Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat | LPPM UNSERA
Website: https://ejournal.unsera.ac.id/index.php/senama
E-ISSN : 3063-4849

Pengembangan UMKM *e-commerce* untuk Peningkatan Ekonomi Lokal di Desa Gowok Kelurahan Sukajaya Kecamatan Curug Kota Serang

Indrianti Azhar Firdausi[1], Budiharto[2], Ruminah[3]
[1]Indrianti@unsera.ac.id (Ilmu Komunikasi, Fisipkum, Universitas Serang Raya, Drangong Kota Serang.)
[2]budi.harto175@gmail.com (Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Serang Raya, Drangong Kota Serang.)
[3]rezkyarumie@gmail.com (Manajemen Sumber Daya Manusia, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Serang Raya, Drangong Kota Serang)
indrianti@unsera.ac.id

ABSTRAK

Artikel ini focus pada tema "Pengembangan E-commerce untuk Usaha Mikro, Kecil, da Menengah (UMKM) guna Meningkatkan Ekonomi Lokal." Program ini di laksanakan di Desa Gowok Kelurahan Sukajaya Kecamatan Curug, Kota Serang. Tujuannya memberdayakan UMKM local, khususnya di sector camilan rumahan dengan mengatasi tantangan dalam pemasaran gidital, manajemen keuangan, kualitas produkm dan kepatuhan hukum. Pendekatan partisipatif digunakan melibatkan sesi pelatihan dan pendampingan yang meningkatkan literasi digital di kalangan peserta UMKM. Kegitana utama termasuk lokakarya mengenai pemasaran media sosial, pencatatan keuangan, pelabelan produk, dan panduan memperoleh legalitas usaha melalui system Online Single Submission (OSS). Hasilnya menunjukkan peningkatan kemampuan untuk memanfaatkan platform digital, mengelola keuangan, dan meningkatkan daya tarik produk, yang berkontribusi pada kemandirian ekonomi. Program KKM menguntungkan baik UMKM maupun mahasiswa, menyoroti perlunya kolaborasi berkelanjutan antara institusi akademik dan komunitas lokal untuk pengembangan ekonomi yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Pengabdian Masyarakat, E-commerce, Pengembangan UMKM, Ekonomi Lokal, Pemasaran Digital.

ABSTRACT

This article focusing on the theme "Development of E-commerce for Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) to Enhance Local Economy." The program was conducted in Gowok Village, Sukajaya Sub-district, Curug District, Serang City, from April 26 to June 8, 2025. The objective was to empower local UMKM, particularly in the home-based snack sector, by addressing challenges in digital marketing, financial management, product quality, and legal compliance. A participatory approach was used, involving training and mentoring sessions that improved digital literacy among UMKM participants. Key activities included workshops on social media marketing, financial record-keeping, product labeling, and guidance on obtaining business legality through the Online Single Submission (OSS) system. The results showed increased ability to utilize digital platforms, manage finances, and enhance product appeal, contributing to economic independence. The KKM program benefited both UMKM and students, highlighting the need for ongoing collaboration between academic institutions and local communities for sustainable economic development.

Keywords*: Community Service, E-commerce, UMKM Development, Local Economy, Digital Marketing*.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah lama diakui sebagai motor penggerak utama perekonomian Indonesia. Kontribusinya sangat signifikan, tidak hanya dalam Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, tetapi juga dalam menciptakan lapangan kerja yang luas, termasuk bagi masyarakat di daerah pedesaan dan perkotaan. UMKM memiliki peran krusial dalam pemerataan pendapatan, peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta mendukung ketahanan ekonomi bangsa, terutama di tengah gejolak ekonomi global (Tambunan, 2009; Susilo et al., 2020). Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM menyerap lebih dari 97% total tenaga kerja dan berkontribusi lebih dari 60% terhadap PDB Indonesia pada tahun-tahun terakhir, membuktikan vitalitas sektor ini (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023).

