
Pendampingan Pembuatan Market Place E-Commerce bagi UMKM Dendeng NR Bahari di Desa Sidamukti Kecamatan Sukaesmi Kabupaten Pandeglang

Andini Firdhi¹, Abdul Bahits², Carolina³, Agil Apriyandi⁴, Riskia Try Lestary⁵
Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa, Serang, Indonesia^{1,2,3,4,5}

[✉] Email andinifirdhi19@gmail.com, ab.binabangsa@gmail.com, ongcarolina88@gmail.com,
agilapriyandi@gmail.com, riskiatrylestary@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 25-07-2025

Disetujui 01-08-2025

Diterbitkan 03-08-2025

Katakunci:

*UMKM,
e-commerce,
Shopee,
digitalisasi,
pendampingan,
marketplace,
promosi digital,
Google Maps*

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal maupun nasional. Salah satu UMKM potensial adalah “NR Bahari Dendeng” di Desa Sidamukti, Pandeglang, yang memproduksi dendeng ikan laut. Meskipun telah memiliki jangkauan pasar antardaerah, usaha ini belum memanfaatkan platform perdagangan elektronik seperti Shopee secara optimal, serta belum memiliki identitas visual dan kehadiran digital yang memadai. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mendampingi pelaku usaha dalam digitalisasi pemasaran dan penguatan citra usaha melalui e-commerce, spanduk promosi, dan pencantuman lokasi di Google Maps, guna meningkatkan daya saing secara profesional dan berkelanjutan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mendampingi UMKM “Dendeng NR Bahari” dalam pembuatan dan pemanfaatan marketplace e-commerce, khususnya melalui platform Shopee, sebagai media utama dalam perluasan pasar digital. Kegiatan ini bertujuan membekali pelaku usaha dengan kemampuan teknis dalam mengelola toko daring secara mandiri, memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas, serta memperkuat eksistensi usaha di era digital secara berkelanjutan. Kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan kolaboratif antara mahasiswa dan pelaku UMKM, diawali dengan observasi dan diskusi kebutuhan usaha. Fokus utama kegiatan adalah pendampingan teknis pembuatan dan pengelolaan toko daring di Shopee, serta didukung pemasangan spanduk promosi dan penambahan lokasi di Google Maps. Program ini berlangsung selama KKM di Desa Sidamukti untuk meningkatkan kapasitas digital dan akses pasar UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendampingan berhasil meningkatkan kapasitas digital UMKM NR Bahari Dendeng, terutama melalui pembuatan dan pengelolaan toko daring di Shopee yang kini aktif digunakan untuk memperluas pemasaran. Selain itu, pemasangan spanduk promosi dan pencantuman lokasi di Google

Maps turut mendukung visibilitas usaha secara fisik dan digital. Seluruh kegiatan ini mendapat respon positif dari pelaku usaha dan diharapkan dapat memperkuat posisi UMKM sebagai oleh-oleh khas Desa Sidamukti. Kegiatan pengabdian KKM Kelompok 46 Universitas Bina Bangsa di Desa Sidamukti berhasil meningkatkan digitalisasi UMKM NR Bahari Dendeng, khususnya melalui pendampingan pembuatan toko daring di Shopee. Dukungan berupa pemasangan spanduk dan penandaan lokasi di Google Maps turut memperkuat visibilitas usaha. Program ini mendorong kemandirian pelaku usaha dan layak dijadikan model bagi UMKM pesisir dan pedesaan.

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan salah satu sektor penting dalam struktur perekonomian, baik di tingkat daerah maupun nasional. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memberikan kontribusi signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis lokal (Wibowo, Santoso, & Mulyani, 2015). Di Indonesia, sektor ini menyumbang lebih dari 60 persen terhadap Produk Domestik Bruto nasional dan menyerap sekitar 97 persen tenaga kerja (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2023).

Salah satu wilayah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah Desa Sidamukti, Kecamatan Sukaresmi, Kabupaten Pandeglang. Wilayah ini dikenal sebagai daerah pesisir yang kaya akan hasil laut, sehingga membuka peluang besar untuk pengembangan produk olahan berbasis perikanan. Salah satu pelaku usaha lokal yang cukup dikenal adalah usaha “NR Bahari Dendeng”, yaitu produsen dendeng ikan laut dengan cita rasa khas dan daya tahan yang baik. Produk ini telah dipasarkan hingga ke luar daerah seperti Pulau Jawa, Sumatra, dan Maluku. Namun demikian, sistem pemasaran yang digunakan masih bersifat konvensional dan terbatas pada media sosial seperti Facebook dan TikTok, tanpa dukungan sistem digital yang terstruktur melalui platform perdagangan elektronik (e-commerce).

