Prosiding Seminar Pengabdian Masyarakat LPPM Unsera
Website: https://e-jurnal2.lppmunsera.org/index.php/Senama
E-ISSN : 3063-4849

Pemberdayaan UMKM dalam Meningkatkan Produktivitas dan Daya Saing melalui Legalitas, Inovasi, dan Digitalisasi Usaha

Suherman[1], Adam Maulana[2], Nurhikmah[3], Fitriani[4]
1–4 Universitas Serang Raya, Serang – Banten
Email korespondensi: suherman.unsera@gmail.com

ABSTRAK

UMKM berperan penting dalam perekonomian nasional, namun masih menghadapi berbagai kendala seperti rendahnya legalitas, promosi, dan pemanfaatan teknologi. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan memberdayakan enam pelaku UMKM di Kubang Sepat Inpres, Cilegon, melalui pendekatan edukatif dan partisipatif. Program dilakukan selama delapan pertemuan, meliputi pelatihan legalitas usaha, inovasi produk, strategi promosi visual, serta digitalisasi melalui website. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan: 100% pelaku UMKM berhasil memperoleh NIB, menggunakan media promosi visual, dan mengelola website usaha. Selain itu, 83% pelaku berhasil melakukan inovasi produk. Kegiatan ini terbukti meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam mengelola usaha yang berdaya saing dan berkelanjutan.

Kata kunci: Digitalisasi, , inovasi produk, legalitas usaha, promosi visual, UMKM

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in the national economy but continue to face challenges such as lack of business legality, limited promotional strategies, and minimal use of digital platforms. This community service program aimed to empower six MSMEs in the Kubang Sepat Inpres area, Cilegon, through an educational and participatory approach. Conducted over eight sessions, the program included training on business legality (NIB registration), product innovation, visual promotional strategies, and digitalization through the development of personalized websites. The evaluation showed significant improvements: 100% of MSMEs obtained business registration numbers, used promotional media, and managed their own websites. Additionally, 83% of the MSMEs successfully developed product innovations. This initiative effectively enhanced the entrepreneurial capacity of MSMEs to become more competitive, independent, and sustainable.

Keywords: *Digitalization, product innovation, business legality, visual promotion, MSMEs*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama menjadi tulang punggung perekonomian nasional Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM (KemenkopUKM), hingga tahun 2023 jumlah UMKM mencapai 64,2 juta unit yang menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional serta berkontribusi lebih dari 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Peran UMKM ini sangat penting dalam menciptakan lapangan kerja, mengentaskan kemiskinan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis kerakyatan dan daerah. Namun, meskipun kontribusinya besar, UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai hambatan struktural dan manajerial yang menghambat optimalisasi potensi mereka dalam skala lokal maupun nasional.

Beberapa tantangan utama yang dihadapi pelaku UMKM mencakup aspek legalitas usaha, pengelolaan keuangan, inovasi produk, strategi pemasaran, serta pemanfaatan teknologi digital. Banyak pelaku usaha belum memiliki dokumen legal seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), yang padahal merupakan syarat utama untuk memperoleh akses bantuan pemerintah, menjalin kerja sama komersial, dan meningkatkan kredibilitas di mata konsumen. Rendahnya tingkat literasi manajerial dan keuangan juga menjadi faktor penyebab kurang efisiennya pengelolaan usaha. Pelaku UMKM seringkali tidak memiliki catatan keuangan yang memadai, sehingga kesulitan dalam mengelola arus kas, menentukan harga jual, atau menilai profitabilitas usahanya.

Selain itu, strategi pemasaran masih didominasi oleh metode konvensional. Dalam era digital seperti saat ini, promosi yang efektif memerlukan media visual yang menarik seperti foto produk berkualitas, spanduk yang komunikatif, dan video promosi yang informatif. Studi menunjukkan bahwa media visual yang menarik dapat meningkatkan minat beli hingga 40% (Wahyuni et al., 2023). Sayangnya, banyak UMKM belum memiliki kemampuan teknis maupun perangkat yang memadai untuk menciptakan materi promosi digital yang efektif. Hal ini diperparah dengan masih rendahnya pemanfaatan teknologi informasi. Hingga awal tahun 2023, baru sekitar 24 juta pelaku UMKM yang telah tergabung dalam ekosistem digital, meninggalkan lebih dari 60% UMKM yang belum mengakses peluang pasar daring secara optimal (Kominfo, 2023).