Namun di balik perannya yang strategis, UMKM di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai tantangan yang kompleks dan multidimensional. Permasalahan klasik seperti keterbatasan akses terhadap modal usaha, rendahnya kemampuan manajemen keuangan dan operasional, serta kurangnya inovasi produk masih menjadi hambatan utama. Selain itu, seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, banyak UMKM yang belum mampu beradaptasi dengan era digital, terutama dalam hal pemasaran dan promosi produk secara daring (Haryadi & Winardi, 2016). Keterbatasan literasi digital, kurangnya pemahaman tentang *e-commerce*, dan minimnya *branding* yang kuat kerap membuat produk UMKM sulit bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Kondisi ini seringkali berdampak pada stagnasi usaha, kesulitan dalam memperluas pasar, bahkan kebangkrutan, yang pada akhirnya menghambat potensi UMKM untuk berkembang secara optimal.

Merespons urgensi tersebut, kegiatan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) hadir sebagai bentuk pengabdian perguruan tinggi kepada masyarakat, mengaplikasikan ilmu pengetahuan dan teknologi yang diperoleh di bangku kuliah untuk memecahkan permasalahan nyata di lapangan. KKM ini mengambil tema "Pengembangan UMKM *e-commerce* untuk Peningkatan Ekonomi Lokal" . Kami sebagai mahasiswa, meyakini bahwa dengan memberikan pendampingan yang terarah, pelatihan yang relevan, dan fasilitasi yang tepat, UMKM dapat meningkatkan kapasitas mereka, beradaptasi dengan perubahan zaman, dan pada akhirnya mampu berkontribusi lebih besar bagi peningkatan ekonomi masyarakat di lokasi KKM. Melalui KKM ini, diharapkan tercipta sinergi antara akademisi, pelaku UMKM, dan masyarakat untuk membangun ekosistem ekonomi lokal yang lebih tangguh dan berkelanjutan.

Meskipun memiliki peran strategis, UMKM dihadapkan pada berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhannya. Secara umum, tantangan tersebut dapat dikelompokkan menjadi faktor internal dan eksternal. mengidentifikasi beberapa kelemahan internal, antara lain :

a.) Keterbatasan Modal : Akses terhadap lembaga keuangan formal masih menjadi kendala utama. Banyak UMKM yang kesulitan memenuhi persyaratan kredit perbankan, sehingga mengandalkan modal sendiri yang terbatas.
b.) Sumber Daya Manusia (SDM) yang Terbatas : Tingkat pendidikan dan keterampilan manajerial pengelola UMKM seringkali masih rendah. Ini berdampak pada kemampuan dalam manajemen keuangan, pemasaran, dan inovasi produk.
c.) Lemahnya Inovasi dan Teknologi : Sebagian besar UMKM masih menggunakan teknologi produksi yang sederhana dan kurang melakukan inovasi produk, sehingga sulit bersaing dari segi kualitas dan efisiensi.
d.) Keterbatasan Jaringan dan Pemasaran : Pemasaran produk seringkali masih bersifat lokal dan konvensional. Kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital membuat jangkauan pasar menjadi terbatas.

Faktor eksternal adalah tantangan yang berasal dari luar lingkungan usaha :

a) Persaingan Usaha yang Ketat : UMKM tidak hanya bersaing dengan sesama

UMKM, tetapi juga dengan perusahaan besar dan produk impor yang seringkali memiliki harga lebih kompetitif dan kualitas lebih terstandarisasi.

b) Iklim Usaha yang Kurang Kondusif : Kebijakan pemerintah yang belum sepenuhnya berpihak pada UMKM, birokrasi perizinan yang rumit, serta pungutan tidak resmi dapat menjadi hambatan.

c) Keterbatasan Akses Bahan Baku : Fluktuasi harga dan ketersediaan bahan baku seringkali menjadi masalah, terutama bagi UMKM yang bergantung pada bahan baku impor atau dari daerah lain.

Tantangan Digitalisasi : Di era ekonomi digital, UMKM dituntut untuk beradaptasi. Namun kurangnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur internet, dan keamanan siber menjadi tantangan baru yang signifikan di Desa Gowok Kelurahan Sukajaya, Kecamatan Curug Kota Serang.

2. METODE PELAKSANAAN

Lokasi pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Mahasiswa terletak di Desa Gowok Sentul, Kelurahan Sukajaya, Kecamatan Curug, Kota Serang. Pemilihan lokasi didasarkan pada kebutuhan komunitas akan pemberdayaan UMKM yang lebih baik dan potensi partisipasi anggota PKK yang memadai.

