Journal of Information Technology and Computer Science (INTECOMS)
Volume 8 Nomor 4, Tahun 2025
e-ISSN : 2614-1574
p-ISSN : 2621-3249

IMPLEMENTASI APLIKASI DIGITAL UNTUK PEMETAAN DAN PROMOSI UMKM DI MALAKA JAYA DUREN SAWIT JAKARTA TIMUR

IMPLEMENTATION OF DIGITAL APPLICATIONS FOR MAPPING AND PROMOTION OF MSMES IN MALAKA JAYA DUREN SAWIT EAST JAKARTA

Sutisna[1], Deny Saputra[2], Gipari Pradina Abdillah[3], Anggit Purnama[4]
Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Cipta Karya Informatika, DKI Jakarta, Indonesia[1,2,3,4]
ananasutisnapribadi@gmail.com[1], denysyahputra30@gmail.com[2],
giparipradinaabdillah@yahoo.com[3], sehanap06@gmail.com[4]

ABSTRACT

The development of the Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) sector is one of the strategic efforts to enhance the local economy. However, UMKM entrepreneurs in Malaka Jaya, Duren Sawit, East Jakarta face challenges in marketing their products and accessing relevant market information. Therefore, this community service activity aims to design and implement a web-based digital application that supports the mapping and promotion of UMKM. The implementation method includes several stages: surveys and observations to identify the needs of UMKM, data analysis, system requirement analysis, application development, and user testing and socialization. The designed application features key components such as a UMKM directory, location mapping based on business categories, and digital promotion services. The application was designed to be simple and user-friendly, ensuring it can be easily accessed by UMKM entrepreneurs. The results of the application implementation showed a positive impact on increasing the competitiveness and visibility of UMKM in the area. UMKM entrepreneurs reported an increase in the number of customers, more efficient marketing strategies, and broader access to local and regional markets. The conclusion of this activity is that the web-based digital application proves to be an effective solution to support UMKM development through the integration of information technology in marketing strategies. With this success, it is expected that this application can serve as a model for UMKM development in other areas.

Keywords **:** *UMKM, Digital Application, Marketing, Economic Development*.

ABSTRAK

Pengembangan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu upaya strategis untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Namun, pelaku UMKM di Malaka Jaya, Duren Sawit, Jakarta Timur menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka dan mengakses informasi terkait pasar. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan aplikasi digital berbasis web yang mendukung pemetaan dan promosi UMKM. Metode pelaksanaan kegiatan ini mencakup beberapa tahapan, yaitu survei dan observasi untuk mengidentifikasi kebutuhan UMKM, analisis data dan kebutuhan sistem, pengembangan aplikasi, serta uji coba dan sosialisasi kepada pengguna. Aplikasi yang dirancang memiliki fitur utama seperti direktori UMKM, pemetaan lokasi berdasarkan kategori usaha, dan layanan promosi digital. Desain aplikasi dibuat sederhana dan ramah pengguna agar dapat diakses dengan mudah oleh pelaku UMKM. Hasil dari implementasi aplikasi ini menunjukkan dampak positif terhadap peningkatan daya saing dan visibilitas UMKM di wilayah tersebut. Pelaku UMKM melaporkan peningkatan jumlah pelanggan, efisiensi strategi pemasaran, serta akses yang lebih luas ke pasar lokal dan regional. Kesimpulan dari kegiatan ini adalah bahwa aplikasi digital berbasis web mampu menjadi solusi efektif untuk mendukung pengembangan UMKM melalui integrasi teknologi informasi dalam strategi pemasaran. Dengan keberhasilan ini, diharapkan aplikasi ini dapat menjadi model bagi pengembangan UMKM di wilayah lain.

Kata Kunci: UMKM, Aplikasi Digital, Pemasaran, Pengembangan Ekonomi.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital menghadirkan peluang baru bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan aplikasi digital (Fahdia dkk., 2022). Aplikasi dapat menyediakan informasi terstruktur seperti lokasi, jenis usaha, kontak, serta deskripsi produk atau jasa, sehingga mempermudah konsumen dalam mengakses layanan UMKM (Wasan & Sariningsih, 2021). UMKM memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian Indonesia dengan menciptakan lapangan kerja dan

memenuhi kebutuhan masyarakat (Hendriadi dkk., 2019).

