



Model Inovatif Pengembangan Wirausaha Baru Berbasis Komoditas Lokal Kerupuk Kerang TOE

Setyo Fiddin Wirabuana^{1*}, Vanni Fatimah Zahroh², Khusnul Khotimah³,
Abdul Aziz⁴

^{1,2,3,4}Universitas Bina Bangsa, Serang

E-mail: setyofiddin3@gmail.com¹, vannizahra09@gmail.com², khusnulktmh01@gmail.com³,
azizkakang@gmail.com⁴

Article Info

Article history:

Received August 01, 2025

Revised August 05, 2025

Accepted August 06, 2025

Keywords:

Entrepreneurship, Local Commodities, TOE Clam Crackers, Community Empowerment, Digital Marketing, Halal Certification.

ABSTRACT

This community engagement program aims to develop new entrepreneurs based on local commodities, specifically TOE clam crackers, in Karyasari Village, Pandeglang Regency. The main issues faced by the community include the low added value of local products and limited knowledge regarding business legality, digital marketing, and production management. Through a participatory approach, the program was implemented in several stages, including potential mapping, production training, product branding, NIB registration, halal certification, and digital marketing using QR codes and online marketplaces. The results show the formation of a new collective business group, increased community skills in product development and promotion, and greater awareness of business legality and innovation. This program has had a positive impact economically, socially, and culturally, contributing to sustainable social transformation at the village level.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received August 01, 2025

Revised August 05, 2025

Accepted August 06, 2025

Keywords:

Kewirausahaan, Komoditas Lokal, Keripik Kerang TOE, Pemberdayaan Masyarakat, Pemasaran Digital, Sertifikasi Halal.

ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan wirausaha baru berbasis komoditas lokal, yaitu kerupuk kerang TOE di Desa Karyasari, Kabupaten Pandeglang. Permasalahan utama yang dihadapi masyarakat adalah kurangnya nilai tambah produk lokal dan minimnya pengetahuan terkait legalitas usaha, pemasaran digital, dan manajemen produksi. Melalui pendekatan partisipatif, kegiatan ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan, mulai dari identifikasi potensi, pelatihan produksi, pembuatan identitas produk, pendaftaran NIB dan sertifikasi halal, hingga digitalisasi pemasaran melalui QR code dan marketplace. Hasil kegiatan menunjukkan terbentuknya satu kelompok usaha baru dengan struktur kerja kolektif, peningkatan keterampilan masyarakat dalam pengolahan produk dan pemasaran, serta tumbuhnya kesadaran akan pentingnya legalitas dan inovasi usaha. Program ini memberi dampak positif secara ekonomi, sosial, dan budaya, serta berkontribusi terhadap transformasi sosial yang berkelanjutan di tingkat desa.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Setyo Fiddin Wirabuana
Universitas Bina Bangsa

Email: setyofiddin3@gmail.com

Pendahuluan

Indonesia sebagai negara maritim memiliki potensi besar dalam pengembangan komoditas lokal, khususnya dari sektor pesisir dan kelautan. Salah satu potensi tersebut adalah hasil olahan berbasis kerang, seperti kerupuk kerang, yang memiliki nilai gizi dan nilai ekonomi yang cukup tinggi. Di Desa Karyasari, Kabupaten Pandeglang, Masyarakat khususnya yang tinggal di wilayah pesisir memiliki akses terhadap sumber daya lokal berupa *kerang TOE* yang hingga kini belum dimanfaatkan secara maksimal menjadi produk bernilai tambah secara ekonomi. Lemahnya pengembangan kewirausahaan lokal serta belum adanya identitas produk yang kuat menjadi kendala utama dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan warga (Juli 2025), tercatat bahwa sekitar 73% pelaku usaha kecil makanan di Desa Karyasari belum memiliki legalitas usaha seperti NIB (Nomor Induk Berusaha), sertifikasi halal, maupun kemasan produk yang terstandarisasi, sehingga menghambat akses produk ke pasar yang lebih luas, termasuk ke lembaga formal. Selain itu, sebanyak 81% pelaku UMKM di desa ini belum memanfaatkan platform digital seperti marketplace maupun teknologi *QR code* dalam promosi dan penjualan produknya, yang menyebabkan rendahnya daya saing di era ekonomi digital.



