

Pengembangan Unit Bisnis Dengan Media Digital Yang Terintegrasi Di UMKM Seroja Pabuaran Barat Pondok Karya - Tangerang Selatan

¹Petrus Sianggian, ²Agus Suharto, ³Rahmat Hartono

¹²³Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia

¹dosen02684@unpam.ac.id, ²dosen01539@unpam.ac.id, ³dosen02811@unpam.ac.id

Abstract

Community service in Pondok Karya Village, Pondok Aren District, South Tangerang City, was implemented as an effort to increase the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to face the challenges of the digital era. MSMEs in this area show significant potential in the culinary, craft, and service sectors, but remain limited in the use of digital technology for marketing and business management. This community service activity aims to provide training in digital media and online stores, enabling MSMEs to optimize promotional strategies, expand market access, and increase competitiveness. Implementation methods include outreach, technical training on social media and marketplace use, assistance in online store creation, and business sustainability evaluation. The expected outcomes are increased digital literacy among the community, the establishment of active online stores managed by local MSMEs, and the availability of app-based MSME mapping data as a reference for the village government in policymaking. Thus, this program not only supports local economic strengthening but also serves as a model for technology-based community empowerment that can be replicated in other regions.

Keywords: Community Service, UMKM, Digital Literacy, Online Stores, Local Economic Empowerment

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Pondok Karya, Kecamatan Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan, dilaksanakan sebagai upaya meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi tantangan era digital. Kondisi UMKM di wilayah ini menunjukkan potensi besar dalam bidang kuliner, kriya, dan jasa, namun masih terbatas dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan pengelolaan usaha. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan media digital dan toko online, sehingga pelaku UMKM mampu mengoptimalkan strategi promosi, memperluas akses pasar, serta meningkatkan daya saing. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan teknis penggunaan media sosial dan marketplace, pendampingan pembuatan toko online, serta evaluasi keberlanjutan usaha. Hasil yang diharapkan adalah meningkatnya literasi digital masyarakat, terbentuknya toko online aktif yang dikelola oleh UMKM lokal, serta tersedianya data pemetaan UMKM berbasis aplikasi sebagai rujukan bagi pemerintah kelurahan dalam pengambilan kebijakan. Dengan demikian, program ini tidak hanya mendukung penguatan ekonomi lokal, tetapi juga menjadi model pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi yang dapat direplikasi di wilayah lain.

Kata Kunci: Pengabdian Masyarakat, UMKM, Literasi Digital, Toko Online, Pemberdayaan Ekonomi Lokal

A. PENDAHULUAN

UMKM Seroja merupakan salah satu pelaku usaha mikro di wilayah Pabuaran Barat, Kelurahan Pondok Karya, Kecamatan Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan. Usaha ini berdiri sejak tahun 2018 dan dikelola oleh sekelompok ibu rumah tangga yang berinisiatif mengolah bahan pangan

lokal menjadi produk bernilai jual, seperti kue kering, aneka keripik, dan minuman herbal. UMKM Seroja memiliki sekitar 8 orang anggota aktif, dengan ketua elompok bernama Ibu Sri Wahyuni, yang sekaligus berperan sebagai koordinator produksi dan distribusi.

Lokasi UMKM berada di area padat penduduk dengan akses jalan lingkungan yang cukup baik. Produksi dilakukan di rumah ketua kelompok dengan peralatan sederhana. Proses pengemasan masih manual menggunakan plastik biasa dan label sederhana. Selama ini, pemasaran hanya mengandalkan penjualan langsung di lingkungan sekitar, titip di warung, serta promosi dari mulut ke mulut. Dokumentasi aktivitas usaha menunjukkan keterlibatan masyarakat sekitar, namun belum terdapat sistem administrasi dan pemasaran berbasis digital. Walaupun produk UMKM Seroja cukup diminati secara lokal, kapasitas produksi dan jangkauan pasarnya masih terbatas. Kondisi ini disebabkan oleh lemahnya pemahaman tentang teknologi digital, manajemen usaha modern, serta

branding dan promosi daring. Mitra belum memiliki akun media sosial usaha yang terkelola secara konsisten, tidak memiliki website, dan belum terdaftar di platform marketplace seperti Tokopedia atau Shopee. Akibatnya, peluang pasar digital yang sangat besar belum dapat dimanfaatkan secara optimal.

