendukung transformasi digital.

Google Maps

Dalam upaya mendorong transformasi digital, kegiatan digitalisasi UMKM ini bertujuan untuk memfasilitasi para pelaku usaha dengan berbagai media digital yang dapat menunjang pemasaran dan operasional usaha. Beberapa bentuk media digital yang akan dikembangkan yaitu salah satunya Google Maps (Gmaps). Google Maps merupakan salah satu platform yang dapat membantu menampilkan lokasi usaha secara spesifik untuk meningkatkan eksistensi dari UMKM.



Gambar 1 Kunjungan ke UMKM Warung Madura dan UMKM Gado Gado Cak Rassi Adi

Berdasarkan hasil interview dengan UMKM warung madura, didapatkan bahwa pelaku UMKM ini membutuhkan asistensi terkait pelatihan dan edukasi terkait pemasangan lokasi warung di aplikasi Google Maps. Dengan pemasangan lokasi UMKM di kelurahan jepara ini diharapkan dapat meningkatkan eksistensi dari UMKM di ranah dunia digital.

Setelah program dilaksanakan, UMKM warung madura dan UMKM gado-gado di Kelurahan Jepara berhasil memanfaatkan Google Maps. Pelaku UMKM

mengaku lebih mudah ditemukan oleh pelanggan baru setelah lokasi usahanya tercantum di Google Maps. Langkah ini sejalan dengan hasil penelitian (Damis & Hernianti, 2024), yang menunjukkan bahwa keterhubungan digital menjadi salah satu faktor penentu pertumbuhan UMKM lokal. Meskipun peningkatan omzet belum terlalu signifikan terlihat, pelaku usaha yang sudah terdaftar di Google Maps merasakan manfaat berupa kemudahan dalam memperluas jangkauan konsumen dan peningkatan kepercayaan konsumen. Kendala utama yang dihadapi meliputi rendahnya pemahaman teknologi pada pelaku usaha usia lanjut dan kurangnya konsistensi dalam memperbarui informasi usaha. Meski demikian, keberadaan profil usaha di Google Maps menjadi pintu masuk penting bagi UMKM untuk dikenal lebih luas, memanfaatkan peluang kerja sama, serta bersaing di pasar digital. Dalam jangka panjang, jika pendampingan rutin tetap dilakukan, UMKM warung madura dan gado-gado Cak Rassi Adi berpotensi meningkatkan visibilitas, memperluas pasar, dan menguatkan kontribusi terhadap perekonomian lokal, sedangkan tanpa upaya lanjutan, risiko penurunan performa dan kembalinya metode pemasaran konvensional masih terbilang cukup tinggi.

Konten Promosi

Dalam era persaingan usaha yang semakin kompetitif, transformasi digital menjadi kebutuhan mendesak bagi pelaku UMKM untuk dapat bertahan dan berkembang. Salah satu kunci penting dalam transformasi ini adalah kemampuan mengelola konten promosi digital secara efektif. Sayangnya, banyak UMKM di Kelurahan Jepara yang belum memanfaatkan potensi konten digital secara optimal, baik karena keterbatasan pengetahuan, kreativitas, maupun pemahaman akan strategi pemasaran daring. Padahal, konten promosi yang dirancang dengan visual menarik, narasi produk yang meyakinkan, dan disebarluaskan melalui platform digital yang tepat tidak hanya mampu memperluas jangkauan pasar, tetapi juga membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan keterlibatan konsumen. Berdasarkan urgensi program ini, tim pelaksana berkunjung ke UMKM NyemilNyam dan Vaw Collection untuk memberikan edukasi mengenai pembuatan dan pengelolaan konten promosi digital sebagai sarana pemasaran dan fondasi bagi UMKM untuk bersaing di pasar yang semakin terdigitalisasi.