Gambar 1. Kerang TOE

Fokus utama dari program pengabdian masyarakat ini adalah untuk menjawab dua isu sentral: (1) rendahnya kemampuan kewirausahaan dan belum adanya identitas usaha yang sah di kalangan masyarakat, serta (2) belum adanya model inovatif yang terintegrasi dalam pemanfaatan komoditas lokal, khususnya *kerupuk kerang TOE*, untuk mendorong terbentuknya kelompok wirausaha baru. Isu-isu ini berakar dari rendahnya literasi digital, minimnya paparan terhadap tren pasar, dan ketiadaan sistem pendampingan yang berkelanjutan. Pemilihan kelompok sasaran ini didasarkan pada nilai strategis komoditas *kerang TOE* sebagai produk lokal khas yang memiliki potensi ekonomi tinggi. Di samping itu, masyarakat menunjukkan minat dan motivasi yang tinggi untuk belajar, ditunjang oleh keberadaan kelompok perempuan dan organisasi pemuda yang terbuka terhadap inovasi dan pengembangan kewirausahaan. Faktor-faktor ini memberikan peluang besar bagi terjadinya perubahan sosial apabila didukung oleh intervensi yang terstruktur. Perubahan sosial yang diharapkan dari program ini meliputi terbentuknya wirausaha baru berbasis pemanfaatan potensi local, meningkatnya legalitas produk (NIB, sertifikasi halal), adopsi teknologi digital



(QR code, marketplace), dan terciptanya kemasan produk yang menarik dan sesuai standar pemasaran modern. Konsep pemberdayaan berbasis potensi lokal ini sejalan dengan teori *endogenous development* yang menekankan pentingnya pemberdayaan masyarakat melalui potensi internal dan inovasi partisipatif (Ray, 2006). Sementara itu, pendekatan digital yang diperkenalkan juga sejalan dengan kerangka *smart rural development* yang mengintegrasikan teknologi dengan penguatan ekonomi berbasis komunitas (Naldi et al., 2015).

Metode

Penelitian pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan *participatory action research* (PAR), yaitu metode kolaboratif antara tim pelaksana dan komunitas dampingan untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan secara partisipatif.

1. Subyek dan Lokasi Pengabdian

Subyek pengabdian dalam kegiatan ini adalah kelompok warga di Desa Karyasari, Kecamatan Cipeucang, Kabupaten Pandeglang, khususnya pelaku UMKM baru berbasis komoditas lokal, yaitu kerupuk kerang TOE. Kelompok ini terdiri dari ibu-ibu rumah tangga, pemuda karang taruna, dan pelaku UMKM mikro yang belum memiliki legalitas usaha.

2. Proses Pengorganisasian Komunitas

Pengorganisasian komunitas merupakan tahapan kunci dalam memastikan keberhasilan program pengabdian masyarakat. Proses ini bertujuan untuk membangun keterlibatan aktif warga sebagai subjek perubahan, bukan sekadar objek penerima program. Dalam kegiatan ini, pendekatan partisipatif digunakan untuk menggali potensi lokal, menyusun perencanaan bersama, dan membentuk kelompok wirausaha berbasis komoditas lokal, yaitu kerupuk kerang TOE. Melalui forum-forum diskusi, pelatihan, dan kegiatan kolektif, masyarakat dilibatkan secara menyeluruh agar tercipta rasa memiliki (*sense of belonging*) serta terbentuk struktur sosial baru yang mendukung keberlanjutan usaha. Tim pengabdian melakukan pengorganisasian komunitas melalui beberapa tahap:

1. Mengidentifikasi potensi ekonomi lokal dan masalah yang dihadapi masyarakat melalui observasi dan FGD (*Focus Group Discussion*).
2. Menentukan kelompok sasaran dengan mempertimbangkan minat, kesiapan, dan potensi yang dimiliki.
3. Menyusun rencana aksi bersama warga melalui pertemuan rutin.
4. Mendorong pembentukan kelompok usaha baru dan membangun kesadaran tentang pentingnya legalitas dan digitalisasi produk.

3. Strategi dan Metode yang Digunakan

Strategi yang digunakan dalam program ini disusun berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan komunitas serta potensi lokal yang dimiliki. Pendekatan yang diterapkan menggabungkan pelatihan teknis, pendampingan intensif, serta pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana transformasi usaha. Metode ini dirancang agar mampu membangun kemandirian komunitas sekaligus mendorong terjadinya perubahan sosial secara berkelanjutan.

