

PROPOSAL

PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



Transformasi Digital UMKM di RT 05 Cikoko melalui Pembuatan Media Promosi Berbasis Web dan Desain Pamflet Kreatif

Oleh:

Rachman Komarudin, M.Kom	(0310068401)
Ganda Wijaya, M.Kom	(0311028801)
Biktra Rudianto, M.Kom	(0311108602)
Kezia Tamariska Kohandi	(11240013)
Nuraeni	(11240172)

FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS NUSA MANDIRI
SEPTEMBER
2025

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Transformasi Digital UMKM di RT 05 Cikoko melalui Pembuatan Media Promosi Berbasis Web dan Desain Pamflet Kreatif
2. Mitra : Lapangan Tenis Meja (gg Hj. Salbiah Pengadegan Timur)
3. Ketua Pelaksana
 - a. Nama Lengkap : Rachman Komarudin
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. NIP : 201502045
 - d. Jabatan Fungsional : Lektor
 - e. Program Studi : Sistem Informasi (S1)
 - f. Email : rachman.rck@nusamandiri.ac.id
4. Jumlah Anggota : 2
 - Nama Anggota : Ganda Wijaya
 - Biktra Rudianto

Mahasiswa yang terlibat : 2 Orang
5. Lokasi Kegiatan/Mitra
 - a. Wilayah Mitra : Jakarta Selatan
 - b. Kabupaten/Kota : Jakarta
 - c. Propinsi : DKI Jakarta
6. Biaya : Rp.3.500.000,-

Jakarta, 3 September 2025

Mengetahui
Ketua LPPM Universitas Nusa Mandiri




**Ir. Andi Saryoko, M.Kom, IPM,
ASEAN.Eng**



Rachman Komarudin M.Kom

RINGKASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PM) ini bertujuan untuk mendorong transformasi digital bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah RT 05 Cikoko, Jakarta Selatan. Di era digitalisasi ekonomi saat ini, kemampuan promosi melalui media berbasis teknologi menjadi faktor penting untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Namun, sebagian besar pelaku UMKM di lingkungan tersebut masih mengandalkan metode promosi tradisional dan belum optimal dalam memanfaatkan teknologi digital. Melalui kegiatan ini, tim pelaksana akan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada para pelaku UMKM dalam pembuatan media promosi digital, yang meliputi desain pamflet kreatif serta pengembangan situs web sederhana sebagai sarana promosi produk secara online. Pendekatan kegiatan dilakukan melalui pelatihan interaktif, pendampingan teknis, serta praktek langsung dalam pembuatan konten promosi berbasis desain grafis dan website. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan literasi digital dan kemampuan promosi daring bagi para pelaku UMKM, sehingga mereka mampu menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi, memperkuat branding produk, dan memperluas akses pasar melalui media digital. Secara jangka panjang, program ini diharapkan mampu menciptakan ekosistem UMKM digital yang mandiri, kreatif, dan berdaya saing tinggi, serta menjadi model pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi informasi di lingkungan perkotaan.

Kata Kunci: UMKM; transformasi digital; media promosi; pengabdian masyarakat; Cikoko.

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Analisis Situasi	1
1.2. Identifikasi Masalah Mitra	4
1.3. Solusi Permasalahan.....	Error! Bookmark not defined.
1.4. Rencana Pelaksanaan	5
BAB II TARGET DAN LUARAN	6
2.1. Target	6
2.2. Luaran.....	6
BAB III METODE PENGABDIAN MASYARAKAT	9
BAB IV BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN	9
4.1. Anggaran Biaya.....	11
4.2. Jadwal Kegiatan	12
DAFTAR PUSTAKA	13

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai lebih dari 60%, serta menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional. Meskipun demikian, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pengembangan usaha, khususnya dalam hal promosi dan pemasaran produk[1].

Kondisi ini juga terjadi di wilayah RT 05 Cikoko, Jakarta Selatan, di mana sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan promosi konvensional seperti spanduk, brosur, dan pemasaran dari mulut ke mulut. Minimnya pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan media digital menyebabkan potensi pemasaran produk menjadi terbatas. Padahal, di era digitalisasi ekonomi saat ini, kemampuan memanfaatkan teknologi informasi dan media promosi berbasis web menjadi salah satu kunci keberhasilan bisnis[2].

