Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

PENGUATAN INTEGRITAS DAN KELEMBAGAAN UMKM IBU RUMAH TANGGA UNTUK MEMBANGUN IDENTITAS DAN DAYA SAING DESA

Tiara Herawati[1],Safitri Mulyaningsih[2], Pebrianti Pawestri[3]

[1,2] Program Stiudi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email : *Tiaraherawati45@gmail.com*
safitrimulyaningsih25@gmail.com
dosen03427@unpam.ac.id

ABSTRAK

Penguatan integritas dan kelembagaan UMKM yang dikelola oleh ibu rumah tangga merupakan langkah strategis dalam meningkatkan daya saing ekonomi desa. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya kapasitas kelembagaan UMKM, kurangnya pemahaman mengenai tata kelola usaha yang berintegritas, serta minimnya akses terhadap strategi peningkatan daya saing. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis upaya penguatan integritas, peningkatan kapasitas kelembagaan, serta peran UMKM ibu rumah tangga dalam pembangunan ekonomi desa. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi pada UMKM ibu rumah tangga di Desa Kaloran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integritas pelaku UMKM—meliputi kejujuran dalam transaksi, transparansi pencatatan keuangan, serta tanggung jawab dalam proses produksi—memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha. Selain itu, kelembagaan UMKM yang kuat, seperti adanya kelompok usaha bersama, pendampingan berkelanjutan, dan akses pelatihan, mampu meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jaringan pemasaran. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penguatan integritas dan kelembagaan UMKM ibu rumah tangga dapat menjadi fondasi penting bagi peningkatan daya saing desa secara berkelanjutan. Untuk itu, diperlukan kolaborasi antara pemerintah desa, lembaga pelatihan, dan masyarakat dalam menciptakan ekosistem usaha yang mendukung pertumbuhan

Article History
Received: November 2025
Reviewed: November 2025
Published: November 2025

Plagirism Checker No 234.KK.443
Prefix DOI : **10.9765/Krepa.V218.3784**
Plagirism Checker No 234
Prefix DOI : Prefix DOI : 10.8734/Krepa.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

UMKM.

***Kata kunci**: Integritas, UMKM, Kelembagaan, Ibu Rumah Tangga, Daya Saing Desa*

ABSTRACT

Strengthening the integrity and institutional capacity of household-based MSMEs managed by housewives is a strategic effort to enhance village economic competitiveness. This study is motivated by the limited institutional capacity of MSMEs, the lack of understanding of integrity-based business governance, and minimal access to competitiveness improvement strategies. The purpose of this research is to analyze the efforts to strengthen integrity, improve institutional capacity, and examine the role of housewife-managed MSMEs in supporting village economic development. The study employs a qualitative descriptive method through observations, interviews, and documentation studies on MSMEs in Kaloran Village. The results show that MSME integrity—such as honesty in transactions, financial transparency, and responsibility in production—significantly influences consumer trust and business sustainability. In addition, strong MSME institutions, including joint business groups, continuous mentoring, and access to training, improve operational efficiency and expand market networks. This study concludes that reinforcing integrity and strengthening MSME institutions serve as a crucial foundation for enhancing long-term village competitiveness. Therefore, collaboration among village governments, training institutions, and communities is essential to creating a supportive business ecosystem for MSME growth.

***Keywords**: Integrity, MSMEs, Institutional Capacity, Housewives, Village Competitiveness*

PENDAHULUAN

UMKM ibu rumah tangga memiliki peran penting dalam mendorong perekonomian desa, terutama dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga, membuka peluang usaha baru, serta menciptakan kemandirian ekonomi masyarakat. Keterlibatan ibu rumah tangga dalam aktivitas UMKM tidak hanya memberikan kontribusi ekonomi, tetapi juga berpengaruh terhadap pemberdayaan perempuan, penguatan peran sosial, serta peningkatan kapasitas keluarga dalam mengelola sumber daya secara lebih produktif. Namun demikian, berbagai penelitian menunjukkan bahwa UMKM di pedesaan umumnya menghadapi tantangan yang

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

cukup kompleks, baik dari sisi kapasitas sumber daya manusia, pengelolaan usaha, maupun pemanfaatan teknologi modern (Suryani, 2021).

