

Pemberdayaan UMKM untuk Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Lokal di Desa Pulo kecamatan Seulimeum Kabupaten aceh Besar

Bahagia¹ Rahmani² Putri Elanta³ Nanda Irawan⁴ Mauli Safriadi⁵ Ahmad Satria⁶ Lailan Saadah⁷ Nurul Adila⁸ Ulfa Hanum⁹ Putri Azzahara M.Z¹⁰ Rahmatillah¹¹ Zahri Saputra¹² Hikma Nalaya¹³ M.Erfan Pratama¹⁴ Amalia¹⁵

¹⁻¹⁵ adalah Dosen dan Mahasiswa Universitas Serambi Mekkah
Email*: bahagia@serambimekkah.ac.id

Abstrak

Program pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Pulo, Kecamatan Seulimeum, Kabupaten Aceh Besar, dilaksanakan sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat melalui penguatan kapasitas pelaku usaha lokal. Masyarakat desa umumnya memiliki potensi ekonomi yang cukup besar melalui kegiatan usaha rumah tangga seperti kuliner, kerajinan, dan perdagangan kecil, namun masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan modal, kurangnya pengetahuan manajemen, serta minimnya akses pemasaran digital. Kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu sosialisasi pentingnya UMKM dalam pembangunan ekonomi lokal, pelatihan manajemen usaha dan pemasaran, pendampingan dalam pengelolaan keuangan, serta pengenalan strategi promosi berbasis digital. Pelaksanaan program dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan perangkat desa, pelaku UMKM, dan masyarakat setempat. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap pengelolaan usaha yang efisien dan berkelanjutan, serta munculnya semangat baru dalam mengembangkan usaha lokal. Beberapa pelaku UMKM juga mulai menerapkan strategi promosi daring dan pencatatan keuangan sederhana untuk meningkatkan daya saing produk mereka. Program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan wirausaha masyarakat dan memperkuat ekonomi lokal berbasis potensi desa. Dengan adanya pemberdayaan UMKM, diharapkan Desa Pulo dapat berkembang menjadi desa mandiri ekonomi yang berdaya saing dan berkelanjutan.

Kata Kunci: pemberdayaan masyarakat, UMKM, ekonomi lokal, kewirausahaan, kesejahteraan

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Gampong Pulo. Dengan jumlah yang cukup besar, UMKM berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi angka pengangguran, serta meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM (2023), sektor UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan UMKM menjadi pilar utama dalam memperkuat ketahanan ekonomi, baik di tingkat nasional maupun daerah.

Namun, di Gampong Pulo masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi kendala dalam mengembangkan usahanya. Beberapa permasalahan utama meliputi keterbatasan akses terhadap permodalan, kemampuan manajerial yang masih rendah, serta strategi pemasaran yang belum efektif, terutama dalam memanfaatkan teknologi digital. Sebagian besar UMKM di daerah pedesaan masih bergantung pada metode konvensional dalam menjalankan usahanya dan belum optimal dalam penggunaan media digital untuk promosi dan penjualan (Wibowo dan Sari 2021).

Untuk mengatasi tantangan tersebut, program pemberdayaan UMKM perlu dilakukan secara berkelanjutan melalui pelatihan, pendampingan, serta inovasi berbasis teknologi informasi.

Diterima : 25 Agustus 2024
Direvisi : 1 September 2024
Published : November 2024



Dalam konteks ini, mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Serambi Mekkah melakukan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM di Gampong Pulo. Kegiatan yang dilakukan meliputi pembuatan Google Maps Business untuk mempermudah konsumen menemukan lokasi usaha, serta pembuatan akun media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok guna memperluas jangkauan pemasaran secara digital. Sebagai contoh, kelompok KKN membantu usaha Kue Bunda Raifa dengan membuat akun media sosial dan Maps, serta mendesain banner dan spanduk untuk memperkuat identitas usaha. Program ini dirancang tidak hanya sebagai kegiatan temporer, tetapi juga sebagai langkah pemberdayaan jangka panjang agar pelaku UMKM dapat mandiri dalam mengelola pemasaran, keuangan, dan branding usaha mereka.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program pemberdayaan UMKM di Desa Pulo dilakukan melalui beberapa tahapan yang sistematis agar kegiatan dapat berjalan efektif dan memberikan dampak nyata bagi pelaku usaha lokal. Pendekatan yang digunakan adalah metode partisipatif (participatory approach), di mana masyarakat dan pelaku UMKM dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan.

