



Penguatan Ekonomi Lokal Desa Sendangdawung Melalui *Workshop* dan PendampinganUMKM

Strengthening the Local Economy of Sendangdawung Village Through Workshops andMentoring for MSMEs

Indira Aisha¹, Yasinta Istighfan², Ita Karimatussya'fi³, Awang Kurniawan⁴,
MuhammadKholil⁵, Wening Wihartati⁶

¹⁻⁶ Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Alamat: Jl. Walisongo No.3-5, Tambakaji, Kec. Ngaliyan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50185

202104046038@student.walisongo.ac.id

Article History:

Received: Agustus 14, 2024;

Revised: Agustus 18, 2024;

Accepted: September 01, 2024;

Published: September 03, 2024;

Keywords: MSMEs, local economy, mentoring, digitalization, Sendang Dawung Village

Abstract: *The Community Service Program (KKN) of UIN Walisongo in Sendang Dawung Village, Kendal Regency, aims to develop the local economy by strengthening Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Intensive discussions with the village community identified various local potentials, such as agricultural products, handicrafts, and traditional processed foods. However, challenges faced include limited capital, restricted market access, and a lack of managerial skills. To address these issues, a series of workshops and mentoring programs were designed, covering business management training, product quality improvement, business digitalization, and ongoing support. Additionally, collaboration with various local stakeholders, such as the Cooperative and MSME Office and financial institutions, was established to enhance support for village MSMEs. The results of this program are expected to increase the competitiveness of MSME products, open up broader market access, and ultimately improve the welfare of the Sendang Dawung Village community.*

Abstrak

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) UIN Walisongo di Desa Sendang Dawung, Kabupaten Kendal, bertujuan untuk mengembangkan ekonomi lokal melalui penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Melalui diskusi intensif dengan masyarakat desa, terungkap berbagai potensi lokal, seperti produk pertanian, kerajinan, dan makanan olahan tradisional. Namun, kendala yang dihadapi antara lain keterbatasan modal, keterbatasan akses pasar, dan minimnya kemampuan manajerial. Untuk mengatasi kendala tersebut, dirancang serangkaian workshop dan pendampingan yang meliputi pelatihan manajemen usaha, peningkatan kualitas produk, digitalisasi usaha, dan pendampingan berkelanjutan. Selain itu, juga dilakukan kerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan setempat, seperti Dinas Koperasi dan UMKM serta lembaga keuangan untuk meningkatkan pendampingan bagi UMKM desa. Hasil dari program ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk UMKM, membuka akses pasar yang lebih luas, dan pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Sendang Dawung.

Kata Kunci: UMKM, ekonomi lokal, pendampingan, digitalisasi, Desa Sendang Dawung

1. PENDAHULUAN

Perekonomian merupakan salah satu tantangan terbesar masyarakat desa Sendangdawung dalam menjalani kehidupan. Pemikiran yang selalu ingin berkembang sangat dibutuhkan dalam segala situasi. Mayoritas penduduk Desa Sendangdawung bermata pencaharian sebagai seorang petani tembakau dan padi. Penghasilan sebagai seorang petani tidak selalu menetap tergantung dengan kondisi alam dan cuaca sehingga dapat menyebabkan tidak stabilnya tingkat perekonomian di suatu desa. Oleh karena itu, warga Desa Sendangdawung memiliki toko lain untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu upaya pemerintah untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan memberdayakan masyarakat untuk bergerak di bidang usaha kecil dan menengah (UMKM). Sejak krisis mata uang tahun 1997, sektor UMKM berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan dipandang sebagai penyelamat seluruh proses pemulihan ekonomi.

