

Strategi Pengembangan UMKM Ketoprak dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Kuliner Tradisional di Kota Serang (Studi Wawancara dan Observasi)

Sahrul Agustin¹, Fairuz Alfidal Fahmi², Angga Dwi Putra³ Ade Fauji⁴

^{1,2,3,4}. Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Bina Bangsa

e-mail: Ujanggondrong95@gmail.com¹, Alfidalfairuz@gmail.com²

Anggadwiputra25112004@gmail.com³, adefauji1@gmail.com⁴

ABSTRAK

UMKM kuliner tradisional memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, namun menghadapi berbagai tantangan seperti persaingan usaha, keterbatasan promosi, dan rendahnya pemanfaatan teknologi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM ketoprak dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha kuliner tradisional di Kota Serang. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi langsung terhadap pelaku usaha ketoprak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang efektif meliputi peningkatan kualitas produk, inovasi menu, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, perbaikan pelayanan, dan penggunaan platform digital untuk memperluas jangkauan pemasaran. Penerapan strategi tersebut mampu meningkatkan jumlah pelanggan, memperluas pasar, serta meningkatkan pendapatan pelaku usaha. Dengan demikian, pengembangan UMKM ketoprak melalui inovasi dan pemanfaatan teknologi digital menjadi langkah penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha kuliner tradisional di Kota Serang.

Kata kunci: UMKM, Ketoprak, Strategi Pengembangan, Pendapatan, Kuliner Tradisional.

JURNAL MULIA

e-ISSN= 29623715

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Selain berkontribusi terhadap peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB), UMKM juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi tingkat pengangguran, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB nasional dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja di Indonesia. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberadaan UMKM menjadi salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi masyarakat.

Kota Serang sebagai ibu kota Provinsi Banten memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, terutama pada sektor perdagangan dan kuliner. Salah satu usaha kuliner tradisional yang masih banyak dijumpai adalah usaha ketoprak. Ketoprak merupakan makanan khas yang digemari oleh berbagai kalangan masyarakat karena memiliki harga yang terjangkau dan cita rasa yang khas. Sebagian besar pelaku usaha ketoprak di Kota Serang termasuk dalam kategori usaha mikro dengan sistem pengelolaan yang masih sederhana dan berbasis usaha keluarga.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan pada beberapa pelaku usaha ketoprak di Kota Serang, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan usahanya. Kendala tersebut meliputi keterbatasan modal usaha, rendahnya kemampuan pemasaran digital, kurangnya inovasi produk, persaingan yang semakin ketat dengan kuliner modern, serta minimnya pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan operasional dan promosi usaha. Kondisi tersebut menyebabkan pertumbuhan usaha berjalan lambat dan berdampak pada tingkat pendapatan yang belum optimal.

Dari aspek sosial dan ekonomi, pelaku usaha ketoprak umumnya berasal dari kelompok masyarakat menengah ke bawah yang menggantungkan penghasilan utama dari aktivitas berdagang. Sebagian besar usaha dijalankan secara mandiri dengan jumlah tenaga kerja yang terbatas. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital sebenarnya memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar melalui media sosial, aplikasi pesan antar makanan, serta berbagai platform digital lainnya. Potensi inilah yang dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk membantu meningkatkan daya saing dan pendapatan pelaku usaha ketoprak.

Pengembangan UMKM merupakan upaya yang dilakukan secara sistematis

untuk meningkatkan kemampuan usaha agar mampu berkembang secara berkelanjutan. Menurut Tambunan (2019), pengembangan UMKM tidak hanya berfokus pada peningkatan produksi, tetapi juga mencakup aspek pemasaran, manajemen usaha, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi. Sejalan dengan itu, penelitian yang dilakukan oleh Hadiyati (2020) menunjukkan bahwa pemanfaatan pemasaran digital mampu meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar UMKM secara signifikan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Purwana dkk. (2021) juga membuktikan bahwa penggunaan media sosial sebagai sarana promosi memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan produk UMKM.

Berbagai program pendampingan dan pengembangan UMKM telah dilakukan oleh berbagai pihak, baik pemerintah, perguruan tinggi, maupun organisasi masyarakat. Hasil penelitian Kurniawanto dkk. (2020) mengenai pengembangan UMKM kuliner khas Kota Serang menunjukkan bahwa pelatihan manajemen usaha dan digital marketing mampu meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola bisnisnya. Selain itu, penelitian Putri dkk. (2024) menemukan bahwa strategi pemasaran berbasis digital berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan usaha kuliner tradisional. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa pengembangan kapasitas pelaku UMKM melalui edukasi dan pendampingan merupakan langkah yang efektif untuk meningkatkan keberlanjutan usaha.