Di era digital saat ini, platform perdagangan elektronik seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak menjadi sarana strategis bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk memperluas jangkauan pasar secara nasional bahkan global. Pemanfaatan platform digital tidak hanya meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen melalui sistem transaksi yang aman, pengiriman yang terintegrasi, serta fitur ulasan dan penilaian yang mendukung reputasi usaha. Selain itu, sistem perdagangan elektronik memberikan akses terhadap data penjualan yang dapat dimanfaatkan untuk analisis pasar dan pengambilan keputusan usaha secara lebih akurat (Setiani, Haryati, & Nurjanah, 2023).

Namun hingga kini, usaha NR Bahari Dendeng belum memiliki toko daring di platform perdagangan elektronik seperti Shopee. Pemasaran produk masih terbatas melalui media sosial pribadi yang tidak memiliki sistem manajemen penjualan terpadu. Akibatnya, potensi pasar digital yang lebih luas belum tergarap secara optimal. Padahal, usaha ini telah memiliki legalitas formal berupa Nomor Induk Berusaha yang seharusnya dapat digunakan sebagai modal awal untuk memperluas pasar melalui ekosistem digital.

Selain keterbatasan akses terhadap platform perdagangan elektronik, usaha ini juga belum memiliki identitas visual yang kuat seperti spanduk promosi di lokasi usaha serta belum tercantum dalam layanan peta digital seperti Google Maps. Hal ini menyulitkan konsumen dari luar daerah untuk menemukan lokasi usaha secara fisik dan memengaruhi persepsi terhadap profesionalitas usaha. Kehadiran secara digital maupun fisik merupakan elemen penting dalam membangun kredibilitas dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di tengah persaingan pasar yang semakin terbuka.

Menurut Fitriani, Nurhadi, dan Salsabila (2022), pendampingan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pengelolaan toko digital dapat meningkatkan visibilitas dan kredibilitas usaha secara signifikan. Mardiana, Saputri, dan Latifah (2024) menekankan pentingnya promosi visual seperti spanduk dalam memperkuat citra produk lokal, sementara Setiani, Haryati, dan Nurjanah (2023)

menyatakan bahwa pencantuman lokasi usaha di layanan peta digital turut meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap keberadaan fisik usaha. Oleh karena itu, proses digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu dilakukan secara menyeluruh, mencakup aspek pemasaran daring maupun penguatan identitas visual secara fisik.

Berbeda dari program-program sebelumnya yang lebih menitikberatkan pada pelatihan media sosial atau desain kemasan, kegiatan ini berfokus pada pendampingan teknis dan praktis dalam pembuatan serta pengelolaan toko daring berbasis platform perdagangan elektronik (Shopee). Kegiatan ini juga diperkuat dengan pemasangan spanduk promosi serta pencantuman lokasi usaha di Google Maps. Pendampingan dilakukan mulai dari proses registrasi akun, pengunggahan produk, penulisan deskripsi, pengaturan pengiriman, hingga pemanfaatan fitur promosi di dalam platform Shopee. Berdasarkan permasalahan tersebut, Bidang Ekonomi dari Kelompok Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) 46 Universitas Bina Bangsa melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat dengan pendekatan kolaboratif dan partisipatif.

Tujuan kegiatan ini adalah untuk mendampingi usaha NR Bahari Dendeng dalam memanfaatkan platform perdagangan elektronik sebagai sarana utama pemasaran digital, sekaligus memperkuat identitas visual usaha melalui media promosi dan kehadiran digital. Diharapkan melalui strategi ini, pelaku usaha dapat menjangkau pasar yang lebih luas secara profesional dan berkelanjutan, serta menjadi ikon oleh-oleh khas Desa Sidamukti yang dikenal secara lokal maupun nasional.