Gambar 2 Kunjungan ke UMKM NyemilNyam dan Vaw Collection

Setelah program dilaksanakan, Beberapa UMKM di Kelurahan Jepara mulai memanfaatkan konten promosi di media sosial, salah satunya UMKM NyemilNyam yang kini rutin mengunggah foto dan video produk sekaligus informasi promo. Namun, hasil yang diperoleh masih belum terlihat signifikan secara jangka panjang, karena peningkatan penjualan dan perluasan pasar baru menunjukkan perubahan kecil. Meski demikian, konsistensi dalam membuat konten promosi mulai memberikan pengaruh terhadap kemudahan menjangkau calon pelanggan, meningkatnya interaksi, dan terbentuknya citra usaha yang lebih profesional.

Tantangan yang masih dihadapi meliputi keterbatasan keterampilan membuat konten yang menarik dan lambatnya adaptasi terhadap tren promosi digital yang sangat dinamis. Hal ini selaras dengan pendapat Nurhayati & Rahma (2023) yang menjelaskan bahwa minimnya pengetahuan tentang algoritma media sosial, waktu posting yang optimal, serta penggunaan hashtag yang relevan semakin membatasi jangkauan promosi mereka. Berdasarkan kondisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kurangnya keterampilan dan pendampingan intensif dalam pembuatan konten promosi digital menjadi hambatan nyata dalam proses digitalisasi UMKM. Maka, diperlukan pelatihan teknis yang aplikatif dan pendampingan kreatif secara berkelanjutan agar pelaku usaha mampu menghasilkan konten yang lebih profesional, menjual, dan kompetitif di era pemasaran digital.

QRIS

Berdasarkan wawancara secara langsung dengan UMKM di Kelurahan Jepara, hasil yang dicapai menunjukkan bahwa UMKM mulai menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi harian, baik pada penjualan langsung maupun melalui platform daring. Adopsi sistem pembayaran digital ini memberikan sejumlah manfaat, di antaranya percepatan proses pembayaran, peningkatan keamanan transaksi, dan pencatatan keuangan yang lebih transparan. Selain itu, penggunaan QRIS juga mengurangi risiko kehilangan uang tunai serta mendukung efisiensi pengelolaan

usaha, terutama bagi UMKM dengan volume transaksi yang tinggi. QRIS dinilai inklusif karena dapat digunakan oleh berbagai penyedia layanan dompet digital tanpa harus memiliki mesin EDC yang mahal, sehingga sangat relevan untuk diterapkan di sektor UMKM (Alicia & Luh, 2024). Implikasi dari capaian ini memperlihatkan bahwa digitalisasi dalam aspek keuangan dapat menjadi faktor penting untuk keberlanjutan usaha. Dengan adanya pencatatan transaksi yang rapi dan akses ke layanan keuangan digital, UMKM berpotensi lebih mudah dalam mengajukan pembiayaan usaha, memperluas pasar melalui penjualan daring, serta meningkatkan kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.

Selain manfaat praktis dalam percepatan transaksi, penerapan QRIS juga memberikan peluang bagi UMKM untuk masuk ke dalam ekosistem ekonomi digital yang lebih luas. Melalui pembayaran digital, pelaku usaha dapat lebih mudah mengakses layanan keuangan formal, seperti pinjaman mikro berbasis data transaksi, produk asuransi digital, serta aplikasi akuntansi daring yang membantu penyusunan laporan keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan QRIS tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi, tetapi juga memperkuat posisi UMKM dalam rantai ekonomi digital. Akan tetapi, terdapat sejumlah hambatan antara lain rendahnya literasi digital, keterbatasan kepemilikan perangkat pendukung, serta ketergantungan pada stabilitas jaringan internet. Hambatan ini menjadi faktor penghambat utama dalam proses adopsi yang merata di kalangan UMKM. Untuk mengatasi hal tersebut, kegiatan edukasi praktis yang disertai simulasi penggunaan dan pendampingan langsung terbukti efektif dalam membantu pelaku usaha bertransisi menuju sistem pembayaran nontunai.