Berdasarkan kondisi tersebut, permasalahan yang dihadapi mitra dalam kegiatan pengabdian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: (1) rendahnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi usaha, (2) kurangnya inovasi produk dan pelayanan, (3) terbatasnya kemampuan manajemen usaha, dan (4) belum optimalnya strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pemberian edukasi dan pendampingan mengenai strategi pengembangan usaha, pemasaran digital, inovasi produk, serta peningkatan kualitas pelayanan kepada pelaku UMKM ketoprak di Kota Serang.

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha ketoprak dalam mengembangkan usahanya melalui penerapan strategi pemasaran yang efektif, pemanfaatan teknologi digital, peningkatan kualitas produk dan pelayanan, serta penguatan manajemen usaha. Melalui kegiatan ini diharapkan pelaku UMKM ketoprak mampu meningkatkan daya saing usaha, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan pendapatan secara berkelanjutan sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian masyarakat Kota Serang.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada pelaku UMKM ketoprak yang berada di Kota Serang. Sasaran kegiatan adalah pemilik dan pengelola usaha ketoprak yang masih menghadapi kendala dalam aspek pemasaran, pengelolaan usaha, inovasi produk, serta pemanfaatan teknologi digital. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode pendampingan partisipatif yang melibatkan pelaku usaha secara langsung dalam setiap tahapan kegiatan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu observasi lapangan, wawancara, penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Tahap observasi dan wawancara dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi usaha, permasalahan yang dihadapi, serta kebutuhan pelaku UMKM. Data yang diperoleh kemudian digunakan sebagai dasar dalam penyusunan materi pelatihan dan program pendampingan.

Tahap selanjutnya adalah penyuluhan mengenai strategi pengembangan usaha yang meliputi pengelolaan usaha, peningkatan kualitas produk, inovasi menu, pelayanan pelanggan, serta pentingnya pemasaran digital. Setelah penyuluhan, dilakukan pelatihan penggunaan media sosial seperti WhatsApp Business, Instagram, dan Facebook sebagai sarana promosi usaha. Pelaku usaha juga diberikan pendampingan dalam membuat konten promosi sederhana, memperbaiki tampilan produk, serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Untuk memastikan program berjalan sesuai tujuan, dilakukan pendampingan secara berkala selama pelaksanaan kegiatan. Pendampingan bertujuan membantu pelaku usaha dalam menerapkan strategi yang telah diberikan serta memberikan solusi terhadap berbagai kendala yang muncul selama proses implementasi.

2.1 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Data dalam kegiatan pengabdian ini diperoleh melalui:

1. Observasi

Dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas usaha ketoprak, proses pelayanan, strategi pemasaran, dan kondisi usaha sebelum serta sesudah kegiatan pendampingan.

2. Wawancara

Dilakukan kepada pelaku usaha untuk memperoleh informasi mengenai kendala usaha, tingkat pendapatan, strategi pemasaran yang digunakan, serta perubahan yang dirasakan setelah kegiatan pengabdian dilaksanakan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk merekam seluruh kegiatan berupa foto, catatan

2.2 ALAT UKUR KEBERHASILAN KEGIATAN

Kebhasilan kegiatan pengabdian diukur menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan dilaksanakan. Indikator keberhasilan yang digunakan meliputi:

1. Aspek Pengetahuan
 - Pemahaman peserta mengenai strategi pengembangan usaha.
 - Pemahaman mengenai pemasaran digital.
 - Pemahaman mengenai pentingnya inovasi produk dan pelayanan.
2. Aspek Sikap
 - Meningkatnya motivasi pelaku usaha untuk mengembangkan usaha.
 - Meningkatnya kesadaran terhadap pentingnya penggunaan teknologi digital.
 - Adanya kemauan untuk melakukan inovasi dan perubahan dalam usaha.
3. Aspek Sosial
 - Meningkatnya kemampuan komunikasi dengan pelanggan.
 - Bertambahnya jaringan pemasaran dan relasi usaha.
 - Meningkatnya interaksi usaha melalui media sosial.
4. Aspek Ekonomi
 - Bertambahnya jumlah pelanggan.
 - Meningkatnya volume penjualan produk.
 - Adanya peningkatan pendapatan usaha setelah penerapan strategi pengembangan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada pelaku UMKM ketoprak di Kota Serang dengan tujuan meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan bisnisnya melalui strategi pemasaran, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan diawali dengan observasi lapangan dan wawancara untuk mengidentifikasi kondisi usaha serta permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan pemasaran secara konvensional, memiliki keterbatasan dalam penggunaan media digital, serta

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim pengabdian melaksanakan kegiatan penyuluhan dan pendampingan mengenai strategi pengembangan usaha, pemasaran digital, peningkatan kualitas pelayanan, dan inovasi produk.

