

Peran UMKM Dalam Meningkatkan Produktivitas Dan Perekonomian Nasional Berbasis Masyarakat Secara Berkelanjutan

Sunny Samsuni^{1*}, Suherman², Media Sucahya³, Suliasno⁴

^{1,2}Fakultas Teknologi Informasi, Program Studi Sistem Komputer, Universitas Serang Raya, Serang, Indonesia

³Fakultas Ilmu Sosial, Politik dan Ilmu Hukum, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Serang Raya, Serang, Indonesia

⁴Fakultas Ilmu Sosial, Politik dan Ilmu Hukum, Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Serang Raya, Serang, Indonesia

Email: ^{1*}sunnysamsuni@unsera.ac.id, ²suherman.unsera@gmail.com, ³memetsumemet@gmail.com, ⁴ingerajwa@gmail.com

(* : coresponding author)

Abstrak – Program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Lingkungan Kubang Sepat Inpres, Kecamatan Cibeber, Kota Cilegon. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam hal inovasi produk, legalitas usaha, serta strategi pemasaran berbasis digital. Metode pelaksanaan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selama 8 pertemuan, pelaku UMKM mendapatkan pelatihan langsung dalam pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB), desain promosi (spanduk), dokumentasi produk, dan pembuatan website sebagai media promosi digital. Hasil menunjukkan bahwa pelaku UMKM lebih memahami pentingnya legalitas usaha dan mampu memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar. Selain itu, produk UMKM menjadi lebih menarik secara visual dan mudah diakses oleh konsumen. Program ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan kualitas usaha dan profesionalisme pelaku UMKM.

Kata Kunci: UMKM, Inovasi Produk, Legalitas, Digitalisasi Pemasaran, Pengabdian

Abstract – *Community service program was carried out in the Kubang Sepat Inpres area, Cibeber Subdistrict, Cilegon City. This program aimed to enhance the capacity of MSME (UMKM) actors in product innovation, business legality, and digital marketing strategies. The implementation methods included observation, interviews, and documentation. Over eight meetings, MSME actors received direct training in creating Business Identification Numbers (NIB), promotional design (banners), product documentation, and website development as a digital marketing medium. The results showed that MSME actors had a better understanding of the importance of business legality and were able to utilize digital technology to expand their market reach. Additionally, MSME products became more visually appealing and accessible to consumers. This program had a positive impact on improving the quality of business operations and the professionalism of MSME actors.*

Keywords: MSME, Product Innovation, Business Legality, Digital Marketing, Community Service

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam menyerap tenaga kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di Kota Cilegon, UMKM merupakan tulang punggung perekonomian daerah, khususnya di Lingkungan Kubang Sepat Inpres, Kecamatan Cibeber. Namun, banyak pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala seperti minimnya legalitas usaha, rendahnya kualitas produk, serta keterbatasan strategi pemasaran.

Berdasarkan hasil observasi awal, mayoritas pelaku UMKM belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), sehingga mengalami kesulitan dalam mengakses bantuan pemerintah atau permodalan. Selain itu, pemasaran produk masih dilakukan secara konvensional, sehingga jangkauan pasar terbatas. Dengan adanya keterbatasan tersebut, diperlukan pendampingan yang berfokus pada peningkatan kapasitas pelaku UMKM agar lebih profesional dan mampu bersaing di era digital.

Program pengabdian ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan pelatihan langsung kepada pelaku UMKM dalam pengurusan legalitas usaha, pembuatan desain promosi, dokumentasi produk,

dan pemanfaatan website sebagai media promosi digital. Kegiatan ini dilakukan secara partisipatif dan berkelanjutan selama 8 pertemuan dari bulan April hingga Juni 2025.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM. Kegiatan dilakukan di Lingkungan Kubang Sepat Inpres, Kecamatan Cibeber, Kota Cilegon, selama 8 kali pertemuan dari bulan April hingga Juni 2025. Metode yang digunakan meliputi:

a. Observasi

Melakukan pengamatan langsung terhadap kondisi UMKM di lapangan.

b. Wawancara

Melakukan diskusi langsung dengan pelaku UMKM untuk memahami kebutuhan dan tantangan usaha.