Waktu Pelaksanaan KKM sendiri dimulai dari selama 7 minggu, untuk jadwal di hari sabtu dari tanggal 26 April 2025 hingga 8 Juni 2025.

Pendekatan yang digunakan dalam KKM ini adalah partisipatoris-kolaboratif, melibatkan seluruh pihak terkait (masyarakat, pemerintah desa/kelurahan, dan pihak terkait lainnya) dalam setiap tahapan pelaksanaan. Metode pelaksanaan akan dibagi menjadi beberapa tahapan sebagai berikut:

Identifikasi Lokasi dan UMKM Sasaran

1. Survei Awal : Melakukan survei awal di wilayah yang akan menjadi lokasi KKM untuk mengidentifikasi potensi UMKM serta permasalahan yang dihadapi.
2. Penjajakan Awal : Menghubungi pemerintah daerah setempat (desa/kelurahan, dinas terkait) dan komunitas UMKM untuk mendapatkan data awal dan perizinan.
3. Penentuan Kriteria UMKM : Menentukan kriteria UMKM yang akan didampingi (misalnya, jenis usaha, skala usaha, kesediaan untuk dibina, permasalahan yang relevan dengan keahlian mahasiswa).
4. Pemilihan UMKM : Memilih beberapa UMKM sasaran berdasarkan hasil survei dan diskusi dengan pihak terkait.

Penyusunan Rencana Kerja (Proposal KKM)

1. Analisis Kebutuhan UMKM : Melakukan wawancara mendalam dengan pemilik UMKM sasaran untuk memahami permasalahan, potensi, dan kebutuhan pemasaran, manajemen keuangan, produksi, legalitas.
2. Penentuan Fokus Program : Berdasarkan analisis kebutuhan, menentukan fokus program KKM yang terukur seperti, pendampingan digital marketing, pelatihan pembukuan sederhana, pengembangan inovasi produk.
3. Penyusunan Jadwal Kegiatan : Menyusun jadwal kegiatan yang detail dan realistis, mencakup durasi, target, dan metode pelaksanaan.
4. Perumusan Indikator Keberhasilan : Menetapkan indikator keberhasilan yang jelas dan dapat diukur untuk setiap program.
5. Penyusunan Anggaran : Mengestimasi kebutuhan anggaran untuk setiap kegiatan dan sumber pendanaannya seperti, swadaya mahasiswa, bantuan universitas, sponsor.

Tahap Pelaksanaan Awal
Sosialisasi dan Perizinan Lokal :

1. Penyampaian Program : Melakukan sosialisasi program KKM kepada masyarakat setempat, khususnya UMKM dan pihak terkait (kepala desa/lurah, RT/RW).
2. Pengurusan Izin : Memastikan semua perizinan lokal telah didapatkan untuk kelancaran pelaksanaan kegiatan.

Tahap Pelaksanaan Program KKM

1. Pendampingan Individual : Memberikan pendampingan langsung dan personal kepada UMKM sasaran sesuai dengan

permasalahan yang teridentifikasi (misalnya, membantu membuat akun media sosial untuk pemasaran, mengajarkan cara mencatat transaksi).
2. Sosialisasi : Mengadakan sosialisasi secara kelompok mengenai topik-topik relevan seperti, pelatihan *e-commerce*, *packaging*, *manajemen stok, pengurusan izin PIRT/Halal.*
3. Pengembangan Produk/Jasa : Membantu UMKM dalam pengembangan produk atau jasa yang inovatif dan berdaya saing seperti, diverifikasi produk, dan peningkatan kualitas.
4. Akses Pasar dan Jaringan : Membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pasar dan membangun jaringan seperti, memperkenalkan ke *e-commerce*, mengikuti pameran lokal.
5. Monitoring dan Evaluasi Berkelanjutan : Melakukan monitoring harian atau mingguan terhadap progres UMKM dan kegiatan yang telah dilakukan. Mengadakan evaluasi singkat secara berkala untuk menyesuaikan strategi jika diperlukan.

Tahap Pelaporan dan Evaluasi Akhir

Tahap akhir ini memastikan akuntabilitas dan keberlanjutan dampak dari KKM.