Kegiatan dilakukan secara interaktif dengan melibatkan pelaku usaha secara langsung sehingga peserta dapat memahami materi sekaligus mempraktikkan strategi yang diberikan.

3.2 Hasil Kegiatan Pengabdian

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM ketoprak dalam mengelola usahanya. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar peserta belum memahami pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Setelah diberikan pelatihan dan pendampingan, peserta mulai mampu menggunakan media sosial seperti WhatsApp Business, Instagram, dan Facebook untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas. Selain itu, peserta juga memperoleh pemahaman mengenai pentingnya menjaga kualitas produk, kebersihan, pelayanan yang ramah, serta inovasi dalam penyajian makanan. Beberapa pelaku usaha mulai melakukan perbaikan tampilan produk dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan sebagai bentuk implementasi dari materi yang telah diberikan. Dari aspek ekonomi, hasil wawancara menunjukkan adanya peningkatan jumlah pelanggan setelah pelaku usaha mulai menerapkan strategi promosi digital. Meskipun peningkatan pendapatan yang diperoleh masih bervariasi pada setiap usaha, sebagian besar peserta menyatakan bahwa penggunaan media sosial membantu memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan peluang penjualan produk.

3.3 Indikator Keberhasilan Kegiatan

Keberhasilan kegiatan pengabdian diukur berdasarkan perubahan yang terjadi pada mitra setelah mengikuti program. Indikator keberhasilan yang digunakan meliputi aspek pengetahuan, sikap, sosial, dan ekonomi.

3.4 Tabel Indikator Keberhasilan

Tabel 3.1. Indikator Keberhasilan Kegiatan

ASPEK	Kondisi Sebelum Kegiatan	Kondisi Setelah Kegiatan
Pengetahuan	Pemahaman pemasaran digital masih rendah	Memahami penggunaan media sosial untuk promosi
Sikap	Kurang percaya diri dalam mengembangkan usaha	Lebih termotivasi melakukan inovasi usaha
Sosial	Jaringan pemasaran terbatas	Jaringan pemasaran lebih luas melalui media digital
Ekonomi	Penjualan bergantung pada pelanggan tetap	Jumlah pelanggan dan peluang penjualan meningkat

Berdasarkan indikator tersebut, kegiatan pengabdian dapat dikatakan berhasil karena mampu meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan usahanya.

3.5 DAMPAK KEGIATAN TERHADAP MASYARAKAT

1. Jangka Pendek

Dalam jangka pendek, kegiatan pengabdian memberikan manfaat berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha mengenai strategi pengembangan usaha. Peserta menjadi lebih memahami pentingnya pemasaran digital, inovasi produk, dan peningkatan kualitas pelayanan. Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan motivasi pelaku usaha untuk melakukan perubahan dan pengembangan usaha. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar peserta cenderung menjalankan usaha secara rutin tanpa melakukan inovasi. Setelah mendapatkan pelatihan, peserta menjadi lebih terbuka terhadap perubahan dan teknologi.

2. Jangka Panjang

Dalam jangka panjang, kegiatan ini berpotensi memberikan dampak ekonomi yang lebih besar. Apabila strategi yang telah diberikan diterapkan secara konsisten, maka pelaku usaha dapat meningkatkan jumlah pelanggan, memperluas pasar, serta meningkatkan pendapatan usaha. Selain dampak ekonomi, kegiatan ini juga berpotensi menciptakan perubahan sosial berupa

meningkatnya budaya belajar dan inovasi di kalangan pelaku UMKM. Pemanfaatan teknologi digital yang semakin luas juga dapat meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital.

3.6 INDIKATOR KEBERHASILAN KEGIATAN

Keberhasilan kegiatan pengabdian diukur berdasarkan tingkat perubahan yang terjadi pada peserta setelah mengikuti program.

Tabel 3.2. Indikator Keberhasilan Program

Indikator	Tolak Ukur Keberhasilan
Pengetahuan	Pelaku usaha memahami strategi pengembangan usaha
Keterampilan	Pelaku usaha mampu menggunakan media sosial untuk promosi
Sikap	Pelaku usaha lebih terbuka terhadap inovasi dan perubahan
Sosial	Bertambahnya jaringan pemasaran dan relasi usaha
Ekonomi	Meningkatnya jumlah pelanggan dan peluang pendapatan

Berdasarkan hasil evaluasi, sebagian besar indikator menunjukkan peningkatan sehingga kegiatan dapat dinyatakan berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

3.7 KEUNGGULAN PROGRAM PENGABDIAN

Program ini memiliki beberapa keunggulan, antara lain:

1. Materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM.
2. Strategi yang diajarkan mudah diterapkan dan tidak membutuhkan biaya besar.
3. Pemanfaatan media sosial dapat dilakukan menggunakan perangkat yang telah dimiliki peserta.
4. Program mendorong perubahan perilaku pelaku usaha menjadi lebih inovatif dan adaptif.
5. Program memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan usaha secara berkelanjutan.
6. Program dapat direplikasi pada UMKM kuliner lainnya di Kota Serang.

