

PENGEMBANGAN UMKM BERKELANJUTAN MELALUI PROGRAM SENANDUNG (SENI DAN INOVASI DIGITAL INDUSTRI DESA UNGGUL) DI DESA MARGAMULYA, KABUPATEN TANGERANG, BANTEN

Khaira Belldaneysa Alletta Liora¹, Rizky Aditya Prawira¹, Agustinus Agus Setiawan^{1*}

¹Program Studi Teknik Sipil, Universitas Pembangunan Jaya, Tangerang Selatan, Banten
agustinus@upj.ac.id

Abstrak

Kata Kunci:
*digitalisasi,
inovasi desa,
pemasaran
digital,
pemberdayaan
masyarakat,
UMKM*

Desa Margamulya, Kecamatan Mauk, Kabupaten Tangerang merupakan wilayah pesisir utara dengan potensi kelautan, pertanian, kelapa melimpah, serta ekosistem mangrove bernilai ekonomi dan ekologis. Potensi ini belum dimanfaatkan optimal karena rendahnya keterlibatan masyarakat dalam wirausaha lokal, keterbatasan pemasaran digital, minimnya pemahaman legalitas produk, serta rendahnya pemanfaatan teknologi. Untuk mengatasi hal tersebut, Himpunan Mahasiswa Teknik Sipil bersama Himpunan Mahasiswa Desain Produk Universitas Pembangunan Jaya melaksanakan program SENANDUNG (Seni dan Inovasi Digital Industri Desa Unggul) dengan pendekatan edukasi, pelatihan, dan kolaborasi Pelaksanaan program melalui lima tahapan utama: (1) edukasi pemasaran digital dan pengelolaan media sosial UMKM, (2) pelatihan desain produk 2D/3D serta pembuatan *situs web* desa, (3) penyediaan fasilitas berupa tungku briket limbah kelapa dan warung pesisir portabel disertai revitalisasi warung dan bale Pantai Pasir Putih, (4) edukasi legalitas produk meliputi PIRT, sertifikat halal, BPOM, dan NIB, serta (5) evaluasi berkelanjutan melalui *pre-test*, *post-test*, wawancara, dokumentasi, dan observasi. Hasil implementasi menunjukkan peningkatan kemampuan digital dan kesadaran berwirausaha masyarakat. Penyediaan fasilitas dan revitalisasi mendukung optimalisasi produksi, meningkatkan kunjungan, serta memperluas jaringan pemasaran. Dampak program mencakup penguatan kompetensi masyarakat, peningkatan kepercayaan konsumen, serta terbentuknya ekosistem kewirausahaan digital berkelanjutan. Program SENANDUNG berhasil mendorong kemandirian ekonomi lokal serta meningkatkan daya saing UMKM menghadapi era digitalisasi.

A. PENDAHULUAN

Desa Margamulya terletak di Kecamatan Mauk, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten, dengan luas wilayah sekitar 700,4 hektar dan jumlah penduduk 7.856 jiwa. Wilayah ini merupakan salah satu kawasan pesisir utara yang memiliki potensi sumber daya alam cukup besar, terutama di sektor kelautan, pertanian, dan kerajinan tangannya. Kondisi geografisnya yang berbatasan langsung dengan wilayah pesisir memberikan peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan kegiatan ekonomi berbasis hasil laut dan

olahannya kelapa, namun potensi tersebut belum dikelola secara optimal. Berdasarkan hasil survei lapangan dan wawancara yang dilakukan oleh tim PPK Ormawa Himpunan Mahasiswa Sipil (HMS) Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) bersama perangkat desa, diketahui bahwa aktivitas ekonomi masyarakat masih terfokus pada usaha kecil skala rumah tangga dengan nilai tambah rendah dan belum terintegrasi dengan sistem digitalisasi modern.

Secara umum, permasalahan utama di Desa Margamulya meliputi rendahnya tingkat literasi kewirausahaan, keterbatasan akses permodalan, kurangnya strategi pemasaran digital, serta rendahnya kepemilikan legalitas usaha seperti PIRT, BPOM, atau sertifikasi halal. Faktor lain yang turut memperlambat perkembangan ekonomi desa adalah minimnya keterampilan teknologi, lemahnya branding produk lokal, serta kurangnya pendampingan berkelanjutan dalam mengelola usaha. Sebagian besar masyarakat berprofesi sebagai nelayan, petani, atau pekerja lepas dengan latar belakang pendidikan menengah ke bawah, sehingga kemampuan adaptasi terhadap teknologi digital masih terbatas. Kondisi tersebut mengakibatkan rantai nilai ekonomi lokal belum mampu mendorong kemandirian dan kesejahteraan masyarakat secara signifikan.