METODE PELAKSANAAN

No	Tahapan Kegiatan	Metode	Solusi Masalah Yang Ditangani
1.	Sosialisasi dan Observasi dengan Dendeng NR Bahari	Wawancara, berdiskusi langsung dengan pelaku UMKM	Menggali kondisi dan Menyepakati kebutuhan pendampingan
2.	Desain dan Pemasangan Spanduk Promosi	Diskusi desain Bersama eksekusi percetakan dan pemasangan.	Memebentuk idenirras Visual usaha secara professional
3.	Pendaftaran Lokasi usaha di Google Maps	Pendampingan teknis dan dokumentasi Lokasi usaha	Mempermudah pencarian Lokasi dan meningkatkan kredibilitass digital
4.	Pembuatan dan pengelolaan akun Shopee	melatih langsung cara membuat akun dan mengelola toko	Memperluas jangkauan pemasaran secara daring
5.	Monitoring dan dokumentasi	Observasi dampak, evaluasi dan pengumpulan dokumentasi	Menilai keberhasilan dan Menyiapkan pelaporan kegiatan.

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 15 Juli – 20 Juli 2025. Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif dan kolaboratif, di mana pelaksana (mahasiswa) dan mitra (UMKM “NR Bahari Dendeng”) secara aktif bekerja sama dalam proses identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan lapangan dan dapat memberikan dampak yang berkelanjutan. Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama program Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) berlangsung, dengan lokasi utama di Desa Sidamukti, Kecamatan Sukaresmi, Kabupaten Pandeglang.

A. Observasi dan Diskusi Awal Bersama Pelaku Usaha

Langkah awal dimulai dengan kunjungan ke lokasi usaha guna melakukan observasi dan diskusi langsung dengan pemilik usaha. Melalui pendekatan informal namun terarah, tim menggali informasi mengenai sejarah berdirinya usaha, proses produksi dendeng ikan, serta kendala yang selama ini dihadapi, khususnya dalam aspek promosi dan pemasaran. Dalam kesempatan ini, tim juga menyaksikan langsung proses produksi dendeng, mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan, hingga pengemasan. Kegiatan ini bertujuan agar solusi yang dirancang benar-benar sesuai dengan karakteristik usaha.

B. Desain dan Pemasangan Spanduk Promosi Berdasarkan hasil observasi

Tim menyusun desain spanduk promosi yang mencakup informasi penting seperti nama usaha, jenis produk, kontak, dan keunggulan produk. Desain dibuat menarik, sederhana, dan mudah dikenali. Setelah mendapatkan persetujuan dari pemilik usaha, spanduk dicetak dan dipasang langsung di lokasi usaha untuk memperkuat identitas visual dan meningkatkan daya tarik konsumen secara lokal.

C. Penandaan Lokasi Usaha melalui Google Maps

Selanjutnya, tim mendampingi pelaku usaha untuk melakukan pendaftaran dan penandaan lokasi usaha di platform Google Maps menggunakan fitur Google Business Profile. Proses ini mencakup pengisian data usaha, unggahan foto, serta validasi lokasi. Tujuannya adalah agar usaha mudah ditemukan secara digital oleh konsumen dan menambah kepercayaan publik terhadap keberadaan usaha tersebut.

D. Pembuatan dan Pendampingan Akun Shopee

Untuk memperluas jangkauan pasar, tim juga memberikan pendampingan dalam pembuatan akun toko daring di platform Shopee. Tahapan yang dilakukan meliputi registrasi akun, pemilihan nama toko, pengunggahan foto produk, penulisan deskripsi yang menarik, pengaturan harga dan jasa kirim, serta pengenalan fitur-fitur dasar toko online. Langkah ini dimaksudkan agar pelaku usaha dapat memasarkan produknya secara digital dan menjangkau konsumen di luar daerah.

E. Dokumentasi dan Evaluasi Program

Setiap kegiatan yang dilakukan didokumentasikan melalui foto, catatan harian, dan laporan naratif. Tim juga melakukan evaluasi dengan berdiskusi kembali bersama mitra untuk mengetahui sejauh mana kegiatan yang dilaksanakan berdampak terhadap usaha mereka. Evaluasi ini juga penting sebagai bahan perbaikan dalam kegiatan pengabdian berikutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan secara langsung kepada UMKM “NR Bahari Dendeng” yang berlokasi di Desa Sidamukti, Kecamatan Sukaresmi, Kabupaten Pandeglang. Kegiatan dilakukan dalam beberapa tahapan mulai dari observasi, diskusi, perencanaan promosi visual, hingga aktivasi akun marketplace dan evaluasi hasil. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah membantu pelaku usaha membangun identitas visual dan akses pasar digital agar dapat dikenal secara luas sebagai oleh-oleh khas daerah. Adapun rangkaian pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada hari pertama, 9 juli 2025 tim melakukan observasi awal ke lokasi usaha NR Bahari Dendeng dan melakukan wawancara langsung dengan pemilik usaha. Selain memahami latar belakang dan kendala pemasaran yang dihadapi, tim juga menyaksikan langsung proses pembuatan dendeng ikan, mulai dari pemilihan bahan, pengolahan, hingga pengeringan. Dari hasil pengamatan, ditemukan bahwa usaha belum memiliki promosi visual, lokasi belum tersedia di Google Maps, dan belum memiliki toko daring. Hal ini menjadi dasar penyusunan program kerja untuk pengembangan usaha ke tahap branding dan digitalisasi.



