

Optimalisasi Potensi Lokal melalui Pemberdayaan UMKM untuk Kesejahteraan Rumah Tangga

Optimizing Local Potential through Empowering UMKM for Household Welfare

Atika Riasari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Perbankan Syariah, IAIN Metro, Indonesia

Alamat Kampus: Jl. Ki Hajar Dewantara No.15A, Iringmulyo, Kec. Metro Tim., Kota Metro, Lampung 34112

Korespondensi penulis ; atikariasari@metrouniv.ac.id

Article History:

Received: November 13, 2024;

Revised: November 27, 2024;

Accepted: Desember 15, 2024;

Published: Desember 30, 2024;

Keywords: *UMKM, community, empowerment, optimization of local potential.*

Abstract: *In 2020, there were approximately 14,000 UMKM in Metro City. The most dominant UMKM products in Metro City are food products and handicrafts. The issue and focus of empowerment based on existing conditions is to guide UMKM owners to carry out promotional activities through social media, add logos, create banners with directions and add locations to Google Maps. This study aims to identify local potential that can be optimized to support UMKM development, as well as provide training and assistance to the community regarding the management of UMKM based on local potential. In addition, this study also aims to increase the capacity of the community in creating high economic value products from local potential. This study is expected to formulate a community empowerment strategy through UMKMs that is effective in increasing household income and welfare, as well as building a collaboration model between the community, government, and stakeholders to support the development of UMKMs in a sustainable manner. This study uses a qualitative descriptive research method with a participatory approach. The results of the empowerment that we carried out were that business owners could carry out promotions independently, make packaging more attractive by adding logos and locations that were easier to find.*

Abstrak

Pada tahun 2020 ada kurang lebih 14.000 UMKM yang ada di Kota Metro. Produk UMKM di Kota Metro yang paling mendominasi adalah produk makanan dan juga kerajinan tangan. Isu dan fokus pemberdayaan berdasarkan kondisi yang ada yaitu membimbing pemilik UMKM untuk melakukan kegiatan promosi melalui media sosial, menambahkan logo, membuat banner petunjuk arah dan menambahkan lokasi ke google maps. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi lokal yang dapat dioptimalkan dalam mendukung pengembangan UMKM, serta memberikan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat terkait pengelolaan UMKM berbasis potensi lokal. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam menciptakan produk bernilai ekonomi tinggi yang berasal dari potensi lokal. Penelitian ini diharapkan dapat merumuskan strategi pemberdayaan masyarakat melalui UMKM yang efektif dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan rumah tangga, sekaligus membangun model kolaborasi antara masyarakat, pemerintah, dan stakeholder untuk mendukung pengembangan UMKM secara berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan partisipatoris. Hasil pemberdayaan yang kami lakukan adalah pemilik usaha dapat melakukan promosi secara mandiri, menjadikan kemasan lebih menarik dengan penambahan logo serta lokasi menjadi lebih mudah ditemukan.

Kata Kunci: *UMKM, pemberdayaan, masyarakat, optimalisasi, potensi lokal.*

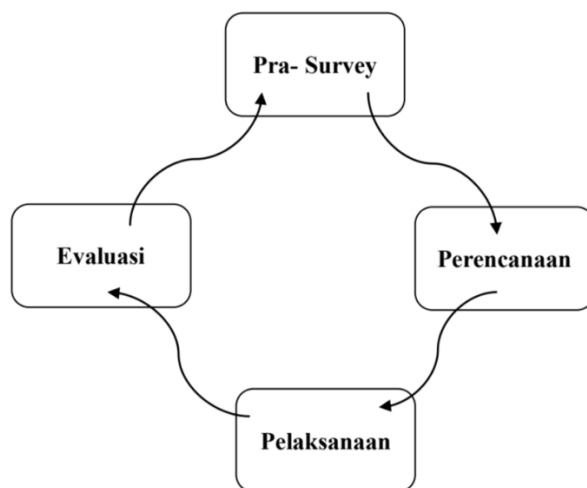
1. PENDAHULUAN

Istilah UMKM tidak lagi asing terdengar ditelinga masyarakat. UMKM menjadi usaha populer yang sering atau paling banyak kita jumpai keberadaannya. UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Umumnya UMKM dirintis dengan menggunakan modal se-minim mungkin, dengan harapan akan menghasilkan pendapatan yang lebih besar. Dilansir dari website resmi Data-Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian- Kota Metro (koperin.metrokota.go.id), jumlah UMKM di Kota Metro terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2018-2019 sudah ada sekitar 8.000 UMKM yang tersebar di Kota Metro. Data terakhir didapatkan pada tahun 2020, ada kurang lebih 14.000 UMKM yang ada di Kota Metro. Produk UMKM di Kota Metro yang paling mendominasi adalah produk makanan dan juga kerajinan tangan.