UMKM di RT 01, Malaka Jaya, Duren Sawit, menghadapi kendala seperti akses pasar yang terbatas dan strategi promosi yang kurang optimal akibat ketergantungan pada pemasaran konvensional. Di kawasan ini terdapat sekitar 40 Kartu Keluarga (KK) dengan 20 UMKM aktif yang bergerak di bidang kuliner, kerajinan, jasa, dan perdagangan kecil. Tingkat pendidikan masyarakat RT 01 cukup baik, di mana sebagian besar penduduk menyelesaikan pendidikan dasar hingga menengah, dengan 20% melanjutkan ke perguruan tinggi. Pendidikan ini berkontribusi pada diversifikasi profesi, di mana mayoritas penduduk berprofesi sebagai wiraswasta dan wirausahawan, sementara sebagian lainnya bekerja sebagai karyawan swasta, pegawai negeri, atau tidak memiliki pekerjaan tetap. Komunitas ini juga mayoritas memeluk agama Islam, dengan minoritas Kristen, Katolik, dan Hindu, yang mencerminkan keragaman sosial dan budaya. Dalam konteks ini, tingkat pendidikan dan latar belakang sosial menjadi faktor penentu dalam keberhasilan pengembangan UMKM (Pramono dkk., 2021). Hambatan dalam akses pasar dan promosi menjadi salah satu faktor yang menghambat perkembangan UMKM (Rahman, 2016). UMKM berperan signifikan dalam meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing di pasar lokal maupun global (Sharabati dkk., 2024). Implementasi teknologi digital dapat meningkatkan keterlibatan UMKM di pasar, sehingga memperkuat peran mereka dalam perekonomian daerah (Setyawati dkk., 2023). Oleh karena itu, pengembangan aplikasi digital untuk pemetaan dan promosi UMKM di RT 01, Malaka Jaya, menjadi solusi yang relevan untuk meningkatkan daya saing UMKM secara lokal.

Implementasi aplikasi digital di RT 01, Malaka Jaya, bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi warga melalui promosi UMKM lokal. RT berperan penting dalam memfasilitasi kolaborasi dan promosi UMKM serta memantau kegiatan ekonomi di wilayahnya. Namun, kekuatan pengaruh RT bergantung pada partisipasi aktif mereka dalam proses ini. Di sisi lain, warga mendapatkan manfaat langsung dari aplikasi ini, yang mempermudah akses informasi, berbelanja, dan berpartisipasi dalam pengembangan ekonomi lokal. Dengan aplikasi ini, warga lebih terhubung dengan ekonomi digital, sehingga kehidupan sehari-hari mereka menjadi lebih praktis dan efisien (Bruce dkk., 2023). Pada analisis kebutuhan informasi, aplikasi dirancang untuk meningkatkan visibilitas UMKM di wilayah RT 01 melalui fitur-fitur seperti data UMKM (nama usaha, jenis usaha, lokasi, kontak, dan produk/layanan), pemetaan lokasi, kategori usaha untuk pencarian yang lebih mudah, dan tombol WhatsApp untuk komunikasi langsung dengan pemilik UMKM. Informasi ini sangat penting bagi RT untuk mendukung kebijakan dan kolaborasi antar UMKM serta warga, meskipun pengaruhnya bergantung pada sejauh mana RT memanfaatkan informasi tersebut. Bagi warga, informasi yang tersedia dalam aplikasi, seperti detail pemilik UMKM, alamat usaha, kontak, jenis usaha, hingga deskripsi dan foto produk, memiliki dampak yang sangat kuat. Informasi ini membantu warga membuat keputusan berbelanja yang lebih percaya diri, mendorong interaksi langsung dengan UMKM, dan meningkatkan kepercayaan mereka dalam transaksi ekonomi lokal. Dengan fitur promosi, ulasan, dan rating, aplikasi ini diharapkan dapat menciptakan ekosistem ekonomi lokal yang lebih dinamis dan saling mendukung. Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan UMKM, mengembangkan aplikasi digital sesuai kebutuhan, serta mengevaluasi efektivitasnya. Dengan adanya aplikasi ini, diharapkan UMKM dapat terlibat lebih

aktif dalam pasar lokal, menarik konsumen lebih luas, dan mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di UMKM Malaka Jaya, Duren Sawit, Jakarta Timur dilakukan melalui tahapan yang sistematis. Tahap pertama adalah persiapan, yang mencakup identifikasi kebutuhan melalui survei dan wawancara dengan pelaku UMKM di RT 01, Malaka Jaya, untuk memahami tantangan utama dalam promosi dan pemetaan usaha. Selain itu, dilakukan koordinasi dengan stakeholder, seperti RT, perwakilan warga, dan pelaku UMKM, untuk mendapatkan masukan terhadap .desain aplikasi. Desain awal aplikasi dirancang berdasarkan kebutuhan utama yang meliputi fitur pemetaan lokasi UMKM, kategori usaha, dan sistem komunikasi langsung melalui WhatsApp.