Dari segi produksi, UMKM Seroja menggunakan bahan baku lokal seperti singkong, pisang, tepung, dan rempah-rempah yang mudah diperoleh di pasar sekitar. Proses produksi dilakukan secara manual tanpa bantuan mesin modern. Kapasitas produksi rata-rata sekitar 10–15 kg produk jadi per minggu, tergantung pada permintaan. Kualitas produk relatif baik, namun belum terstandarisasi karena tidak adanya panduan produksi tertulis atau standar operasional prosedur (SOP).

Dari sisi manajemen, pengelolaan usaha masih bersifat informal. Pencatatan keuangan tidak dilakukan secara rutin dan sistematis, sehingga sulit untuk mengetahui laba bersih atau pengeluaran secara akurat. Keputusan pembelian bahan baku, produksi, dan penjualan masih didasarkan pada perkiraan. Tidak ada sistem stok barang dan tidak ada promosi digital yang terencana. Pengemasan produk juga belum memiliki identitas merek (branding) yang kuat sehingga sulit bersaing dengan produk sejenis di pasaran modern.

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil observasi lapangan, wawancara dengan pengelola UMKM, serta analisis situasi di atas, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan prioritas yang disepakati bersama mitra untuk diselesaikan dalam program PKM ini:

1. Belum adanya sistem media digital terintegrasi untuk pemasaran produk.
2. Mitra membutuhkan platform digital yang menggabungkan website, media sosial, dan toko online agar promosi dan penjualan dapat dilakukan secara lebih luas dan efisien.
3. Kurangnya kemampuan dalam manajemen keuangan dan administrasi usaha.
4. Keterbatasan keterampilan digital dan pembuatan konten promosi.
5. Identitas merek (branding) dan kemasan produk belum profesional.
6. Desain kemasan yang sederhana dan tidak konsisten membuat produk sulit bersaing dengan merek lain. Dibutuhkan desain logo, label, dan kemasan baru yang lebih menarik dan seragam.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan persoalan mitra, potensi dan permasalahan mitra maka erikut ini adalah rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi literasi digital masyarakat dan pelaku UMKM di Kelurahan Pondok Karya saat ini?
2. Bagaimana strategi pelatihan media digital dan toko online dapat meningkatkan kapasitas UMKM di Kelurahan Pondok Karya?

B. PELAKSAAAN DAN METODE

B.1. Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif (participatory approach) dengan model pendampingan kolaboratif antara tim dosen, mahasiswa, dan mitra UMKM Seroja. Seluruh tahapan kegiatan dilaksanakan secara bertahap, terukur, dan disepakati bersama dengan mitra agar hasilnya dapat diterapkan secara berkelanjutan.

Metode pelaksanaan difokuskan pada dua bidang utama, yaitu:

1. Bidang Manajemen Usaha dan Produksi, yang meliputi pembenahan sistem administrasi, keuangan, dan pengendalian stok serta peningkatan efisiensi produksi.
2. Bidang Pemasaran dan Digitalisasi Bisnis, yang berfokus pada pembangunan sistem media digital terintegrasi, penguatan branding, serta promosi melalui platform digital.

Pendekatan kegiatan dilakukan secara “learning by doing” di lokasi mitra, di mana seluruh pelatihan dan implementasi dilaksanakan sambil langsung mempraktikkan hasilnya pada unit bisnis UMKM Seroja.