Penerapan QRIS dalam UMKM juga berperan penting dalam mendukung target inklusi keuangan nasional. Studi dari (Sitanggang dkk, 2024) menyatakan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS dapat meningkatkan efisiensi transaksi dan memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dan konsumen. Walaupun penerapan menggunakan QRIS menunjukkan hasil positif dalam mempercepat transaksi dan meningkatkan transparansi keuangan, tantangan terkait pemahaman teknologi serta ketersediaan infrastruktur digital tetap menjadi hambatan utama bagi sebagian UMKM. Rendahnya literasi teknologi dan keterbatasan akses terhadap fasilitas pendukung membuat adopsi belum merata di semua pelaku usaha. Oleh karena itu, keberlanjutan program integrasi QRIS tidak dapat hanya dipandang sebagai upaya adopsi teknologi semata, melainkan sebagai langkah strategis dalam membangun fondasi pertumbuhan ekonomi lokal yang lebih adaptif dan berkelanjutan.



Gambar 3 Kunjungan ke UMKM Bk Cake Shahir Kitchen

NIB (Nomor Induk Berusaha)

Berdasarkan hasil wawancara langsung dengan beberapa pelaku UMKM di Kelurahan Jepara, ditegaskan bahwa mayoritas pelaku usaha bergerak di sektor kuliner atau makanan. Salah satunya, toko klontong dengan skala usaha masih mikro dengan omzet per bulan relatif kecil, dan jumlah pelaku mencapai puluhan unit usaha yang tersebar di berbagai RW. Meskipun berkontribusi pada perekonomian lokal, sebagian besar masih beroperasi secara konvensional tanpa sentuhan digital dan legalitas formal. Dalam kegiatan pengabdian, kelompok mahasiswa melaksanakan program digitalisasi, salah satunya adalah dengan memberikan pemahaman dan pendampingan pembuatan Legalitas Usaha yaitu NIB. Pemahaman yang diberikan meliputi pentingnya legalitas usaha sebagai fondasi pengembangan usaha berkelanjutan. Tujuannya adalah agar memberikan status resmi kepada pelaku usaha di mata hukum dan membuka akses ke berbagai peluang pengembangan usaha.

Selain itu, pembuatan NIB mempermudah pelaku usaha dalam proses pengajuan izin usaha serta izin komersial atau operasional selain itu, NIB juga berfungsi sebagai Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Importir (API), dan memberikan akses terhadap layanan kepabeanan (Audy & Condoro, 2024). Disisi lain, menurut pendapat (Qurrata'Ayun dkk, 2022) menyatakan bahwa nomor Induk Berusaha (NIB) menciptakan legitimasi hukum yang kuat bagi UMKM sebagai entitas bisnis yang sah di Indonesia. Legalitas ini memudahkan pelaku usaha mendapatkan akses terhadap perizinan lain seperti NPWP, SIUP, serta mempermudah pengajuan izin komersial atau operasional melalui sistem OSS. Edukasi ini diperkuat dengan temuan (Putri dkk, 2024) yang menunjukkan bahwa UMKM pemilik NIB dapat ikut serta dalam platform digital pemerintahan seperti *E-Peken* untuk meningkatkan omzet.



Gambar 4 Kunjungan ke UMKM Toko Klontong

Setelah program dilaksanakan, sejumlah UMKM berhasil membuat NIB salah satunya toko kelontong bu yanti. Meskipun belum signifikan perubahannya, namun pelaku usaha yang sudah memiliki NIB tersebut, baik dari sisi administratif, peluang bisnis, maupun kepercayaan pasar. Kendala utama yang masih dihadapi meliputi rendahnya literasi digital terutama pada pelaku usaha usia lanjut, serta adaptasi teknologi yang berjalan lambat. Sebagian UMKM juga masih kesulitan melengkapi persyaratan NIB. Program ini memberikan dorongan awal bagi UMKM di Kelurahan Jepara untuk bertransformasi menuju usaha yang legal. Keberadaan NIB membuka akses terhadap bantuan pemerintah, kerja sama dengan pihak ketiga, dan peluang masuk ke pasar digital. Dalam jangka panjang, jika pendampingan berkelanjutan dilakukan, UMKM berpotensi meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian lokal. Namun, tanpa upaya lanjutan, risiko stagnasi dan kembalinya pola usaha konvensional masih tinggi.

