

**PEMBERDAYAAN UMKM GUNA MENINGKATKAN POTENSI LOKAL
(STUDI KASUS DI DESA PASIR KEMBANG)**

Muhammad Rama Humam Utomo¹, Zerlina Chotamah¹, Syifa Amalia¹, Seftia Yolanda¹, Ari Adnan Zidhan¹, Firdaus¹, Nurawaliyah¹, Laila Zulfah Nur¹, Syahriza Arif Lubis¹, Kandung Sapto Nugroho²

¹⁾ Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

²⁾ Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng tirtayasa
Email :

Abstrak

Usaha Kecil dan Mikro Menengah adalah badan usaha yang dilakukan secara produktif oleh perorangan dan bukan merupakan bagian dari perusahaan utama. Salah satu sektor yang berperan penting dalam menggerakkan perekonomian desa adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Keberadaan UMKM dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru dan berperan dalam menggerakkan perekonomian lokal desa khususnya di Desa Pasir Kembang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan pengumpulan data primer dari penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis perkembangan UMKM di Desa Pasir Kembang dan kendala yang dihadapi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya.

Kata Kunci : Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Perkembangan Usaha, Pasir Kembang

Abstract

Small and Micro Medium Enterprises are business entities that are carried out productively by individuals and are not part of the main company. One sector that plays an important role in driving the village economy is Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The existence of MSMEs can create new jobs and play a role in driving the local economy of the village, especially in Pasir Kembang Village. The method used in this research is a qualitative method with a descriptive approach and primary data collection from this research is obtained from interviews, observations, and documentation. This study aims to determine and analyze the development of MSMEs in Pasir Kembang Village and the obstacles faced by MSME actors in developing their businesses.

Keyword : Micro, Small and Medium Enterprises (MSME), Business Development, Pasir Kembang

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang dengan perekonomian yang relatif stabil. Hal tersebut berdasarkan fakta bahwa pasca pandemi melanda,

pertumbuhan ekonomi di Indonesia senantiasa naik di atas 5% selama 7 kuartal berturut-turut (*Sekilas Tentang Indonesia*, 2023). Ada banyak sektor yang berkontribusi dalam pertumbuhan

ekonomi di Indonesia, salah satunya di sektor industri yaitu pada bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada dasarnya UMKM merupakan badan usaha yang dilakukan secara produktif oleh perorangan dan bukan termasuk ke dalam bagian dari perusahaan utama (UMKM, 2018). Di tengah percepatan teknologi saat ini, UMKM di Indonesia berkembang begitu pesat. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2019 terdapat sejumlah 65,4 juta UMKM di Indonesia. Dengan jumlah sebanyak itu, telah memberikan kesempatan kerja kepada 123,3 ribu tenaga kerja. Hal ini membuktikan tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, UMKM juga berperan dalam mengurangi pengangguran di Indonesia (*Kontribusi UMKM Dalam Perekonomian Indonesia*, 2023).

Selain itu, berdasarkan kutipan dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2023) UMKM berkontribusi terhadap PDB Nasional sebesar 60,5%. Data tersebut mengindikasikan bahwa UMKM di Indonesia sangat potensial untuk dikembangkan, sehingga UMKM dapat memberikan kontribusi yang lebih besar lagi bagi perekonomian di Indonesia. Dalam pengembangannya, UMKM tidak hanya berorientasi kepada kontribusi pertumbuhan ekonomi negara saja, melainkan juga dapat berkontribusi

terhadap potensi lokal yang berada di desa. Sebagai badan usaha yang dapat membantu mengurangi masalah pengangguran, kehadiran UMKM dapat menciptakan lapangan kerja baru dan berperan dalam menggerakkan perekonomian lokal desa. Pemberdayaan UMKM juga dapat dimulai dari unit terkecil lebih dahulu –dalam hal ini dapat dilakukan oleh masing-masing pelaku usaha itu sendiri. Pelaku usaha ini tersebar di berbagai wilayah yang berada di Indonesia, salah satunya yaitu di Provinsi Banten, di mana pada tahun 2022 terdapat 339.693 pelaku usaha yang sudah mendaftarkan bisnisnya pada portal OSS (*Online Single Submission*). Mengerucut pada wilayah kabupaten, khususnya di Kabupaten Serang terdapat sejumlah 67.694 UMKM yang terdata di portal Kementerian Koperasi dan UKM RI (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023). UMKM tersebut tersebar ke berbagai daerah di kecamatan dan desa yang berada di Kabupaten Serang, salah satunya yaitu Desa Pasir Kembang yang berada di Kecamatan Pamarayan.