Salah satu tantangan utama adalah lemahnya aspek **integritas dalam pengelolaan usaha**. Integritas pelaku usaha menjadi komponen yang sangat krusial karena berpengaruh langsung terhadap kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Integritas tidak hanya mencakup kejujuran dalam transaksi, tetapi juga menyangkut ketepatan waktu produksi, konsistensi kualitas produk, serta keterbukaan dalam pencatatan keuangan. Ketika UMKM dikelola dengan prinsip kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab, maka peluang usaha untuk berkembang, menjalin kemitraan, serta memperluas pasar akan semakin besar (Firmansyah & Sari, 2020).

Selain integritas, **kelembagaan UMKM** juga memiliki peran strategis dalam membangun daya saing desa. Kelembagaan yang kuat, seperti koperasi, kelompok usaha bersama, forum UMKM, atau komunitas pelaku usaha, terbukti mampu meningkatkan akses pasar, mempermudah alur distribusi bahan baku, memberikan dukungan modal, serta memperkuat jaringan kemitraan antarpelaku UMKM maupun dengan pihak eksternal (Nugroho & Kristianto, 2019). Melalui kelembagaan yang terstruktur, UMKM dapat lebih mudah mendapatkan informasi pelatihan, pendampingan, hingga peluang kerja sama yang dapat meningkatkan nilai tambah produk.

Di Desa Kaloran Brimob, potensi UMKM ibu rumah tangga sebenarnya cukup besar, terutama dalam sektor makanan ringan, kerajinan tangan, dan produk rumahan lainnya. Namun, potensi tersebut belum dapat berkembang secara optimal karena berbagai kendala seperti minimnya wawasan manajemen usaha, keterbatasan kemampuan pemasaran digital, rendahnya literasi keuangan, serta belum adanya wadah kelembagaan yang terorganisasi dengan baik. Kurangnya pelatihan dan pendampingan juga menyebabkan pelaku UMKM belum mampu memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial, marketplace, maupun aplikasi pemasaran lainnya untuk meningkatkan jangkauan pasar.

Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang semakin beralih ke platform digital juga menuntut UMKM untuk beradaptasi. Tanpa kemampuan digital marketing, UMKM berisiko tertinggal dan kehilangan peluang pasar. Oleh karena itu, diperlukan upaya penguatan kapasitas UMKM secara komprehensif melalui pelatihan, pendampingan, dan pengembangan kelembagaan yang berkelanjutan.

Melihat kondisi tersebut, penguatan integritas dan kelembagaan UMKM merupakan langkah strategis dan mendesak untuk dilakukan. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini hadir sebagai solusi untuk memberikan pemahaman, keterampilan, serta pendampingan yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM ibu rumah tangga di Desa Kaloran Brimob. Melalui pendekatan edukatif dan praktik langsung, kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha, memperluas wawasan teknologi, serta memperkuat kerja sama antar pelaku usaha.

Dengan adanya kegiatan PKM ini, diharapkan UMKM tidak hanya mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga mampu membangun identitas, integritas, dan daya saing yang lebih kuat dalam menghadapi tantangan ekonomi modern, sehingga berkontribusi pada pembangunan ekonomi desa secara berkelanjutan.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

METODE

Pengabdian ini menggunakan metode Persiapkan Kegiatan PKM,Menyusun Rencana,Perizinan Tempat PKM, Pelaksanaan Kegiatan PKM, Memberikan Materi Tentang Berbagai Strategi Pemasaran, Diskusi dan Tanya Jawab, Evaluasi Kegiatan PKM, Pembuatan Laporan Akhir, Selesai.

TEMPAT DAN WAKTU

Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat : Desa Taktakan, Kecamatan Serang, Kabupaten Kota Serang Jl. Lontar Baru.
Waktu Pelaksanaan Kegiatan : Rabu, 8 Oktober 2025.

METODE KEGIATAN

Metode yang akan digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah melalui kegiatan sebagai berikut:

2.1 Tahap Sebelum Kegiatan

Tahapan awal yang dilakukan dalam kegiatan ini meliputi:

- Koordinasi awal dengan pemerintah desa, ketua UMKM, dan tokoh masyarakat untuk menentukan peserta
- Survei awal, tahapan ini dilakukan survey ke lokasi sosialisasi yang berlokasi di Desa Taktakan, Kecamatan Serang, Kabupaten Kota Serang Jl. Lontar Baru. Identifikasi kebutuhan melalui wawancara /survey singkat kepada penduduk desa dan UMKM (Kendala, harapan, jenis, usaha) Setelah survey, ditetapkan lokasi pelaksanaan dan sasaran peserta.
- Penyediaan fasilitas (tempat pelatihan, jaringan internet, proyektor,pernagkat pendukung)
- Penyusunan bahan dan materi yang meliputi slide dan hard copy untuk peserta kegiatan.

