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

Pendampingan UMKM Lokal Menuju Modernisasi di Era Digital

Dwi Nurina Pitasari[1,], Ichsan Adil Prayogi[2], Hanum Nur Rachmawati[3], Cindy Ayu Kartika Sari[4] Ardian Hilal Ramadhan[5], Mohammad Ilham Sidik[6]

[1,2,4]Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik dan Ilmu Hukum, Universitas Serang Raya
[3]Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Serang Raya
[5] Prodi Tenik Kimia, Fakultas Teknik,, Universitas Serang Raya
[6]Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Serang Raya

dwi.nurina@gmail.com

ABSTRAK

UMKM Lestari adalah salah satu UMKM local yang berada di Kawasan Anyer. Awalnya UMKM ini masih belum memiliki nama dan terbilang masih tradisional baik dari segi pengelolaan maupun pemasaran. Pentingnya pendampingan UMKM local menuju modernisasi di era digital karena UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini melalui tiga tahapan yaitu tahap awal, inti dan akhir. Hasil pengabdian ini adalah UMKM ini bernama UMKM Lestari. UMKM Lestari telah memiliki NIB, logo, benner, kemasan dan desain stiker. Dilakukan pelatihan dan pendampingan *digital marketing* melalui media social Instagram.

Kata kunci: Digital Marketing, Instagram, UMKM

ABSTRACT

UMKM Lestari is one of the local UMKM located in the Anyer area. Initially, this UMKM did not have a name and was considered traditional both in terms of management and marketing. The importance of mentoring local UMKM towards modernization in the digital era because UMKM has an important role in the economy in Indonesia. The method used in this study went through three stages, namely the initial, core and final stages. The result of this service is that this UMKM is called UMKM Lestari. UMKM Lestari already has a NIB, logo, banner, packaging and sticker design. Digital marketing training and mentoring were carried out through Instagram social media.

Keywords*: Digital Marketing, Instagram, UMKM*

1. PENDAHULUAN

Salah satu kekuatan ekonomi yang selama ini menjadi penunjang ekonomi negara Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah adalah kehadiran pelaku Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Febriyantoro & Arisandi, 2018). UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia dengan kontribusinya pada pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan (Bhegawati et al., 2022). Selain itu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga berperan penting dalam mendorong perekonomian Indonesia di era Revolusi Industri 4.0 yang juga secara bertahap menuju Society 5.0. Namun, UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala, salah satunya adalah kurangnya akses ke pasar dan kurangnya keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan penghasilan (Hanim et al., 2021).

UMKM Lestari adalah salah satu UMKM lokal yang berada di Kawasan Anyer tepatnya berada di Jalan Bunihara, Desa Bunihara Kecamatan Anyer. UMKM kuliner lokal merupakan salah satu kekayaan kuliner Indonesia yang patut dilestarikan. Dengan mendukung UMKM kuliner lokal, kitadapat menikmati hidangan yang lezat, membantu perekonomian lokal, dan melestarikan budaya kuliner Indonesia.Sehingga, halini dapat memajukan perekonomian daerah dan menambah pendapatan daerah untuk kesejahteraan daerah (Permana dkk, 2024).

Berikut ini adalah foto tempat produksi UMKM Lestari:



Gambar 1 Rumah Produksi UMKM Lestari

Berdasarkan gambar 1 tersebut dapat dilihat bahwa rumah produksi UMKM lestari masih terlihat sangat tradisonal dimana bangunan rumah tersebut masih menggunakan seng dan terletak di tengah pinggir jalan.

UMKM Lestari adalah salah satu UMKM yang dalam kesehariannya memproduksi makanan ringan yang berasal dari pisang dan olahan ketela pohon. Ketela pohon atau yang biasa dikenal dengan Singkong atau Singkong kayu, merupakan pohon tahunan tropika dan subtropika dari keluarga *Euphorbiaceae*. Singkong biasanya dijadikan olahan pangan karena kandungan karbohidratnya yang tinggi, sedangkan daunnya biasa dijadikan sayuran. Di Indonesia, singkong merupakan produksi hasil pertanian pangan ke dua terbesar setelah padi, sehingga singkong mempunyai potensi sebagai bahan baku yang penting bagi berbagai produk pangan dan industri (Kustianti, 2022).

Pisang dan olahan ketela di produksi menjadi keripik pisang, keripik singkong dan klanting. Ketiga produk olahan inilah yang menjadi produk utama UMKM Lestari. Dalam hal pemasaran UMKM ini masih memasarkan produknya secara tradisional yaitu ke pasar, menitipkan ke warung dan dijajakan oleh pedagang kaki lima. Selain itu, mereka juga hanya mengandalkan pesanan orang.