Melihat tantangan tersebut, diperlukan pendekatan pemberdayaan yang komprehensif dan berkelanjutan, yang tidak hanya fokus pada penyuluhan semata, tetapi juga mencakup praktik langsung dan pendampingan intensif. Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) merupakan salah satu bentuk kegiatan pengabdian masyarakat yang dapat menjadi sarana strategis untuk mengimplementasikan program pemberdayaan UMKM berbasis partisipatif. Melalui keterlibatan mahasiswa sebagai agen perubahan, program ini dapat menjembatani kebutuhan masyarakat dengan pendekatan akademik dan praktis.

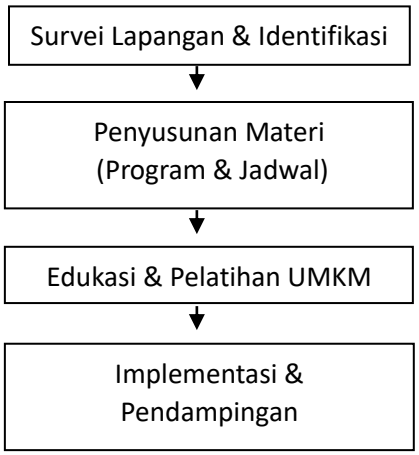
Kegiatan KKM Kelompok 08 Universitas Serang Raya tahun 2025 yang dilaksanakan di lingkungan Kubang Sepat Inpres, Kota Cilegon, merupakan respons terhadap permasalahan-permasalahan nyata yang dihadapi oleh pelaku UMKM setempat. Berdasarkan survei awal yang dilakukan oleh tim, diketahui bahwa dari enam UMKM aktif di wilayah tersebut, sebagian besar belum memiliki legalitas usaha, belum memanfaatkan teknologi digital, serta mengalami kesulitan dalam strategi pemasaran dan pengembangan produk. Oleh karena itu, tim KKM merancang program pemberdayaan berbasis edukatif dan aplikatif yang mencakup empat fokus utama: (1) legalitas usaha, (2) inovasi produk, (3) strategi promosi visual, dan (4) digitalisasi usaha melalui website.

Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kapasitas manajerial dan digital pelaku UMKM agar

mereka mampu mengelola usaha secara mandiri, kompetitif, dan berkelanjutan. Seluruh kegiatan dilakukan secara bertahap dalam delapan kali pertemuan, melibatkan sesi edukasi, praktik langsung, pendampingan personal, serta evaluasi berkala terhadap hasil yang dicapai. Dengan pendekatan ini, diharapkan kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga berdampak nyata dalam mendorong transformasi UMKM lokal menuju ekosistem usaha yang lebih profesional dan modern.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat oleh KKM Kelompok 08 Universitas Serang Raya dilaksanakan menggunakan pendekatan edukatif, partisipatif, dan aplikatif, dengan tujuan utama meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di lingkungan Kubang Sepat Inpres, Cilegon. Proses pelaksanaan dirancang secara terstruktur dan berkelanjutan selama 8 kali pertemuan dalam rentang waktu akhir April hingga akhir Juni 2025. Adapun metode pelaksanaan untuk masing-masing tahap adalah sebagai berikut.



Langkah awal dari metode pelaksanaan dimulai dengan proses **identifikasi masalah** melalui observasi langsung dan wawancara bersama pelaku UMKM. Tim KKM melakukan pemetaan awal terhadap enam UMKM aktif di lingkungan tersebut untuk memahami kondisi aktual yang mereka hadapi. Dari hasil survei, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku usaha belum memiliki legalitas seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), tidak memiliki media promosi yang memadai, belum memanfaatkan platform digital, serta minim dalam aspek inovasi produk.