1. Tahap Observasi dan Identifikasi Masalah Kegiatan diawali dengan observasi lapangan untuk mengidentifikasi kondisi UMKM yang ada di Desa Pulo, termasuk jenis usaha, kendala yang dihadapi, serta potensi yang dapat dikembangkan. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam hal pemasaran, branding produk, dan pemanfaatan teknologi digital.
2. Tahap Sosialisasi dan Penyuluhan Setelah permasalahan diidentifikasi, dilakukan sosialisasi kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya digitalisasi dalam pengembangan usaha. Pada tahap ini, mahasiswa KKN bersama perangkat desa dan tokoh masyarakat menjelaskan manfaat penggunaan media sosial, platform digital, serta strategi promosi online dalam meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan.
3. Tahap Pelatihan dan Pendampingan Teknis Pelatihan diberikan kepada pelaku UMKM terkait cara pembuatan akun Google Maps Business, Instagram Bisnis, Facebook Page, dan TikTok Shop. Selain itu, dilakukan juga pendampingan pembuatan konten promosi seperti foto produk, deskripsi menarik, serta desain banner dan spanduk usaha. Kegiatan ini bertujuan agar pelaku UMKM memiliki kemampuan dasar dalam mengelola pemasaran digital secara mandiri.
4. Tahap Implementasi Lapangan Pada tahap ini, peserta pelatihan mempraktikkan langsung pembuatan akun bisnis digital dan mengunggah produk mereka secara online. Salah satu contoh implementasi adalah pembuatan akun media sosial dan Maps untuk usaha *Kue Bunda Raifa*. Tim KKN juga membantu dalam penataan tampilan toko dan branding visual agar lebih menarik bagi konsumen.

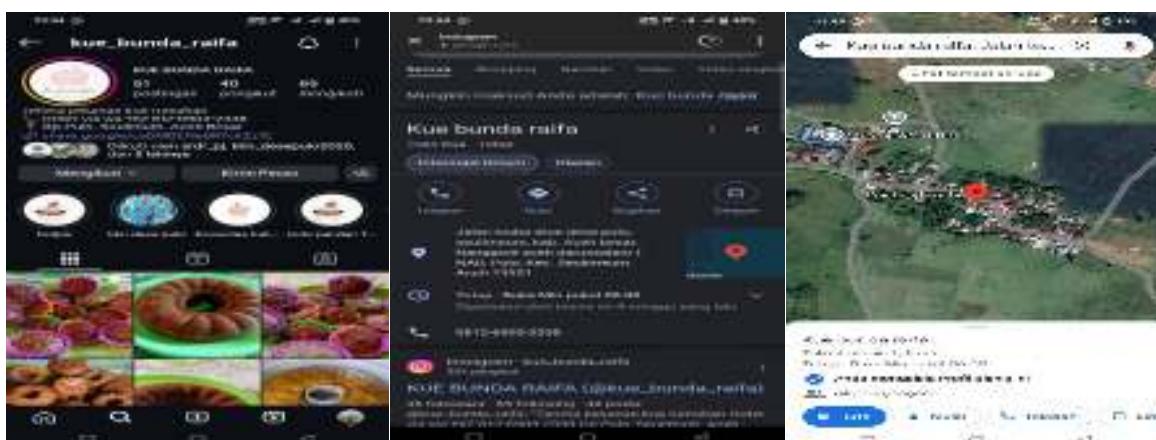
HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Pelaksanaan program pemberdayaan UMKM di Gampong Pulo memberikan sejumlah capaian yang cukup signifikan dalam berbagai aspek pengembangan usaha masyarakat. Para pelaku usaha kecil mulai menunjukkan peningkatan dalam hal profesionalitas dan kemandirian setelah mendapatkan pendampingan intensif dari mahasiswa KKN Universitas Serambi Mekkah.

Kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga membangun pola pikir wirausaha yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Dari sisi manajemen usaha, pelaku UMKM mulai menerapkan pencatatan sederhana terhadap arus kas, pengeluaran, dan laba harian. Meskipun masih dalam tahap awal, kebiasaan ini merupakan langkah penting dalam membangun tata kelola keuangan yang sehat dan transparan. Menurut (Wijayanti 2021), pencatatan keuangan yang baik akan membantu pelaku UMKM dalam merencanakan pengembangan usaha serta menjadi syarat penting untuk memperoleh akses permodalan dari lembaga keuangan formal.



