

PEMBERDAYAAN PESERTA PROGRAM JAKPRENEUR BINAAN SUKU DINAS PERINDUSTRIAN PERDAGANGAN KOPERASI USAHA KECIL DAN MENENGAH MELALUI PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* DI KOTA ADMINISTRASI JAKARTA BARAT

Ilyasa Sulya Alfa
NPP. 32.0346

Asdaf Administrasi Jakarta Barat, Provinsi DKI Jakarta
Program Studi Pembangunan Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat
Email: 32.0346@praja.ipdn.ac.id

Pembimbing Skripsi: Ir. Juliati Prihatini, M.Si

ABSTRACT

Problem Statement: The Jakpreneur program serves as a medium for collaboration between MSMEs and the West Jakarta government. However, utilization of digital marketing has not been fully mastered by program participants, resulting in limited use of digital channels for market expansion. **Purpose:** This study aims to analyze and describe the empowerment efforts conducted by the Industry, Trade, Cooperatives, and SMEs Sub-Department (PPKUKM) of West Jakarta City through the utilization of digital marketing. **Method:** A qualitative descriptive approach was employed, with data collected via participant observation, documentation, and semi-structured interviews using purposive and accidental sampling. **Results:** Empowerment is structured around the “7P” framework registration, mentoring, licensing, marketing, financial reporting, and capital facilitation and has been implemented comprehensively across program stages. **Conclusion:** To sustain and deepen empowerment, digital marketing utilization must be continually enhanced through tailored programs that align with ongoing digital transformation.

Keywords: digital marketing; empowerment; Jakpreneur; MSMEs.

ABSTRAK

Permasalahan/Latar Belakang: Program Jakpreneur menjadi wadah kolaborasi antara UMKM dan Pemerintah Jakarta Barat, namun penguasaan digital marketing oleh peserta masih terbatas sehingga jangkauan pasar digital belum optimal. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan menganalisis dan mendeskripsikan pemberdayaan peserta program Jakpreneur binaan Suku Dinas PPKUKM Kota Jakarta Barat melalui pemanfaatan digital marketing. **Metode:** Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan dengan teknik pengumpulan data melalui observasi partisipan, dokumentasi, dan wawancara semi-terstruktur menggunakan purposive sampling dan accidental sampling. **Hasil:** Pemberdayaan dirancang berdasarkan kerangka “7P” pendaftaran, pendampingan, perizinan, pemasaran, pelaporan keuangan, dan permodalan dan telah dilaksanakan secara menyeluruh di setiap tahap program. **Kesimpulan:** Pemanfaatan digital marketing perlu terus ditingkatkan melalui program-program yang selaras dengan transformasi digital guna memperkuat pemberdayaan UMKM.

Kata Kunci: digital marketing; pemberdayaan; Jakpreneur; UMKM.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan strategis dalam perekonomian Jakarta Barat, baik sebagai penopang penyerapan tenaga kerja maupun penggerak pertumbuhan ekonomi lokal, berdasarkan pendapat Chen et al., (2025) Partisipasi masyarakat dalam kegiatan kewirausahaan menghasilkan kontribusi sosial dan finansial bagi masyarakat. Menyadari besarnya potensi ini, Suku Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (PPKUKM) Kota Administrasi Jakarta Barat meluncurkan Program Jakpreneur untuk mendorong pelaku UMKM meningkatkan kapasitas dan daya saing mereka. Salah satu fokus utama program ini adalah pemanfaatan digital marketing, menurut Handoko et al., (2024), masih banyak pelaku usaha kecil masih menjalankan usaha secara manual tanpa inovasi digital, dan belum memenuhi standar kualitas yang layak. Hal ini menunjukkan pentingnya pelatihan teknologi dan inovasi produk dalam program pemberdayaan.