Berdasarkan temuan tersebut, tim kemudian menyusun program kegiatan yang berfokus pada empat pilar utama, yaitu: (1) legalitas usaha, (2) inovasi produk, (3) promosi visual, dan (4) digitalisasi usaha. Penyusunan program disesuaikan dengan kebutuhan dan kesiapan masing-masing pelaku usaha, sehingga metode penyampaian dirancang agar mudah dipahami, bersifat praktis, dan dapat langsung diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Kegiatan selanjutnya adalah pelaksanaan **sesi edukasi dan pelatihan**. Setiap pertemuan dirancang dengan pendekatan tematik sesuai aspek yang ingin ditingkatkan. Misalnya, pada pertemuan kedua, peserta diberikan pendampingan dalam proses pendaftaran NIB melalui sistem OSS (Online Single Submission). Dalam sesi lain, pelaku usaha diajarkan teknik dasar desain promosi seperti pembuatan spanduk, pengambilan foto produk, dan pembuatan video pendek yang menarik. Tim juga mengenalkan cara mendokumentasikan proses produksi sebagai bentuk transparansi dan nilai tambah produk. Puncaknya, pelatihan difokuskan pada pembuatan website sederhana sebagai sarana digital marketing. Setiap UMKM didampingi secara langsung dalam pengisian data dan pengelolaan konten agar dapat secara mandiri mengelola platform daring mereka.

Metode implementasi yang digunakan juga sangat menekankan pada aspek praktik langsung. Dalam setiap kegiatan, pelaku UMKM tidak hanya menerima materi secara teoritis, namun langsung diarahkan untuk mengaplikasikannya. Sebagai contoh, saat pelatihan pembuatan spanduk, peserta

mendesain sendiri materi promosi mereka dengan bimbingan teknis dari tim KKM. Begitu pula pada pelatihan fotografi dan videografi produk, pelaku usaha menggunakan kamera smartphone mereka sendiri untuk mengambil gambar produk dengan sudut dan pencahayaan yang diajarkan.

Setelah seluruh pelatihan dan implementasi dilakukan, kegiatan dilanjutkan dengan tahap **evaluasi dan monitoring**. Evaluasi dilakukan secara deskriptif berdasarkan pengamatan langsung terhadap hasil kegiatan, wawancara lanjutan, serta perbandingan kondisi sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Indikator yang digunakan meliputi jumlah UMKM yang berhasil mendapatkan NIB, memiliki media promosi visual, melakukan inovasi produk, serta memiliki dan mampu mengelola website usaha mereka sendiri.

Metode ini terbukti efektif karena pelaku UMKM dilibatkan secara aktif dalam seluruh proses kegiatan. Pendekatan partisipatif ini menciptakan rasa kepemilikan terhadap hasil kegiatan dan mendorong keberlanjutan praktik yang telah diajarkan. Selain itu, kegiatan yang dilaksanakan di lingkungan masing-masing pelaku usaha juga meningkatkan relevansi dan kemudahan implementasi secara langsung di lapangan.

Dengan strategi yang terstruktur dan responsif terhadap kebutuhan lokal, metode pelaksanaan yang diterapkan dalam program ini berhasil meningkatkan kapasitas dan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam mengelola usahanya secara lebih profesional, inovatif, dan adaptif terhadap era digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan yang dilaksanakan oleh Divisi UMKM Kelompok 08 Universitas Serang Raya terhadap enam pelaku UMKM di lingkungan Kubang Sepat Inpres, Kota Cilegon, menunjukkan hasil yang signifikan dan berdampak nyata pada penguatan kapasitas usaha lokal. Seluruh kegiatan dilakukan secara bertahap dalam delapan pertemuan dengan fokus pada empat aspek utama: legalitas usaha, inovasi produk, strategi promosi visual, dan digitalisasi usaha.