2.2 Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Tahap ini akan memberikan pemahaman kepada peserta tentang berbagai strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan penjualan produk UMKM di Desa Brimob Taktakan. Sosialisasi dilakukan dengan metode Pemaparan dan diskusi tanya jawab

a. Pelatihan Dasar Digital Marketing
   - Pengenalan media sosial untuk bisnis.
   - Cara membuat akun bisnis dan optimasi profil.

b. Workshop Pembuatan Konten Kreatif
   - Teknik fotografi produk sederhana dengan HP.
   - Penulisan copywriting singkat dan menarik.
   - Pembuatan video promosi pendek (Reels/TikTok).

c. Pendampingan Marketplace
   - Membuat akun toko online (Shopee/Tokopedia).
   - Upload produk dengan deskripsi dan foto.
   - Strategi promosi gratis di marketplace.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

d. Strategi Pemasaran dan Analisis Data
- Segmentasi pasar dan target audiens.
- Simulasi iklan berbayar dengan budget kecil.
- Membaca dan menganalisis data penjualan/insight.

e. Mentoring dan Sharing Session
- Diskusi kelompok untuk menyusun strategi pemasaran masing-masing.
- Evaluasi dan revisi strategi pemasaran peserta.

2.3 Tahap Pasca Kegiatan

Adapun tahap-tahap yang dilakukan setelah kegiatan adalah sebagai berikut:
- Penyusunan laporan akhir kegiatan berdasarkan data yang didapat dari peserta yang melakukan kegiatan ini.
- Penyusunan publikasi baik ke dalam jurnal maupun ke dalam media masa sebagai bentuk pertanggung jawaban kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan UMKM di Desa Brimob menghasilkan sejumlah perkembangan yang menunjukkan peningkatan kapasitas pelaku usaha. Selama proses pelatihan, peserta berhasil mempraktikkan penggunaan media digital dengan lebih baik, mulai dari pembuatan akun bisnis di media sosial dan marketplace hingga produksi berbagai konten promosi yang mencerminkan peningkatan kreativitas dan keterampilan digital mereka. Peserta terlihat semakin percaya diri dalam memasarkan produk secara online, menunjukkan pemahaman yang lebih baik mengenai segmentasi pasar, penyusunan pesan promosi, penggunaan hashtag, serta pemanfaatan fitur insight untuk mengevaluasi performa konten.

Selain peningkatan kemampuan digital, kegiatan PKM juga memberikan dampak positif terhadap pemahaman manajerial. Pelaku UMKM mulai menyadari pentingnya pencatatan keuangan sederhana, pengaturan alur produksi yang lebih rapi, dan penerapan nilai integritas dalam mengelola usaha. Kesadaran ini sangat penting karena sebelumnya sebagian besar UMKM masih menghadapi kendala dalam aspek manajemen, seperti pencatatan yang tidak sistematis, kurangnya perencanaan stok, dan minimnya kontrol terhadap arus kas. Melalui pendampingan, pelaku usaha mulai mampu menerapkan prinsip transparansi, disiplin administrasi, dan konsistensi kualitas produk.

Kegiatan PKM juga mendorong terbentuknya jejaring dan forum UMKM sebagai wadah untuk berkolaborasi, berbagi pengalaman, dan memperkuat kelembagaan usaha di desa. Forum ini diharapkan menjadi ruang koordinasi yang dapat membantu pelaku usaha saling mendukung dalam pemasaran, distribusi, maupun pengembangan produk. Pendampingan pada penggunaan marketplace juga memberikan hasil positif, di mana beberapa UMKM telah mampu menata etalase produk, menuliskan deskripsi yang lebih menarik, dan menetapkan harga secara lebih kompetitif.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini memberikan dampak nyata dalam memperkuat kapasitas UMKM Desa Brimob. Pelaku usaha tidak hanya lebih terampil dalam menggunakan teknologi digital, tetapi juga lebih memahami pentingnya integritas, tata kelola usaha yang baik, dan kerja sama kelembagaan sebagai fondasi dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital.





KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang berjudul *"Penguatan Integritas dan Kelembagaan UMKM untuk Membangun Identitas dan Daya Saing Desa"* telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak yang signifikan bagi masyarakat sasaran. Pelaksanaan kegiatan ini melalui tahapan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan telah berhasil meningkatkan kemampuan pelaku UMKM di Desa Kaloran Brimob, khususnya dalam aspek pengelolaan usaha, pemahaman manajerial, strategi pemasaran digital, dan penguatan kerja sama kelembagaan.

Melalui pelatihan manajemen usaha, pelaku UMKM menunjukkan perubahan positif dalam menerapkan pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan stok, serta penataan alur kerja yang lebih efektif. Pada penerapan digital marketing, peserta semakin terampil dalam membuat konten promosi, memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business, serta memahami pentingnya identitas brand dan strategi pemasaran berbasis teknologi. Hal ini turut mendorong peningkatan visibilitas produk UMKM dan memperluas jangkauan pasar.

Selain memberikan manfaat langsung kepada masyarakat, kegiatan PKM ini juga berkontribusi besar terhadap pengembangan kompetensi mahasiswa dan peningkatan peran perguruan tinggi dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat. Mahasiswa memperoleh pengalaman nyata dalam menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah, meningkatkan kemampuan komunikasi, kepemimpinan, problem solving, serta membangun kepedulian sosial terhadap kebutuhan masyarakat. Bagi dosen dan perguruan tinggi, kegiatan ini menjadi bentuk konkret implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui kegiatan pengabdian masyarakat yang relevan dan berdampak.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

Capaian penting dari kegiatan ini adalah terbentuknya **Forum UMKM Desa Kaloran Brimob**, yang menjadi fondasi bagi terbentuknya kelembagaan usaha yang lebih kuat. Forum ini berfungsi sebagai wadah komunikasi, koordinasi, dan kolaborasi antarpelaku UMKM, serta dapat menjadi pusat inovasi, diskusi, dan pengembangan usaha di tingkat desa. Dengan adanya wadah kelembagaan ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat saling mendukung, memperluas jejaring pemasaran, serta meningkatkan daya saing produk lokal secara kolektif.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas dan kemandirian UMKM ibu rumah tangga di Desa Kaloran Brimob. Melalui penguatan integritas, pengembangan kapasitas usaha, dan pembentukan kelembagaan yang solid, UMKM desa diharapkan mampu berkembang secara berkelanjutan dan memiliki daya saing yang lebih baik dalam menghadapi tantangan ekonomi modern. Selain berdampak pada pelaku UMKM, kegiatan PKM ini juga memberikan manfaat bagi mahasiswa dan dosen melalui pengalaman langsung dalam menerapkan ilmu, mengasah kemampuan komunikasi, kepemimpinan, serta meningkatkan kontribusi perguruan tinggi terhadap pemberdayaan masyarakat. Keberhasilan kegiatan ini menunjukkan pentingnya kolaborasi antara masyarakat, akademisi, dan lembaga desa dalam mendorong perkembangan usaha lokal yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Firmansyah, A., & Sari, R. (2020). *Prinsip Tata Kelola UMKM dan Penguatan Integritas dalam Pengembangan Usaha*. Jakarta: Penerbit Ekonomi Mandiri.

Nugroho, B., & Kristianto, A. (2019). Peran Kelembagaan UMKM dalam Peningkatan Daya Saing Daerah. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 115–128.

Suryani, L. (2021). Tantangan Penguatan Kapasitas UMKM Perdesaan dalam Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 6(1), 45–56.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Ariani, M. (2020). *Pemasaran Digital untuk UMKM*. Jakarta: Pustaka Cendekia.

Lestari, S. (2022). Pemberdayaan UMKM Berbasis Teknologi Digital di Pedesaan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, 3(1), 72–84.

Mulyani, N. (2020). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(2), 101–110.

Kemenkop UKM RI. (2021). *Laporan Perkembangan UMKM Nasional*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Porter, M. E. (2008). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.

Widiyanto, A. (2022). *Manajemen UMKM dan Pengembangan Kelembagaan*. Malang: UB Press.

Ramadhani, F. (2021). Strategi Branding dan Identitas Visual UMKM di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Kreatif*, 5(3), 134–142.

Hidayat, T. (2020). Digitalisasi UMKM sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 9(2), 90–102.

Prasetyo, D., & Amelia, R. (2022). Pengaruh Pendampingan Bisnis terhadap Kinerja UMKM Perdesaan. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 4(1), 56–68.