Namun, hasil observasi menunjukkan bahwa masyarakat Desa Margamulya memiliki semangat tinggi untuk berinovasi dan berwirausaha. Beberapa pelaku UMKM mulai berupaya mengembangkan produk berbasis potensi lokal seperti kerajinan batok kelapa, olahan makanan laut, hingga produk pangan khas daerah. Sayangnya, tanpa dukungan sistem pemasaran dan pengelolaan yang baik, potensi ini belum menghasilkan dampak ekonomi yang luas. Potensi besar dari limbah kelapa, mangrove, dan hasil laut juga belum dimanfaatkan secara maksimal, padahal bahan-bahan tersebut memiliki nilai ekonomi tinggi jika diolah dengan pendekatan desain kreatif dan inovasi produk.

Melihat situasi tersebut, tim PPK Ormawa HMS UPJ berkolaborasi dengan Himpunan Mahasiswa Desain Produk (PRODEZA) Universitas Pembangunan Jaya merancang program SENANDUNG (Seni dan Inovasi Digital Industri Desa Unggul). Program ini merupakan bentuk pengabdian masyarakat yang berfokus pada pembangunan ekosistem kewirausahaan berbasis digital dan kolaborasi lintas disiplin. Pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif dan berkelanjutan, dengan melibatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam proses pemberdayaan. Tujuan utamanya adalah meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola usaha melalui pelatihan kewirausahaan, pelatihan desain produk 2D dan 3D, edukasi pemasaran digital, serta pendampingan dalam pengurusan legalitas usaha.

Program SENANDUNG tidak hanya berfokus pada edukasi, tetapi juga menghadirkan intervensi nyata melalui pembangunan fasilitas pendukung kewirausahaan, seperti warung pesisir untuk promosi produk lokal, tungku briket dari limbah kelapa, dan revitalisasi bale pesisir sebagai pusat kegiatan UMKM. Pendekatan berbasis inovasi dan branding digital melalui media sosial dan YouTube memperluas jangkauan pasar serta memperkuat citra produk lokal. Secara keseluruhan, program ini meningkatkan kompetensi masyarakat, memperkuat jejaring UMKM, dan menumbuhkan kesadaran akan pengelolaan sumber daya lokal yang inovatif dan berkelanjutan, sejalan dengan misi Universitas Pembangunan Jaya dalam membangun desa berdaya berbasis ilmu, seni, dan teknologi.

B. METODE PELAKSANAAN

Program SENANDUNG (Seni dan Inovasi Digital Industri Desa Unggul) dilaksanakan secara luring selama lima bulan, mulai Juli hingga November 2025, di Desa Margamulya, Kecamatan Mauk, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. Metode pelaksanaan dibagi menjadi empat tahapan utama, yaitu perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pascaprogram.

1. Tahap Perencanaan

Tahapan ini dilaksanakan di bulan April – Juni 2025 meliputi penyusunan proposal, rancangan kegiatan, koordinasi internal tim, penetapan mitra UMKM, serta pembuatan modul pembelajaran dalam bentuk modul cetak dan digital. Tim juga menyiapkan perangkat pendukung pelatihan seperti alat desain, kamera dokumentasi, dan media promosi. Pada tahap ini, dilakukan pula koordinasi dengan perangkat Desa Margamulya untuk menentukan lokasi kegiatan, jadwal pelatihan, serta pemetaan kebutuhan peserta.

2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan program berlangsung secara intensif di balai desa dan area pesisir Margamulya. Kegiatan dimulai dengan seminar kewirausahaan dilaksanakan pada 27 Juli 2025 dan sosialisasi program dilaksanakan pada 24 Agustus 2025 dengan narasumber Fendi Saputra, S.E., M.M., yang dihadiri oleh sekitar 31 peserta, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan tematik (Desain produk 2D (Canva), 3D (Vizcom) dan branding produk kemasan, Fotografi produk dan pembuatan katalog digital, Pemasaran digital melalui website desa dan marketplace, Edukasi legalitas usaha mencakup PIRT, BPOM, sertifikat halal, dan membantu pembuatan NIB). pada tanggal 29 Agustus 2025 yang melibatkan 12 peserta aktif dari 12 mitra UMKM.

Tahap pembangunan fisik meliputi pembuatan tungku bricket dan pembuatan Warung Pesisir berkonsep bongkar-pasang sebagai pusat promosi produk (Agustus – September 2025), serta revitalisasi bale pesisir dan 14 warung pantai pada 29 - 30 Agustus 2025. Kegiatan ini melibatkan tim PPK, karang taruna, dan warga, yang berdampak positif terhadap peningkatan estetika kawasan serta peluang pemasaran produk UMKM di area wisata Pantai Pasir Putih.

