



**PEMBERDAYAAN UMKM DI DESA KUTAWARINGIN DALAM UPAYA
PERLUASAN TARGET PASAR**

Latifah¹, Ena Vadila², Melisa Pujiandini³, Fara Berliana, Silvia Rismayanti⁴, Vina Yuliasih⁵,
Pernanda Bhatara⁶, Fathur Rahman⁷, Nida Fauziyah⁸, Rizkyna Jihan Alqirana⁹,
Muhammad Rizki¹⁰

¹Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

^{2,3}Farmasi, Fakultas Sains dan Teknologi,

^{4,5}Psikologi, Fakultas Sains dan Teknologi,

⁶Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

⁷Pendidikan Agama Islam, Fakultas Agama Islam,

^{8,9}Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora,

¹⁰Teknik Elektro, Fakultas Sains dan Teknologi

INFO

Correspondent:

Latifah

latifah@umbandung.ac.id

website:

<https://ejournal.umbandung.ac.id/index.php/dimasmu>

page: 9 - 17

ABSTRACT

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) has a sector that is very important in the global economy, including in Indonesian. Even while the number of UMKM continues to grow, the majority of them have serious concerns about access to more expansive markets, technologies, and modalities. The current approach undermines the potential for UMKM to grow and contributes to the streng the ning of the economy. UMKM also serves as the primary labor for cein the countryside and city regions, making it acrucial elementin effort storaise the poverty threshold and increase people's sense of security. Dueto this, UMKM's student body has adopted a central strategyin its efforts to boost economic growth, create jobs, and reduce socioeconomic in equality. In this study, UMKM in Desa Kutawaringin, Kecamatan Kutawaringin, Kabupaten Bandung, iscovered. Although there are many potential UMKMs that can produce avariety of goods, their owners consistently use them.

Keyword:

UMKM, Community Economy

INFO

ABSTRACT

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki peran yang



Correspondent:

Latifah

latifah@umbandung.ac.id

website:

<https://ejournal.umbandung.ac.id/index.php/dimasmu>

page: 9 - 17

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang vital dalam perekonomian global, termasuk di Indonesia. Meskipun jumlah UMKM terus bertambah, banyak dari mereka masih menghadapi tantangan serius dalam hal akses terhadap modal, teknologi, dan pasar yang luas. Terbatasnya akses ini menghambat potensi pertumbuhan UMKM dan mendorong ketidaksetaraan ekonomi. Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memegang peran penting dalam menggerakkan perekonomian suatu negara, terutama di tingkat lokal seperti di Desa. Perkembangan ekonomi dan daya saing UMKM menjadi krusial dalam mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Salah satu strategi vital dalam meningkatkan daya saing UMKM adalah melalui perluasan target pasar. Namun dalam proses pemasaran produknya pemilik UMKM hanya melakukan pemasaran secara konvensional seperti berkeliling menjajakan produknya ataupun menerima pesanan dari pihak tertentu. Selain itu ada beberapa faktor lain yang menyebabkan UMKM di Desa Kutawaringin sulit untuk berkembang beberapa faktor diantaranya adalah kurangnya Sumber daya manusia dalam proses pengolahan produk.

Kata Kunci:

UMKM, Ekonomi Masyarakat

PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang vital dalam perekonomian global, termasuk di Indonesia. Meskipun jumlah UMKM terus bertambah, banyak dari mereka masih menghadapi tantangan serius dalam hal akses terhadap modal, teknologi, dan pasar yang luas. Terbatasnya akses ini menghambat potensi pertumbuhan UMKM dan mendorong ketidaksetaraan ekonomi.

Selain itu, UMKM seringkali merupakan sumber utama lapangan kerja di daerah pedesaan dan perkotaan, dan oleh karena itu, memperkuat sektor ini memiliki dampak positif terhadap pengurangan tingkat pengangguran dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM menjadi krusial dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan mengurangi ketidaksetaraan sosial-ekonomi.

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam menggerakkan perekonomian suatu negara, terutama di tingkat lokal seperti di Desa. Perkembangan ekonomi dan daya saing UMKM menjadi krusial dalam mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Salah satu strategi vital dalam meningkatkan daya saing UMKM adalah melalui perluasan target pasar. Perluasan target pasar memungkinkan UMKM untuk mencapai lebih banyak konsumen, mengoptimalkan penjualan, dan meningkatkan keberlanjutan usaha mereka.