Sayangnya, tingkat penguasaan digital marketing oleh sebagian besar peserta Jakpreneur masih rendah, sehingga hanya sedikit UMKM yang memanfaatkan platform-platform digital secara optimal untuk memasarkan produk mereka. Berdasarkan pendapat Handoko et al., (2024) Satu isu utama adalah kurangnya promosi dan pemasaran melalui teknologi informasi. Sebagai gantinya, masyarakat banyak yang mengandalkan perantara, yang menghalangi mereka menjual langsung ke pasar dan konsumen dengan harga yang mereka tentukan sendiri. Kondisi ini terlihat dari masih minimnya penggunaan media sosial, marketplace, dan analitik digital dalam praktik sehari-hari pelaku usaha, padahal menurut Santoso et al., (2024) bahwa pemanfaatan platform digital untuk kegiatan promosi dan distribusi produk UMKM terbukti mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan peluang penjualan. Selain itu, hambatan seperti keterbatasan literasi teknologi, akses infrastruktur jaringan yang belum merata, serta kurangnya bimbingan teknis terstruktur semakin memperlebar kesenjangan antara potensi UMKM dengan realisasi capaian digitalnya.

Kesenjangan tersebut menimbulkan kebutuhan mendesak untuk memahami lebih dalam bagaimana model pemberdayaan termasuk pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi kebijakan dapat dioptimalkan agar transformasi digital UMKM peserta Jakpreneur yang dikelola oleh dinas dapat berjalan lebih efektif dan mampu berperan dalam peningkatan PDB dan penyerapan tenaga kerja, selaras dengan pernyataan Eljawati (2021) bahwa UMKM di Indonesia memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan UMKM diharapkan mampu memanfaatkan sumber daya nasional, termasuk tenaga kerja, dan mencapai pertumbuhan ekonomi yang maksimum. Dengan kerangka analisis yang terintegrasi pada setiap tahap pemberdayaan, mulai dari pendaftaran hingga permodalan, penelitian ini berupaya mengisi kekosongan literatur mengenai implementasi digital marketing dalam skema pemberdayaan program pemerintah daerah di Jakarta Barat.

1.2 Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)

Meskipun studi-studi terdahulu telah membahas peran digital marketing dalam meningkatkan jangkauan pasar UMKM, hampir semua hanya meninjau aspek teknis seperti penggunaan media sosial atau marketplace tanpa memasukkan kerangka pemberdayaan yang terstruktur secara kebijakan daerah. Dalam konteks Program Jakpreneur di Jakarta Barat, belum ada penelitian yang menerapkan model “7P” (pendaftaran, pendampingan, perizinan, pemasaran, pelaporan keuangan, dan permodalan) untuk mengevaluasi secara holistik bagaimana setiap tahap pemberdayaan berkontribusi pada kemampuan digital marketing peserta serta kerap bersifat cross-sectional dan mengandalkan data kualitatif semata, sehingga tidak mampu menangkap dinamika perubahan kompetensi digital peserta dari waktu ke waktu.

Padahal, efektivitas intervensi harus dinilai untuk mengetahui apakah peningkatan literasi digital yang dicapai bersifat bertahan dan berdampak pada kinerja bisnis jangka panjang.

Meski telah ada kajian tentang hambatan umum UMKM dalam adopsi teknologi, masih sedikit yang menggali hambatan internal (literasi digital, sikap, kesiapan sumber daya manusia) dan eksternal (infrastruktur jaringan, dukungan kebijakan, akses modal) secara spesifik untuk peserta Jakpreneur. Ketiadaan pemetaan mendalam terhadap hambatan-hambatan ini menyulitkan perumusan strategi pemberdayaan yang benar-benar terintegrasi dan kontekstual di wilayah Jakarta Barat. Minimnya penelitian yang mengkaji sinergi antar-instansi khususnya antara Suku Dinas PPKUKM, penyedia pelatihan, dan platform digital mengakibatkan rekomendasi kebijakan dan model pemberdayaan yang dihasilkan cenderung parsial. Padahal, efektivitas digital marketing UMKM tidak hanya bergantung pada kemampuan pelaku usaha, tetapi juga pada keberlanjutan dukungan kebijakan dan kolaborasi antara pemangku kepentingan lokal.