Gambar 1. *Observasi dan Wawancara dengan pemilik usaha serta dokumentasi proses penjemuran dendeng ikan.*

2. Senin 14 Juli 2025 Tim kembali menyampaikan rencana program kerja kepada pemilik UMKM NR Bahari Dendeng, yang meliputi pembuatan spanduk promosi, penambahan lokasi usaha di Google Maps, dan pembukaan akun Shopee sebagai

platform pemasaran digital. Pemilik usaha menyambut baik rencana tersebut dan memberikan persetujuan untuk pelaksanaan kegiatan. Tim juga telah menunjukkan desain awal spanduk dan menerima masukan langsung dari pemilik usaha untuk penyempurnaan. Kesepakatan ini menjadi dasar penting untuk memulai tahapan pelaksanaan secara teknis dan kolaboratif.



Gambar 2. Penyampaian rencana program kerja kepada pemilik UMKM NR Bahari Dendeng serta diskusi mengenai desain spanduk dan strategi pengembangan usaha

3. Sabtu 19 Juli 2025 Tim telah menyerahkan dan memasang spanduk promosi sebagai identitas visual UMKM NR Bahari Dendeng. Spanduk dipasang di depan rumah usaha agar lebih mudah dikenali masyarakat. Selain itu, tim juga berhasil menambahkan titik lokasi usaha di Google Maps melalui Google Business Profile. Kedua kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat keberadaan usaha secara offline dan online, serta mempermudah konsumen dalam menemukan dan mengenali usaha Respon dari pemilik usaha sangat positif dan mendukung kelanjutan program.



Gambar 3. Serah terima dan pemasangan spanduk promosi di lokasi usaha NR Bahari Dendeng, serta bukti titik lokasi usaha yang telah berhasil ditambahkan di Google Maps

4. Rabu 23 Juli 2025 Bidang Ekonomi berhasil membuat akun Shopee untuk UMKM NR Bahari Dendeng dan mendampingi langsung proses pengelolaannya. Pemilik usaha dibimbing cara menggunakan fitur dasar Shopee, mulai dari upload produk hingga pengaturan pengiriman. Diharapkan, kehadiran toko daring ini bisa menjadi sarana pemasaran yang efektif dan berkelanjutan



Gambar 4. Pemilik UMKM NR Bahari Dendeng menunjukan akun Shopee yang telah berhasil dibuat sebagai bagian dari program digitalisasi usaha

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh KKM Kelompok 46 Universitas Bina Bangsa di Desa Sidamukti telah memberikan dampak nyata dalam penguatan kapasitas digital UMKM “NR Bahari Dendeng”, khususnya dalam pemanfaatan marketplace e-commerce. Fokus utama program ini adalah mendampingi pelaku usaha dalam proses pembuatan dan pengelolaan toko daring melalui platform Shopee, mulai dari registrasi akun, unggah produk, penulisan deskripsi, hingga pengaturan sistem pengiriman.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kehadiran toko daring di Shopee mampu meningkatkan visibilitas usaha secara signifikan serta membuka akses pasar yang lebih luas, terutama dari luar daerah. Selain itu, kegiatan ini juga memperkuat eksistensi usaha secara fisik dan digital melalui dukungan pemasangan spanduk dan pencantuman lokasi usaha di Google Maps.

Keterlibatan aktif pelaku UMKM dalam setiap tahapan menjadi faktor kunci keberhasilan kegiatan ini. Tidak hanya menciptakan hasil yang bersifat teknis, tetapi juga mendorong pemahaman baru terkait pentingnya digitalisasi dalam strategi pemasaran modern. Oleh karena itu, program ini dapat menjadi model pendampingan sederhana namun efektif yang dapat direplikasi oleh UMKM lain di wilayah pesisir dan pedesaan dalam mengembangkan usahanya melalui platform marketplace.