Online Shop

Salah satu aspek penting dalam proses digitalisasi UMKM di Kelurahan Jepara adalah pemanfaatan media digital berbasis *online shop* sebagai sarana pemasaran dan distribusi produk. Namun, hasil pendampingan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih belum memaksimalkan potensi tersebut. Hambatan utama yang ditemukan meliputi keterbatasan pengetahuan mengenai strategi pemasaran digital, rendahnya keterampilan dalam mengelola akun penjualan daring, serta minimnya pemahaman mengenai tata kelola transaksi dan logistik berbasis marketplace. Minimnya pemahaman mengenai mekanisme kerja online shop dan manfaat jangka panjangnya menjadi kendala utama (Harahap, 2025). Banyak pelaku usaha yang belum memiliki toko daring di platform seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, atau marketplace lainnya, yang padahal dapat memperluas jangkauan pasar secara signifikan hingga ke tingkat nasional bahkan internasional (Khairani dkk, 2025).

Menurut (Alifiyah & Purwanti, 2024), Kekurangan pemanfaatan online shop ini berakibat langsung pada terbatasnya skala usaha UMKM. Mereka hanya

mengandalkan penjualan offline yang sangat bergantung pada pelanggan lokal, sehingga rentan terhadap fluktuasi ekonomi wilayah dan keterbatasan daya beli masyarakat sekitar. Padahal, online shop dapat menjadi jembatan strategis untuk diversifikasi pasar, peningkatan pendapatan, serta branding produk secara nasional.

Melalui pendampingan dan pelatihan yang diberikan, mulai terlihat adanya perkembangan positif. Beberapa UMKM berhasil membuat akun toko di Shopee dan Tokopedia, mengunggah produk dengan foto dan deskripsi yang lebih menarik, serta memanfaatkan fitur gratis ongkir dan voucher diskon untuk menarik minat konsumen. Bahkan, terdapat pelaku usaha yang melaporkan peningkatan pesanan setelah aktif mengikuti kampanye promo yang disediakan platform, seperti *Shopee Flash Sale* atau *Tokopedia Power Merchant*. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan aktif dalam memanfaatkan fitur marketplace dapat berdampak langsung terhadap peningkatan omzet penjualan (Lestari & Tomy, 2025). Dengan begitu, pemanfaatan Shopee dan Tokopedia menjadi salah satu indikator penting keberhasilan digitalisasi UMKM di Kelurahan Jepara, yang tidak hanya berdampak pada peningkatan penjualan, tetapi juga pada penguatan posisi UMKM dalam ekosistem perdagangan modern yang semakin kompetitif.