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan, yang dimulai dengan pengembangan aplikasi digital sesuai dengan fitur yang telah direncanakan. Setelah aplikasi selesai dikembangkan, dilakukan pelatihan kepada pelaku UMKM untuk memastikan mereka mampu menggunakan aplikasi, termasuk dalam pengisian data usaha, pengunggahan foto produk, dan memanfaatkan fitur promosi. Kegiatan ini dilanjutkan dengan promosi aplikasi kepada masyarakat RT 01 agar mereka dapat mengunduh dan memanfaatkannya untuk mendukung UMKM lokal.

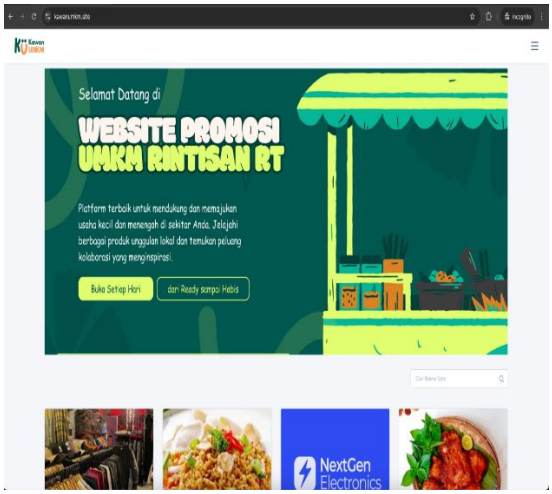
Tahap evaluasi dan monitoring dilakukan untuk mengukur keberhasilan implementasi. Dalam tahap ini, dilakukan uji coba aplikasi dengan melibatkan UMKM dan warga, serta mengumpulkan umpan balik untuk menyempurnakan aplikasi. Selain itu, dievaluasi efektivitas aplikasi dalam meningkatkan visibilitas UMKM dan tingkat kepuasan pengguna. Perbaikan aplikasi dilakukan berdasarkan hasil evaluasi, diikuti dengan pemberian dukungan teknis kepada pelaku UMKM agar mereka dapat memanfaatkan aplikasi secara maksimal.

Tahap terakhir adalah dokumentasi dan publikasi, di mana seluruh proses kegiatan disusun dalam bentuk laporan rinci yang mencakup proses pelaksanaan, hasil yang dicapai, dan tantangan yang dihadapi. Hasil kegiatan ini juga dipublikasikan melalui seminar, media sosial, atau jurnal pengabdian masyarakat untuk menginspirasi wilayah lain mengadopsi langkah serupa. Dengan pendekatan yang komprehensif ini, aplikasi digital diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan promosi UMKM, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal di Malaka Jaya, Duren Sawit, Jakarta Timur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi awal UMKM di RT 01, Malaka Jaya, Duren Sawit, Jakarta Timur, menunjukkan adanya tantangan signifikan dalam mempromosikan produk dan jasa mereka. Sebagian besar pelaku UMKM hanya mengandalkan metode pemasaran konvensional, seperti dari mulut ke mulut atau spanduk sederhana, yang membatasi jangkauan pasar mereka. Informasi mengenai lokasi, jenis usaha, dan kontak pelaku UMKM tidak terstruktur sehingga sulit diakses oleh konsumen. Akibatnya, daya saing UMKM lokal rendah, meskipun wilayah ini memiliki 20 UMKM aktif yang bergerak di bidang kuliner, kerajinan, jasa, dan perdagangan kecil. Selain itu, kurangnya pengetahuan tentang teknologi digital menjadi kendala utama bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan potensi platform digital. Warga di lingkungan ini juga memiliki keterbatasan dalam mengakses informasi produk atau jasa yang tersedia di sekitar mereka, sehingga aktivitas ekonomi lokal tidak berkembang secara optimal. Hal ini menunjukkan kebutuhan mendesak akan solusi berbasis teknologi yang dapat meningkatkan visibilitas UMKM dan kemudahan akses bagi konsumen. Platform digital yang dikembangkan