Berdasarkan gap tersebut, penelitian ini berupaya menyajikan analisis yang lebih komprehensif dengan menerapkan kerangka “7P” dalam evaluasi program pemberdayaan, mengadopsi desain penelitian longitudinal untuk memantau perkembangan digital marketing peserta, memetakan hambatan internal dan eksternal secara spesifik, serta mengeksplorasi mekanisme sinergi antar-instansi dalam mendukung transformasi digital UMKM di Jakarta Barat. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu mengisi kekosongan literatur dan memberikan rekomendasi implementatif yang lebih terintegrasi.

1.3 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya telah menjadi pijakan bagi penelitian ini, Sulaksono (2020) meneliti peranan digital marketing bagi UMKM Desa Tales Kabupaten Kediri dengan menggunakan teori Digital Marketing Stelzner (2012) dan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasilnya menunjukkan bahwa meski pelaku UMKM tertarik memanfaatkan media sosial dan marketplace, mereka masih menghadapi kendala kurangnya pemahaman teknologi informasi dan strategi konten yang efektif. Hana (2023) mengkaji pemberdayaan UMKM kuliner dalam Program Jakpreneur di Kecamatan Tamansari, Jakarta Barat, dengan teori pemberdayaan Soebianto (2013) dan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini mengidentifikasi dimensi pemberdayaan bina manusia, bina usaha, bina lingkungan, dan bina kelembagaan namun menemukan bahwa implementasinya belum optimal karena hambatan koordinasi dan akses sumber daya dengan menggunakan teori Transformasi Digital Ivančić et al., (2019) untuk mengevaluasi digitalisasi pemasaran UMKM oleh Suku Dinas PPKUKM Kota Jakarta Utara. Lewat observasi, wawancara, dan dokumentasi, studi ini menyoroti proses digitalisasi yang dijalankan program Jakpreneur di wilayah tersebut, sekaligus faktor penghambat seperti infrastruktur dan kapabilitas pelaku usaha. Berbeda dengan ketiga studi tersebut, penelitian ini menitikberatkan pada model pemberdayaan peserta Program Jakpreneur binaan Suku Dinas PPKUKM Kota Jakarta Barat, dengan fokus khusus pada pemanfaatan digital marketing sebagai instrumen pemberdayaan, identifikasi faktor penghambat, dan upaya strategis untuk mengatasi hambatan tersebut. Pendekatan ini mengisi kekosongan penelitian sebelumnya yang belum secara eksplisit mengaitkan program Jakpreneur dengan strategi digital marketing dalam kerangka pemberdayaan UMKM di Jakarta Barat.

1.4 Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menggabungkan dua fokus yang jarang diangkat bersamaan dalam literatur UMKM: model pemberdayaan program pemerintah daerah dan pemanfaatan digital marketing sebagai instrumen utama. Pertama, studi ini adalah yang pertama menerapkan kerangka “7P” (pendaftaran, pendampingan, perizinan, pemasaran,

pelaporan keuangan, dan permodalan) untuk mengevaluasi secara sistematis proses pemberdayaan peserta Jakpreneur, sekaligus menelaah secara mendetail setiap tahapnya dalam konteks digital marketing. Kedua, penelitian ini memetakan secara komprehensif faktor-faktor penghambat internal (keterbatasan literasi digital, kesiapan teknologi) dan eksternal (akses infrastruktur, supported policy) dalam pemanfaatan digital marketing oleh UMKM peserta Jakpreneur, lalu mengurai upaya terintegrasi yang telah dilakukan Suku Dinas PPKUKM untuk mengatasi hambatan tersebut sebuah pendekatan holistik yang belum pernah dibahas dalam studi terdahulu di Jakarta Barat maupun skala nasional. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkaya pemahaman tentang sinergi antara kebijakan daerah dan transformasi digital UMKM, tetapi juga menghadirkan kerangka analisis baru yang dapat dijadikan blueprint bagi program pemberdayaan serupa di wilayah lain.