B.1.2 Tahapan Pelaksanaan Berdasarkan Bidang Permasalahan

Tahap 1 – Analisis dan Pemetaan Proses Usaha

- Melakukan observasi langsung dan wawancara terhadap pelaku UMKM untuk memahami alur proses produksi, mulai dari pengadaan bahan baku, pengolahan, pengemasan, hingga distribusi.
- Menyusun diagram alur proses kerja (workflow) untuk mengidentifikasi titik-titik inefisiensi.
- Melakukan identifikasi kebutuhan alat bantu produksi dan kebutuhan pelatihan manajemen usaha. Output: Peta proses bisnis UMKM Seroja dan daftar kebutuhan peningkatan kapasitas.

Tahap 2 – Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Usaha

- Menyelenggarakan pelatihan pencatatan keuangan sederhana menggunakan aplikasi digital seperti BukuKas atau Google Sheet.
- Menyusun template laporan penjualan, pembelian, dan stok barang.

Output: Template laporan keuangan digital, sistem pencatatan transaksi, dan SOP usaha.

Tahap 3 – Peningkatan Efisiensi Produksi dan Pengemasan

- Mengevaluasi tata letak ruang produksi agar lebih ergonomis.
- Memberikan rekomendasi peralatan tambahan sederhana (misalnya sealer modern, timbangan digital, atau alat label otomatis).

- Melatih mitra dalam pengemasan higienis dan efisien sesuai standar UMKM pangan.
 - Menetapkan standar berat, ukuran, dan label produk agar seragam
- Output: SOP produksi dan pengemasan, serta peningkatan efisiensi produksi minimal 20%.

Tahap 4 – Pembuatan dan Implementasi Website Usaha

- Mendesain dan membangun website UMKM Seroja menggunakan CMS (WordPress atau Laravel) dengan fitur katalog produk, deskripsi usaha, kontak pemesanan, dan tautan media sosial.
- Mendaftarkan domain resmi (contoh: www.umkmseroja.com)

Tahap 5 – Integrasi Media Sosial dan Marketplace

- Membuat dan mengaktifkan akun media sosial usaha (Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp Business).
 - Membuka toko resmi di marketplace (Shopee dan Tokopedia).
- Output: Ekosistem digital terintegrasi untuk promosi dan penjualan produk UMKM.

Tahap 6 – Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing

- Pelatihan fotografi produk menggunakan smartphone.
 - Workshop pembuatan video pendek promosi menggunakan aplikasi CapCut atau Canva.
 - Pelatihan menulis caption promosi dengan teknik storytelling.
 - Penyusunan kalender konten promosi bulanan agar mitra memiliki panduan terjadwal.
- Output: 10–15 konten promosi siap unggah, serta modul pelatihan digital marketing sederhana.

Tahap 7 – Penguatan Branding dan Desain Kemasan

- Mendesain logo resmi UMKM Seroja dan menentukan warna identitas merek.
 - Mendesain ulang label kemasan untuk 3–5 varian produk utama.
- Output: 1 logo resmi, 5 desain kemasan baru, dan panduan identitas merek (brand guideline).

Tahap 8 – Pendampingan Strategi Promosi dan Evaluasi Pasar

- Menyusun strategi promosi digital menggunakan kombinasi konten organik dan iklan berbayar (boost post).
- Membuat program promosi berbasis pelanggan seperti promo “beli 2 gratis 1” atau giveaway online.
- Menjalin kolaborasi dengan komunitas lokal dan influencer mikro di Tangerang Selatan.
- Mengevaluasi peningkatan trafik digital, engagement media sosial, dan penjualan daring.

Output: Rencana promosi digital tahunan, peningkatan interaksi media sosial minimal 30%, serta laporan evaluasi kampanye.