Program digitalisasi UMKM di Kelurahan Jepara mengungkap bahwa sebagian besar pelaku usaha mikro masih belum mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dalam operasional bisnis, terutama dalam hal pemasaran, transaksi, dan legalitas usaha. Rendahnya literasi digital, keterbatasan perangkat, dan belum terhubungnya UMKM dengan ekosistem digital seperti Google Maps, QRIS, NIB, dan marketplace daring menjadi hambatan utama (Saputra & Kustini, 2024). Pendekatan yang dilakukan melalui pendampingan langsung dan pelatihan intensif terbukti efektif dalam membantu pelaku usaha memahami manfaat digitalisasi, seperti peningkatan visibilitas usaha melalui Google Maps, kemudahan transaksi nontunai lewat QRIS, dan legalitas usaha yang difasilitasi melalui pembuatan NIB. Di samping itu, pelatihan pembuatan konten promosi digital dan pengenalan penggunaan online shop seperti Tokopedia dan Shopee juga turut mendorong perluasan pasar dan profesionalisme pelaku UMKM. Secara keseluruhan, program ini menunjukkan bahwa transformasi digital yang dilakukan secara partisipatif dan kontekstual mampu memperkuat daya saing UMKM lokal serta mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis komunitas secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, program ini membuktikan bahwa pemberdayaan UMKM melalui pendekatan mikro dan personal mampu memberikan dampak nyata dalam aspek digitalisasi dan legalitas usaha. Hal ini memberikan implikasi bahwa kegiatan pengabdian berbasis kebutuhan lokal dengan metode partisipatif dan kolaboratif perlu diadopsi secara lebih luas untuk menjawab tantangan ketimpangan akses teknologi dan administrasi formal di kalangan pelaku usaha mikro (Aqham dkk, 2024).

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Kelurahan Jepara, Surabaya, membuktikan bahwa pendekatan partisipatif berbasis kebutuhan lokal dengan metode door-to-door efektif dalam mendorong transformasi digital dan penguatan legalitas usaha bagi pelaku UMKM. Melalui pendampingan langsung dalam pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB), aktivasi QRIS, pemasangan lokasi

usaha di Google Maps, serta pembukaan toko daring di marketplace, program ini mampu menjawab tantangan yang selama ini dihadapi UMKM dalam mengakses teknologi dan layanan formal.

Hasil yang dicapai menunjukkan peningkatan kesadaran dan keterampilan digital di kalangan pelaku UMKM, baik dari segi pemasaran, transaksi nontunai, hingga legalitas administrasi. Transformasi ini turut meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pasar, serta membuka akses terhadap program bantuan pemerintah dan layanan keuangan digital. Kendati masih terdapat hambatan seperti keterbatasan literasi dan infrastruktur, pendekatan praktis yang dilakukan dalam program ini terbukti mampu menjembatani kesenjangan tersebut secara bertahap.

Dengan demikian, kegiatan ini menegaskan pentingnya model pengabdian yang bersifat mikro, kontekstual, dan adaptif terhadap dinamika lokal sebagai strategi pemberdayaan UMKM yang berkelanjutan. Model ini dapat direplikasi di wilayah lain yang memiliki karakteristik serupa guna memperkuat ekosistem UMKM dalam menghadapi era ekonomi digital dan mendukung agenda pembangunan inklusif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alicia, E., & Luh, G. K. D. (2024). Implementasi Transaksi Payment Gateaway Berbasis QRIS pada Aplikasi Mobile Banking BRI Terhadap Kelancaran Bertransaksi bagi Para Pelaku UMKM di Pantai Penimbangan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 14(1), 66–77.
- Alifiyah, P. D., & Purwanti, L. (2024). Pengaruh Penggunaan Marketplace Dan Qris Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 3(3), 836–851. <https://doi.org/10.21776/jki.2024.03.3.19>
- Aqham, A. A., Rajendra, L., Huda, H. I., Sudirman, B., & Muthohir, M. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Di UMKM Kampoeng Jadoel Melalui Media Sosial Article History. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 2(4), 57–63. <https://doi.org/10.59841/jurai.v2i4>
- Audy, H. P., & Condro, W. (2024). Peranan Nomor Induk Berusaha (NIB) Sebagai Legalitas Usaha Bagi Pertumbuhan Bisnis UMKM Tape Semen Bu Suwarti. *MENGABDI: Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat*, 2(4), 17–27. <https://doi.org/10.61132/mengabdi.v2i4.755>
- Damis, S., & Hernianti, H. (2024). Peningkatan Pendapatan Usaha UMKM Asoka Desa Tanra Tuo Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang Melalui Digitalisasi Bisnis. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 325–331.
- Fadhillah, P., & A. Yuniarti. (2023). Pemberdayaan UMKM: Melihat Peluang Bisnis UMKM di Era Digital di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 2(1), 291–298. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.176>
- Fauzi, H., Neny Kusumadewi, R., Mulyani, H. S., & Prihartini, E. (2023). PEMERDAYAAN PELAKU UMKM MELALU OPTIMALISASI PENGETAHUAN, PEMAHAMAN, INOVASII DAN PENGENALAN DIGITALISASI MENUJU DESA YANG KREATIF. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 3512–3516. <https://doi.org/10.31949/jb.v4i4.7020>