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan secara berkala setiap minggu melalui logbook kegiatan, *pre-test* dan *post-test*, serta wawancara mendalam untuk menilai peningkatan kompetensi dan dampak sosial ekonomi masyarakat.

4. Tahap Pascaprogram

Tahapan ini berfokus pada rencana keberlanjutan program melalui pembentukan kelompok usaha mandiri, penguatan kelembagaan UMKM, serta kemitraan jangka panjang dengan pemerintah desa dan pihak eksternal. Dampak nyata dari program ini terlihat dari meningkatnya kapasitas digitalisasi mitra, tumbuhnya kesadaran legalitas usaha, serta meningkatnya daya tarik kawasan pesisir melalui sarana dan prasarana baru yang mendukung ekonomi lokal.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelatihan dan Pengembangan Digitalisasi UMKM Desa Margamulya

Kegiatan dimulai dengan pelatihan dan seminar peningkatan kapasitas UMKM Desa Margamulya dalam desain serta pemasaran digital pada bulan Agustus 2025. Tim juga membuat modul, video panduan, *website*, dan akun *marketplace*. Dampaknya, pelaku UMKM kini lebih terampil memasarkan produknya secara digital dan memperluas jangkauan pasar.

Selama bulan Juli hingga Oktober 2025, serangkaian program telah dilaksanakan untuk mendukung peningkatan kualitas dan daya saing UMKM, khususnya di Desa Margamulya, melalui digitalisasi dan pengembangan produk. Program diawali dengan pembuatan buku panduan dan pembelajaran desain (Juli-Agustus 2025) untuk mendorong kemandirian belajar UMKM. Kemudian, pada 23 Agustus 2025, sebanyak 12 peserta mengikuti pelatihan Desain 2D (Canva), 3D (Vizcom), dan foto produk, yang berdampak pada peningkatan kreativitas promosi dan daya tarik produk (Gambar 1). Seminar digitalisasi dan sertifikasi produk UMKM dilaksanakan pada 24 Agustus 2025 diikuti oleh 31 peserta (Gambar 2), disusul dengan bantuan pembuatan NIB melalui web OSS

pada 29 Agustus 2025, untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing. Selain itu, sepanjang Agustus 2025, dilakukan perancangan media pemasaran digital secara kolaboratif, memberikan UMKM media promosi yang profesional. Puncaknya, pembuatan desain dan kemasan UMKM dilaksanakan pada akhir September hingga Oktober 2025 (Gambar 3), membuat produk UMKM tampil lebih profesional dan mudah dikenali konsumen (Gambar 4)

Gambar 1. Pelatihan dan foto produk.



Gambar 2. Seminar digitalisasi UMKM.



Gambar 3. Penyerahan modul desain.



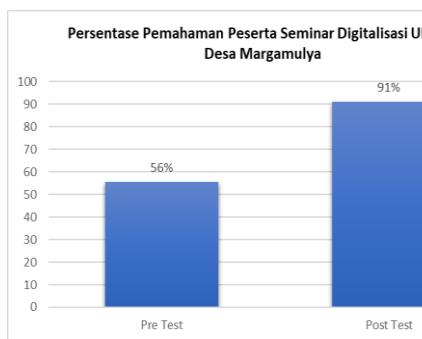
Gambar 4. Pemasangan stiker kemasan.



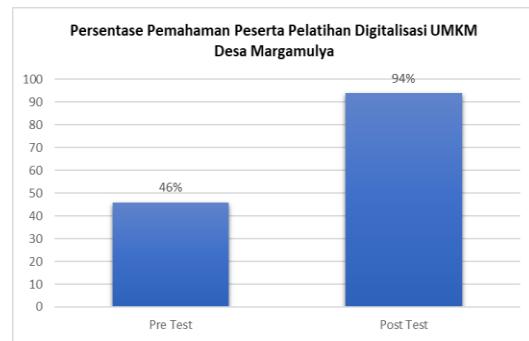
Kedua grafik batang dalam Gambar 5 dan 6 menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan di antara peserta setelah mengikuti kegiatan digitalisasi UMKM di Desa Margamulya. Hasil *pre-test* dan *post-test* menunjukkan efektivitas baik pada kegiatan Pelatihan maupun Seminar. Dalam Pelatihan, persentase pemahaman melonjak tajam dari 46% (*pre-test*) menjadi 94% (*post-test*), menandakan peningkatan sebesar 48% poin. Sementara itu, pada Seminar, pemahaman peserta meningkat dari 56% (*pre-test*) menjadi 91% (*post-test*), yaitu kenaikan sebesar 35% poin. Meskipun peserta Seminar memiliki pemahaman awal yang lebih tinggi, kegiatan Pelatihan menghasilkan lonjakan peningkatan dan mencapai tingkat pemahaman

akhir yang sedikit lebih tinggi, menegaskan bahwa kedua intervensi tersebut sangat berhasil dalam meningkatkan kompetensi digital UMKM di desa tersebut.