Dalam hasil observasi dan survey lapangan yang dilakukan oleh kelompok KKN Reguler 64 di Desa Kutawaringin Kecamatan Kutawaringin Kabupaten Bandung memiliki banyak UMKM potensial yang menghasilkan suatu produk. Namun dalam proses pemasaran produknya pemilik UMKM hanya melakukan pemasaran secara konvensional seperti berkeliling menjajakan produknya ataupun menerima pesanan dari pihak tertentu. Selain itu ada beberapa faktor lain yang menyebabkan UMKM di Desa Kutawaringin sulit untuk berkembang beberapa faktor diantaranya adalah kurangnya Sumber daya manusia dalam proses pengolahan produk. Karena Sebagian besar dari UMKM di desa Kutawaringin merupakan usaha rumahan yang dimana pekerja yang ada hanyalah keluarga yang ada di rumah itu saja. Disamping kurangnya SDM, para pemilik UMKM juga tidak ingin mencoba untuk mengembangkan produk yang mereka produksi dengan alasan sudah merasa nyaman dengan sistem produksi mereka saat ini dimana mereka tidak dituntut untuk memenuhi banyak permintaan kecuali mereka sedang menerima pesanan.

Dapat disimpulkan dari beberapa permasalahan diatas bahwa banyak sekali tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh UMKM yang ada di Desa Kutawaringin, sehingga tujuan dari penelitian dalam jurnal ini, yaitu untuk menganalisis strategi dan upaya yang dapat diterapkan dalam pemberdayaan UMKM di Desa Kutawaringin guna mengatasi kendala akses pasar dan memperluas jangkauan pasar mereka.

METODE PELAKSANAAN

Tempat dan Waktu Pelaksanaan: kegiatan pemasaran yang dilakukan kelompok kami diadakan



di wisata curug Cipeer yang dilaksanakan pada Hari Sabtu dan Minggu tanggal 2 – 3 September 2023.

Masyarakat Sasaran: pada umumnya sasaran kegiatan kami adalah seluruh masyarakat Desa Kutawaringin, namun pada kesempatan ini kami memfokuskan untuk mempromosikan produk kepada pengunjung tetap wisata Curug Cipeer dan juga para Pesepeda yang sering gowes di area Curug Cipeer.

Tahapan Kegiatan: Program kegiatan yang kami laksanakan berupa perluasan target pasar dari UMKM yang ada di Desa Kutawaringin. Sebelum kami menjalankan program pemasaran produk UMKM kami Menyusun tahapan-tahapan agar semua terstruktur, Adapun tahapan yang pertama adalah kami mendatangi satu persatu UMKM yang ada di Desa Kutawaringin, tujuannya adalah untuk mengetahui masalah yang ada dan banyak dirasakan oleh pemilik UMKM. Tahapan selanjutnya, setelah kami mengetahui beberapa masalah yang ada di UMKM Desa Kutawaringin akhirnya kami mencoba memilah satu permasalahan paling besar yaitu kurangnya pemasaran yang dilakukan oleh pemilik UMKM sehingga produk mereka tidak banyak di ketahui oleh sebagian besar masyarakat Desa Kutawaringin. Untuk tahapan selanjutnya kami mencoba bekerja sama dengan BUMDES Kutawaringin sebagai wadah yang akan menampung produk – produk UMKM Desa Kutawaringin serta menjadi tempat untuk memperluas target pasar dari UMKM itu sendiri. Tahapan akhir dari Program ini adalah dilaksanakannya promosi dan peresmian kerjasama UMKM Desa Kutawaringin dengan wisata Curug Cipeer (BUMDES) serta memberikan beberapa taster produk untuk para pengunjung.

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Pada tanggal 9 Agustus 2023, kami melakukan observasi ke beberapa UMKM yang ada di Desa Kutawaringin. Observasi yang kami lakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses produksi dan permasalahan yang terjadi dan dirasakan oleh pemilik UMKM, pada kegiatan observasi ini kami mengunjungi beberapa UMKM yang ada di Desa Kutawaringin mulai dari Peyeum Singkong, Keripik, Selai Pisang, Tusuk sate dan Sempol ayam. Pada observasi ini kami dapat melihat proses pembuatan semua produk UMKM, dan mayoritas UMKM yang ada di Desa Kutawaringin masih berupa usaha rumahan, dimana mereka masih mengelola semua proses produksinya secara manual. Pada kegiatan observasi ini juga kami menemukan banyak permasalahan yang dialami terutama di bidang pemasaran.

Banyak dari UMKM Desa Kutawaringin ini memasarkan produk mereka secara konvensional dimana mereka menjual produknya dengan cara berkeliling dan menerima pesanan dari para tetangga.



Gambar 1. Foto bersama setelah wawancara dengan pemilik UMKM Kerpik talas dan Selai pisang



Gambar 2. Foto bersama setelah wawancara dengan pemilik UMKM Peyeum Singkong

Tahapan selanjutnya, setelah melakukan observasi dan menemukan permasalahan yang ada di UMKM Desa Kutawaringin akhirnya kami memutuskan untuk mengambil permasalahan mengenai pemasaran, yang dimana pemilik UMKM ini belum memasarkan produk mereka secara luas. Pada tahapan ini kami berencana untuk memasukan produk UMKM ke tempat Wisata Curug Cipeer yang dimana tempat wisata ini merupakan BUMDES Kutawaringin. Kemudian setelah penyusunan rencana kami melakukan kunjungan ke tempat Wisata Curug Cipeer untuk mendiskusikan kolaborasi ini dengan pihak pengelola. Akhirnya rencana yang kami buat diterima dengan baik oleh pengelola wisata Curug Cipeer mereka meminta agar pemilik UMKM dapat memasukan produknya di hari Sabtu dan Minggu. Karena 2 hari ini merupakan hari yang ramai pengunjung.