- Gusman, Arianto, S. D., Hendi Gunawan, Jeksen, Irfan Nafis Rianto, & Michael Fernando6. (2025). Peluang dan Tantangan UMKM dalam Pemanfaatan QRIS. *JURNAL ILMIAH RAFLESIA AKUNTANSI*, 11(1), 126–131.
- Harahap, M. A. K. (2025). PENINGKATAN KAPASITAS UMKM MELALUI IMPLEMENTASI SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL (QRIS) DI KOTA PEMATANGSIANTAR. *JPMSM: Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambei Manoktok Hitei*, 5(1), 191–199.
- Khairani, N., Saragih, A. Y., Panggabean, W. N., Juan, O., & Manihuruk, G. (2025). Pengaruh QRIS terhadap Efisiensi Operasional UMKM pada Era Transformasi Digital: Study Literatur. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 6764–6774.
- Kharani Putri, O., Zawawi, Z., & Warmana, O. (2024). Pendampingan Pendaftaran NIB Pada UMKM Sebagai Pengembangan Usaha dan Ekonomi Lokal Kelurahan Penjaringan Sari. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 1006–1013. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2418>
- Lestari, M. A., & Tomy, D. C. (2025). PENGARUH MARKETPLACE, SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL, DAN STRATEGI PROMOSI TERHADAP PERTUMBUHAN PENJUALAN UMKM DI ERA EKONOMI BERBASIS PLATFORM. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(1), 221–240.
- Maulidiyah, W. (2023). STRATEGI PEMBERDAYAAN BISNIS MASYARAKAT MELALUI AKTIVITAS DIGITALISASI UMKM GUNA Mengoptimalkan POTENSI PENJUALAN (STUDI KASUS PADA UMKM GUDANG SANDAL). Dalam *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 3). Diambil dari https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index
- Nurhayati, E. C., & Rahma, I. (2023). Penerapan Strategi UMKM Melalui Digitalisasi Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di Wonosobo. *JURNAL EKONOMIKA45*, 10(2), 702–711.
- Rifan, M., Fikri Amalia Rosyada, & Sifa Uchtiat Suhita. (2022). Pengaruh Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Produk Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Sahmiyya*, 1(2), 229–236.
- Saputra, A. R., & Kustini, K. (2024). Strategi Promosi Digital pada UMKM sebagai Penerapan Marketing Mix 4P. *Dedication : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 259–268. <https://doi.org/10.31537/dedication.v8i2.1983>
- Sitanggang, A. S., Salsabila, K. A., Qosamah, S., Azhar, M. F., & Saputro, N. K. (2024). Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Berbasis Qris terhadap Pelaku UMKM. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 33203–33209.
- Syauqi Qurrata, A., Khurnia, W., Mangunah, S., Amaya, T., & Laela Hilyatin, D. (2022). Nomor INduk Berusaha (NIB) sebagai Wujud Legalitas umkm di DESA KALICUPAK KIDUL KECAMATAN KALIBAGOR. *Prosiding Kapelmas*, 585–595.
- Tampubolon, M. V. R., Masyura Fanni Ramadhan, Yafet Punta Rizky, Nifta Ardilia Putri, Nisrina Aulia Adzka, & Dewi Puspa Arum. (2024). Upaya Transformasi Digital UMKM Desa Kalipecahegan dengan Optimalisasi QRIS, Google Maps, dan E-Commerce. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 3(3), 91–97. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v3i3.3066>