B.1.3. Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Program

Program ini menekankan keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahapan kegiatan. Bentuk partisipasi mitra antara lain:

- Keterlibatan langsung dalam pelatihan dan praktik digitalisasi.
- Dua orang perwakilan UMKM ditetapkan sebagai “champion” untuk dilatih menjadi pengelola sistem digital, website, dan keuangan online.
- Penyediaan data dan fasilitas produksi.
- Mitra menyediakan data produk, harga, bahan baku, dan lokasi produksi untuk keperluan dokumentasi serta pembuatan konten promosi.
- Dengan pola kolaborasi tersebut, diharapkan terjadi transfer pengetahuan dua arah, di mana mitra memperoleh peningkatan kompetensi, sementara tim pelaksana mendapatkan pemahaman empiris terhadap realitas UMKM lokal.
- Keterlibatan dalam pengambilan keputusan.

B.2 Metode Kegiatan

Metode Pendekatan dalam pelaksanaan yang akan digunakan untuk menyelesaikan masalah adalah melalui kegiatan pelatihan Program Pelatihan Membangun Website Catalog diuraikan sebagai berikut:

1. Observasi

Metode observasi dilakukan untuk mendapatkan persetujuan mitra, informasi mengenai keadaan sarana dan prasarana, metode ini diperoleh data berupa keadaan wilayah, infrastruktur taman bacaan, serta permasalahan-permasalahan lainnya mengenai pemanfaatan dan praktik peminjaman dan pengembalian buku secara manual.

2. Diskusi

Diskusi dilakukan untuk membahas mengenai solusi dari permasalahan-permasalahan yang muncul mengenai pemanfaatan teknologi informasi dalam hal membangun web catalog. Diskusi ini terjadi antara Tim PKM dengan mitra kegiatan, yaitu Pimpinan UMKM Seroja pabuaran Pondok Karya, diskusi ini diperoleh solusi untuk permasalahan mengenai pemanfaatan teknologi informasi yaitu melalui “Keterampilan media digital membangun Web, Toko Online UMKM Seroja Pabuaran, Pondok Karya, Tangerang Selatan”.



- Sejalan dengan kebijakan Kota Tangerang Selatan yang mendorong UMKM untuk go digital melalui pelatihan dan pendampingan.

5. Evaluasi

Pada tahap ini dilakukan kuesioner menggunakan aplikasi quizizz terhadap peserta pelatihan untuk mengetahui kemampuan terkait materi yang sudah disampaikan dan keberhasilan proses sosialisasi terkait penguasaan aplikasi. Pada tahapan kuesioner diberikan reward kepada peserta yang memberikan jawaban benar kepada 3 peserta paling teratas.

Kuesioner juga diberikan kepada mitra dalam hal ini anggota UMKM Seroja untuk evaluasi apakah efektif atau tidak kegiatan PKM yang diselenggarakan oleh tim PKM universitas Pamulang terhadap mitra

Gambar 1. Pembukaan Oleh Ketua Tim PKM

3. Dokumentasi

Dokumentasi dalam kegiatan ini dilakukan untuk memperoleh data-data fisik yang berhubungan dengan keadaan infrastruktur dan keadaan UMKM Taman Seroja

4. Presentasi Pelatihan

Presentasi dilakukan untuk memaparkan bagaimana pelatihan Media Digital serta membangun Web dan membuat akun Toko Online untuk anggota UMKM

Presentasi dilakukan kepada peserta untuk memberikan keterampilan kepada anggota UMKM sehingga bisa sebagai acuan membuka ketertarikan awal dalam media digital membuat akun toko online

Presentasi pelatihan yang diberikan yaitu :

Tujuan Media Digital dan Toko Online dirancang untuk mempermudah akses informasi Beberapa manfaat dari pelatihan sebagai berikut:

- Meningkatkan literasi digital masyarakat
- Memberikan pemahaman dasar tentang penggunaan media digital (website, media sosial, marketplace) sebagai sarana komunikasi dan promosi.
- Mendorong UMKM masuk ke ekosistem digital
- Membantu pelaku usaha kecil di Kelurahan Pondok Karya agar mampu membuka dan mengelola toko online untuk memperluas pasar.
- Mengoptimalkan strategi pemasaran digital
- Mengajarkan teknik branding, konten kreatif, dan promosi melalui media sosial serta marketplace agar produk lebih dikenal.
- Meningkatkan daya saing UMKM lokal
- Dengan pemanfaatan toko online, UMKM dapat bersaing tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga regional dan nasional.
- Membangun kemandirian ekonomi masyarakat
- Melalui keterampilan digital, masyarakat memiliki peluang usaha baru dan tidak bergantung pada pasar konvensional semata.
- Mendukung program pemerintah dalam digitalisasi UMKM