Transformasi digital menjadi langkah strategis untuk memperkuat eksistensi UMKM lokal agar dapat bersaing di pasar yang lebih luas. Melalui kegiatan pengabdian ini, tim pelaksana berupaya menghadirkan solusi berupa pelatihan dan pendampingan pembuatan pamflet digital serta situs web sederhana guna memperkenalkan produk UMKM RT 05 Cikoko kepada masyarakat yang lebih luas[3].

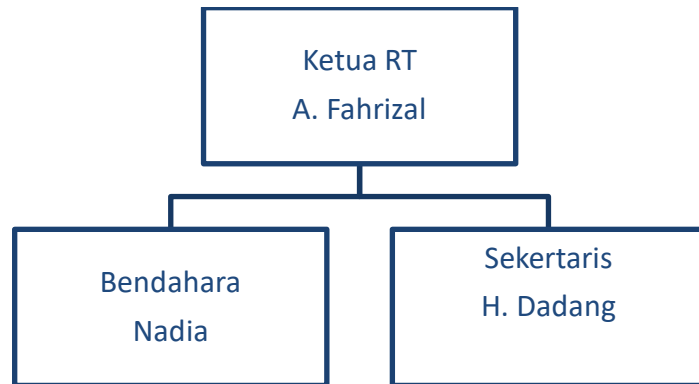
Adapun Visi Misi Yayasan Yatim Piatu dan Sosial IRMA adalah :

Visi : “Menciptakan Lingkungan yang aman, nyaman, tenteram serta membangun kerja sama antar masyarakat dalam pelaksanaan tanggung jawab serta tertib dalam administrasi serta meningkatkan keamanan dengan mengadakan ronda keliling kampung”

Misi :

1. Memberikan Pelayanan dengan cepat dan baik kepada masyarakat - Memperkuat tali silaturahmi RT dengan masyarakat khususnya warga RT 05 dan umumnya warga lain.

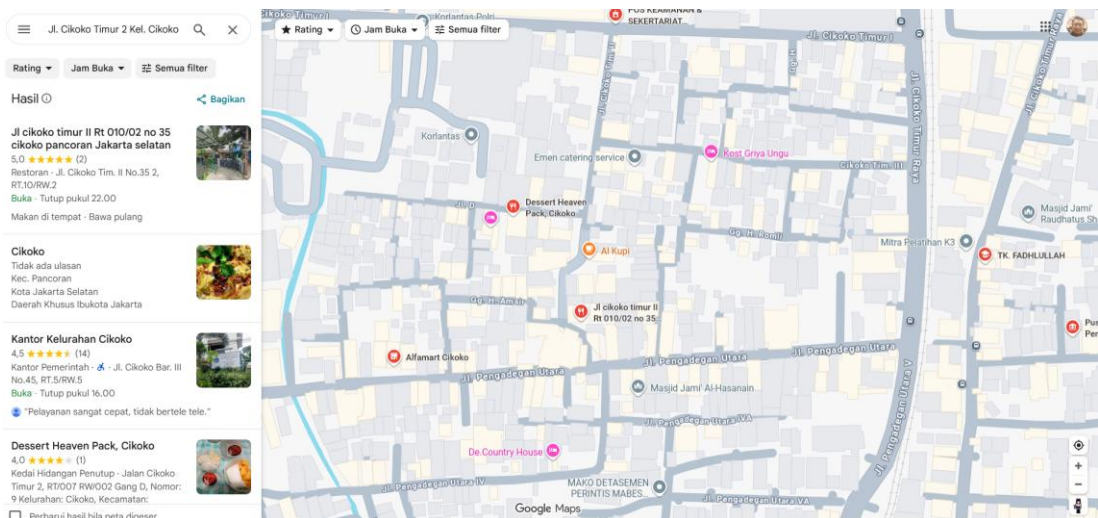
2. Mempererat rasa Ukhuwah Islamiah dan Nasionalisme dengan acara2 Keagamaan dan Peringatan Kemerdekaan NKRI
3. Mengadakan Kegiatan Gotong Royong untuk Membersihkan Lingkungan