Gambar 1. Pemberdayaan UMKM Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Lokal

Pada aspek pemasaran digital, hasil program menunjukkan perubahan yang cukup nyata. Sebagian besar pelaku UMKM kini telah memiliki akun media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk memasarkan produk mereka secara daring. Pembuatan Google Maps Business juga memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi usaha, meningkatkan kepercayaan, dan memperluas jangkauan pasar. Digitalisasi pemasaran mampu meningkatkan visibilitas usaha kecil serta memperkuat hubungan antara penjual dan konsumen melalui interaksi online yang aktif (Pratiwi dan Ramadhan 2022)

Selain itu, dari aspek branding dan identitas usaha, pelaku UMKM mulai memahami pentingnya tampilan visual dan citra usaha. Pemasangan banner, spanduk, serta konten digital yang menarik membantu usaha kecil di Gampong Pulo menjadi lebih dikenal dan dipercaya masyarakat. Upaya ini mencerminkan peningkatan kesadaran terhadap pentingnya strategi komunikasi visual dalam membangun citra positif usaha.

Secara sosial, program ini juga menumbuhkan jejaring kolaboratif antar pelaku UMKM. Beberapa pengusaha lokal mulai menjalin kerja sama dalam pengadaan bahan baku dan promosi bersama, yang menandakan munculnya solidaritas ekonomi di tingkat desa. Pemberdayaan berbasis komunitas mampu memperkuat ketahanan ekonomi lokal melalui kolaborasi antar pelaku usaha dan partisipasi aktif Masyarakat (Nuraini 2023)

Dengan demikian, hasil pelaksanaan program pemberdayaan UMKM di Gampong Pulo tidak hanya memberikan manfaat praktis berupa peningkatan keterampilan dan pemasaran digital, tetapi juga mendorong transformasi sosial-ekonomi menuju masyarakat yang lebih mandiri, adaptif, dan berdaya saing di era digital.

2. Pembahasan

Hasil pelaksanaan program pemberdayaan UMKM di Gampong Pulo menunjukkan perkembangan positif dalam aspek manajerial, pemasaran, serta peningkatan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya inovasi dan digitalisasi. Setelah melalui proses pendampingan intensif, para pelaku UMKM mampu memahami dasar-dasar pengelolaan usaha secara profesional, termasuk dalam hal administrasi, pencatatan keuangan, dan strategi pemasaran berbasis teknologi. Hal ini sejalan dengan tujuan utama program, yaitu menciptakan pelaku usaha yang mandiri, adaptif, dan berdaya saing di era ekonomi digital.

Salah satu capaian penting dari kegiatan ini adalah meningkatnya kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Melalui pelatihan dan praktik langsung, masyarakat telah mampu membuat akun bisnis di Google Maps, Instagram, Facebook, dan TikTok, sehingga produk lokal mereka kini lebih mudah diakses oleh konsumen dari berbagai daerah. Digital marketing merupakan solusi efektif bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang relatif rendah, sekaligus meningkatkan daya saing produk di pasar global (Rohmah & Puspitasari 2022).



Gambar 2. Salah Satu Kegiatan Pembuatan UMKM Yaitu Membuat Kue Bolu

Selain peningkatan pemasaran, aspek branding dan citra usaha juga mengalami kemajuan yang signifikan. Melalui pembuatan banner, spanduk, dan desain kemasan produk, pelaku UMKM mulai memahami pentingnya tampilan visual dalam menarik minat konsumen. Kegiatan ini membantu memperkuat identitas usaha sekaligus meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk lokal. Branding yang kuat merupakan salah satu faktor utama dalam membangun loyalitas pelanggan dan memperluas pasar UMKM (Sari 2021).