3.8 KELEMAHAN PROGRAM PENGABDIAN

Meskipun memberikan dampak positif, program ini masih memiliki beberapa keterbatasan, yaitu:

1. Tingkat pemahaman teknologi peserta tidak sama.
2. Beberapa pelaku usaha masih kesulitan menggunakan aplikasi digital.
3. Waktu pendampingan relatif singkat.
4. Dampak peningkatan pendapatan belum dapat diukur secara maksimal dalam waktu dekat.
5. Keterbatasan modal masih menjadi kendala bagi sebagian peserta dalam mengembangkan usaha.

3.9 TINGKAT KESULITAN PELAKSANAAN KEGIATAN

Tingkat kesulitan utama dalam pelaksanaan kegiatan adalah mengubah pola pikir pelaku usaha yang telah lama menjalankan usaha secara tradisional. Sebagian peserta masih merasa nyaman dengan metode pemasaran konvensional sehingga membutuhkan pendekatan yang lebih intensif untuk mendorong mereka untuk memanfaatkan teknologi digital.

Selain itu, keterbatasan sarana pendukung seperti akses internet dan kemampuan penggunaan smartphone juga menjadi tantangan tersendiri dalam proses pendampingan.

3.10 PELUANG PENGEMBANGAN KEGIATAN

Program pengabdian ini memiliki peluang pengembangan yang sangat besar. Ke depan, kegiatan dapat dilanjutkan dengan program lanjutan seperti:

1. Pelatihan digital marketing tingkat lanjut.
2. Pendampingan pembuatan logo dan branding usaha.
3. Pelatihan pencatatan keuangan UMKM.
4. Pendampingan pendaftaran usaha dan sertifikasi halal.
5. Pelatihan desain kemasan produk.
6. Pendampingan penggunaan marketplace dan aplikasi pesan antar makanan.
7. Pembentukan komunitas UMKM kuliner Kota Serang.

Melalui pengembangan program yang berkelanjutan, UMKM ketoprak di Kota Serang diharapkan mampu menjadi usaha yang lebih modern, kompetitif, serta memiliki kontribusi yang lebih besar terhadap peningkatan ekonomi masyarakat.

4. DOKUMENTASI KEGIATAN



Gambar 1. Foto Bersama pelaku Usaha



(a) Wawancara pelaku usaha



(b) Produk Usaha



(c). Wawancara pelaku usaha

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada pelaku UMKM ketoprak di Kota Serang telah berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya. Melalui kegiatan observasi, wawancara, penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan, pelaku usaha memperoleh pemahaman mengenai pentingnya strategi pengembangan usaha, pemasaran digital, inovasi produk, serta peningkatan kualitas pelayanan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan positif dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, peningkatan kualitas produk dan pelayanan, serta bertambahnya peluang untuk memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan jumlah pelanggan.

Selain memberikan dampak jangka pendek berupa peningkatan wawasan dan keterampilan, kegiatan ini juga memiliki potensi dampak jangka panjang terhadap peningkatan daya saing dan pendapatan pelaku UMKM ketoprak. Meskipun masih terdapat beberapa kendala, seperti keterbatasan kemampuan teknologi dan modal usaha, program ini terbukti mampu mendorong pelaku usaha untuk lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar. Oleh karena itu, pendampingan dan pembinaan yang berkelanjutan sangat diperlukan agar UMKM ketoprak di Kota Serang dapat berkembang secara optimal, meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha, serta berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi masyarakat dan pelestarian kuliner tradisional daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2022). *Organisational Behaviour* (19th ed.). Pearson Education.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Entrepreneurship* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Suryana. (2021). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.

Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2023). Pengaruh pemasaran digital terhadap peningkatan penjualan UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(2), 145–156.

Setiawan, H., & Nugroho, A. (2022). Strategi pengembangan usaha mikro melalui inovasi produk dan pemasaran digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 55–67.

Prasetyo, B., & Huda, M. (2021). Analisis keberhasilan usaha UMKM berbasis pemasaran online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 17(3), 210–221.

Wibowo, A., & Santoso, R. (2023). Optimalisasi media sosial sebagai sarana promosi UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(1), 34–42.

Rahmawati, D., & Sari, N. (2024). Peningkatan daya saing UMKM melalui strategi pemasaran digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 88–97.

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2024). *Perkembangan Data UMKM Indonesia Tahun 2024*. Jakarta: Kemenkop UKM.

Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Indonesia 2024*. Jakarta: BPS.