1.5 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pemberdayaan peserta program Jakpreneur binaan Suku Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Jakarta Barat sebagai yang memimpin fungsi dalam berjalannya program, berdasarkan pernyataan Purnomo & Purwandari (2025), bahwa kepemimpinan memainkan peran sentral dalam memberdayakan UMKM, berfungsi sebagai landasan yang menghubungkan faktor-faktor dasar dengan hasil yang sukses dalam yang berkelanjutan. Sekaligus mengidentifikasi sejauh mana faktor-faktor penghambat seperti keterbatasan pemahaman teknologi dan jaringan pemasaran mempengaruhi efektivitas pemberdayaan tersebut, serta menggambarkan upaya-upaya strategis yang telah dan dapat dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut dengan dinas agar optimalisasi digital marketing dapat memperkuat kapasitas UMKM di wilayah Jakarta Barat.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berdasarkan Creswell (2018) yang berpendapat kualitatif merupakan pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna, dalam konteks ini untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai proses pemberdayaan peserta Program Jakpreneur binaan Suku Dinas PPKUKM Kota Administrasi Jakarta Barat melalui pemanfaatan digital marketing. Data dikumpulkan melalui observasi partisipan untuk menangkap dinamika interaksi saat pelatihan dan pendampingan serta dokumentasi resmi program dan modul pelatihan, dan wawancara semi-terstruktur dengan informan kunci (pejabat PPKUKM, pengelola program, dan pelaku UMKM) yang dipilih secara purposive dan accidental sampling guna memperoleh variasi perspektif yang representatif.

Analisis data dilakukan secara interaktif mengikuti model dari Miles et al., (2014), yakni tahap reduksi data untuk merangkum temuan utama, penyajian data dalam narasi dan matriks tematik, serta verifikasi melalui triangulasi sumber, teknik, dan teori agar validitas temuan terjamin. Keandalan data diperkuat dengan audit trail dan pengecekan ulang transkrip wawancara untuk memastikan konsistensi interpretasi sepanjang proses penelitian.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis menganalisis pemberdayaan peserta program jakpreneur binaan suku dinas perindustrian perdagangan koperasi usaha kecil dan menengah melalui pemanfaatan digital marketing di Kota Administrasi Jakarta Barat berdasarkan pendapat Tumija (2022), Permasalahan UMKM yang utama adalah masih kurangnya penggunaan teknologi/digitalisasi dalam pengoperasian atau pengembangan bisnis usahanya, terutama terkait dengan media digital atau e-marketing. Penulis sendiri menganalisis skripsi ini menggunakan teori

pemberdayaan UMKM Tambunan (2009) dengan dimensi akses terhadap sumber daya produktif, pengembangan kapasitas dan kompetensi, iklim usaha yang mendukung, pengembangan jaringan usaha dan kemitraan. Pembahasan tersebut dapat terlihat pada subbab berikut.

3.1 Akses Terhadap Sumber Daya Produktif

Sudin PPKUKM memfasilitasi akses modal bagi peserta melalui program Kredit Usaha Rakyat (KUR) bunga rendah, di mana pendampingan pengurusan persyaratan hingga pertemuan dengan pihak bank (Bank DKI & BRI) membantu pelaku usaha memperoleh dana ekspansi tanpa beban tinggi. Dalam hal teknologi, program Jakpreneur mendorong penggunaan digital marketing pelatihan softskill dan hardskill sehingga peserta semakin mahir memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk promosi. Didukung oleh pernyataan dari salah satu peserta program Jakpreneur dibidang sablon, Bapak Nanda, pada hari Rabu, 15 Januari 2025 yang menyatakan Akses modal yang difasilitasi oleh Jakpreneur Sudin PPKUKM Kota Jakarta Barat berupa KUR sangat membantu dalam ekspansi kapasitas produksi yang. Persyaratan yang diperlukan untuk mengajukan pinjaman modal ke pihak bank dibina dan dijembatani sehingga modal yang diperlukan dapat cair Untuk akses pasar, Sudin PPKUKM menyiapkan beberapa titik Lokasi Binaan (Lokbin) dan Lokasi Sementara (Loksem) serta mendorong partisipasi dalam bazar dan katalog khusus Tokopedia “Semarak Jumat Beli Lokal”, sehingga UMKM dapat menjangkau konsumen offline maupun online.