SARAN

Diharapkan pelaku UMKM NR Bahari Dendeng dapat terus mengembangkan usaha secara mandiri dengan memanfaatkan platform marketplace Shopee yang telah dibangun melalui program ini. Konsistensi dalam mengelola toko daring, memperbarui produk secara berkala, memanfaatkan fitur promosi dalam aplikasi, serta menjaga kualitas layanan pelanggan menjadi kunci utama dalam mempertahankan eksistensi di pasar digital yang kompetitif. Untuk program pengabdian sejenis di masa mendatang, disarankan agar pendampingan dilakukan dalam jangka waktu yang lebih panjang guna memastikan proses transfer keterampilan berjalan optimal. Selain itu, kolaborasi dengan pihak terkait seperti Dinas Koperasi dan UKM, komunitas pelaku usaha, maupun platform digital lokal sangat penting untuk memperluas jangkauan, dukungan, dan dampak dari program. Pendampingan berbasis e-commerce seperti ini dapat menjadi model efektif yang dapat direplikasi untuk pemberdayaan UMKM lainnya, terutama di wilayah pesisir dan pedesaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada:

1. **Dosen Pembimbing Lapangan (DPL)**, yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi selama proses persiapan hingga pelaksanaan kegiatan berlangsung. Kehadiran DPL sangat membantu dalam memastikan kegiatan berjalan sesuai dengan tujuan program.
2. **Pemerintah Desa Sidamukti**, yang telah memberikan dukungan administratif dan moral, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan ini. Dukungan tersebut menunjukkan komitmen nyata pemerintah desa dalam mendukung pengembangan UMKM lokal melalui pendekatan edukatif dan digital.
3. **Pemilik Usaha NR Bahari Dendeng**, yang telah memberikan izin, waktu, serta keterbukaan dalam menerima program pendampingan branding dan digitalisasi. Ketersediaan pemilik usaha untuk terlibat aktif selama pelaksanaan kegiatan, mulai dari observasi hingga pendampingan toko daring, sangat membantu kelancaran program dari awal hingga akhir.
4. **Seluruh anggota Kelompok KKM 46 Universitas Bina Bangsa**, yang telah bekerja sama secara kompak, penuh dedikasi, dan tanggung jawab dalam menyusun serta menjalankan program ini. Kekompakan tim menjadi kunci dalam menjembatani komunikasi dan eksekusi kegiatan di lapangan.
5. **Warga Masyarakat Desa Sidamukti**, yang turut membantu dalam proses pelaksanaan kegiatan secara tidak langsung, baik dalam bentuk dukungan lingkungan, komunikasi, maupun partisipasi sosial di sekitar lokasi UMKM.

Kami berharap kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan, tidak hanya bagi mitra UMKM, tetapi juga bagi lingkungan sosial ekonomi sekitar. Semoga hasil dari kegiatan ini menjadi langkah awal menuju kemajuan usaha lokal yang lebih dikenal, berdaya saing, dan siap menghadapi tantangan era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). Laporan Tahunan Perkembangan UMKM Nasional Tahun 2022–2023. Jakarta: Kemenkop UKM
- Kurniawan, A., & Andarini, N. (2023). Strategi Branding dan Digitalisasi UMKM di Era Pasar Terbuka. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovasi Digital*, 5(2), 89– 101
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
<https://openlibrary.org/works/OL18923566W/>
- Fitriani, A., Prasetyo, B., & Nuraeni, L. (2022). Pendampingan UMKM dalam Penguatan Digitalisasi Melalui Google Maps dan E-Commerce. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi Digital*, 3(1), 22–30.
- Setiani, N., Widodo, H., & Hidayat, R. (2023). Strategi UMKM di Era Digital: Optimalisasi Marketplace dan Google Maps. *Jurnal Inovasi Digital UMKM*, 2(3), 102–113.
- Mardiana, D., Saputro, D. H., & Rahmawati, S. (2024). Pendampingan Branding UMKM melalui Sosial Media dan Desain Kemasan pada UMKM Keripik Singkong Bu Wati. *E-Journal Nusantara Global*, 4(1), 65-74 <https://ejournal.nusantaraglobal.or.id/index.php/ejoin/article/view/2911>