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

C.1 Hasil

Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Kelurahan Pondok Karya – Pondok Aren dengan fokus pada pelatihan media digital dan toko online bagi UMKM:

- a) Peningkatan Literasi Digital
Setelah mengikuti pelatihan, peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman penggunaan media digital. Sebelum kegiatan, sebagian besar UMKM hanya mengandalkan promosi konvensional melalui mulut ke mulut atau WhatsApp. Pasca pelatihan, mereka mampu membuat akun di marketplace seperti Tokopedia dan Shopee, serta mengelola konten promosi di Instagram dan Facebook.
- b) Terbentuknya Toko Online UMKM Lokal
Beberapa UMKM berhasil membuat toko online aktif dengan produk unggulan seperti kuliner khas, kerajinan tangan, dan jasa layanan. Toko online ini mulai digunakan untuk transaksi sederhana dan memperluas jangkauan pasar.
- c) Pemetaan UMKM Berbasis Aplikasi
Data UMKM di Kelurahan Pondok Karya berhasil dihimpun dan dimasukkan ke dalam aplikasi pemetaan berbasis MIT App Inventor. Hal ini memudahkan kelurahan dalam memantau perkembangan usaha dan potensi ekonomi lokal secara terstruktur.
- d) Peningkatan Daya Saing dan Jaringan Pasar
UMKM yang mengikuti pelatihan mulai menjalin kerja sama dengan komunitas lain, serta memperluas pasar ke luar wilayah Pondok Aren.



			Taklim, Seroja	UMKM
9.05 – 9.10	5	Sambutan Perwakilan Ketua PKM Dosen	Bapak. Petrus Sianggian, M.Kom.	
9.10 – 10.30	60	Materi Media Digital	Dosen /Mahasiswa	
10.30 – 11.30	60	Materi Toko Online	Dosen /Mahasiswa	
11.30 – 11.15	15	Diskusi dan Tanya jawab	Mahasiswa & Peserta	
11.15 – 11.30	15	Kuesioner	Mahasiswa & Peserta	

Gambar 2. Pemaparan Materi Oleh Anggota Tim Dosen

C.2 Pembahasan

Untuk kegiatan PKM yang dilaksanakan yaitu hari pada Kamis 14 November 2025 yang dimulai pada pukul 9.00 s/d 12.00, jumlah peserta yang hadir melakukan pelatihan ini 20 orang, selain memberikan pelatihan mengoptimalkan strategi pemasaran digital ,Teknik branding, konten kreatif, dan promosi serta game kuis dengan aplikasi quizizz mereka sangat antusias mengikuti nya .

Berikut ini adalah susunan acara yang kami buat dalam kegiatan PKM ini untuk membantu mengatur jalannya kegiatan yang kami akan lakukan :



Gambar 3. Pemaparan Materi Oleh Anggota Mahasiswa

Tabel 1. Susunan Acara

Waktu	Durasi	Acara	Pelaksana
08.00 – 08.30	30	Persiapan PKM	Bahan Panitia
08.30- 08.50	20	Persiapan peralatan dan materi pelatihan	Panitia
09.00 - 09.05	5	Sambutn Pimpinan	Ketua Majelis
			Ibu Hj.Fatimah Fayumi.