Desa Pasir Kembang merupakan desa pemekaran dari Desa Binong, Kecamatan Pamarayan, Kabupaten Serang, pada tahun 2012. Dikarenakan memiliki wilayah yang cukup luas serta jumlah penduduknya yang melebihi batas, maka dilaksanakan pemekaran induk dari

Desa Binong menjadi Desa Pasir Kembang. Desa Pasir Kembang memiliki luas wilayah 272 hektar. Luasan Desa Pasir Kembang sebagian besar dimanfaatkan untuk pemukiman, perkebunan, dan pertanian. Sisanya digunakan untuk perkantoran, perikanan, dan fasilitas umum.

Perekonomian merupakan aspek yang paling penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa salah satunya di desa Pasir Kembang, Kecamatan Pamarayan, Kabupaten Serang. Salah satu sektor yang berperan penting dalam menggerakkan perekonomian desa adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Minimnya pemahaman tentang tata cara penggunaan teknologi guna meningkatkan perekonomian terutama pada bidang UMKM membuat Desa Pasir Kembang memiliki permasalahan dalam pengembangan UMKM di Desa Pasir Kembang. Maka dari itu, kelompok 7 Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) mengadakan kegiatan Penyuluhan E-Commerce UMKM dan Sosialisasi Hak Merek Dagang di Desa Pasir Kembang.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan kualitatif deskriptif merupakan pendekatan

yang berlandaskan pada paradigma postpositivisme, sehingga peneliti sebagai instrumen kunci perlu melakukan interaksi langsung dengan objek penelitiannya (Sugiyono dalam Abdussamad, 2021). Adapun data primer dalam penelitian ini didapatkan dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam hal ini, peneliti mengadakan kegiatan sosialisasi kepada warga Desa Pasir Kembang dengan menghadirkan dua orang narasumber selaku pembicara pada kegiatan sosialisasi tersebut. Sementara itu, data sekunder didapatkan dari sumber-sumber *literature* ilmiah yang relevan dengan penelitian ini, seperti artikel jurnal, berita, dan informasi dari website resmi yang relevan dengan data penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN UMKM di Desa Pasir Kembang

UMKM di Desa Pasir Kembang didominasi oleh usaha mikro di mana mayoritas masyarakat di desa ini membuka usaha warung yang menjual berbagai macam makanan ringan. Kondisi ini membuktikan bahwa UMKM di Desa Pasir Kembang masih harus mendapat perhatian lebih untuk dapat naik kelas menjadi Usaha Kecil bahkan Usaha Menengah. Namun, terdapat beberapa kendala yang menjadi alasan terhambatnya pemberdayaan UMKM di Desa Pasir Kembang, yaitu:

1. Pemahaman Masyarakat

Kurangnya pemahaman masyarakat tentang potensi lokal sehingga dalam hal ini menjadi salah satu faktor yang pengembangan produk yang sesuai dengan keadaan di Desa Pasir Kembang, serta masih rendahnya minat masyarakat untuk mengolah potensi lokal menjadi produk yang bernilai jual tinggi. Masyarakat di Desa Pasir Kembang cenderung menjadi distributor dalam menjalankan UMKM untuk kemudian dipasarkan kembali. Dalam hal ini sangat dibutuhkannya pemberdayaan masyarakat agar dapat membantu meningkatkan kreativitas di masyarakat agar dapat mendorong minat masyarakat untuk mengolah suatu potensi lokal yang ada di Desa Pasir Kembang.

2. Keterbatasan Akses Sumber Daya

Terbatasnya akses UMKM kepada sumber daya produktif terutama di bidang teknologi, informasi dan permodalan menjadi permasalahan serius yang dialami di Desa Pasir Kembang. Di mana penerapan BUMDes di Desa Pasir Kembang masih menyatu dengan kecamatan, hal ini menjadi penghambat bagi para pelaku UMKM sehingga keadaan ini mempersulit para pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha-usahanya.

Pada sisi lain, penguasaan teknologi dan informasi masih jauh memadai dan relatif membutuhkan pendanaan yang cukup besar untuk dikelola oleh para pelaku UMKM.

Upaya Pemberdayaan UMKM di Desa Pasir Kembang

Setelah melakukan observasi terkait kendala yang dihadapi UMKM di Desa Pasir Kembang, peneliti menyadari bahwa perlu adanya upaya pemberdayaan UMKM guna meningkatkan potensi lokal di Desa Pasir Kembang. Maka dari itu, peneliti mengadakan kegiatan berupa Penyuluhan E-Commerce UMKM dan Sosialisasi Hak Merek Dagang di Desa Pasir Kembang.