Dari jumlah UMKM tersebut, ada sebagian besar yang telah dikenal oleh warga Kota Metro. Namun, ada pula UMKM yang kurang atau bahkan tidak dikenal oleh masyarakat. Usaha Mikro milik Ibu Suryani merupakan salah satu contoh UMKM yang kurang dikenal di masyarakat. Beliau memberi nama usahanya ini dengan nama “Rempeyek Mama Cilla”. Isu dan fokus pemberdayaan kami berdasarkan kondisi yang ada yaitu membimbing pemilik Usaha Rempeyek Mama Cilla untuk melakukan kegiatan promosi melalui media sosial. Sebelumnya sang pemilik hanya menunggu orang yang datang memesan. Selain itu, perekatan kemasan juga masih menggunakan lilin yang dibakar, sehingga kami juga memperkenalkan alat perekat modern untuk mempermudah pengemasan produk. Program lainnya yaitu menambahkan logo pada produk, sebab sebelumnya hanya memiliki merek saja. Kami juga menambahkan alamat rumah produksi pada google maps dan memberikan banner penunjuk arah ke rumah produksi.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan partisipatoris. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan diskusi kelompok terfokus (focus group discussion/FGD) yang melibatkan pelaku UMKM, dosen, dan mahasiswa sebagai pendamping UMKM. Selain itu, dilakukan studi dokumentasi untuk memahami potensi lokal yang tersedia dan relevan dengan pengembangan UMKM. Pendekatan partisipatoris digunakan untuk memastikan keterlibatan aktif masyarakat dalam proses identifikasi potensi lokal, perumusan strategi pemberdayaan, dan pelaksanaan program. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif melalui teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan strategi yang efektif dalam optimalisasi potensi lokal, pemberdayaan UMKM, dan peningkatan kesejahteraan rumah tangga.



Gambar 1. Proses Pengembangan UMKM

Gambaran mengenai proses pelaksanaan proses pengembangan yang akan dilakukan pada UMKM

3. HASIL

Pendampingan pada kegiatan “Optimalisasi Potensi Lokal melalui Pemberdayaan UMKM untuk Kesejahteraan Rumah Tangga” dilakukan melalui beberapa tahapan yang saling berkesinambungan, dengan melibatkan masyarakat sebagai subjek utama. Berikut adalah dinamika proses pendampingan:

1. Tahap Identifikasi Potensi Lokal

Pendampingan diawali dengan melakukan pemetaan potensi lokal di wilayah sasaran, seperti sumber daya alam, keterampilan masyarakat, dan peluang pasar. Proses ini melibatkan wawancara dan diskusi kelompok untuk menggali informasi dan aspirasi masyarakat terkait potensi yang dapat dikembangkan.

2. Tahap Perencanaan Program

Setelah potensi lokal teridentifikasi, pendamping bersama masyarakat menyusun rencana pengembangan UMKM. Proses ini mencakup pemilihan jenis usaha yang relevan, perencanaan kegiatan produksi, dan strategi pemasaran. Pendamping memastikan bahwa masyarakat terlibat aktif dalam pengambilan keputusan, sehingga program yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi lokal.

3. Tahap Pelatihan dan Pengembangan Kapasitas

Pendamping memberikan pelatihan kepada masyarakat, meliputi pengelolaan usaha, produksi berbasis potensi lokal, inovasi produk, pengemasan, dan

pemasaran. Pelatihan juga mencakup pengelolaan keuangan usaha agar UMKM dapat berjalan secara berkelanjutan. Pendamping menggunakan pendekatan partisipatif untuk mendorong masyarakat mempraktikkan langsung ilmu yang diberikan.

4. Tahap Implementasi dan Pendampingan Berkelanjutan

Pada tahap ini, masyarakat mulai menjalankan UMKM yang telah direncanakan. Pendamping berperan dalam memberikan arahan dan supervisi terkait proses produksi, distribusi, dan pemasaran produk. Pendamping juga membantu masyarakat dalam menjalin kerja sama dengan pihak eksternal, seperti pemerintah, koperasi, atau marketplace, untuk memperluas jaringan pemasaran.

5. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Pendamping secara berkala melakukan monitoring terhadap perkembangan UMKM yang dikelola masyarakat. Evaluasi dilakukan untuk mengidentifikasi keberhasilan, tantangan, dan aspek yang perlu diperbaiki. Proses ini melibatkan dialog terbuka antara pendamping dan masyarakat untuk memastikan keberlanjutan program.

6. Tahap Refleksi dan Pengembangan Berkelanjutan

Sebagai bagian akhir dari dinamika pendampingan, refleksi dilakukan untuk mengevaluasi dampak program terhadap kesejahteraan rumah tangga. Hasil refleksi digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi baru atau memperluas program ke wilayah lain.

Pendampingan ini bertujuan untuk tidak hanya memberikan solusi jangka pendek, tetapi juga memberdayakan masyarakat agar dapat mandiri dalam mengelola UMKM berbasis potensi lokal secara berkelanjutan.

Tabel. 1 Jadwal Kegiatan

No	Waktu	Kegiatan
1.	15 Agustus2024	Pra-survey pengabdian dan pemberdayaan
2.	19 Agustus 2024	Mendiskusikan dan merancang strategi yang akan digunakan dalam pengabdian.
3.	22 Agustus 2024	Mempresentasikan proposal kegiatan pengabdian dan pemberdayaan.
4.	23 s.d 31 Agustus 2024	Melakukan pengarahan dan penerapan strategi yang telah direncanakan.
5.	01 s.d 04 Agustus 2024	Melakukan bimbingan jarak jauh terhadap strategi yang telah diterapkan.
6.	5 Agustus 2024	Evaluasi antara pemilik usaha dan anggota kelompok pengabdian.
7.	8Agustus 2024	Penarikan anggota kelompok pengabdian.
8.	10Agustus 2024	Mempresentasikan laporan akhir kegiatan

4. DISKUSI

Berdasarkan, Keputusan Menteri Keuangan Nomor 40/KMK.06/2003 pada 29 Januari 2003, menyebut bahwa usaha mikro merupakan usaha produktif milik keluarga atau perorangan berkewarganegaraan Indonesia, dan memiliki hasil penjualan maksimal Rp100 juta per tahun. Dengan demikian, usaha mikro dapat diartikan sebagai sebuah usaha yang memanfaatkan sumber daya manusia terbatas, kesederhanaan teknologi, dan umumnya digerakkan dalam lingkup keluarga. Menurut Hamdani, ciri-ciri usaha mikro antara lain sebagai berikut :

1. Jenis barang atau jasa yang ditawarkan tergolong dinamis (sewaktu-waktu dapat berubah).
2. Tempat usaha tidak menetap.
3. Belum ada pemisahan antara keuangan keluarga dengan keuangan usaha.
4. Tingkat pendidikan sumber daya manusia di dalamnya masih tergolong rendah.
5. Pengetahuan terkait wirausaha masih terbatas.
6. Belum mengenal akses perbankan, tetapi lebih mengenal lembaga uang di luar perbankan (misalnya rentenir).
7. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau legalitas lainnya termasuk NPWP.

8. Tenaga kerja pada umumnya terdiri kurang dari empat orang.

Rempeyek Mama Cilla ialah salah satu usaha mikro di Kota Metro yang merupakan jenis usaha terkecil. Rempeyek menjadi salah satu makanan khas Indonesia yang biasa dijadikan camilan maupun pendamping makanan berat. Usaha “Rempeyek Mama Cilla” dirintis oleh Ibu Suyarni yang merupakan seorang ibu rumah tangga. Tujuan beliau memulai usaha ini adalah untuk membantu menambah pendapatan dari suaminya. Namun, karena adanya keterbatasan pengetahuan, usahanya belum mampu berkembang dengan baik.

Strategi yang dilakukan untuk mencapai kondisi yang diharapkan ialah mahasiswa memberikan pengarahan dan pendampingan sebagai solusi dalam mengatasi permasalahan tersebut. Adapun strategi-strategi yang kami terapkan yaitu

1. Menambahkan logo pada kemasan.
2. Memperbaiki sistem promosi.
3. Memperkenalkan alat perekat modern.
4. Membuat banner untuk penunjuk arah .
5. Menambahkan lokasi produksi ke dalam google maps.

Setelah melakukan pra-survey dan diberikan izin oleh pemilik usaha, kami melakukan pengarahan serta pendampingan dalam penerapan strategi yang telah direncanakan kurang lebih selama 10 hari. Selama proses ini kami memperkenalkan logo baru yang nantinya akan dipasang pada kemasan. Kami memberikan beberapa design logo agar Ibu Suyarni dapat memilih sesuai dengan keinginannya. Ibu Suyarni juga diperkenalkan pada alat perekat modern, yang dapat mempermudah dan mempersingkat waktu dalam pengemasan produk.