3.2 Pengembangan Kapasitas dan Kompetensi

Pemberdayaan kapasitas diwujudkan melalui pelatihan kewirausahaan yang digelar gratis merata di delapan kecamatan (32 sesi tahun 2025), dengan materi disesuaikan kebutuhan peserta misalnya strategi pemasaran, penggunaan GrabExpress/Kios, dan teknis pasokan modern market. Pendampingan “adik-kakak asuh” memperkuat keterampilan manajerial dengan transfer praktik manajemen harian dari pelaku usaha senior kepada pemula, hal ini didukung oleh pernyataan Kepala Seksi Koperasi UKM, Bapak Nyoman Mahendra Suryadinatha, pada hari Jumat, 10 Januari 2025 yang menyampaikan bahwa Inovasi produk peserta program Jakpreneur cenderung merupakan hasil pemikiran dari masing-masing individu berdasarkan pelatihan-pelatihan yang telah mereka terima. Namun dalam inovasi desain kemasan itu merupakan program dari Sudin PPKUKM dalam memberikan desain kemasan gratis yang layak untuk komersial. Dari partisipan juga melaporkan bahwa hasil pelatihan mendorong inovasi pada kemasan dan layanan seperti pengembangan jenis produk baru serta peningkatan kualitas tampilan kemasan secara mandiri dengan dukungan Sudin PPKUKM.

3.3 Iklim Usaha yang Mendukung

Kemudahan perizinan menjadi sorotan pembuatan NIB, SNI, sertifikasi halal, BPOM, dan HAKI difasilitasi tanpa biaya oleh Sudin PPKUKM, sehingga pelaku usaha merasa prosesnya lebih ringan. Salah satu contohnya yang dirasakan salah satu peserta program Jakpreneur, Ibu suparni, pada hari Rabu, 22 Januari 2025 menjelaskan bahwa Sudin PPKUKM memberikan fasilitasi perizinan secara menyeluruh dan gratis. Perizinan yang difasilitasi oleh Sudin PPKUKM Jakarta Barat di antaranya adalah Nomor Induk Berusaha (NIB), Sertifikasi Nilai Gizi BPOM, Sertifikasi Halal, Sertifikasi Hak Kekayaan Intelektual (HAKI), dan perizinan lain yang mungkin dibutuhkan. Perlindungan hukum diwujudkan melalui pendampingan pendaftaran HAKI, memberi rasa aman atas kekayaan intelektual merek dan desain produk.

3.4 Pengembangan Jaringan Usaha dan Kemitraan

Program adik-kakak asuh tidak hanya memfasilitasi transfer keterampilan, tetapi juga memperluas jaringan peserta dimotivasi menempatkan produk pada lapak mitra asuh untuk meningkatkan visibilitas dan omset. Kerja sama dengan usaha besar difokuskan pada upaya menjajaki CSR dan distribusi melalui minimarket (misalnya Indomaret), meski beberapa pelaku mengaku belum berhasil bertahan karena persaingan harga. Fasilitas pemasaran digital melalui katalog Tokopedia dan event “Semarak Jumat Beli Lokal” mempertemukan UMKM dengan konsumen dan mitra potensial, memperkuat koneksi bisnis lintas sektor.

3.5 Diskusi Temuan Utama Penelitian

Penulis menganalisis pemberdayaan peserta program jakpreneur binaan suku dinas perindustrian perdagangan koperasi usaha kecil dan menengah melalui pemanfaatan digital marketing di Kota Administrasi Jakarta Barat, berdasarkan hasil penelitian, penulis menemukan beberapa temuan kunci berdasarkan dari dimensi yang telah ditentukan pada pembahasan berikut.

A. Akses Terhadap Sumber Daya Produktif

Temuan menunjukkan bahwa kemitraan Sudin PPKUKM dengan perbankan memegang peranan krusial dalam mempermudah UMKM mendapatkan modal (KUR) dengan prosedur yang terbimbing dan bunga ringan. Hal ini sejalan dengan literatur yang menekankan pentingnya akses modal formal dalam mendorong pertumbuhan usaha mikro (Tambunan, 2009). Namun, meski peserta merasakan manfaat pendampingan, perlu digali lebih lanjut faktor non-keuangan seperti kepercayaan bank dan literasi keuangan yang masih menjadi hambatan terselubung dalam pengajuan kredit.