Gambar 1. Struktur Organisasi RT 05 Cikoko Jakarta Selatan

Lokasi kesekretariatan Jl. Cikoko Timur 2 Kel. Cikoko Kec. Pancoran Jakarta Selatan 12770 atau dapat di cari dengan geolocation :

<https://maps.app.goo.gl/oaHWrQyF6xNyDkpb9>



Gambar 2. Kesekretariatan RT 05 Cikoko



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan RT 05 Cikoko

1.2. Identifikasi Masalah Mitra

Berikut adalah beberapa isu yang berhasil diidentifikasi Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan beberapa pelaku UMKM di RT 05 Cikoko, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan utama, yaitu:

1. Kurangnya pemahaman dan keterampilan digital dalam pembuatan media promosi seperti pamflet digital dan website.
2. Promosi produk masih bersifat tradisional, terbatas pada lingkungan sekitar tanpa dukungan media online.
3. Keterbatasan sumber daya manusia dan waktu dalam mengelola konten digital secara mandiri.
4. Belum adanya sarana promosi terpadu berbasis web yang menampilkan katalog produk UMKM secara kolektif.

Permasalahan-permasalahan ini menyebabkan rendahnya jangkauan promosi dan minimnya daya saing produk UMKM di pasar digital.

1.3. Solusi Permasalahan

Tabel 1. Solusi Permasalahan

Permasalahan	Solusi	Keterangan
Kurangnya pemahaman dan keterampilan digital dalam pembuatan media promosi seperti pamflet digital dan website.	Menyelenggarakan pelatihan dasar desain pamflet digital menggunakan aplikasi gratis seperti <i>Canva</i> dan <i>Figma</i> .	Pelatihan difokuskan pada peningkatan kemampuan desain visual dan pembuatan pamflet promosi yang menarik dan informatif.
Promosi produk masih bersifat tradisional dan belum memanfaatkan media digital secara optimal.	Melakukan pendampingan pembuatan website sederhana menggunakan platform <i>WordPress</i> atau <i>Google Sites</i> sebagai sarana promosi produk online.	Website digunakan sebagai etalase digital UMKM untuk menampilkan profil usaha, foto produk, dan informasi kontak.
Keterbatasan sumber daya manusia dan waktu dalam mengelola konten digital secara mandiri.	Mengadakan pelatihan manajemen konten digital dan strategi promosi online melalui media sosial dan website.	Peserta dilatih membuat konten promosi yang efektif, menarik, serta konsisten untuk menjaga eksistensi digital usaha.

Belum adanya sarana promosi terpadu berbasis web yang menampilkan katalog produk UMKM secara kolektif.	Membuat portal katalog produk UMKM RT 05 Cikoko yang berisi daftar dan tautan website masing-masing UMKM.	Portal ini menjadi wadah promosi bersama untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat identitas digital komunitas UMKM lokal.
--	--	--

1.4. Rencana Pelaksanaan

Target Peserta pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelaku UMKM yang berada di lingkungan RT 05 Cikoko Jakarta Selatan yang terdiri dari 20 orang. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dalam bentuk pelatihan yang dilakukan secara luring yang akan direalisasikan pada :

Hari : Sabtu

Tanggal : 11 Oktober 2025

Waktu : 08.00 WIB - Selesai

Tempat : Lapangan Tennis Meja (gg Hj. Salbiah Pengadegan Timur)

Tabel 2. Rincian Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Kegiatan	Tanggal	Keterangan
1	Persiapan	11 Oktober 2025	Persiapan Pengabdian kepada Masyarakat
2	Pelaksanaan	11 Oktober 2025 (08:00 – 08:15) WIB	Pembukaan
		11 Oktober 2025 (08:15 – 11:00) WIB	Pelatihan serta tanya jawab
3	Penutup	11 Oktober 2025 (11:00 – 12:00) WIB	Penutupan, photo bersama dan pemberian kenang-kenangan.