Sedangkan dalam produksi, UMKM ini hanya mengandakan peralatan seadanya dan tenaga manusia tanpa bantuan mesin. Dalam hal pengolahan bahan setengah jadi klanting UMKM ini sangat bergantung pada faktor cuaca. Apabila cuaca cerah maka terdapat sinar matahari yang akan mempercepat proses pengeringan klanting. Namun apabila cuaca hujan maka UMKM ini tidak akan memproduksi produk kripiknya. Berikut ini adalah gambar saat proses produksi keripik:



Gambar 2 Proses Pembuatan Kripik

Kripik adalah camilan yang disukai oleh banyak orang, berdasarkan hasil survei ke beberapa pelanggan diketahui bahwa kripik singkong, kripik pisang dan klanting buatan UMKM Lestari enak dan gurih sehingga mereka menjadi pelanggan UMKM ini.

Inovasi bisnis sangat penting untuk meningkatkan daya saing pada pertumbuhan Usaha Menengah (UMKM) di era digital. Transformasi digital telah memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai industri, termasuk UMKM, dan telah mendorong munculnya model dan peluang bisnis baru (Kurdi, 2024)

Berdasarkan hasil analisis situasi dan kondisi yang tim pengabdian lakukan ditemukan permasalahan yaitu:

1. Belum adanya nama permanen UMKM ini.
2. Kemasan yang digunakan masih sederhana yaitu sebatas plastik tanpa identitas atau logo.
3. Belum adanya logo di setiap kemasan.
4. Pemiliki belum memiliki NIB.
5. Pemasaran yang digunakan masik tradisional
6. Pengetahuan pemilik mengenai pentingnya konsep pemasaran khususnya pemasaran digital masih minim.

Beberapa penelitian terdahulu mengenai pendampingan UMKM terpusat pada pemanfaatan digital marketing yaitu pertama penelitian milik Kamil dkk (2022) dengan judul Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E-Commerce. Kedua penelitian milik Novitatasari dkk (2023) dengan judul Pendampingan UMKM Menuju Industri Kreatif Melalui Implementasi Digital Marketing Kepada Pelaku UMKM Desa Kedungdalem, Kabupaten Probolinggo. Ketiga penelitian milik Kurniawan dengan judul Pendampingan UMKM Kripik Pisang dan Talas melalui Packaging dan Digital Marketing di Kelurahan Rakam, Kabupaten Lombok Timur, NTB. Keempat penelitian milik Rizki dkk (2024) yang berjudul Implementasi Pendampingan UMKM Melalui Pemandaatan Digital marketing di Desa Gelam Sidoarjo. Dari beberapa penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui bahwa pendampingan UMKM dalam pemanfaatan digital marketing membantu memperkuat daya saing, meningkatkan kualitas produk, meningkatkan penjualan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, perlu adanya dukungan dan pendampingan yang tepat untuk membantu UMKM local berkembang di era digital saat ini.

Solusi yang ditawarkan tim pengabdian untuk pemecahan masalah yang terjadi adalah:

1. Membuat nama sebagai identitas UMKM.
2. Mengubah kemasan/ packaging yang ada menjadi lebih baik dengan menambahkan desain logo pada setiap kemasan.
3. Membuat NIB UMKM Lestari.
4. Memberikan pengetahuan tentang pemasaran digital kepada pemilik dan anggota
5. Menerapkan pemasaran digital dengan menggunakan media social instagram

Tujuan dari program pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan bantuan pendampingan kepada para pelaku UMKM local umumnya dan UMKM Lestari khususnya untuk berkembang menjadi UMKM yang lebih modern di era digital dengan menerapkan strategi komunikasi

pemasaran khususnya digital marketing agar mampu bersaing dan meningkatkan omset penjualan.

Manfaat program pengabdian ini adalah memberikan pelatihan, meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital marketing, serta meningkatkan daya saing UMKM.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini terbagi menjadi tiga tahap yaitu sebagai berikut:

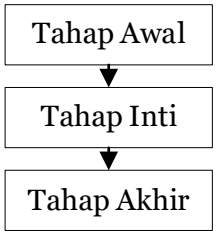


Diagram 1 Tahapan Pengabdian Kepada Masyarakat

a. Tahap Awal

Pada tahap awal yang telah tim pengabdian lakukan adalah observasi, perijinan, analisis masalah dan mencari solusi dan perencanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Observasi yang kami lakukan bertujuan untuk mengetahui masalah serta kebutuhan pelaku UMKM Lestari yang berada di Jalan Bunihara, Desa Bunihara, Kecamatan Anyar, Kabupaten Serang, Provinsi Banten. Hasil dari observasi yang telah tim pengabdian lakukan diantaranya, Permintaan pembuatan nama UMKM, dimana pelaku UMKM secara langsung meminta pembuatan nama usaha mereka. Selanjutnya tidak adanya identitas visual dan sarana pemasaran digital, ditemukannya bahwa pelaku UMKM belum memiliki logo, kemasan yang menarik untuk pemasaran digital, serta akun media sosial. Keterbatasan pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara digital karena kurangnya informasi mengenai pemasaran digital melalui media sosial maupun media online.