Keseriusan pemerintah dibuktikan dengan adanya berbagai jenis program pemberdayaan melalui usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Minimnya pengetahuan tentang cara berbisnis menjadi alasan warga sendangdawung mengurungkan niatnya untuk memulai berbisnis. Salah satunya adalah kendala dalam proses marketing dan produk apa yang ingin mereka pasarkan. Disinilah inovasi-inovasi baru dibutuhkan dalam menjalani sebuah usaha. Dengan melakukan pemetaan permasalahan yang sedang terjadi dapat lebih mudah dalam menemukan suatu jawaban atas permasalahan yang terjadi. Oleh sebab itu, kegiatan pengabdian dan pemberdayaan masyarakat sangat penting dilakukan, terutama di daerah-daerah yang masih tertinggal, untuk meningkatkan indeks pembangunan manusia, perekonomian, serta aspek-aspek sentral yang menjadi penentu kemajuan suatu wilayah.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, dimana penelitian kualitatif sebagai metode ilmiah biasa digunakan dan dilakukan oleh sekelompok peneliti dari bidang ilmu-ilmu sosial, termasuk ilmu-ilmu pendidikan. Penelitian kualitatif dilakukan untuk membangun pengetahuan melalui pemahaman dan penemuan. Pendekatan penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman berdasarkan metode mempelajari fenomena sosial dan permasalahan manusia. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif yang menggunakan berbagai metode dan pendekatan naturalistik terhadap subjek. Penelitian ini mengkaji fenomena dalam konteks alaminya, berusaha memahami dan menginterpretasikan fenomena tersebut terkait dengan makna sosialnya. Metode observasi berarti mengamati dan mencatat secara sistematis fenomena yang diselidiki.

Observasi adalah suatu metode pengumpulan data dimana peneliti atau kolaboratornya mencatat informasi yang diamati selama suatu penelitian. Dari pengertian di atas, metode observasi dapat dipahami sebagai suatu metode pengumpulan data dengan cara mengamati langsung situasi dan kejadian di lapangan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar fundamental dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Meskipun demikian, UMKM kerap menghadapi berbagai kendala, terutama keterbatasan sumber daya yang meliputi aspek finansial, manusia, dan pengetahuan. Dalam era globalisasi yang semakin intensif, UMKM dituntut untuk adaptif terhadap perubahan dinamis pasar, termasuk persaingan yang semakin ketat akibat penetrasi e-commerce. Tekanan untuk bersaing di pasar global seringkali memaksa UMKM untuk menguasai pengetahuan terkait perdagangan internasional. Konsekuensi dari globalisasi ini adalah munculnya tantangan baru, seperti penurunan harga jual produk akibat persaingan dari pelaku usaha asing yang memanfaatkan platform daring (Kala'lembang, 2020).

Sektor kuliner telah menjadi salah satu pusat perhatian konsumen dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini didorong oleh kebutuhan intrinsik manusia akan pangan dan minuman. Industri ini sangat beragam, mulai dari produk pokok sehari-hari hingga aneka camilan dan minuman. Banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berkontribusi signifikan dalam produksi makanan ringan, khususnya dalam skala rumahan. Kendala utama yang dihadapi UMKM ini adalah keterbatasan sumber daya, baik finansial maupun fasilitas produksi. Akibatnya, potensi pengembangan pasar menjadi terbatas. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan adalah identitas merek yang seringkali kurang terbangun dengan baik, terutama tercermin dari desain kemasan produk mereka (Taufikurrahman et al., 2022).

Analisis terhadap kondisi UMKM di Desa Sendangdawung mengungkapkan adanya defisit pengetahuan dan keterampilan yang menghambat pertumbuhan bisnis. Pelaku UMKM di desa tersebut umumnya kurang memiliki pemahaman yang mendalam mengenai prinsip-prinsip pemasaran modern. Keterbatasan ini tercermin dalam kemampuan mereka dalam merancang strategi pemasaran yang efektif, memanfaatkan platform digital, serta membangun citra merek yang kuat. Akibatnya, produk-produk UMKM lokal seringkali tidak mampu menembus pasar yang lebih luas.

UMKM di Desa Sendangdawung menghadapi kendala dalam hal perluasan pasar, yang tercermin dari rendahnya penetrasi pasar di luar wilayah lokal. Keterbatasan infrastruktur fisik, seperti akses jalan dan fasilitas logistik, serta infrastruktur non-fisik, seperti jaringan informasi dan teknologi, menjadi faktor penghambat utama dalam upaya UMKM untuk meningkatkan daya saingan memperluas jaringan distribusi.