Gambar 3. Sesi diskusi dengan pengelola Wisata Curug Cipeer

Setelah rencana Kerjasama di susun dengan baik akhirnya kami sampai pada tahap ahir dari program yang kami kerjakan. Pada tahap ini kami mencoba untuk memperkenalkan produk UMKM Desa kutawaringin kepada para pengunjung maupun masyarakat yang sering melewati tempat Wisata Curug Cipeer. Proses perkenalan produk yang kami terapkan adalah dengan cara membagikan brosur dan menyediakan taster untuk setiap produk yang ada. Kegiatan ini disambut baik oleh para pengunjung wisata Curug Cipeer mereka berpendapat bahwa produk – produk UMKM yang kami bawa rasa nya sangat enak dan menarik.

Pada hari selanjutnya kami mengadakan peresmian Kerjasama bersama pengelola wisata Curug Cipeer dan Para Pemilik UMKM dan kami berharap agar Kerjasama ini dapat berjalan dengan lancar kedepannya dan dapat meningkatkan ekonomi dan pendapatan baik bagi tempat Wisata Curug Cipeer maupun para pemilik UMKM.



Gambar 4. Foto saat membagikan brosur kepada orang yang sedang bersepeda di sekitar tempat wisata Curug Cipeer



Gambar 5. Foto bersama pengelola tempat wisata dan pemilik UMKM setelah acara peresmian



Gambar 6. Foto Penyerahan Simbolis dengan pengelola wisata Curug Cipeer

SIMPULAN

Pada dasarnya setiap UMKM pasti memiliki selalu memiliki permasalahan baik dari sisi produksi, pemasaran ataupun keterbatasan modal, tidak berbeda jauh dengan UMKM yang ada di Desa Kutawaringin yang dimana beberapa UMKM disana masih sulit untuk diajak



berbisnis dengan basis digital sehingga target pasar yang mereka miliki hanya lingkup tempat tinggal mereka saja. Oleh karena itu kami kelompok KKN Reguler 64 dari Universitas Muhammadiyah Bandung melakukan pemberdayaan UMKM dalam Upaya memperluas target pasar yang ada dengan bekerja sama dengan Wisata Curug Cipeer (BUMDES) Kutawaringin, dalam Kerjasama ini kami mencoba memasukan produk – produk UMKM yang ada di Desa Kutawaringin diantaranya adalah Peyeu Singkong, Keripik Talas, Selai Pisang, dan Sempol ayam. UMKM ini berlaku sebagai distributor yang menyiapkan produk dan pihak Curug Cipeer yang akan mengolah produk tersebut dengan inovasi yang mereka miliki. Dengan kegiatan yang kami lakukan ini kami berharap dapat membantu UMKM di Desa Kutawaringin untuk terus berkembang dan meningkatkan pendapatan mereka.

SARAN

Untuk Pemerintah Desa

1. Mendorong pendirian sentra UMKM dengan fasilitas dan infrastruktur yang memadai.
2. Sediakan pelatihan dan pendampingan untuk pemilik UMKM terkait manajemen, pemasaran, dan keuangan.

Untuk Masyarakat

1. Tingkatkan keterampilan dan pengetahuan terkait bisnis melalui pelatihan dan kursus yang tersedia.
2. Dukung produk lokal dengan membeli dari UMKM setempat dan mempromosikan produk tersebut.
3. Berpartisipasi dalam program pelatihan dan peningkatan keterampilan yang ditawarkan oleh pemerintah Desa.
4. Kolaborasi antar UMKM untuk meningkatkan daya saing dan menciptakan jaringan yang saling mendukung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Desa Kutawaringin yang sudah memberi kepercayaan kepada kami untuk mengabdikan kepada desa, pengabdian ini juga tidak bisa berjalan baik apabila tidak ada dukungan dari Kepala Desa, Perangkat Desa, Warga Maupun Dosen Pembimbing Lapangan kami.

DAFTAR PUSTAKA

- Fidela, A., Pratama, A., Nursyamsiah, T., (2020). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2 (3), 493 – 498.
- Oktaviani, R., & Wahyuni, D. (2019). Pemberdayaan UMKM di Era Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Global. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 18(2), 127-138.
- Suryadi, K., & Rachman, A. N. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 202-215.



Prasetyo Hadi, D., (2015). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pada Usaha Kecil Dan Menengah Berbasis Sumber Daya Lokal Dalam Rangka Millenium Development Goals 2015 (Studi Kasus Di PNPM-MP Kabupaten Kendal). Jurnal Imliah CIVIS, 5 (1), 725