c. Dokumentasi

Mengumpulkan data berupa foto, video, dan catatan hasil kegiatan. Kegiatan pendampingan meliputi: pembuatan NIB untuk legalitas usaha, pelatihan pembuatan desain promosi (spanduk), dokumentasi proses produksi produk, pembuatan dan pelatihan pengelolaan website

d. Pelatihan dan pendampingan

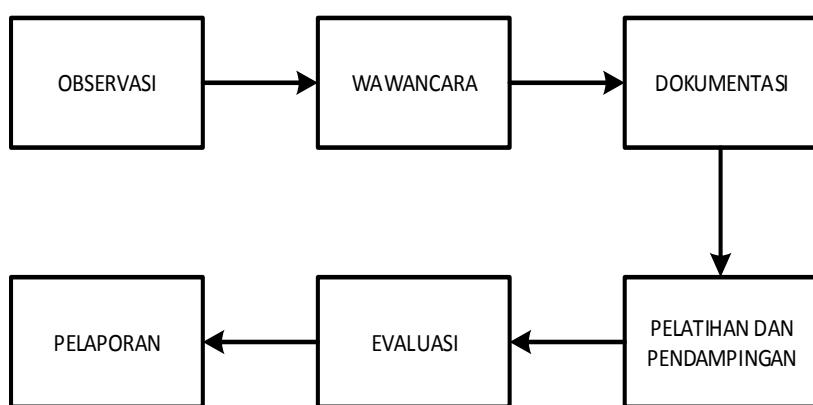
Pengenalan konsep UMKM dalam aspek legalitas dan pelatihan pembuatan spanduk, foto dan video, serta dokumentasi proses produksi

e. Evaluasi

Melakukan evaluasi terhadap hasil kegiatan pengumpulan data dan hasil kegiatan pelatihan pendampingan.

f. Pelaporan

Membuat laporan akhir kegiatan



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum pelaksanaan kegiatan pendampingan dimulai, tim Divisi UMKM Kelompok 08 Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) Universitas Serang Raya melakukan survei awal kepada enam pelaku UMKM di Lingkungan Kubang Sepat Inpres. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha belum memiliki legalitas usaha yang lengkap, hanya dua UMKM yang telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), serta minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam proses pemasaran. Selain itu, inovasi produk dan media promosi visual seperti spanduk atau konten digital masih sangat terbatas, sehingga membatasi potensi pertumbuhan dan daya saing UMKM di era digital.

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan, rangkaian kegiatan pendampingan dirancang untuk memberikan solusi langsung kepada pelaku UMKM melalui pembekalan materi dan praktik langsung. Kegiatan ini mencakup pembuatan NIB sebagai dasar legalitas usaha, pelatihan pembukuan sederhana, pembuatan media promosi visual seperti spanduk, serta pemanfaatan website sebagai sarana pemasaran berbasis digital. Pendekatan partisipatif dan aplikatif digunakan agar pelaku UMKM tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu menerapkannya secara langsung dalam pengelolaan usaha mereka. Berikut adalah rangkaian kegiatan yang dilaksanakan selama program pengabdian berlangsung:

Tabel 1. Rangkaian Kegiatan Pengabdian

No	Tanggal	Waktu	Kegiatan
1	Sabtu, 26 April 2025	16.00 - 17.30	Pengenalan jenis-jenis UMKM setempat Sosialisasi materi mengenai UMKM
2	Sabtu, 03 Mei 2025	09.00 - 11.30	Pembuatan surat Nomor Induk Berusaha (NIB) masing-masing UMKM
3	Minggu, 11 Mei 2025	09.30 - 12.30	Memberikan metode dan penjelasan tentang pembukuan untuk UMKM
4	Sabtu, 17 Mei 2025	13.00 - 15.00	Membuat desain spanduk untuk masing- masing UMKM
5	Minggu, 25 Mei 2025	09.00 - 11.30	Proses pemotretan dan pembuatan video produk untuk pemasaran
6	Rabu, 28 Mei 2025	14.00 - 15.30	Melihat dan membuat proses pembuatan produk
7	Minggu, 15 Juni 2025	13.00 - 15.00	Penyerahan spanduk dan NIB untuk masing- masing UMKM Melakukan pemasangan spanduk di tempat usaha UMKM
8	Sabtu, 21 Juni 2025	09.00 - 10.30	Penyampaian web untuk pemasaran UMKM berbasis digital• Penjelasan mengenai web untuk UMKM