3.1 Kondisi Awal UMKM



Gambar 1. Survei Peserta UMKM

Gambar 3.1 tim KKM melakukan survei dan pemetaan awal untuk mengetahui kondisi eksisting pelaku usaha. Hasil survei menunjukkan bahwa:

- Hanya 2 dari 6 UMKM yang memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB).
- Sebagian besar belum pernah menggunakan media promosi visual seperti spanduk, foto, atau video produk.
- Tidak satu pun UMKM yang memiliki website atau memanfaatkan platform digital untuk pemasaran.
- Hanya 1 UMKM yang menunjukkan upaya inovasi dalam bentuk pengembangan variasi produk.

Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan cukup besar antara potensi UMKM dengan praktik pengelolaan usaha yang profesional dan modern.

3.2 Implementasi Program



Gambar 2.
Suasana Pelatihan

Gambar 3.2 Selama delapan pertemuan, tim KKM memberikan pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing UMKM. Pelatihan bersifat interaktif dan aplikatif, di mana peserta langsung mempraktikkan materi yang diberikan. Adapun hasil nyata dari kegiatan ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Hasil Pelatihan

Aspek Kegiatan	Sebelum Kegiatan	Setelah Kegiatan	Tingkat Keber-hasilan
Legalitas Usaha (NIB)	2 UMKM memiliki NIB	6 UMKM memiliki NIB	100%
Inovasi Produk	1 UMKM Melakukan Inovasi	5 UMKM Melakukan Inovasi	83%
Promosi Visual	1 UMKM memiliki Spanduk	Semua UMKM memiliki Media Promosi	100%
Website	Tidak Ada	Sudah Ada	100%

Hasil pada Tabel 3.1 menunjukkan adanya peningkatan drastis di semua aspek yang menjadi fokus intervensi. Legalitas usaha menjadi prioritas awal karena merupakan prasyarat dasar bagi UMKM untuk bisa mengakses berbagai peluang kerja sama dan dukungan dari pemerintah maupun pihak swasta. Proses pengurusan NIB dilakukan melalui OSS (Online Single Submission) dengan pendampingan penuh dari tim mahasiswa.

Peningkatan dalam aspek promosi visual ditunjukkan dengan keberhasilan seluruh UMKM dalam memiliki spanduk promosi, dokumentasi produk berupa foto, dan video pendek yang dapat digunakan untuk pemasaran. Pelatihan dilakukan dengan memanfaatkan alat sederhana seperti smartphone dan aplikasi pengeditan dasar yang mudah digunakan. Seperti pada gambar 3.3 menunjukkan peserta UMKM mendapatkan spanduk gratis sebagai alat promosi.



Gambar 3. Spanduk Promosi

Pada aspek inovasi produk, sebagian besar pelaku usaha mulai mengembangkan variasi rasa, kemasan baru, serta memperbaiki tampilan produk agar lebih menarik di mata konsumen. Hal ini dilakukan sebagai respon terhadap materi pelatihan mengenai tren pasar dan strategi branding. Seperti pada gambar 3.4 berikut :



Gambar 4. Pengembangan Produk

Adapun transformasi digital melalui pembuatan website menjadi pencapaian penting dari kegiatan ini. Website disiapkan oleh tim KKM dengan konten awal yang disesuaikan berdasarkan jenis usaha masing-masing. Setelah pelatihan, pelaku UMKM diberikan akses pengelolaan mandiri, disertai panduan untuk melakukan pembaruan konten seperti menambah produk atau mengubah harga. Seperti yang ditunjukkan pada gambar 3.5 berikut :



Gambar 5. Sosialisasi Web UMKM

3.3 Evaluasi Program dan Dampak

Evaluasi akhir dilakukan secara kualitatif melalui observasi hasil, wawancara kepada pelaku usaha, serta peninjauan terhadap dokumen visual dan legalitas yang telah dimiliki. Seluruh pelaku usaha menyampaikan bahwa mereka merasa lebih percaya diri dalam menjalankan usahanya setelah menerima pendampingan. Peningkatan kepercayaan diri ini terlihat dari cara mereka menyampaikan produk secara lebih profesional, mampu menjelaskan proses produksi, serta mulai aktif menggunakan media sosial dan website sebagai sarana promosi.