Penyusunan Laporan Akhir :

a. Laporan Individu : Setiap anggota kelompok menyusun laporan individu mengenai kontribusi dan hasil yang dicapai.
b. Laporan Kelompok : Menyusun laporan akhir kelompok yang komprehensif, mencakup latar belakang, metodologi, hasil pelaksanaan program, kendala yang dihadapi, solusi, dan rekomendasi.
c. Analisis Data : Menganalisis data hasil monitoring dan evaluasi untuk mengukur keberhasilan program berdasarkan indikator yang telah ditetapkan.

Presentasi Hasil KKM :

a. Presentasi Internal : Mempresentasikan hasil KKM kepada DPL, dosen pembimbing, dan pihak universitas.
b. Presentasi ke Pihak Eksternal : Jika memungkinkan, mempresentasikan hasil KKM kepada pemerintah daerah, komunitas UMKM, dan perwakilan UMKM sasaran.

Evaluasi Dampak dan Keberlanjutan :

a. Survei Pasca-KKM : Melakukan survei atau wawancara kepada UMKM sasaran untuk mengetahui dampak jangka pendek dan menengah dari program KKM.
b. Rekomendasi Keberlanjutan : Merumuskan rekomendasi untuk keberlanjutan program atau pengembangan UMKM di masa mendatang, termasuk potensi kolaborasi dengan pihak lain.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) Kelompok 10 Universitas Serang Raya berlokasi di Desa Gowok Sentul, Kelurahan Sukajaya, Kecamatan Curug, Kota Serang, Provinsi Banten. KKM ini dilaksanakan dari tanggal 26 April 2025 hingga 8 Juni 2025. Pemilihan lokasi ini didasari oleh observasi awal yang menunjukkan adanya potensi besar pada sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), khususnya di bidang kuliner rumahan kripik. Namun, UMKM di wilayah ini masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan mereka. Kelompok kami berfokus pada pemberdayaan UMKM Kripik Pisang Nde' Nok.

Sebelum memulai program, kami melakukan analisis kebutuhan melalui wawancara mendalam dengan para pemilik UMKM. Hasilnya kami menemukan beberapa permasalahan umum, antara lain keterbatasan dalam pemasaran digital, kurangnya pemahaman tentang manajemen keuangan sederhana, serta kebutuhan labelisasi kemasan. Berdasarkan temuan ini, kami merumuskan program-program pemberdayaan yang relevan dan terukur.

Pelaksanaan Program KKM dan Hasil yang Dicapai

Program KKM Kelompok 10 dirancang dengan pendekatan menyentuh aspek pemasaran, manajemen, produksi, dan legalitas untuk mendorong kemandirian UMKM. Berikut adalah rincian pelaksanaan setiap program dan hasil yang diperoleh :

1. Peningkatan Kapasitas Pemasaran Digital

   Latar Belakang Masalah : Sebagian besar UMKM sasaran masih mengandalkan

metode pemasaran tradisional dan belum optimal dalam memanfaatkan platform digital.

Aktivitas:

Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan Media Sosial (Instagram/ TikTok) : Kami mengadakan sesi pelatihan mengenai pembuatan akun bisnis, strategi konten visual (foto/video produk), penulisan *caption* yang menarik, dan penggunaan *hashtag* untuk meningkatkan visibilitas. Pendampingan dilakukan secara personal untuk memastikan UMKM mampu mengimplementasikan materi.

Pendampingan Optimasi WEB : Membantu UMKM mendaftar dan melengkapi profil di web tersebut agar usaha mereka mudah ditemukan, mudah dalam pemasaran dan pencarian lokal.

Hasil yang Dicapai: UMKM Kripik Pisang Nde' Nok memahami penjualan online melalui platform social media. Secara keseluruhan UMKM menunjukkan peningkatan literasi digital dan mulai sedikit deni sedikit manfaat dari pemasaran online, yang berdampak pada perluasan jangkauan pasar.

2. Perbaikan Manajemen Keuangan Sederhana

   Latar Belakang Masalah : Pencatatan keuangan UMKM masih belum sistematis, menyulitkan pemilik dalam melacak profitabilitas, arus kas, dan mengambil keputusan finansial.

Aktivitas :

Pelatihan Dasar Pencatatan Keuangan (Pemasukan & Pengeluaran) : Mengajarkan metode pencatatan harian menggunakan buku kas sederhana atau aplikasi pencatatan digital dasar yang *user-friendly* seperti, Buku Warung.