Selain itu, dorongan kuat terhadap pemanfaatan teknologi digital terutama media sosial, aplikasi editing, dan platform marketplace mengindikasikan bahwa transfer pengetahuan penggunaan teknologi efektif mengubah pola pemasaran UMKM dari tradisional ke digital. Temuan ini memperkuat argumen bahwa intervensi pelatihan teknologi digital dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang semakin terdigitalisasi. Partisipasi aktif dalam bazar dan kanal Tokopedia “Semarak Jumat Beli Lokal” membuktikan bahwa pengembangan kanal distribusi hibrid mampu memperluas pangsa pasar UMKM, meski terkadang masih terhambat oleh skala ekonomi dan biaya logistik.

B. Pengembangan Kapasitas dan Kompetensi

Model pelatihan kewirausahaan Sudin PPKUKM yang beragam dan dipersonalisasi sesuai kebutuhan peserta dengan frekuensi 32 sesi di delapan kecamatan menunjukkan efektivitas pendekatan desentralisasi dalam pemberdayaan. Hal ini mendukung temuan sebelumnya bahwa program pelatihan yang kontekstual meningkatkan adopsi praktik bisnis baru oleh UMKM (Tambunan, 2009).

Pendampingan “adik-kakak asuh” berperan ganda: selain transfer keterampilan manajerial, juga memperkuat jejaring sosial antar-pelaku usaha sehingga tercipta budaya kolaborasi yang berkelanjutan. Meskipun begitu, efektivitas mentor perlu dilengkapi dengan indikator keberhasilan yang terukur agar dampak jangka panjangnya dapat dievaluasi secara sistematis. Dorongan inovasi kemasan dan layanan walau masih bersifat minimalis berupa motivasi dan coaching, mengindikasikan bahwa intervensi pengembangan produk perlu diperkuat dengan fasilitasi desain dan modal riset pasar agar inovasi dapat lebih berdaya saing di pasar massal.

C. Iklim Usaha yang Mendukung

Kemudahan perizinan dan sertifikasi (NIB, halal, BPOM, HAKI) tanpa biaya telah menurunkan hambatan formalitas hukum, memberikan rasa aman dan legitimasi bagi pelaku usaha. Ini konsisten dengan teori bahwa dukungan regulasi pro-UMKM meningkatkan tingkat formalitas usaha dan akses pasar (Tambunan, 2009). Namun, implementasi insentif pajak ternyata belum dirasakan langsung di lapangan terlihat dari minimnya pelaku yang melaporkan pengurangan beban pajak meski berhak. Hal ini menandakan perlunya sosialisasi lebih gencar dan simplifikasi akses insentif fiskal. Proteksi kekayaan intelektual melalui pendampingan pendaftaran HAKI memperlihatkan inisiatif perlindungan jangka panjang, walau efektivitasnya tergantung pada pemahaman UMKM terhadap nilai strategis HAKI.

D. Pengembangan Jaringan Usaha dan Kemitraan

Program Adik-Kakak Asuh tidak hanya mentransfer pengetahuan, tetapi juga membangun jejaring distribusi peserta baru dapat memanfaatkan lapak mentor untuk memperkenalkan produk mereka. Hal ini menggarisbawahi pentingnya sinergi peer-to-peer dalam mengatasi keterbatasan modal dan akses pasar. Upaya kolaborasi CSR dengan korporasi dan minimarket (seperti Indomaret) menunjukkan potensi pasar baru, namun tantangan harga dan skala produksi seringkali menghambat keberlanjutan kemitraan. Oleh karena itu, pengembangan skema kemitraan perlu diimbangi dengan asistensi peningkatan kapasitas produksi dan perbaikan rantai pasok agar UMKM dapat bersaing di level korporat.