dengan pendekatan berbasis komunitas dapat meningkatkan akses pasar dan memperkuat daya saing UMKM di lingkungan lokal (Prihandono dkk., 2024). Setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian, yang melibatkan pengembangan dan implementasi aplikasi digital untuk pemetaan dan promosi UMKM, terdapat perubahan signifikan dalam dinamika ekonomi lokal. Aplikasi "Kawan UMKM" yang dikembangkan memiliki berbagai fitur yang mendukung promosi dan pengelolaan UMKM, termasuk halaman utama, detail UMKM, pengajuan UMKM, daftar pengajuan, login admin, dasbor, dan pengelolaan data UMKM dan produk. Fitur-fitur ini memungkinkan pelaku UMKM untuk memasukkan data usaha mereka, seperti nama usaha, lokasi, kontak, kategori produk, dan foto produk, sehingga mempermudah konsumen dalam mencari informasi.



Gambar 1.Tampilan Dari Aplikasi Web Media Promosi UMKM

Sosialisasi yang dilakukan selama dua hari berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dan warga tentang manfaat teknologi digital dalam promosi usaha. Pelatihan penggunaan aplikasi membuat pelaku UMKM lebih percaya diri dalam mengelola bisnis mereka secara digital. Setelah implementasi, aplikasi mulai digunakan oleh sebagian besar UMKM di RT 01, dan beberapa usaha mencatat peningkatan kunjungan dan pembelian karena konsumen dapat dengan mudah menemukan informasi melalui aplikasi. Pelatihan digital untuk pelaku UMKM berkontribusi pada peningkatan kapasitas mereka dalam menggunakan teknologi untuk pengelolaan bisnis. Implementasi teknologi informasi tidak hanya meningkatkan penjualan tetapi juga mendorong pelaku UMKM untuk lebih inovatif dalam strategi pemasaran (Istifadah & Tjaraka, 2021).

Dari sisi warga, aplikasi ini memberikan manfaat langsung dalam mempermudah akses ke produk dan jasa yang ada di lingkungan mereka. Warga dapat memilih produk berdasarkan kategori, melihat detail UMKM, dan bahkan menghubungi pelaku UMKM langsung melalui fitur WhatsApp. Selain itu, adanya fitur pemetaan lokasi UMKM membantu warga dan konsumen luar lingkungan untuk mengetahui posisi usaha secara akurat. Perbandingan kondisi sebelum dan sesudah pelaksanaan menunjukkan bahwa aplikasi digital memiliki dampak positif dalam mengatasi tantangan yang dihadapi UMKM di RT 01. Sebelum implementasi, promosi UMKM sangat terbatas, dan konsumen sulit mengakses informasi usaha. Dengan adanya aplikasi ini, visibilitas UMKM meningkat secara signifikan, dan pelaku UMKM memiliki alat yang efektif untuk memasarkan produk mereka. Aplikasi berbasis web memberikan solusi efisien untuk pemetaan UMKM, terutama di daerah dengan populasi padat. Selain itu, aplikasi yang menyediakan informasi lengkap tentang lokasi dan jenis usaha terbukti meningkatkan keterlibatan konsumen (Winarto, 2022).

Durasi pelaksanaan yang mencakup survey, pengumpulan data, sosialisasi, pengembangan aplikasi, dan evaluasi telah mengikuti timeline yang dirancang. Uji coba aplikasi memberikan hasil positif, di mana sebagian besar pengguna merasa puas dengan kemudahan yang ditawarkan aplikasi. Namun, diperlukan evaluasi berkala untuk memastikan aplikasi tetap relevan dengan kebutuhan pengguna dan

menambahkan fitur yang lebih canggih di masa depan. Dengan membandingkan hasil Pengabdian Kepada Masyarakat dapat disimpulkan bahwa implementasi aplikasi digital di RT 01, Malaka Jaya, Duren Sawit, Jakarta Timur, berhasil menciptakan dampak positif yang sejalan dengan temuan-temuan sebelumnya. Hal ini menunjukkan potensi luas teknologi digital untuk mengakselerasi perkembangan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian yang dilakukan di RT 01 RW 13, Malaka Jaya, Duren Sawit, Jakarta Timur, menunjukkan bahwa implementasi aplikasi digital berbasis website untuk UMKM berhasil memberikan solusi terhadap berbagai tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha kecil dan menengah di wilayah tersebut. Aplikasi ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan utama UMKM dalam mempromosikan produk mereka dan mengakses informasi pasar yang relevan. Kendala yang sering dialami, seperti keterbatasan jangkauan pemasaran dan kurangnya akses terhadap informasi mengenai tren pasar, peluang bisnis, serta pelatihan kewirausahaan, berhasil diatasi dengan fitur-fitur dalam aplikasi. Fitur seperti pemetaan UMKM berdasarkan kategori usaha, direktori produk, dan layanan promosi digital dibuat dengan desain sederhana dan ramah pengguna untuk mempermudah adopsi teknologi.