b. Tahap Inti

Pada tahap inti ini mahasiswa mengimplementasi solusi terhadap masalah yang ada pada UMKM Lestari ini yang telah ditemukan pada kegiatan di observasi sebelumnya. Solusi yang di berikan terhadap pelaku UMKM diantaranya adalah melakukan pelatihan tentang *digital marketing* dengan tujuan pelaku usaha mampu bersaing dengan pelaku usaha yang telah menjualkan produk mereka di *platform digital*, selanjutnya memfasilitasi pelaku UMKM tentang pembuatan legalitas usaha, dimana izin usaha yang diwakilkan oleh tim pengabdian, tim pengabdian melakukan pembuatan logo UMKM, desain kemasan yang menarik agar dapat dipasarkan di online, dan juga penjualan di *platfrom digital.*

c. Tahap Akhir

Pada tahap akhir ini pengabdian terhadap pelaku UMKM berfokus pada evaluasi serta dampak pada program kerja yang telah dilakukan. Pada tahap akhir yang telah dilaksanakan diantaranya tim pengabdian melakukan evaluasi hasil serta dampak, dimana kami melakukan survei dan wawancara terhadap para pelaku usaha serta para pekerja dengan mengukur hasil penjualan. Penerimaan umpan balik yang berisi sara serta kritik yang disampaikan pada forum diskusi tim pengabdian dengan pelaku usaha dan tim pekerja. Serta para tim pengabdian melakukan pembuatan laporan yang berisi data dan umpan balik. Selain itu tim pengabdian juga membuat jurnal agar dapat menambah wawasan bagi pelaku UMKM lain dan sebagai rekam jejak.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di UMKM Lestari yang berlokasi di Jalan Bunihara, Desa Bunihara Kecamatan Anyer selama 40 hari kerja yaitu pada bulan Mei hingga Juni 2025. Sasaran kegiatan ini adalah pelaku UMKM local yang berada di Anyer.

Adapun hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah:

1) Kegiatan diawal yang dilakukan adalah pemberian nama UMKM. Tim pengabdian dan pemilik usaha UMKM berdiskusi tentang nama yang pas untuk UMKM ini. Hasil diskusi disepaki nama untuk UMKM ini adalah UMKM Lestari dengan harapan usaha ini akan selalu hidup dan berkembang lebih baik.
2) Pendampingan pembuatan logo UMKM lestari



Gambar 3 Logo UMKM Lestari

Gambar 2 menjelaskan bahwa gambar itu adalah logo UMKM Lestari yang akan digunakan saat ini dan seterusnya. Sebelum adanya tim pengabdian UMKM lestari belum memiliki nama dan logo. Setelah adalanya tim pengabdian maka UMKM Lestari memiliki logo yang diharapkan pemilik usaha.

3) Pendampingan pemilihan kemasan/ packaging dan desain kemasan

Kemasan awal UMKM Lestari adalah besar-besar yang nantinya akan diambil oleh lain atau dikemas ulang menggunakan plastic bening biasa. Berikut ini adalah gambarnya:



Gambar 4 Kemasan Kripik

Tim pengabdian mengembangkan dengan berinovasi mengubah kemasan besar menjadi kemasan kecil dan membuat inovasi rasa.

Untuk produk asli UMKM Lestari ini adalah Keripik Pisang, Keripik Singkong dan Klanting dengan rasa original atau hanya asin saja. Tim pengabdian menambahkan varian rasa seperti pada keripik pisang menjadi keripik pisang coklat dan matcha. Pada keripik pisang ini tim pengabdian pun mengajarkan utuk mengubah bentuk dan model pisangnya yang biasanya Panjang-panjang namun saat ini dibuat juga versi pendek bulat.

Sedangkan untuk keripik singkong dan klanting ada rasa keju, barberque, dan pedas.