1. Pelatihan Interaktif: Pembuatan NIB, sertifikasi halal, pembuatan *QR Code*, dan pemanfaatan marketplace.
2. Pendampingan Wirausaha: Bimbingan teknis dalam produksi kerupuk kerang TOE, pengemasan, dan pemasaran.
3. Pemberdayaan Berbasis Partisipasi: Melibatkan warga dalam semua tahap agar tercipta rasa memiliki.



4. Digitalisasi UMKM: Penggunaan *platform digital* sebagai alat promosi dan transaksi produk.
5. Metode yang digunakan untuk mengukur keberhasilan meliputi wawancara terbuka, dokumentasi, dan kuisioner evaluasi dampak kegiatan.
4. Tahapan Kegiatan Pengabdian
Setiap tahapan dirancang untuk menjawab permasalahan komunitas sekaligus mengoptimalkan potensi lokal yang ada, khususnya komoditas kerang TOE sebagai basis wirausaha baru. Mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi akhir, seluruh proses dilaksanakan secara kolaboratif antara tim pengabdian dan komunitas dampingan agar tercipta keterlibatan aktif dan hasil yang berdampak nyata. Berikut ini tahapan kegiatan pengabdian masyarakat:
 1. Identifikasi Masalah dan Potensi Komunitas
 2. Pemilihan Subyek dan Lokasi Pengabdian
 3. Perencanaan Aksi Bersama Komunitas
 4. Pelaksanaan Program (Pelatihan, Pendampingan, Produksi, Pemasaran)
 5. Evaluasi dan Tindak Lanjut (Monitoring dan Replikasi)

Hasil Penelitian

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Karyasari menunjukkan hasil yang signifikan dalam mendukung terbentuknya wirausaha baru berbasis komoditas lokal, khususnya pengolahan *kerupuk kerang TOE*. Proses pendampingan berlangsung selama kurang lebih empat minggu dan melibatkan masyarakat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan.

1. Dinamika Proses Pendampingan

Pendampingan dilakukan melalui berbagai bentuk kegiatan teknis dan edukatif, antara lain:

- A. Pelatihan Legalitas Usaha dan Serfikasi Masyarakat dilatih untuk mengurus Nomor Induk Berusaha (NIB) secara mandiri melalui sistem OSS (Online Single Submission), serta difasilitasi proses awal pengajuan sertifikasi halal produk kerupuk kerang TOE.



Gambar 2. Pendampingan Legalitas



B. Peningkatan Kapasitas Produksi

Kegiatan ini meliputi pelatihan *Good Manufacturing Practices (GMP)*, penggunaan alat peniris minyak, standarisasi rasa dan kualitas produk, serta simulasi produksi massal dengan pengemasan yang menarik.

C. *Digitaslisasi* Produk dan *Branding*



Gambar 3. Identitas Produk

Peserta didampingi dalam membuat identitas produk (label, logo, dan deskripsi), penyematan *QR Code* untuk keperluan informasi produk, serta pembuatan akun di marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan *WhatsApp Business*.

D. Pengemasan dan Strategi Penjualan



Gambar 4. Pengemasan Produk

Desain kemasan dibuat secara partisipatif bersama komunitas menggunakan konsep *attractive and informative packaging*, serta dilatih strategi pemasaran berbasis media sosial dan promosi online.



2. Transformasi Sosial yang Muncul

Selama dan setelah program berlangsung, teridentifikasi sejumlah perubahan sosial yang menandai keberhasilan program, di antaranya:

- a) **Terbentuknya Wirausaha Baru Lokal**, Sebuah kelompok wirausaha bernama “*TOEpreneur Karyasari*” terbentuk, terdiri dari ibu-ibu rumah tangga dan pemuda desa yang kini mengelola produksi dan distribusi kerupuk kerang TOE secara mandiri.
- b) **Muncul Kesadaran akan Legalitas dan Standarisasi**, Masyarakat mulai menyadari pentingnya memiliki NIB, sertifikasi halal, dan kemasan standar dalam memperluas akses pasar. Hal ini tercermin dari meningkatnya jumlah warga yang mengajukan izin usaha setelah pelatihan berlangsung.
- c) **Kepemimpinan Lokal Baru**, Sosok *local leader* dari kalangan pemuda muncul dan menjadi koordinator kelompok wirausaha TOE. Ia aktif menjembatani komunikasi antara kelompok dan pemerintah desa serta pihak eksternal lainnya.
- d) **Penguatan Identitas Produk dan Desa**, Produk kerupuk kerang TOE kini tidak hanya menjadi produk konsumsi, tetapi juga simbol identitas dan potensi desa. Produk ini mulai dipromosikan dalam acara desa, bazar UMKM, dan bahkan diproyeksikan sebagai oleh-oleh khas Desa Karyasari.
- e) **Kesadaran Digital dan Pemasaran Modern**, Warga menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menggunakan media sosial, membuat konten promosi, dan mengelola toko online. Hal ini memperluas jangkauan penjualan dari yang sebelumnya hanya pasar lokal menjadi regional.

3. Dampak Terhadap Komunitas

Program pengabdian ini memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Karyasari secara ekonomi, sosial, dan budaya. Secara ekonomi, program mendorong tumbuhnya usaha baru dan peningkatan pendapatan warga. Secara sosial, tercipta kolaborasi antarwarga dan muncul pemimpin lokal. Dari sisi budaya, pengolahan kerang TOE menguatkan identitas lokal serta mendorong pelestarian kearifan tradisional. Ketiga aspek ini menunjukkan transformasi nyata berbasis potensi desa.

- a) **Ekonomi**: Peningkatan pendapatan keluarga dari hasil penjualan produk TOE.
- b) **Sosial**: Terbentuknya jaringan kerja kolaboratif antarwarga.
- c) **Budaya**: Munculnya rasa bangga terhadap potensi lokal yang dulunya dianggap biasa saja.

Pembahasan



Gambar 5. Pembuatan Produk



Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah dilaksanakan secara sistematis dan partisipatif melalui tahapan yang telah dirancang sejak awal. Proses pendampingan dimulai dari identifikasi potensi lokal, pengolahan bahan baku (kerang TOE), pelatihan teknis pembuatan produk, hingga strategi pemasaran digital. Seluruh tahapan tersebut dilaksanakan bersama masyarakat, tim dosen, dan mahasiswa sebagai bentuk implementasi pendekatan *community-based empowerment*. Kegiatan ini tidak hanya menysasar aspek teknis produksi, tetapi juga menyentuh dimensi sosial dan struktural masyarakat. Hal ini sejalan dengan teori *endogenous development* yang menekankan bahwa pembangunan yang berkelanjutan harus berasal dari potensi internal masyarakat, bukan dari intervensi luar semata (Ray, 2006). Dalam konteks ini, pengembangan produk *kerupuk kerang TOE* menjadi bukti bahwa potensi desa dapat diolah secara mandiri apabila didukung oleh perencanaan, pendampingan, dan edukasi yang tepat.



Gambar 6. Produk Terstandarisasi

Secara teoritis, proses pengorganisasian komunitas dalam kegiatan ini juga memperkuat pendekatan *participatory action research* (PAR), di mana masyarakat tidak hanya menjadi objek program, tetapi turut terlibat sebagai subjek dalam setiap tahapan: perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi (Kemmis & McTaggart, 1988). Keterlibatan aktif warga dalam pelatihan legalitas usaha, digitalisasi, dan branding produk menegaskan bahwa pemberdayaan sejati melibatkan transformasi peran dan kesadaran warga terhadap dirinya dan lingkungannya.

Adanya perubahan sosial seperti terbentuknya kelompok wirausaha baru “TOEpreneur Karyasari”, munculnya *local leader* dari kalangan pemuda, serta peningkatan kesadaran digital dan legalitas usaha, mencerminkan terjadinya *social innovation*. Menurut Mulgan (2006), *social innovation* terjadi ketika komunitas menemukan cara-cara baru untuk memenuhi kebutuhannya melalui ide-ide yang berkelanjutan dan dapat direplikasi. Hal ini terlihat jelas dalam pengelolaan kerupuk kerang TOE yang kini telah dipasarkan melalui media digital dan memiliki identitas produk yang kuat.