Gambar 5. Hasil pre dan post-test seminar.



Gambar 6. Hasil pre dan post-test pelatihan.



2. Pengembangan Sarana dan Fasilitas Usaha

Pengembangan Sarana dan Fasilitas Usaha bertujuan meningkatkan kapasitas dan efisiensi ekonomi masyarakat Desa Margamulya, khususnya UMKM. Melalui pembangunan dan revitalisasi fasilitas seperti warung pesisir, tungku briket, kegiatan ini menciptakan ruang usaha yang lebih layak, produktif, dan berkelanjutan. Dampaknya, UMKM memiliki sarana yang memadai untuk mengembangkan usaha, meningkatkan kualitas produk, memperluas peluang ekonomi, serta menerapkan teknologi ramah lingkungan.

a. Perencanaan Desain Sarana dan Fasilitas Usaha

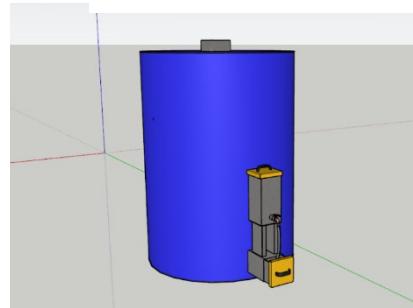
Perencanaan Desain menggunakan aplikasi *SketchUp* dilakukan mulai perencanaan pada Juni 2025 dan pembuatan desain digital dari Juli hingga Agustus 2025 menyesuaikan kondisi lapangan. Dampaknya, UMKM memperoleh desain sarana usaha yang realistik dan terstruktur, memudahkan pembangunan, serta memastikan fasilitas lebih fungsional dan mendukung kegiatan usaha.

b. Pembuatan Alat Tungku Briket Batok Kelapa

Tungku briket (Gambar 7) merupakan solusi hemat energi, ubah limbah jadi bahan bakar padat yang efisien, ramah lingkungan untuk memasak atau industri kecil. Kegiatan pembuatan alat tungku briket dilaksanakan pada Agustus 2025 di Desa Margamulya oleh tim HMS UPJ bersama masyarakat pelaku UMKM olahan kelapa (Gambar 8). Pembuatan dilakukan langsung oleh tim sebagai bentuk dukungan

fasilitas produksi bagi warga desa. Dampaknya, kadar air pada briket berkurang, proses pembakaran menjadi lebih efisien, hasil briket lebih kering dan padat, serta mendukung peningkatan kualitas dan kapasitas produksi UMKM berbasis limbah kelapa di Desa Margamulya.

Gambar 7. Desain tungku briket.



Gambar 8. Proses pembuatan tungku briket.



c. Pembuatan Warung Pesisir

Pembuatan warung pesisir dilakukan pada akhir bulan Agustus 2025, dimulai dengan tahap pembuatan desain (Gambar 9), hingga pertengahan bulan Oktober. Kegiatan ini melibatkan mahasiswa dan masyarakat secara gotong royong (Gambar 10), dengan konsep warung bongkar pasang/*booth* agar mudah digunakan oleh UMKM. Desain yang fleksibel memungkinkan warung dipindahkan atau disesuaikan saat ada event UMKM Margamulya, sehingga produk lokal lebih mudah terekspos dan dikenal. Dampaknya, warga memiliki sarana berjualan tanpa biaya sewa sekaligus pusat promosi produk lokal yang lebih efektif.

Gambar 9. Desain warung pesisir.



Gambar 10. Proses pembuatan warung pesisir.



d. Revitalisasi Warung dan Bale Pesisir Pantai Pasir Putih

Revitalisasi dilaksanakan pada 29–30 Agustus 2025 di Pantai Pasir Putih, Desa Margamulya, secara gotong royong melibatkan 35 peserta dari warga pemilik warung, karang taruna, tim HMS UPJ, dan warga setempat (Gambar 11). Kegiatan meliputi pengecatan dan perbaikan struktur bambu. Dampaknya, kawasan pesisir menjadi lebih bersih, rapi, dan menarik wisatawan, sekaligus membuka peluang bagi UMKM menempatkan produk di warung-warung yang telah direvitalisasi.