Selain peningkatan secara teknis, kegiatan ini juga memunculkan semangat kolaboratif di antara pelaku usaha lokal. Beberapa di antaranya mulai membangun komunikasi lintas usaha untuk saling berbagi pengalaman dan strategi pemasaran. Hal ini mencerminkan adanya dampak sosial positif berupa penguatan jejaring antar pelaku UMKM.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh Divisi UMKM Kelompok 08 Universitas Serang Raya di lingkungan Kubang Sepat Inpres, Kota Cilegon, telah memberikan dampak positif yang nyata terhadap peningkatan kapasitas dan kualitas pelaku usaha mikro di wilayah tersebut. Melalui pendekatan edukatif, partisipatif, dan aplikatif yang dilakukan selama delapan pertemuan, para pelaku UMKM mendapatkan pendampingan yang komprehensif dalam empat aspek utama: legalitas usaha, inovasi produk, strategi promosi visual, dan digitalisasi usaha melalui pemanfaatan website.

Secara umum, kegiatan ini berhasil mendorong seluruh UMKM yang menjadi sasaran untuk memperoleh **Nomor Induk Berusaha (NIB)** sebagai bentuk legalitas formal yang dapat memperkuat posisi mereka di mata konsumen maupun mitra bisnis. Legalitas ini juga membuka akses kepada berbagai bentuk dukungan dari pemerintah atau lembaga keuangan.

Pada aspek **inovasi produk**, kegiatan ini mendorong pelaku usaha untuk mengembangkan ide dan kreativitas dalam pengolahan serta penyajian produk. Sebagian besar peserta menunjukkan peningkatan dalam kualitas dan variasi produk setelah menerima materi pelatihan dan praktik langsung, yang secara langsung berdampak pada nilai jual dan daya saing produk mereka di pasaran.

Aspek **promosi visual** juga mengalami kemajuan pesat. Para pelaku UMKM yang sebelumnya belum memiliki sarana promosi kini telah memiliki spanduk usaha, dokumentasi foto, serta video pendek produk yang dapat digunakan sebagai materi promosi di media sosial. Peningkatan keterampilan ini sangat penting mengingat tingginya ketergantungan pasar terhadap daya tarik visual dalam keputusan pembelian.

Yang tak kalah penting, kegiatan ini berhasil mengantarkan seluruh UMKM untuk memasuki ranah **digitalisasi usaha** dengan memiliki website sederhana sebagai sarana promosi dan informasi produk. Langkah ini menjadi fondasi penting dalam transformasi UMKM menuju adaptasi terhadap era digital dan perluasan jangkauan pasar secara daring. Kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola konten situs juga menjadi modal berharga bagi keberlangsungan promosi dan komunikasi usaha di masa depan.

Dengan seluruh capaian tersebut, dapat disimpulkan bahwa program pemberdayaan ini tidak hanya berhasil meningkatkan kapasitas teknis para pelaku usaha, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya manajemen usaha yang profesional, kreatif, dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Keterlibatan aktif peserta dalam setiap sesi pelatihan serta keberhasilan implementasi materi yang diberikan menunjukkan bahwa pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini cukup efektif dan layak direplikasi di lokasi lain dengan kondisi serupa.

Kegiatan ini tidak hanya berdampak pada individu pelaku UMKM, tetapi juga

berkontribusi dalam membangun ekosistem kewirausahaan lokal yang lebih kuat, terorganisir, dan siap bersaing dalam skala yang lebih luas. Dengan dukungan lanjutan dari berbagai pihak, baik akademisi, pemerintah, maupun komunitas, diharapkan perubahan positif ini dapat terus berkembang dan memberikan manfaat berkelanjutan bagi masyarakat secara keseluruhan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Divisi UMKM Kelompok 08 Universitas Serang Raya di lingkungan Kubang Sepat Inpres, Kota Cilegon.

Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada para pelaku UMKM yang telah bersedia menjadi mitra dalam kegiatan ini, serta telah menunjukkan semangat dan keterbukaan dalam mengikuti setiap rangkaian pelatihan dan pendampingan yang diberikan. Tanpa partisipasi aktif dan kolaborasi dari para pelaku usaha, program ini tidak akan berjalan secara maksimal.

Kami juga menyampaikan apresiasi setinggi-tingginya kepada perangkat lingkungan setempat, tokoh masyarakat, dan pengurus Masjid Baiturrahman yang telah memberikan dukungan fasilitas, akses, serta ruang interaksi yang sangat bermanfaat bagi kelancaran kegiatan.

Terima kasih kami sampaikan kepada dosen pembimbing dari Universitas Serang Raya yang telah membimbing dan memberikan arahan dalam setiap tahap pelaksanaan program, mulai dari perencanaan hingga pelaporan akhir. Dukungan akademik dan masukan yang konstruktif menjadi landasan penting bagi keberhasilan kegiatan ini.

Akhir kata, kami juga berterima kasih kepada seluruh anggota tim KKM Kelompok 08 atas kerja sama, dedikasi, dan semangat kebersamaan yang telah ditunjukkan selama proses kegiatan. Semoga hasil dari pengabdian ini dapat memberikan manfaat nyata dan menjadi langkah awal bagi pemberdayaan UMKM yang lebih luas dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Diskominfo Badung. (2022). *Apa manfaat digitalisasi UMKM?* Diakses dari: https://diskominfo.badungkab.go.id/artikel/44096-apa-manfaat-digitalisasi-umkm

Diskominfo Jateng (ANTARA). (2024). *UMKM diberikan kemudahan adopsi teknologi digital.* Diakses dari: https://jateng.antaranews.com/berita/542583/umkm-diberikan-kemudahan-adopsi-teknologi-digital

Energika.id. (2025). *UMKM jadi pilar penting pertumbuhan ekonomi daerah, ini alasannya.* Diakses dari: https://energika.id/detail/72962/umkm-jadi-pilar-penting-pertumbuhan-ekonomi-daerah-ini-alasannya

IDXChannel. (2021). *Literasi rendah, 81 persen UMKM belum tersentuh digitalisasi.* Diakses dari: https://www.idxchannel.com/economics/literasi-rendah-81-persen-umkm-belum-tersentuh-digitalisasi

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI. (2022). *Perkembangan UMKM sebagai critical engine perekonomian nasional.* Diakses dari: https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah

Kominfo. (2023). *Dukung UMKM Go Online, Menteri Budi Arie: Kominfo siapkan pendampingan.* Diakses dari: https://diskominfo.mimikakab.go.id/seputarit/dukung-umkm-go-online-menteri-

budi-arie-kominfo-siapkan-pendampingan

OY Indonesia. (2024). *5 tantangan dalam digitalisasi UMKM*. Diakses dari: https://www.oyindonesia.com/id/blog/lima-tantangan-dalam-digitalisasi-umkm

Putri, I. R., & Pertiwi, D. R. (2023). Penerapan pembukuan sederhana pada UMKM dan pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan bisnis. *Jurnal Manajemen dan Bisnis, 10*(2), 45–53.

Ruscitasari, A., Wijayanti, F., & Nurhalimah, S. (2022). Tantangan dan strategi peningkatan daya saing UMKM melalui inovasi dan digitalisasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, 7*(1), 33–41.

Saputra, R., Hidayat, T., & Lestari, N. (2023). Pentingnya legalitas usaha dalam pengembangan UMKM. *Jurnal Hukum dan Bisnis, 11*(3), 78–86.

Wahyuni, D., Kartika, R., & Yuliana, A. (2023). Pengaruh media visual terhadap minat beli konsumen pada UMKM makanan ringan. *Jurnal Pemasaran Kreatif, 6*(1), 21–29.