Gambar 7. Digitalisasi Pemasaran

Kegiatan ini juga menunjukkan relevansi dengan konsep *smart rural development*, di mana teknologi digital dimanfaatkan untuk memperkuat basis ekonomi pedesaan dan membuka akses pasar yang lebih luas (Naldi et al., 2015). Penerapan QR Code, marketplace, dan desain kemasan informatif menunjukkan bahwa digitalisasi bukan hanya tren, tetapi kebutuhan dasar bagi UMKM di era saat ini. Dengan pendekatan kolaboratif dan partisipatif, pengabdian ini tidak hanya menghasilkan produk secara fisik, tetapi juga membangun ekosistem wirausaha berbasis komunitas. Kesadaran akan pentingnya legalitas, branding, dan pemanfaatan teknologi digital merupakan indikator terjadinya transformasi sosial di tingkat akar rumput.

Kesimpulan dan Saran

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Karyasari berhasil mendorong transformasi sosial dan ekonomi melalui pengembangan wirausaha baru berbasis potensi lokal, khususnya produk kerupuk kerang TOE. Proses pendampingan yang berlangsung selama empat minggu terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas masyarakat, baik dari sisi produksi, legalitas usaha, hingga digitalisasi pemasaran. Terbentuknya kelompok wirausaha “TOEpreneur Karyasari”, munculnya pemimpin lokal muda, serta peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya legalitas dan branding produk mencerminkan keberhasilan program berbasis pendekatan partisipatif dan community-based empowerment. Pendekatan ini memberikan ruang bagi masyarakat untuk menjadi subjek pembangunan yang aktif, inovatif, dan berdaya saing.

Agar dampak positif dari program ini dapat berkelanjutan, perlu dilakukan pendampingan lanjutan secara berkala, terutama dalam hal pengembangan pasar, inovasi produk, dan penguatan kelembagaan kelompok usaha. Pemerintah desa, akademisi, serta stakeholder lainnya disarankan untuk terus menjalin kolaborasi strategis dalam mendukung penguatan UMKM berbasis potensi lokal. Selain itu, perlu dilakukan replikasi program serupa di desa lain dengan menyesuaikan pada karakteristik lokal masing-masing wilayah, sehingga pengembangan ekonomi berbasis masyarakat dapat meluas dan berkontribusi pada pembangunan desa secara menyeluruh.



Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik UMKM Provinsi Banten 2023*. Diakses dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Data UMKM dan Transformasi Digital*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Naldi, L., Nilsson, P., Westlund, H., & Wixe, S. (2015). What is smart rural development? *Journal of Rural Studies*, 40, 90–101.
- Ray, C. (2006). Neo-endogenous rural development in the EU. Dalam Cloke, P., Marsden, T., & Mooney, P. (Eds.), *Handbook of Rural Studies* (hlm. 278–291). London: SAGE Publications.
- Kemmis, S., & McTaggart, R. (1988). *The Action Research Planner*. Geelong: Deakin University Press.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Data UMKM dan Transformasi Digital*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kusnadi, E. (2021). Legalitas Usaha dan Implikasinya terhadap Pengembangan UMKM di Wilayah Pesisir. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 19(1), 45–56.
- Mulgan, G. (2006). The process of social innovation. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 1(2), 145–162.
- Naldi, L., Nilsson, P., Westlund, H., & Wixe, S. (2015). What is smart rural development? *Journal of Rural Studies*, 40, 90–101.
- Nasution, M. D. T., & Sinaga, R. (2020). Strategi Digital Marketing dalam Pengembangan UMKM di Era Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 12–23.
- Rahmawati, I., & Suryadi, H. (2019). Peran Sertifikasi Halal dan NIB dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Pangan. *Jurnal Administrasi Publik*, 6(2), 102–110.
- Ray, C. (2006). Neo-endogenous rural development in the EU. In Cloke, P., Marsden, T., & Mooney, P. (Eds.), *Handbook of Rural Studies* (pp. 278–291). London: SAGE Publications.
- Sari, N. P., & Hidayat, A. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Produk Lokal dalam Meningkatkan Ekonomi Desa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 203–214.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, E. (2009). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: Refika Aditama.
- Yunus, M. (2010). *Building Social Business: The New Kind of Capitalism that Serves Humanity's Most Pressing Needs*. New York: PublicAffairs.