Dengan Susunan panitia Pengabdian kepada Masyarakat adalah sebagai berikut :

Penanggung Jawab : Ir. Andi Saryoko, M.Kom, IPM, ASEAN.Eng

Ketua Pelaksana : Rachman Komarudin, M.Kom

Tutor : Ganda Wijaya, M.Kom

Anggota : Biktra Rudianto, M.Kom

Mahasiswa : Kezia Tamariska Kohandi
Nuraeni

BAB II

TARGET DAN LUARAN

2.1. Target

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini secara umum ditujukan untuk meningkatkan kapasitas literasi digital dan kemampuan promosi berbasis teknologi bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah RT 05 Cikoko, Jakarta Selatan. Target kegiatan dirancang secara spesifik, terukur, dan berorientasi pada hasil agar memberikan dampak nyata serta berkelanjutan bagi para pelaku usaha lokal. Adapun target yang ingin dicapai dalam kegiatan ini meliputi:

1. Peningkatan Literasi Digital Dasar bagi Pelaku UMKM

Peserta mampu memahami konsep dasar penggunaan perangkat digital, internet, dan aplikasi desain sederhana seperti Canva serta platform pembuatan situs web seperti Google Sites atau WordPress untuk menunjang kegiatan promosi usaha.

2. Pemahaman tentang Strategi Promosi Digital dan Branding Produk

Peserta memiliki pengetahuan yang cukup mengenai konsep pemasaran digital, pentingnya citra merek (branding), serta cara mengoptimalkan media online seperti website dan pamflet digital sebagai alat promosi yang efektif.

3. Peningkatan Keterampilan Teknis dalam Desain dan Pengelolaan Media Promosi Digital

Peserta dapat membuat pamflet digital yang menarik dan informatif, serta mengembangkan situs web sederhana sebagai etalase online yang menampilkan produk, deskripsi usaha, dan informasi kontak secara profesional.

4. Meningkatkan Kemandirian dalam Pengelolaan dan Pemanfaatan Media Promosi Online

Peserta memiliki kemampuan dan kepercayaan diri untuk memperbarui konten promosi, mengelola situs web, serta memanfaatkan media sosial sebagai kanal pemasaran tanpa ketergantungan pada pihak luar.

5. Terbentuknya Komunitas UMKM Digital Mandiri di RT 05 Cikoko

Terbentuknya kelompok atau komunitas kecil pelaku UMKM yang berkomitmen untuk saling berbagi pengetahuan, mengelola portal katalog produk bersama, serta melanjutkan proses pendampingan digital secara berkelanjutan di bawah bimbingan tim pengabdian atau pengurus lingkungan.

2.2. Luaran

Luaran yang diharapkan dalam Pengabdian kepada Masyarakat di lingkungan RT 05 Cikoko Jakarta Selatan dengan tema Transformasi Digital UMKM di RT 05 Cikoko melalui Pembuatan Media Promosi Berbasis Web dan Desain Pamflet Kreatif sebagai berikut:

Tabel 3. Target Luaran

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian	Status Capaian
1	Publikasi di jurnal ilmiah cetak atau elektronik	Artikel di Jurnal Internasional	Tidak ada
		Artikel di Jurnal Nasional Terakreditasi	Tidak ada
		Artikel di Jurnal Nasional Tidak Terakreditasi	Draft
2	Artikel ilmiah dimuat di prosiding cetak atau elektronik	Internasional	Tidak ada
		Nasional	Tidak ada
		Lokal	Tidak ada
3	Artikel di media masa cetak atau elektronik	Nasional	Draft
		Lokal	Draft
4	Dokumentasi pelaksanaan	Video kegiatan	Draft
5	(Keynote Speaker/Invited) dalam temu ilmiah	Internasional	Tidak ada
		Nasional	Tidak ada
		Lokal	Tidak ada
6	Pembicara tamu (Visiting Lecturer)	Internasional	Tidak ada
7	Kekayaan Intelektual (KI)	Paten	Tidak ada
		Paten Sederhana	Tidak ada
		Perlindungan Varietas Tanaman	Tidak ada
		Hak Cipta	Tidak ada
		Merk Dagang	Tidak ada
		Rahasia Dagang	Tidak ada
		Desain Produk Industri	Tidak ada
		Indikasi Geografis	Tidak ada
8	Buku ber ISBN		Tidak ada
9	Book chapter		Tidak ada
10	Mitra Non Produktif	Pengetahuannya meningkat	Ya
		Keterampilannya meningkat	Tidak ada
		Kesehatannya meningkat	Tidak ada
		Pendapatannya meningkat	Tidak ada
		Pelayanannya meningkat	Tidak ada
11	Mitra Produktif Ekonomi/Perguruan Tinggi	Pengetahuannya meningkat	Tidak ada
		Keterampilannya meningkat	Tidak ada
		Kualitas produknya meningkat	Tidak ada
		Jumlah produknya meningkat	Tidak ada
		Jenis produknya meningkat	Tidak ada