Gambar 4. Sesi Diskusi dan Tanya Jawab

D. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan kegiatan PKM yang telah kami laksanakan Jln. Bonjol RT.03/RW.07 Pabuaran Barat Kel. Pondok Karya Kec. Pondok Aren, Tangerang Selatan dapat di simpulkan bahwa :

1. Materi yang kami sampaikan terkait dengan tema " Pengembangan Unit Bisnis Dengan Media Digital Yang Terintegrasi Di UMKM Seroja Pabuaran Barat Pondok Karya - Tangerang Selatan " dapat dipahami dan di implementasikan oleh peserta
2. Hasil pengabdian masyarakat yang kami lakukan dapat memacu dan memotivasi peserta Anggota UMKM Seroja Seroja Pabuaran Barat Pondok Karya - Tangerang Selatan.

Saran

Untuk meningkatkan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, penulis membutuhkan saran untuk pengembangan kegiatan pengabdian selanjutnya. Adapun saran bagi pengabdi selanjutnya yakni:

1. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Pelatihan Pengembangan Unit Bisnis Dengan Media Digital bisa dilanjutkan terhadap masyarakat atau UMKM yang berbeda.
2. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bisa dilanjutkan dalam pembuatan proyek Pemetaan UMKM berbasis mobile

E. DAFTAR PUSTAKA

- Wulandari, S. (2021). Implementasi Sistem Katalog Buku Berbasis Web pada Taman Bacaan. *Jurnal Teknologi Informasi*, 18(2), 113-127.
- Ahmad, M. Ihsan Said, S. Syamsuardi, and M. Farid. "PKM Digitalisasi Bisnis UMKM." Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat. Vol. 1. No. 15. 2021.
- Hudawi, Ahmad, Della Prisilia, and Herlynda Firdaus. "PKM Penerapan Website Dan Pemasaran Digital Untuk UMKM Kotel Berbasis Kearifan Lokal Di Desa Gudang Besuki." *Gotong Royong* 2.3 (2025).
- Kurniawan, A. (2022). Pengembangan Aplikasi Web untuk Perpustakaan: Teori dan Praktik. Penerbit IT Indonesia.
- Jones, T. (2023). *Web Catalog Systems: A Comprehensive Guide*. TechPress Publishing.
- MDN Web Docs. (2024). *Introduction to Web Development*. Diakses dari https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Learn/Getting_started_with_the_web/Intro_to_Web_Development
- Google Developers. (2024). *Building Web Apps*. Diakses dari <https://developers.google.com/web>
- Ferry Rahmat Astianta Bukit, Gea Geby A.S, Irvan, Fahmi (2019). Pembuatan Website Katalog Produk UMKM Untuk Pengembangan Pemasaran Dan Promosi Produk Kuliner, *jurnal PKM JPPM LPIP UMP* Vol 3 No 2
- Muhammad Patria , Fakhria Nur Sabrina , Muhamad Idris (2021). Pelatihan Pembuatan Dan Pengelolaan Aplikasi Tautan Katalog Berbasis Website Bagi Calon Pelanggan Dari Media Sosial Di Catering Shakira. *jurnal (ANDHARA) E-ISSN : 2776-883X* Volume 1, Issue 2, November
- Diana Maulida Zakiah , Hilda Syaf'aini Harefa , Maria Nirwana Loi , Selvi April Yani Laia (2022). Pelatihan Pemanfaatan Online Public Access Catalogue (Opac) Oleh Mahasiswa Di Perpustakaan Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *jurnal Abdimas Mutiara* Volume 3, Nomor: 2, Agustus
- Rahma Rina Wijayanti, Oryza Ardhiarisca, Supriyadi, Cherry Triwidiarti Rediyanto Putra (2022). Peningkatan Pemasaran Produk Melalui Pelatihan E-Katalog Dan Peningkatan Kesadaran Kesehatan Lingkungan Kerja Di Kelompok Tani Kopi Sumber Kembang. *jurnal PKM J-Dinamika* Vol. 7, No. 3, Desember.
- Nuru Aini , Etistika Yuni Wijaya , Renita Solehah (2024). Pembuatan E-Catalog Berbasis Qr-Code Mendukung Digitalisasi Desa Krampon, Torjun Sampang. *jurnal SAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* Vol.4, No.1. (