Gambar 5 Kemasan Kecil dengan Varian Rasa

Gambar 5 menunjukkan bahwa tim pengabdian berinovasi dalam merubah bentuk kemasan menjadi ukuran yang lebih kecl mulai dari 1 kg hingga yang terkecil. Hal ini dilakukan agar saat menjual harga yang di kenakan masih terjangkau oleh masyarakat. Selain kemasan yang beraneka ragam maka stiker label kemasan pun dibuat menyesuaikan kemasan. Tim pengabdian membuat banyak yang nantinya akan di serahkan kepada UMKM Lestari. Berikut ini adalah gambar stiker label untuk masing-masing keripik:



Gambar 6 Stiker Label Klanting



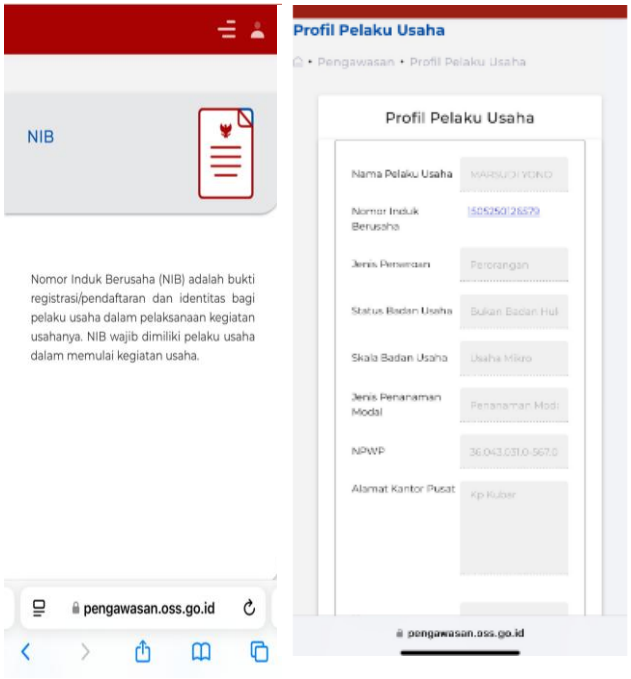
Gambar 7 Stiker Label Keripik Singkong



Gambar 8 Stiker Label Keripik Pisang

4) Pendampingan pembuatan NIB untuk UMKM Lestari

NIB adalah Nomer Induk Berusaha. Ini adalah identitas resmi yang diterbitkan oleh Lembaga Online Single Submission (OSS) untuk pelaku usaha di Indonesia. Dengan adanya NIB ini maka UMKM Lestari telah memiliki identitas dan izin usaha yang sah dan terdaftar. NIB UMKM Lestari yang terdaftar adalah 1505250126579 dengan nama Pelaku usaha Marsudi Yono. Berikut ini adalah gambar NIB UMKM Lestari:



Gambar 9 NIB UMKM Lestari

5) Pelatihan *digital marketing* kepada pemilik dan karyawan UMKM Lestari.

Pelatihan digital marketing bertujuan untuk memberikan wawasan kepada pelaku usaha bahwa di era digital saat ini pemasaran konvensional telah bergeser ke pemasaran digital. Pada pelatihan digital marketing kali ini, tim pengabdian lebih mengarahkan pemasaran menggunakan media social Instagram. Media social Instagram dipilih sebagai salah satu alat pemasaran yang digunakan karena lebih mudah. Biasanya setiap orang memiliki Instagram, dan Instagram biasa digunakan oleh seseorang untuk mencari suatu referensi.

Tim pengabdian melaksanakan kegiatan pelatihan ini pada minggu ke tiga. Pelatihan ini dihadiri oleh pemilik dan karyawan UMKM Lestari. Peserta pelatihan diberikan contoh penerapan digital marketing dalam

kehidupan sehari-hari. Berikut ini adalah foto setelah melaksanakan kegiatan pelatihan:



Gambar 10 Foto setelah kegiatan pelatihan digital marketing

6) Pembuatan media social Instagram sebagai alat pemasaran digital UMKM Lestari.

Tim pengabdian membuat akun media social Instagram yang nantinya akan digunakan oleh UMKM Lestari dalam melakukan pemasaran. Akun instagarm ini juga telah diisi oleh konten-konten yang telah dibuat oleh tm pengabdian. Berikut ini adalah akun media social instagramnya:



Gambar 11 Instagram UMKM Lestari

7) Pendampingan penerapan pemasaran secara digital melalui media social

Setelah dilakukan pelatihan digital marketing, tim pengabdian pun melaksakan pendampingan selama dua (2) minggu pada admin atau orang yang nantinya akan memegang akun media social Instagram UMKM Lestari. Pendampingan ini dilakukan oleh tim pengabdian secara bertahap dan bergilir agar UMKM Lestari terbiasa menggunakan media social instagram. Tim membuat jadwal pendampingan dan orang yang mendampingi agar lebih rapih dan teratur. Berikut ini adalah foto salah satu tim melakukan pendampingan:



Gambar 12 Pendampingan pemasaran menggunakan media sosial

8) Pembuatan dan penyerahan benner sebagai tanda lokasi UMKM Lestari

UMKM Lestari belum memiliki plank nama atau benner yang bertuliskan nama UMKM Lestari dan produk yang dijual maka tim pengabdian berinisiatif membuatkan benner berukuaran besar yang dapat di pasang di depan rumah sebagai identitas keberadaan UMKM Lestari. Berikut ini adalah foto penyerahan:



Gambar 13 Penyerahan Bener UMKM Lestari

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian pendampingan UMKM local menuju modernisasi di era digital ini telah terselenggara dengan baik. Kegiatan pengabdian ini diawali dengan pemberian dan penetapan nama UMKM Lestari. Selanjutnya tim melakukan kegiatan pendampingan untuk pembuatan logo, pemilihan kemasan/ packaging, dan desain stiker kemasan UMKM Lestari. Selain itu, tim pengabdian melakukan pendampingan pembuatan NIB (Nomer Induk Berusaha) yang merupakan identitas dan izin usaha yang harus dimiliki oleh UMKM Lestari. Tak hanya sampai di situ, tim pengabdian melakukan pelatihan *digital marketing* kepada pemilik dan karyawan UMKM Lestari dan pendampingan penerapan pemasaran secara digital mellaui media social. Adapun media social yang digunakan adalah Instagram. Tim pengabdian membuatkan media social Instagram sebagai alat pemasaran digital UMKM Lestari dan mengisi konten-konten di dalam Instagram tersebut. Terakhir timpengabdian membuat dan menyerahkan benner sebagai tanda lokasi UMKM Lestari

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada UMKM Lestari yang telah bersedia menjadi tempat pengabdian kami. Selain itu, terimakasih kepada mahasiswa KKM 56 Universitas Serang Raya yang telah banyak membantu terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarkat ini. Tak lupa terimakasih kepada LPPM Universitas Serang Raya yang telah membina kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Bhegawati, D. A. S., Ribek, P. K., & Verawati, Y. (2022). Pembangunan Ekonomi Di Indonesia Melalui Peran Kewirausahaan. JISOS: JURNAL ILMU SOSIAL, 1(1), 21–26

Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara, 1(2), 61–76. https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175

Hanim, L., Soponyono, E., & Maryanto, M. (2021). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), 30–39

Kamil, Indriyati; Bakri, Asri Ady; Salingkat, Suhartini; Ardenny; Tahirs, Jemi Pabisangan dan Alfiana. (2022). Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E-Commerce.

Kurdi, Moh; Nisa, Dina Arifatun; Rahmah, Unsilatur; Andisni, Dewi Intan; Ardianty, Riana Suci; Amir, Muhammad; Taqwim, Mohammad Ahsani dan Wahyudi, Ary. (2024). Pendampingan UMKM: Meningkatkan Daya Saing dan Inovasi di Era Digital Pada UMKM Bintang Emas di Desa Kasengan, KecamatanManding, Kabupaten Sumenep. Dinamika Sosial: Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Transformasi Kesejahteraan. 1 (2) 31-39.

Kurniawan, Andri; Alinda, Tia; Ramadhani, Fatimatuzzahrah dan Alawi, Muhammad. (2023). Pendampingan UMKM Kripik Pisang dan Talas melalui Packaging dan Digital Marketing di Kelurahan Rakam, Kabupaten Lombok Timur, NTB. KOMATIKA. 3 (1) 20-28.

Kustianti, R. (2022, Juni 23). Asal-usul Singkong dan Macam-macam Namanya di Indonesia. Diambil kembali dari traveltempo.co: https://travel.tempo.co/read/1606768/asal-usul-singkong-dan-macam-macam-namanya-di-indonesia

Novitasari, Dwi Sukma; Maseto, Maseto dan Nisa, Fauzatul Laily. (2023). Pendampingan UMKM Menuju Industri Kreatif Melalui Implementasi Digital Marketing Kepada UMKM Desa Kedungdalem, Kabupaten Probilinggo. Selalaparang: Jurnal Pengabdian

Masyarkat Berkemajuan Universitas Muhammadiyah Mataram. 7 (3)

Rizqi, Andini hasriyanty dkk. (2024). Implementasi Pendampingan UMKM Melalui pemanfaatan Digital Marketing di Desa Gelam Sidoarjo. Media Pengabdian Kepada Masyarakat (MPKM), 3 (1) 78-89.