Gambar 1. Foto pemberian materi oleh pemateri

Platform e-commerce berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan UMKM dengan konsumen secara langsung. Dengan membangun toko online, UMKM dapat memamerkan produk mereka kepada khalayak yang lebih luas. Selain itu, e-commerce juga menyediakan berbagai fitur pendukung, seperti sistem pembayaran yang aman, logistik yang terintegrasi, dan analisis data pasar, yang sangat bermanfaat bagi UMKM dalam mengelola bisnisnya. Melalui e-commerce, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mencapai skala ekonomi yang lebih besar (Basoeky et al., 2021; Wardhani & Romas, 2021).

Dalam konteks pemasaran modern, e-commerce tidak hanya sekadar tempat untuk menjual produk, namun juga merupakan sarana yang efektif bagi UMKM untuk membangun merek. Berbagai fitur promosi yang disediakan oleh platform e-commerce memungkinkan UMKM untuk menjangkau audiens yang lebih luas, membangun citra merek yang positif, dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan. E-commerce memfasilitasi interaksi yang lebih intens antara UMKM dengan konsumen. Fitur-fitur seperti ulasan produk, live chat, dan media sosial yang terintegrasi memungkinkan UMKM untuk membangun hubungan yang

lebih personal dengan pelanggan. Hal ini tidak hanya membantu dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi juga memberikan umpan balik yang berharga untuk pengembangan produk dan layanan.

E-commerce telah menjadi katalisator utama dalam mendorong pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Platform digital ini tidak hanya memperluas jangkauan pasar UMKM secara signifikan, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional mereka. Dengan demikian, UMKM dapat membangun identitas merek yang kuat dan bersaing di pasar yang lebih kompetitif. Pertumbuhan pesat e-commerce menjanjikan masa depan yang cerah bagi UMKM. Namun, untuk mencapai potensi penuh dari era digital, UMKM perlu mengatasi beberapa kendala. Rendahnya literasi digital, terbatasnya akses internet, dan kurangnya keterampilan dalam mengelola bisnis secara online masih menjadi tantangan utama. Oleh karena itu, upaya berkelanjutan diperlukan untuk meningkatkan kapasitas UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital.

Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi antara pemerintah dan pihak-pihak terkait untuk memberikan dukungan yang memadai kepada UMKM dalam memaksimalkan potensi e-commerce sebagai media promosi dan peningkatan daya saing produk. Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan adalah melalui program pengabdian masyarakat yang menggunakan metode pelatihan interaktif, yang khususnya ditujukan untuk memberdayakan kelompok usaha masyarakat. Program Pengabdian Masyarakat ini dirancang untuk memperkenalkan dan mengimplementasikan *e-commerce* sebagai alat promosi yang efektif dalam rangka meningkatkan daya saing produk para pelaku UMKM di Desa Sendangdawung.



Gambar 2. Foto bersama peserta Workshop UMKM

Pada tanggal 5 Agustus 2024, tim Kuliah Kerja Nyata (KKN) dari Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang mengadakan diskusi bersama masyarakat Desa Sendang Dawung, Kecamatan Kangkung, Kabupaten Kendal. Diskusi ini merupakan salah satu rangkaian kegiatan dalam program KKN yang berfokus pada pengembangan ekonomi lokal desa melalui penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh peran strategis UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa serta menciptakan peluang usaha baru yang berkelanjutan.

Desa Sendang Dawung, seperti banyak desa lainnya di Indonesia, memiliki potensi ekonomi yang besar namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangannya. Melalui diskusi ini, tim KKN UIN Walisongo berupaya menggali lebih dalam potensi yang ada, serta merancang program pendampingan yang tepat guna mengatasi kendala-kendala yang dihadapi oleh masyarakat dalam mengembangkan UMKM mereka.

Diskusi dimulai dengan pembukaan oleh Ketua Tim KKN, yang memberikan pengantar mengenai tujuan utama kegiatan ini, yaitu untuk memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan ekonomi lokal Desa Sendang Dawung melalui pendekatan yang holistik dan partisipatif. Setelah itu, sesi diskusi dimulai dengan mengidentifikasi potensi-potensi ekonomi desa, tantangan- tantangan yang dihadapi oleh UMKM, serta kebutuhan dan harapan masyarakat terkait program pendampingan ini.