1. Penyuluhan E-Commerce UMKM di Desa Pasir Kembang

Di era digitalisasi saat ini, teknologi berkembang begitu pesat di masyarakat. Hal tersebut membuat banyak pelaku usaha menyadari bahwa mereka tidak dapat bersaing dengan cara yang sama lagi. Jika pada awalnya pelaku usaha hanya memiliki toko *offline*, kini mereka mulai mengembangkan toko *online* akibat dari maraknya kemunculan *e-commerce* di masyarakat. Hal itu juga yang menjadi perhatian kami terhadap pengembangan UMKM di Desa Pasir Kembang. Penyuluhan *e-commerce* ini

penting dilakukan mengingat saat ini kehidupan masyarakat sudah memasuki era digitalisasi. Selain itu, melalui penyuluhan ini, peneliti menyampaikan pentingnya e-commerce pada pengembangan UMKM di Desa Pasir Kembang karena dapat memperluas cakupan penjualan UMKM. Pada kegiatan ini peneliti memberikan pengetahuan terkait bagaimana cara memaksimalkan fungsi dari e-commerce untuk menunjang perkembangan penjualan UMKM di desa. *E-commerce* yang menjadi fokus utama peneliti yaitu platform Shopee. Ada banyak hal yang dapat dipasarkan di platform ini, seperti barang kebutuhan pribadi hingga kebutuhan rumah tangga. Mengingat usaha yang berkembang di Desa Pasir Kembang mayoritasnya adalah usaha warung, warga desa dapat mengembangkan pemasaran tersebut melalui *e-commerce* ini. Selain itu, pelaku usaha juga dapat mengembangkan produk jualannya dengan memanfaatkan potensi lokal yang dimiliki oleh desa, misalnya hasil pertanian, usaha inovatif rumah tangga –seperti inovasi dalam pembuatan kerajinan atau makanan dan minuman, hingga pelaku usaha warung kelontong juga dapat

memasarkan barang dagangannya di *e-commerce*.

Selain penyuluhan mengenai jenis produk yang dapat dipasarkan pada platform Shopee, peneliti juga memberikan penyuluhan mengenai fitur yang tersedia seperti fitur *Live Shopee*. Fitur ini memberikan banyak keuntungan bagi penjual Shopee, beberapa di antaranya yaitu dapat memberikan gambaran produk secara nyata kepada calon konsumen yang menonton siaran langsung tersebut dan penjual juga dapat meningkatkan performa penjualan serta jumlah pengunjung pada toko yang dikelola.

2. Sosialisasi Hak Merek Dagang di Desa Pasir Kembang

Adapun, kendala lainnya pada pengembangan UMKM di Desa Pasir Kembang yaitu tidak adanya hak merek dagang pada produk-produk yang dikelola oleh pelaku usaha di desa ini. Mereka yang tidak memiliki hak merek dagang merupakan pelaku usaha yang cakupan bisnisnya sudah cukup besar dan pemasaran produknya sudah banyak dipasarkan ke luar daerah. Maka dari itu, peneliti melakukan sosialisasi terkait pentingnya memiliki hak merek dagang untuk produk-produk yang dijual, seperti manfaat yang akan didapatkan pelaku usaha apabila

mereka memiliki merek dagang, di mana manfaat tersebut dapat menambah *value* produk dan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen pada produk yang dijual.

4. SIMPULAN

Keberadaan UMKM di Desa Pasir Kembang dimayoritasi oleh pelaku usaha mikro seperti pengusaha warung yang kebanyakan produk jualannya adalah makanan ringan. Hal tersebut dikarenakan kendala yang dihadapi yakni; masih kurangnya pemahaman masyarakat terkait potensi lokal yang dimiliki oleh desa dan keterbatasan akses pada sumber daya yang ada. Dari kendala tersebut dilakukan upaya pemberdayaan UMKM berupa kegiatan penyuluhan *e-commerce* UMKM yang berisi penyuluhan terkait pemasaran dan penjualan produk pada platform Shopee, serta kegiatan sosialisasi Hak Merek Dagang yang bertujuan untuk mensosialisasikan manfaat yang akan didapatkan oleh pelaku usaha seandainya

mereka memiliki hak merek dagang dari produk yang dijual.

REFERENSI

Abdussamad, Z. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. In P. Rapanna (Ed.), *Cv. Syakir Media Press* (Issue December). CV. Syakir Media Press.

Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia. (2023). Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomian-indonesia>. htmasi dan, lebih besar lagi bagi perekonomian.

Pengertian UMKM Menurut Undang-Undang, Kriteria, dan Ciri-Ciri UMKM. (2018, August). Pemerintah Kota Semarang. <https://sukorejo.semarangkota.go.id/umkm>

RI, K. K. dan U. (2023). *Data UMKM.* <https://umkm.depkop.go.id/>

Sekilas Tentang Indonesia. (2023). Dewan Nasional Kawasan Ekonomi Khusus Republik Indonesia. <https://kek.go.id/sekilas-tentang-indonesia>