3.6 Diskusi Temuan Menarik Lainnya

Berdasarkan hasil wawancara kepada beberapa peserta Jakpreneur, mereka menilai bahwa pendamping bukan hanya berperan teknis, tetapi juga memberi dukungan moral dan semangat, sehingga tidak hanya memberi peran dalam hal teknis dan praktek saja, dan banyak pesereta yang mandiri dan tidak terlalu tergantung pada program sehingga mampu berjalan sendiri. Namun selain hal tersebut, dari wawancara yang dilakukan didapati juga permasalahan yang terjadi dalam pelaksanaan seperti kesesuaian pelatihan yang dilakukan dengan kebutuhan dan ketimpangan informasi terkait pelatihan yang dilakukan antar kecamatan.

IV. KESIMPULAN

Program Jakpreneur oleh Sudin PPKUKM Jakarta Barat telah secara signifikan meningkatkan akses UMKM terhadap modal murah melalui fasilitasi KUR dan pendampingan pengurusan kredit (KUR) hingga bertemu pihak bank, mendorong digitalisasi pemasaran dengan pelatihan media sosial dan marketplace, serta memperluas pasar lewat bazar dan katalog “Semarak Jumat Beli Lokal”. Pengembangan kapasitas terlihat dari 32 sesi pelatihan kewirausahaan di delapan kecamatan dan program “adik-kakak asuh” untuk transfer keterampilan manajerial, sementara kemudahan perizinan NIB, BPOM, sertifikasi halal, dan HAKI tanpa biaya telah menurunkan hambatan formal meski manfaat insentif pajak belum merata akibat sosialisasi yang masih minim. Jaringan usaha dan kemitraan menguat lewat kolaborasi CSR dan katalog digital, namun keberlanjutan memerlukan peningkatan kapasitas produksi dan kualitas. Temuan tambahan menyoroti pentingnya dukungan emosional pendamping, pemerataan informasi antar wilayah, dan adaptasi teknologi dengan pendekatan humanis agar pemberdayaan UMKM lebih berkelanjutan.

Secara keseluruhan, selain empat dimensi utama tersebut, penelitian ini juga menemukan bahwa pangaruh emosional dan motivasi pendamping, ketimpangan penyebaran informasi antar wilayah, serta resistensi sebagian pelaku terhadap teknologi baru memerlukan pendekatan yang lebih humanis dan berbasis kebutuhan peserta. Hal ini menegaskan bahwa keberhasilan pemberdayaan UMKM tidak hanya ditentukan oleh akses struktural, tetapi juga oleh kualitas relasi, komunikasi, dan adaptasi program terhadap karakteristik lokal. Dengan demikian, meski program Jakpreneur telah memberikan kontribusi signifikan, penyempurnaan

dalam aspek pemerataan akses, simplifikasi insentif fiskal, dan pendampingan personal akan mendorong pemberdayaan yang lebih berkelanjutan dan merata.

Keterbatasan Penelitian. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dicermati saat menafsirkan hasil dan merencanakan studi lanjutan. Pertama, durasi pelaksanaan yang terbatas mengakibatkan kurangnya kesempatan untuk menggali dinamika pemberdayaan UMKM secara jangka panjang. Kedua, ketersediaan data mutakhir menjadi tantangan, karena sebagian informasi sekunder yang relevan belum diperbarui untuk periode setelah 2024. Ketiga, cakupan lokasi penelitian hanya terbatas pada lingkup SMA Negeri di Kota Pontianak; akibatnya, temuan tidak mencakup sekolah setara lain seperti SMK, MA, maupun sekolah khusus yang ada di kota tersebut, sehingga peluang untuk membandingkan kondisi antarjenjang pendidikan belum tergalai sepenuhnya