Gambar 11. Revitalisasi warung dan bale.



D. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan secara keseluruhan, pelaksanaan program PPK ORMAWA telah berhasil meningkatkan kapasitas UMKM Desa Margamulya melalui dua output utama. Pertama, pelatihan dan pengembangan digitalisasi yang mencakup desain (2D/3D), foto produk, seminar sertifikasi, dan pembuatan NIB, secara efektif telah meningkatkan keterampilan serta pemahaman UMKM desa Margamulya. Dampak langsungnya adalah peningkatan kreativitas promosi, perluasan jangkauan pasar, dan peningkatan daya tarik produk melalui pembuatan media pemasaran serta kemasan yang lebih profesional.

Kedua, pengembangan sarana dan fasilitas usaha berhasil menciptakan ruang usaha yang lebih layak, produktif, dan efisien. Pembuatan tungku briket batok kelapa sukses meningkatkan kualitas dan efisiensi produksi briket. Pembangunan warung pesisir dengan konsep *booth* fleksibel menyediakan sarana promosi dan penjualan bebas penempatan yang strategis. Didukung oleh revitalisasi warung di Pantai Pasir Putih, UMKM kini memiliki sarana memadai dan lingkungan usaha yang lebih menarik wisatawan, sehingga membuka peluang ekonomi yang lebih besar.

Secara keseluruhan, keberhasilan program ini didukung oleh pendekatan menyeluruh yang menggabungkan peningkatan kemampuan digital dengan pembangunan sarana fisik yang mendukung kegiatan usaha. Kolaborasi antara keterampilan pemasaran online yang dikembangkan dan tersedianya fasilitas usaha yang memadai serta alat produksi yang efisien memberikan manfaat bagi pelaku UMKM. Pelaksanaan program yang melibatkan kerja sama aktif antara tim PPK HMS UPJ, masyarakat, dan pelaku UMKM memastikan setiap kegiatan tepat sasaran dan sesuai kebutuhan di lapangan. Pendekatan ini juga menjadi dasar penting bagi terciptanya keberlanjutan ekonomi masyarakat Desa Margamulya.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami berterima kasih karena kegiatan ini dapat terlaksana melalui dukungan pendanaan dari Kemdiktisaintek pada Program Penguatan Kapasitas Organisasi Kemahasiswaan (PPK ORMAWA) Tahun 2025 dengan nomor kontrak hibah : 101/B2/PPK/SPPK/PPK Ormawa/2025.

F. REFERENSI

- Akh fawaid, A. F., Makruf, M., & Lutfiyanto, L. (2024). PELATIHAN REBRANDING DAN DIGITALISASI MARKETING BERBASIS WEBSITE PADA UMKM NYI LEHA BATIK. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 7(2), 176–186.
<https://doi.org/10.36341/jpm.v7i2.4015>
- Arumsari, N. R., Lailyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongansari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92.
<https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Darajat, P. P., Choirina, P., Wahyudi, F., Cipta, B. S. I., Jannah, U. M., & Tasaufi, B. N. (2023). Pendampingan UMKM dalam Aspek Legalitas, Branding dan Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Pagak Kabupaten Malang. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(4), 2044–2050.
<https://doi.org/10.33379/icom.v3i4.3465>
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122>



Mudrikah, S., Yanto, H., Widia, S., & Margunani, M. (2023). Peningkatan Kemampuan UMKM di Sukoharjo dalam Melakukan Analisis Kelayakan Usaha. *Surya Abdimas*, 7(1), 200–209.
<https://doi.org/10.37729/abdimas.v7i1.2677>

Syahbani, F., Ridho Fadilah, I., Nurohim, R., Harto, H., Sandrina Salsabila, G., Nurhaliza, S., Handayani, D. F., Hilyati, I., Linisa Hamzah, A. H., Khairunnisa, F. Z., & Salsabila Ardan, T. (2024). Pelatihan Digital Marketing Dan Pameran Umkm Sebagai Sarana Pengembangan Strategi Pemasaran: Studi Kasus Umkm Desa Tanjungsiang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 259–266.
<https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.1847>

Tirtoni, F., Susanto, D., Artikel, I., & Kata, A. (2024). *Pemberdayaan Masyarakat Umkm Desa Katerungan Melalui Workshop Pelatihan Branding Produk Dan Digital Marketing* (Vol. 7, Issue 02).
<http://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/abdimas>