Dari sisi pemberdayaan ekonomi lokal, program ini telah mendorong tumbuhnya kesadaran masyarakat untuk saling mendukung antar pelaku usaha di Gampong Pulo. Kolaborasi mulai terbentuk, misalnya melalui kerja sama dalam pengadaan bahan baku, promosi bersama, dan berbagi informasi pasar. Menurut Hidayat (2023), pendekatan pemberdayaan berbasis kolaboratif dapat memperkuat jaringan ekonomi lokal dan mempercepat proses transformasi menuju kemandirian ekonomi desa.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM berbasis digitalisasi tidak hanya berpengaruh terhadap peningkatan kemampuan individu, tetapi juga berkontribusi pada penguatan ekonomi masyarakat desa secara kolektif. Hal ini membuktikan

bahwa integrasi antara teknologi, kreativitas, dan kolaborasi sosial merupakan kunci keberhasilan UMKM dalam menghadapi tantangan ekonomi modern.

KESIMPULAN

Program pemberdayaan UMKM di Gampong Pulo merupakan langkah strategis dalam mendukung peningkatan ekonomi masyarakat melalui penguatan kapasitas pelaku usaha lokal. Kegiatan ini berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan manajerial, kreativitas, serta kemampuan adaptasi pelaku UMKM terhadap perkembangan teknologi digital. Melalui kegiatan pelatihan, pendampingan, dan implementasi langsung seperti pembuatan akun Google Maps Business, media sosial (Instagram, Facebook, TikTok), serta banner toko, para pelaku usaha kini mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk mereka di tingkat lokal maupun daring.

Program ini tidak hanya berdampak jangka pendek, tetapi juga memberikan pondasi kuat bagi keberlanjutan usaha di masa depan. Kesadaran akan pentingnya digitalisasi dan branding semakin tumbuh di kalangan pelaku UMKM, yang sebelumnya masih bergantung pada sistem pemasaran konvensional. Selain itu, terbentuknya kerja sama antara mahasiswa, pemerintah desa, dan pelaku usaha menjadi bukti bahwa sinergi antar elemen masyarakat dapat mempercepat proses pemberdayaan ekonomi di tingkat desa.

Dengan adanya program ini, Gampong Pulo menunjukkan potensi besar untuk menjadi desa yang mandiri secara ekonomi dan berdaya saing di era modern. Keberhasilan program ini diharapkan menjadi model bagi desa-desa lain dalam mengembangkan strategi pemberdayaan berbasis kolaborasi, inovasi, dan teknologi digital. Untuk keberlanjutan, perlu adanya dukungan berkelanjutan dari pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta agar UMKM dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Supriyanto, E. (2021). *Model Pemberdayaan UMKM Berbasis Digital di Era Ekonomi Kreatif*. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah, 10(2), 87–96.
- Rahmawati, L., & Yusuf, M. (2022). *Pendampingan Digital Marketing bagi UMKM Pedesaan untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 8(1), 45–53.
- Wijayanti, D. (2021). *Peningkatan Kapasitas Manajerial UMKM Melalui Pelatihan Pembukuan dan Keuangan Sederhana*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 9(2), 115–124.
- Pratiwi, A., & Ramadhan, F. (2022). *Transformasi Digital UMKM: Strategi Pemasaran di Era Media Sosial*. Jurnal Ekonomi Kreatif dan Kewirausahaan, 5(1), 44–53.
- Nuraini, S. (2023). *Pemberdayaan Ekonomi Komunitas Melalui Kolaborasi UMKM di Pedesaan*. Jurnal Sosial dan Pembangunan Masyarakat, 12(3), 201–210.
- Rohmah, N., & Puspitasari, D. (2022). *Pemanfaatan Digital Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Globalisasi*. Jurnal Bisnis dan Inovasi, 7(1), 34–42.
- Sari, M. D. (2021). *Peran Branding dalam Meningkatkan Nilai Tambah dan Kepercayaan Konsumen pada Produk UMKM*. Jurnal Kewirausahaan dan Pemasaran, 5(2), 98–107.
- Hidayat, A. (2023). *Model Pemberdayaan Kolaboratif bagi UMKM di Pedesaan dalam Mewujudkan Ekonomi Mandiri*. Jurnal Pembangunan Masyarakat, 11(3), 211–222.

Copyright © 2023, Bahagia, Rahmani, Putri Elanta, Nanda Irawan, Mauli Safriadi, Ahmad Satria, Lailan Saadah, Nurul Adila, Ulfa Hanum, Putri Azzahara M.Z, Rahmatillah, Zahri Saputra, Hikma Nalaya, M.Erfan Pratama, Amalia

The manuscript open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.