Lokasi rumah produksi yang terletak di dalam gang menjadi kelemahan usaha ini. Maka dari itu, kami menambahkan alamat pada google maps agar lebih mudah ditemukan dan diakses melalui jaringan internet. Supaya lebih mempermudah lagi, kami juga memasang banner sebagai penunjuk arah ke rumah produksi. Kami juga menunjukkan arah rumah produksi yang dapat diakses melalui video Youtube.

Penerapan strategi juga kami lakukan pada kegiatan promosi melalui media sosial. Agar tidak terlalu membebani Ibu Suyarni yang awam terhadap teknologi digital, kami melakukan promosi yang berfokus pada media WhatsApp dan Facebook. Alasan kami hanya memilih media sosial ini agar saat kami sudah tidak melakukan pendampingan, pemilik usaha dapat tetap melakukan promosi. Selain itu, kami juga membantu pemilik usaha mulai dari proses produksi, penimbangan, pengemasan, promosi sampai dengan pendistribusian pemasaran.

Setelah melakukan pengarahannya sekitar kurang lebih 10 hari, kami melakukan bimbingan jarak jauh sekitar kurang lebih 7 hari. Proses ini bertujuan untuk mengetahui kesiapan dan kemandirian Ibu Suyarni selaku pemilik usaha dalam menjalankan strategi yang telah diarahkan sebelumnya. Setelah kami melakukan bimbingan jarak jauh, kami melakukan evaluasi untuk mengetahui permasalahan yang Ibu Suyarni hadapi selama bimbingan jarak jauh. Saat evaluasi dilakukan masalah yang kami dapati ialah Ibu Suryani masih kesulitan dalam membuat video konten promosi. Solusi yang kami berikan yaitu memperkenalkan dan mengarahkan satu aplikasi yang dapat membantu dalam pembuatan video secara otomatis.



Gambar 1. Prasurey Lokasi UMKM



Gambar 2. Contoh Logo Lama



Gambar 3. Contoh Perubahan Logo baru yang lebih menarik



Gambar 4. Foto Bersama pelaku usaha dan anggota tim



Gambar 5. Proses pendampingan pengemasan yang lebih modern

5. KESIMPULAN

Setelah adanya dampingan yang kami lakukan, ada beberapa perubahan yang terjadi pada usaha “Rempeyek Mama Cilla”. Ibu Suyarni selaku pemilik usaha, memutuskan untuk menggunakan design logo yang kami berikan sebagai logo tetap produknya. Alamat rumah produksi juga lebih mudah ditemukan karena telah terdaftar di google maps dan adanya banner.

Perekatan kemasan menggunakan alat perekat modern juga terbukti lebih tahan lama menjaga kerenyahan produk “Rempeyek Mama Cilla”. Menurut pengakuan dari Ibu Suyarni, beliau senang dan merasa terbantu dengan adanya mahasiswa. Dengan adanya perubahan logo pada kemasan, menurutnya konsumen menjadi lebih tertarik untuk membeli rempeyek produksinya. Selain itu, dengan adanya bantuan promosi melalui media sosial tingkat penjualan produk rempeyek juga mengalami peningkatan. Melalui media WhatsApp dan Facebook, keberadaan “Rempeyek Mama Cilla” ini lebih banyak diketahui orang. Ibu Suyarni juga perlahan-lahan mampu menjalankan sosial media untuk melakukan promosi secara mandiri.

Beliau juga menyatakan akan menabung untuk membeli alat perekat modern agar produk rempeyek lebih terjaga kerenyahannya. Ia juga merasa dengan alat perekat modern waktu pengemasan menjadi lebih efektif dan efisien.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Program atau kegiatan ini merupakan bagian dari pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Dosen dan Mahasiswa. Melalui kegiatan yang bertemakan pengembangan usaha ini, diharapkan usaha yang telah dilakukan pendampingan dapat tumbuh dan berkembang. Harapan jangka panjang kami terhadap usaha tersebut ialah mampu berkembang sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi orang lain. Maka dari itu, kami melakukan pendampingan dan pemberdayaan pada usaha mikro “Rempeyek Mama Cilla” yang ada di Kota Metro.