Arah Masa Depan Penelitian (Future Work). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang mengandalkan observasi partisipan, dokumentasi, dan wawancara semi-terstruktur sehingga Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih kurang dalam analisis kuantitatif seperti pengukuran omzet, jangkauan pasar, dan peran media sosial, serta belum menerapkan desain longitudinal untuk memantau perkembangan kompetensi digital peserta Jakpreneur dari waktu ke waktu. Studi ini juga masih terbatas pada Suku Dinas PPKUKM Kota Administrasi Jakarta Barat dengan jumlah informan yang kecil, sehingga temuan dan rekomendasi belum tentu berlaku untuk wilayah lain dengan kondisi sosial-ekonomi dan kebijakan yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan menggabungkan pendekatan mixed-methods dengan survei kuantitatif dan analisis kinerja bisnis, memperluas lokus studi ke serta mengeksplorasi variabel baru seperti literasi digital dan adopsi teknologi UMKM, sehingga dapat menghasilkan rekomendasi kebijakan pemberdayaan dan digital marketing yang lebih komprehensif dan aplikatif.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Suku Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Administrasi Jakarta Barat beserta seluruh jajaran pejabat dan stafnya yang telah memberikan izin, data, dan wawasan sebagai informan serta responden dalam penelitian ini serta kepada semua instansi dan lembaga terkait yang telah memberikan dukungan dokumentasi dan akses lapangan, sehingga penelitian dapat terlaksana dengan baik dan memberikan kontribusi bagi pengembangan digital marketing UMKM di Jakarta Barat .

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Chen, G., Naveed, R. T., Singh, A., Waris, M., Waseem, W., & Muneer, S. (2025). The effect of women's development on the relationship between the social impact of green microfinance institutions and poverty in Pakistan. *Discover Sustainability*, 6(1). <https://doi.org/10.1007/s43621-025-00790-0>
- Creswell. (2018). *Designing and Conducting Mixed Methods Research* (3rd (ed.)). SAGE Publications.
- Eljawati. (2021). *Peran umkm dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di kecamatan sidamulih kabupaten pangandaran*. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Publik*, 8(1) 32–46. ejournal.ipdn.ac.id/JEKP, e-ISSN 2685-6069
- Hana. (2023). *Pemberdayaan UMKM kuliner dalam program Jakpreneur di Kecamatan Taman*

- Sari Jakarta Barat. *Repository IPDN*. <https://eprints.ipdn.ac.id/13065/>
- Handoko, W., Sulaiman, A. I., Sugito, T., & Sabiq, A. (2024). Empowering Former Women Migrant Workers: Enhancing SocioEconomic Opportunities and Inclusion for Sustainable Development. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 13(1), 199–210. <https://doi.org/10.36941/ajis-2024-0015>
- Ivančić, L., Vukšić, V. B., & Spremić, M. (2019). Mastering the digital transformation process: Business practices and lessons learned. *Technology Innovation Management Review*, 9(2), 36–51. <https://doi.org/10.22215/TIMREVIEW/1217>
- Miles, M., Huberman, M., & Saldana, J. (2014). *A Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook* (Third Edit). SAGE Publications, Inc.
- Purnomo, S., & Purwandari, S. (2025). A Comprehensive Micro, Small, and Medium Enterprise Empowerment Model for Developing Sustainable Tourism Villages in Rural Communities: A Perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 17(4). <https://doi.org/10.3390/su17041368>
- Santoso, E. B., Wardana, D. R., & Rahmadanita, A. (2024). PEMBERDAYAAN PELAKU USAHA MIKRO KERAJINAN MANIK-MANIK DI KECAMATAN TENGGARONG KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA PROVINSI EMPowerMENT OF BEAD CRAFT MICRO-ENTERPRISES BY THE COOPERATIVES AND SMES OFFICE IN TENGGARONG SUB-DISTRICT , KUTAI KARTANEGARA DISTRICT , EA. *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja*, 14(2), 112–123. <https://10.0.131.165/jiwbp.v14i2.4847%0D>
- Soebianto. (2013). *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif kebijakan Publik*. (edisi revi). alfabeta.
- Stelzner, M. A. (2012). Social Media Marketing Industry Report. *Media, March*, 1–41. <https://www.socialmediaexaminer.com/social-media-marketing-industry-report-2019/>
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Tambunan. (2009). *UMKM di Indonesia* (Cet 1.). Ghalia Indonesia.
- Tumija. (2022). Peran Pemerintah dan Partisipasi Masyarakat dalam Peningkatan Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah COVID-19 di Cipageran. *Civitas Consecratio, Volume 2 N(7)*, 25–37. <https://doi.org/10.33701/cc.v2i1.2328>