Penyusunan Laporan Laba Rugi Bulanan : Membimbing UMKM untuk membuat laporan laba rugi sederhana yang berisi total pemasukan, pengeluaran, dan keuntungan bersih setiap bulan.

Hasil yang Dicapai : UMKM Kripik Pisang Nde' Nok kini secara rutin mencatat pemasukan dan pengeluaran harian, membantu mereka mengidentifikasi pos pengeluaran yang perlu dievaluasi. Berhasil menyusun laporan laba rugi pertama mereka, yang memberikan gambaran jelas tentang keuntungan bersih.

3. Peningkatan Labelisasi Kemasan

   Latar Belakang Masalah : UMKM ini masih kurang dalam menarik, dikarenakan labelisasi kemasan yang dinilai kurang inovatif.

Aktivitas :

Pendampingan Perbaikan Kemasan : Memberikan ide dan arahan untuk perbaikan desain dan material kemasan agar produk lebih menarik, aman, dan tahan lama.

Hasil yang Dicapai : UMKM Kripik Pisang Nde Nok mengimplementasikan labelisasi yang sebelumnya sudah di desain mahasiswa, untuk proses cetak yang berkelanjutan.

4. Fasilitasi Akses Legalitas Usaha

   Latar Belakang Masalah : Banyak UMKM yang belum memiliki legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), yang menghambat akses ke program bantuan pemerintah, permodalan formal, atau kerja sama dengan pihak lain.

   Aktivitas:

   Edukasi Manfaat NIB dan Prosedur Pengurusannya : Memberikan informasi lengkap mengenai keuntungan memiliki NIB dan langkah-langkah pengajuan melalui sistem OSS RBA.

   Pendampingan Pengurusan NIB secara *Online* : Membantu UMKM dalam proses pendaftaran akun OSS, pengisian data, dan verifikasi dokumen yang diperlukan untuk mendapatkan NIB.

   Hasil yang Dicapai : UMKM Kripik Pisang Nde' Nok berhasil mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB), yang merupakan langkah awal penting menuju legalitas dan kemudahan akses ke fasilitas pemerintah.

4. KESIMPULAN

Kegiatan KKM Kelompok 10 Universitas Serang Raya dalam pemberdayaan UMKM di DesaGowok Sentul, Kelurahan Sukajaya dapat dikatakan berhasil dan memberikan dampak positif yang signifikan**.** Program-program yang terfokus pada **pemasaran** digital, manajemen keuangan, peningkatan kualitas produk, dan fasilitasi legalitas usaha telah meningkatkan kapasitas dan

kemandirian UMKM sasaran. Antusiasme dan partisipasi aktif dari para pemilik UMKM menjadi kunci keberhasilan program ini. Mahasiswa KKM juga mendapatkan pengalaman berharga dalam menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah untuk memecahkan permasalahan nyata di masyarakat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kami ucapkan dari tim KKM Kelompok 10 beserta Dosen Pendamping Lapangan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Serang Raya yang memberi kesempatan kami berkontribusi langsung di masyarakat dan mendokumentasikan dalam bentuk artikel jurnal dengan harapan kontribusi kami di masyarakat dapat menjadi motivasi dan inspirasi dalam pengembangan masyarakat terutama dalam hal pengelolaan sampah

DAFTAR PUSTAKA

Apriyanti, H. (2018). Peran Strategis UMKM dalam Menghadapi Era Digitalisasi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2), 123-135.

Hafsah, M. J. (2004). *Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM): Upaya Peningkatan Kesejahteraan Rakyat*. Jakarta: CIDES.

Haryadi, Y., & Winardi, S. (2016). Peran Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, *1*(2), 163-176.

Masyhuri. (2011). *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung: Refika Aditama.

Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Sekretariat Negara.

Susilo, E., Kurniati, N., & Widayati, R. (2020). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, *10*(1), 1-12.

Tambunan, T. T. H. (2009). *Development of Small and Medium Enterprises in a Developing Country: The Indonesian Case*. New York: Palgrave Macmillan.

Tambunan, T. T. H. (2009). *UMKM di Indonesia: Isu-isu Penting*. Jakarta: Salemba Empat.