Pendampingan yang kami lakukan berjalan dengan baik sesuai dengan strategi yang telah dirancang sebelumnya. Kami juga mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah mengizinkan dan membantu dalam pelaksanaan kegiatan pemberdayaan ini. Adapun pihak-pihak terkait, yaitu :

1. Ibu Suyarni selaku pemilik usaha “Rempeyek Mama Cilla” yang memberikan izin dan membantu dalam proses kegiatan pengabdian dan pemberdayaan.
2. Bapak Apriyadi selaku Ketua RT 035 yang memberikan izin kegiatan pengabdian dan pemberdayaan.
3. Rekan-rekan kelompok yang membantu dalam penulisan laporan hasil kegiatan pengabdian dan pemberdayaan.

Semoga kontribusi dibidang pengembangan usaha dapat memberikan dampak bagi mahasiswa maupun masyarakat umum. Semoga kegiatan ini berdampak positif bagi baik bidang ekonomi maupun bidang pendidikan.

DAFTAR REFERENSI

- Adi Rukminto, Intervensi Komunitas Dan Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2013 Cet. Ke-2
- Afriyani. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Home Industry Tahu Di Desa Landsbaw Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus. Skripsi. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2017. Diakses melalui <http://repository.radenintan.ac.id> pada tanggal 27 November 2024, pukul 20:30.
- Ainul, A. I., & Fatmawati, N. (2021). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat melalui *Home Industry* Kerajinan Anyaman Bambu di Desa Banjarwaru Kecamatan Nusawungu Kabupaten Cilacap. *Jeksyah (Islamic Economics Journal)*, 1(2),80-88.
- Ana Milatul Khusna, Pengembangan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal (Studi pada Kampung Tematik Jamu Kelurahan Wonolopo Kecamatan Mijen Kota Semarang, Skripsi,

- (Semarang: Universitas Islam Negeri Wali Songo 2019), 116. Diakses melalui <http://repository.iainkudus.ac.id> pada tanggal 30 September 2024, pukul 15.30.
- Astuti, Miguna dan Nurhafifah Matondang. 2020. Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Audina, S. F., & Muhtadi, M. (2019). Strategi Keberhasilan Usaha Home Industry Sepatu dalam Memberdayakan Masyarakat. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 12(1),120-145.
- Didit, Suwardikun. 2000. Merubah Citra Melalui Perubahan Logo.Bandung: ITB Library.
- Djaslim, Saladin. 1991. Unsur-Unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran. Bandung:
- Erwin, E. (2019). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Home Industri Penyulingan Daun Cengkeh Desa Komba Selatan Kecamatan Larompong Kabupaten Luwu (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo).
- Fauziyah, A. (2016). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kegiatan Home Industry Kerupuk Ikan Di Desa Srowo Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik. *J+ Plus Unesa*,5(2).
- Fawaid, A., & Fatmala, E. (2020). *Home industry* sebagai Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro dalam Meningkatkan Financial Revenues Masyarakat. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 14(1), 109-128.
- Firnanda, R., & Ramdhani, N. (2022). Analisis Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui *Home Industry* Di Desa Karang Anyar Kabupaten Pesawaran Menurut Perspektif Ekonomi Islam.
- Hia, W. P., & Charina, A. (2021). Strategi Pemberdayaan untuk Keberlanjutan *Home Industry* Agro (Suatu Kasus di Kecamatan Banyuresmi, Kabupaten Garut). *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 5(1), 37-52.
- Industri Pangan. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Istianah, Nur, Hilya Fitriadinda dan Erni Sofia Murtini. 2019. Perancangan Pabrik Untuk Mandar Maju.
- Noor, Munawar. 2011. Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah CIVIS* Volume I, No.2,no.2.
- Riasari, Atika, and Carmidah Carmidah. 'Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Agribisnis di Rumah Semai Hely Seedling and Farm Punggur, Lampung Tengah'. *SAFARI :Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 2, no. 3 (August 25, 2022): 01–06.
- Riasari, Atika. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Pemanfaatan Limbah Pelelepah Pisang untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol.1.No. 4.
- Risdwiyanto, A. & Kurniyati, Y. (2015). Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Sleman Yogyakarta Berbasis Rangsangan Pemasaran. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(1), 1-23. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i1.142>.

Rusdiana. Kewirausahaan Teori dan Praktik. Bandung: CV Pustaka Setia, 2014.

Soetomo, Pemberdayaan Masyarakat, Yogyakarta : PUSTAKA PELAJAR, 2013

Swastha, Basu. 2005. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.

Tonny N, Fredian. Pemberdayaan Masyarakat. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014.

Zubaedi, Pengembangan Masyarakat(wacana dan praktek), Jakarta : Kencana Prenada Media, 2013, Cet ke-1