(a)



(b)

Gambar 2. (a) Kegiatan pengumpulan data NIB dan (b) pembuatan Pembuatan Spaduk



Gambar 3. Kegiatan pembuatan produk UMKM

Selama pelaksanaan program, terdapat 6 pelaku UMKM yang mendapatkan pendampingan langsung. Berikut adalah hasil yang dicapai:

a. Legalitas Usaha

Semua UMKM berhasil mendapatkan NIB, sehingga dapat mengakses bantuan pemerintah dan permodalan.

b. Desain Promosi

Spanduk yang dibuat memberikan kesan profesional dan membantu menarik minat konsumen.

c. Digitalisasi Pemasaran

Website yang dibuat mempermudah pelaku UMKM dalam memasarkan produk secara online.



(a)



(b)

Gambar 4. (a)Penyerahan NIB dan Sepanduk kepada Pelaku UMKM (b)Pembuatan website UMKM Cilegon (<https://umkmkbsiclg.shop>)

Tabel 2. Kondisi sebelum dan setelah kegiatan

No	Aspek Kegiatan	Jumlah UMKM	Kondisi Sebelum Kegiatan	Kondisi Setelah Kegiatan	Tingkat Keberhasilan
1	Inovasi Produk	6	Hanya 1 yang telah berinovasi	5 usaha berhasil berinovasi	83%
2	Legalitas Usaha (NIB)	6	2 UMKM telah memiliki NIB	Seluruh UMKM memiliki NIB	100%
3	Strategi Pemasaran (Spanduk, Konten)	6	1 usaha memiliki media promosi visual	Seluruh UMKM telah memiliki spanduk, foto, dan video	100%
4	Pemanfaatan Teknologi (website)	6	Belum ada yang menggunakan	Semua UMKM memiliki dan mengelola web	100%

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, dapat disimpulkan bahwa program ini berhasil meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam empat aspek utama:

a. Inovasi Produk

Produk UMKM menjadi lebih menarik dan memiliki daya saing.

b. Legalitas Usaha

Seluruh UMKM telah memiliki NIB dan siap untuk pengembangan usaha lebih lanjut.

c. Promosi Visual

Spanduk dan foto produk meningkatkan citra usaha di mata konsumen.

d. Digitalisasi Pemasaran

Website mempermudah pelaku UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

Program ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan kualitas usaha dan profesionalisme pelaku UMKM. Saran untuk pengembangan lebih lanjut adalah memperluas jangkauan pendampingan dan memberikan pelatihan lanjutan dalam pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran digital.

REFERENCES

- ANTARA. (2024, 1 Agustus). UMKM diberikan kemudahan adopsi teknologi digital. Kementerian Komunikasi dan Informatika. <https://jateng.antaranews.com/berita/542583/umkm-diberikan-kemudahan-adopsi-teknologi-digital>
- Energika.id. (2025, 4 April). UMKM jadi pilar penting pertumbuhan ekonomi daerah, ini alasannya. <https://energika.id/detail/72962/umkm-jadi-pilar-penting-pertumbuhan-ekonomi-daerah-ini-alasannya>
- IDXChannel. (2021, 23 Maret). Literasi rendah, 81 persen UMKM belum tersentuh digitalisasi. <https://www.idxchannel.com/economics/literasi-rendah-81-persen-umkm-belum-tersentuh-digitalisasi>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2023, 21 September). Dukung UMKM go online, Menteri Budi Arie: Kominfo siapkan pendampingan. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/48767/dukung-umkm-go-digital-kominfo-siapkan-pelatihan-dan-pendampingan.html>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI. (2022, 1 Oktober). Perkembangan UMKM sebagai *critical engine* perekonomian nasional terus mendapatkan dukungan pemerintah. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- OY Indonesia. (2024, 4 Oktober). 5 tantangan dalam digitalisasi UMKM. <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.