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian	Status Capaian
		Kapasitas produksi meningkat	Tidak ada
		Berhasil melakukan ekspor	Tidak ada
		Berhasil melakukan pemasaran antar Pulau	Tidak ada
		Jumlah aset meningkat	Tidak ada
		Jumlah omsetnya meningkat	Tidak ada
		Jumlah tenaga kerjanya meningkat	Tidak ada
		Kemampuan manajemennya Meningkat	Tidak ada
		Keuntungannya meningkat	Tidak ada
		Income generating PT meningkat	Tidak ada
		Produk tersertifikasi	Tidak ada
		Produk terstandarisasi	Tidak ada
		Unit usaha berbadan hukum	Tidak ada
		Jumlah wirausaha baru mandiri	Tidak ada

BAB III

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mengadopsi metode Participatory Action Research (PAR), yaitu pendekatan berbasis partisipasi aktif mitra dalam setiap tahap kegiatan — mulai dari perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, hingga tindak lanjut keberlanjutan[4]. Melalui pendekatan ini, para pelaku UMKM di RT 05 Cikoko tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga menjadi subjek pembelajar aktif yang terlibat langsung dalam proses peningkatan kapasitas digital mereka.

Metode PAR terbukti efektif dalam berbagai program pemberdayaan komunitas dan digitalisasi UMKM, karena menekankan keterlibatan, kolaborasi, serta penciptaan solusi yang sesuai dengan kebutuhan nyata masyarakat [5].

Strategi Pelaksanaan Kegiatan

Strategi pelaksanaan kegiatan ini melibatkan serangkaian aktivitas partisipatif dan aplikatif yang disusun untuk mendukung transformasi digital UMKM. Adapun strategi utama meliputi:

a. Pre-Assessment

Melakukan identifikasi kebutuhan dan tingkat literasi digital awal pelaku UMKM melalui survei, wawancara, dan observasi. Hasil pre-assessment menjadi dasar penyusunan materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan mitra.

b. Pelatihan Tematik dan Praktis

Sesi pelatihan dilaksanakan dalam bentuk workshop interaktif dengan metode “learning by doing”, mencakup:

1. Pelatihan desain pamflet digital menggunakan Canva atau Figma.
2. Pelatihan pembuatan situs web sederhana berbasis Google Sites atau WordPress.
3. Pelatihan strategi promosi dan pengelolaan konten digital.

c. Pendampingan Intensif

Peserta akan didampingi oleh Dosen dan Mahasiswa yang tergabung dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat dalam praktik langsung membuat pamflet digital, mengunggah konten produk ke website, serta mempelajari pengelolaan media promosi digital yang berkelanjutan.

d. Post-Assessment dan Evaluasi Kinerja Peserta

Evaluasi dilakukan melalui penilaian produk digital (pamflet dan website), refleksi kegiatan, serta kuesioner kepuasan peserta untuk mengukur efektivitas pelatihan dan keberlanjutan program.

Metode Pengumpulan Data

Untuk menilai efektivitas kegiatan, digunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain[3]:

1. Observasi Langsung – Mengamati partisipasi peserta selama kegiatan pelatihan dan pendampingan berlangsung.
2. Kuesioner Pre-Test dan Post-Test – Mengukur peningkatan pengetahuan serta keterampilan peserta sebelum dan sesudah pelatihan.
3. Dokumentasi Produk Digital – Mengumpulkan hasil karya pamflet dan situs web yang dibuat oleh peserta.
4. Wawancara dan Testimoni Mitra – Mendapatkan umpan balik langsung dari pelaku UMKM terkait manfaat kegiatan dan kendala yang dihadapi.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

1. Hasil pre-test dan post-test dianalisis menggunakan uji gain score untuk mengukur tingkat peningkatan kompetensi peserta.
2. Sementara itu, hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dianalisis secara tematik, guna menggambarkan perubahan sikap, keterampilan, dan motivasi peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi usaha [7].