Potensi Ekonomi Desa Sendang Dawung

Masyarakat Desa Sendang Dawung menyadari bahwa mereka memiliki berbagai potensi ekonomi yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Beberapa potensi utama yang diidentifikasi dalam diskusi ini antara lain:

Pertanian

Desa ini memiliki lahan pertanian yang subur dengan hasil utama seperti padi, jagung, dan tembakau. Selain itu, tanaman hortikultura seperti bawang merah lainnya juga menjadi komoditas yang menjanjikan.

Makanan Olahan Khas

Desa Sendang Dawung juga dikenal dengan berbagai makanan olahan khas yang berbasis pada bahan-bahan lokal, seperti aneka olahan dari jagung, singkong, dan pisang. Produk-produk ini berpotensi menjadi oleh-olehkhas desa yang menarik.

Tantangan dan Masalah yang Dihadapi UMKM

Meski memiliki berbagai potensi, UMKM di Desa Sendang Dawung menghadapi sejumlah tantangan yang menghambat pengembangan usaha mereka. Tantangan-tantangan tersebut antara lain:

Kurangnya Keterampilan Manajerial

Sebagian besar pelaku UMKM di desa ini belum memiliki keterampilan manajerial yang memadai, terutama dalam hal pengelolaan keuangan, pemasaran, dan pengembangan usaha. Akibatnya, usaha mereka sulit untuk berkembang dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Kendala Teknologi

Sebagian besar pelaku UMKM belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk pemasaran dan pengelolaan usaha. Padahal, teknologi digital dapat membuka akses yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi operasional

4. KESIMPULAN

Platform e-commerce telah menjadi sarana penting bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan akses konsumen tidak hanya di berbagai wilayah di Indonesia tetapi juga di pasar internasional. E-commerce memegang peranan yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM di Indonesia. Melalui platform ini, UMKM dapat mengoptimalkan potensi pasarnya yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat identitasnya. Berlanjutnya pertumbuhan sektor e-commerce diharapkan dapat membantu UMKM memanfaatkan teknologi digital untuk semakin berkontribusi terhadap perekonomian nasional.

Platform e-commerce telah menjadi sarana penting bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan akses konsumen tidak hanya di berbagai wilayah di Indonesia tetapi juga di pasar internasional. E-commerce memegang peranan yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM di Indonesia. Melalui platform ini, UMKM dapat mengoptimalkan potensi pasarnya yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat identitasnya. Berlanjutnya pertumbuhan sektor e-commerce diharapkan dapat membantu UMKM memanfaatkan teknologi digital untuk semakin berkontribusi terhadap perekonomian nasional.

DAFTAR REFERENSI

- Anugrah, R. R., & Widyastuti, T. (2021). Strategi pengembangan UMKM di pedesaan melalui digitalisasi dan pendampingan berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 15(2), 112-124.
- Ariyanto, D., & Supriyadi, S. (2019). Model pemberdayaan ekonomi masyarakat desa melalui pengembangan UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 67-75.
- Kala'lembang, A. (2020). Adopsi e-commerce dalam mendukung perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di masa pandemi COVID-19. *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(1), 54-65.
- Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah. (2020). Panduan pengembangan UMKM berbasis potensi lokal. Jakarta: Kementerian Koperasi Dan UKM.
- Mukti, M. D., & Nurcahyo, A. (2020). Peningkatan kapasitas UMKM desa melalui pendampingan manajemen dan pemasaran digital. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Desa*, 8(3), 87-99.
- Taufikurrahman, T., Baihaqi Yusuf, A. R., Fatimatuzzahro, U., Febriari Rahmawati, E., Fadila Aprilia, F., Nur Fadillah, A., Setiawati, P., Tri Aidhaningtyas, F., Rahma Krisna, N., Surya Murti, D., Laksmana Putra, S. F., & Ardiyana, I. G. (2022). Pendampingan pembuatan label pada produk kemasan UMKM di Desa Besuk, Kecamatan Bantaran, Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Penyuluhan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 48–54. <https://doi.org/10.59066/jppm.v1i2.62>
- Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM tentang pentingnya adaptasi digital dan legalitas usaha di Limpomajang Kec. Majauleng Kab. Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 299–306. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.177>