Uji coba aplikasi ini menunjukkan hasil yang positif, di mana pengguna melaporkan adanya peningkatan jumlah pelanggan, efisiensi dalam strategi pemasaran, dan penguatan citra usaha mereka. Aplikasi ini juga memberikan dampak signifikan dalam memperluas akses UMKM ke pasar lokal dan regional, sehingga meningkatkan daya saing pelaku usaha. Selain itu, interaksi antar-pengguna yang difasilitasi oleh aplikasi memperkuat jaringan bisnis lokal dan menciptakan peluang kolaborasi yang lebih luas. Dengan demikian, penerapan teknologi digital melalui aplikasi ini tidak hanya membantu UMKM dalam meningkatkan visibilitas dan pemasaran produk, tetapi juga menjadi langkah strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis komunitas di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan kontribusi berharga dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Ketua RT 01 RW 13 beserta jajaran, yang telah memberikan izin dan dukungan penuh selama proses pelaksanaan kegiatan. Kami juga menghaturkan terima kasih kepada para pelaku UMKM di wilayah Malaka Jaya yang telah bersedia bekerja sama, memberikan data, serta berbagi pengalaman dan masukan yang sangat bermanfaat untuk pengembangan aplikasi ini. Penghargaan khusus kami berikan kepada rekan-rekan tim pelaksana yang telah bekerja keras dengan penuh dedikasi, serta kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu, namun telah memberikan kontribusi yang tidak ternilai dalam bentuk dukungan moral maupun material. Semoga hasil dari kegiatan ini memberikan manfaat yang nyata bagi pengembangan UMKM di Malaka Jaya dan dapat menjadi inspirasi untuk pengembangan teknologi digital di bidang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Bruce, E., Shurong, Z., Ying, D., Yaqi, M., Amoah, J., & Egala, S. B. (2023). The Effect of Digital Marketing Adoption on SMEs Sustainable Growth: Empirical Evidence from Ghana. *Sustainability, 15*(6), Article 6. https://doi.org/10.3390/su15064760

Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., Heriyanto, & Saputra, I. (2022).

Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, *2*(1), Article 1. https://doi.org/10.25008/abdiformatika.v2i1.147

Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA*, *4*(2), 120–125.

Istifadah, N., & Tjaraka, H. (2021). *The Competitive Strategy of SMEs in Digital Era*. 415–419. https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210507.062

Pramono, R., Sondakh, L. W., Bernarto, I., Juliana, J., & Purwanto, A. (2021). Determinants of the Small and Medium Enterprises Progress: A Case Study of SME Entrepreneurs in Manado, Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, *8*(1), 881–889. https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.881

Prihandono, D., Wijaya, A. P., Wiratama, B., Prananta, W., & Widia, S. (2024). Digital transformation to enhance Indonesian SME performance: Exploring the impact of market competition and digital strategy. *Problems and Perspectives in Management*, *22*(2), 103.

Rahman, Z. (2016). The Difficulties Faced by Micro and Small Enterprises in the Formal Market Access: The Case in Small and Micro Enterprises in the Cities of Makassar and Kabupaten Gowa South Sulawesi. *Journal of Humanity*, *4*(1), 92–103. https://doi.org/10.14724/jh.v4i1.60

Setyawati, A., Suggangga, A., Wibowo, N. A., Rahma, A., & Maula, F. I. (2023). Ability to use digitalization in increasing the competitive advantages of Msmes in Indonesia: Systematic literature review (SLR). *International Journal of Economics and Management Research*, *2*(2), 48–65.

Sharabati, A.-A. A., Ali, A. A. A., Allahham, M. I., Hussein, A. A., Alheet, A. F., & Mohammad, A. S. (2024). The Impact of Digital Marketing on the Performance of SMEs: An Analytical Study in Light of Modern Digital Transformations. *Sustainability*, *16*(19), Article 19. https://doi.org/10.3390/su16198667

Wasan, G. H., & Sariningsih, A. (2021). Pelatihan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Digital Di Kecamatan Citeureup. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, *1*(1), 31–36. https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.7

Winarto, W. W. A. (2022). Digitalization in supporting the development of Small and Medium Enterprises (SME) evidence in Indonesia. *Social Sciences and Education Research Review*, *9*(1), 67–72.