Pendekatan analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai keberhasilan program dan rekomendasi untuk pengembangan kegiatan serupa di masa mendatang.

BAB IV

BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

4.1. Anggaran Biaya

Pendanaan yang direncanakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bersumber dari dana para tutor dan anggota tutor dengan rincian dana sebagai berikut:

Tabel 4. Rencana Anggaran Biaya

No	Uraian	Qty	Harga	Jumlah
1. Akomodasi (Perjalanan/Penginapan)				
a.	Transportasi	1	Rp. 400.000-	Rp. 310.000
Subtotal				Rp. 310.000
2. Peralatan				
a.	Print dan Jilid Proposal	1	Rp. 30.000-	Rp. 30.000
b.	Print Modul	25	Rp. 20.000-	Rp. 500.000
Subtotal				Rp. 530.000
3. Perlengkapan & Makanan				
a.	Spanduk	1	Rp. 400.000-	Rp. 400.000
b.	Souvenir	20	Rp. 35.000-	Rp. 700.000
c.	Plakat	1	Rp. 200.000-	Rp. 200.000
Subtotal				Rp. 1.300.000
4. Biaya Lain-lain				
a.	Snack	35	Rp. 20.000-	Rp. 700.000
b.	Makan Siang	7	Rp. 30.000-	Rp. 210.000
c.	Modem	1	Rp. 300.000	Rp. 300.000
d.	Stok Kontak	5	Rp. 30.000	Rp. 150.000
Subtotal				Rp. 1.360.000
Total				Rp. 3.500.000

4.2. Jadwal Kegiatan

Sebelum melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, ketua pelaksana dibantu oleh para tutor melakukan penyusunan jadwal-jadwal kegiatan pengabdian kepada masyarakat, hal ini bertujuan agar setiap proses yang dikerjakan sesuai waktu yang telah ditetapkan sehingga diharapkan akan memperoleh hasil yang maksimal, berikut ini adalah timeline dari kegiatan pengabdian:

Tabel 5. Jadwal Kegiatan Pengabdian

No.	Uraian Kegiatan	Bulan ke					
		1	2	3	4	5	6
1.	Survey lapangan						
2.	Pengajuan Ijin ke Instansi						
3	Pengajuan Proposal Kegiatan						
4	Requirement						
5	Persiapan						
6	Pelaksanaan						
7	Evaluasi						
8	Publikasi kegiatan						
9	Pembuatan Hasil Laporan Akhir						

DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. Literatur, A. Strategi, and D. Peluang, “Adaptasi Dan Inovasi Digital UMKM Di Era-Pascapandemi :,” vol. 4, no. 5, pp. 7201–7206, 2025.
- [2] E. A. Manapa Sampetoding and M. Er, “Digital Transformation of Smart Village: A Systematic Literature Review,” *Procedia Comput. Sci.*, vol. 239, no. 2, pp. 1336–1343, 2024, doi: 10.1016/j.procs.2024.06.304.
- [3] Amir Iskandar, Sani Gazali, and Adi Prihanisetyo, “Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Digitalisasi: Implementasi Program Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM kota Balikpapan,” *Kegiat. Positif J. Has. Karya Pengabd. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 39–54, 2025, doi: 10.61132/kegiatanpositif.v3i2.1969.
- [4] B. K. Wijaya, I. P. H. Permana, and I. D. A. M. Sukahet, “Pelatihan Digital Marketing untuk UMKM di Denpasar,” *J. Digit. Community Serv.*, vol. 2, no. 2, pp. 15–23, 2025, doi: 10.69693/dcs.v2i2.30.
- [5] D. E. T. Safari, “Pengaruh Pelatihan Digital Marketing terhadap Peningkatan Kompetensi UMKM di Desa Grogol Berbasis Metode Kuantitatif,” *J. Abdimas Kartika Wijayakusuma*, vol. 6, no. 2, pp. 542–552, 2025, doi: 10.26874/jakw.v6i2.776.