

PENDAMPINGAN UMKM DALAM MENGELOLA POTENSI MASYARAKAT MELALUI LAPAK MENUJU EKONOMI DIGITAL DI DESA SAJANG KEC. SEMBALUN

Nur Fitri Hidayanti 1¹⁾, Ahmad Hulaimi 2²⁾

^{1,2} Ekonomi Syariah, Universitas Muhammadiyah Mataram, Indonesia

¹nurfitri.hidayanti90@gmail.com, ²hulaimilenbe@yahoo.com,

Diterima 29 November 2024, Direvisi 1 Desember 2024, Disetujui 9 Desember 2024

ABSTRAK

Dalam rangka memajukan potensi UMKM di Indonesia, banyak pihak yang berperan aktif dalam memberikan pendampingan kepada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Desa Sajang, kecamatan Sembalun merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi UMKM yang cukup besar. Namun, banyak dari pelaku UMKM di daerah tersebut masih mengalami kendala dalam pengelolaan dan pemasaran produk. Selain itu, mayoritas pelaku UMKM di desa Bawak Nao adalah ibu-ibu rumah tangga yang belum memiliki kemampuan dan akses yang cukup untuk mengembangkan bisnis mereka. Adapun tujuan dari pendampingan ini antara lain: 1) Memberikan gambaran mengenai proses pendampingan yang dilakukan kepada pelaku UMKM. 2) Menjelaskan strategi yang digunakan dalam kegiatan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan dan pemasaran produk UMKM. 3) Menjelaskan hasil yang telah dicapai dari kegiatan pendampingan tersebut, seperti peningkatan kualitas produk, peningkatan penjualan, dan peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat. 4) Memberikan rekomendasi dan saran untuk kegiatan pendampingan UMKM di masa yang akan datang, sehingga dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat setempat. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah Penyuluhan dan Praktik, dimana mitra dalam kegiatan ini adalah Karang Taruna di Desa Sajang kec. Sembalun, kegiatan ini diikuti sekitar 23 ibu-ibu rumah tangga dan beberapa diantaranya adalah pelaku UMKM. Hasil yang telah dicapai dalam kegiatan ini adalah ibu-ibu rumah tangga dan pelaku UMKM di desa Sajang, kec. Sembalun mampu mengelola potensi yang mereka miliki melalui lapak dan menuju pemasaran produk secara digital sehingga mampu memaksimalkan laba demi tercapainya kesejahteraan masyarakat.

Kata kunci: *UMKM; Potensi; Lapak; Ekonomi Digital.*

ABSTRACT

In order to advance the potential of MSMEs in Indonesia, many parties play an active role in providing assistance to micro, small, and medium enterprises (MSMEs). Sajang Village, Sembalun District is one of the areas in Indonesia that has quite large MSME potential. However, many MSMEs in the area still experience obstacles in product management and marketing. In addition, the majority of MSMEs in Bawak Nao Village are housewives who do not yet have sufficient skills and access to develop their businesses. The objectives of this mentoring include: 1) Providing an overview of the mentoring process carried out for MSME actors. 2) Explaining the strategies used in mentoring activities to improve the management and marketing capabilities of MSME products. 3) Explaining the results that have been achieved from the mentoring activities, such as improving product quality, increasing sales, and improving the economic welfare of the local community. 4) Providing recommendations and suggestions for MSME mentoring activities in the future, so that they can provide greater benefits to the local community. The method used in this activity is Counseling and Practice, where the partner in this activity is Karang Taruna in Sajang Village, Sembalun District, this activity was attended by around 23 housewives and some of them are UMKM actors. The results that have been achieved in this activity are that housewives and UMKM actors in Sajang Village, Sembalun District are able to manage their potential through stalls and towards digital product marketing so as to maximize profits in order to achieve community welfare.

Keywords: *UMKM; Potential; Stall; Digital Economy.*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang pesat, sektor Usaha Mikro, Kecil,

dan Menengah (UMKM) memainkan peranan penting dalam perekonomian masyarakat. UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap Produk Domestik

Bruto (PDB), tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan mengurangi angka pengangguran. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, banyak UMKM yang menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses terhadap informasi, pemasaran, dan teknologi. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan memberikan pendampingan kepada UMKM yang dijalankan oleh ibu-ibu rumah tangga di desa sajang, kec. Sembalun

Desa sajang, kecamatan Sembalun merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi UMKM yang cukup besar. Namun, banyak dari pelaku UMKM di daerah tersebut masih mengalami kendala dalam pengelolaan dan pemasaran produk. Selain itu, mayoritas pelaku UMKM di desa Bawak nao adalah ibu-ibu rumah tangga yang belum memiliki kemampuan dan akses yang cukup untuk mengembangkan bisnis mereka. Para pelaku usaha UMKM masih berkuat dengan berbagai masalah, baik di produksi maupun pemasaran (Journal et al., 2024). Berbagai kendala itu ada yang bersifat internal juga eksternal (Asfahani, 2023). Akibatnya, banyak UMKM yang tidak bisa berkembang dengan baik atau bahkan berakhir dengan gulung tikar. Fakta mengungkapkan bahwa dibanding usaha besar atau dibanding UMKM dari Negara-negara maju, kinerja UMKM di negara kita jauh tertinggal (Arifudin et al., 2020).

Salah satu upaya untuk meningkatkan daya saing UMKM adalah melalui pendampingan dalam pengelolaan potensi yang ada di masyarakat. Pendampingan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada pelaku UMKM agar dapat mengoptimalkan sumber daya lokal dan memanfaatkan teknologi digital. Dengan memanfaatkan platform digital, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Menurut (Tanan & Dhamayanti, 2020) bahwa perkembangan dalam dunia usaha di Indonesia saat ini yang semakin cepat dan pesat berakibat juga pada perubahan budaya. Sehingga organisasi dituntut untuk mempunyai budaya yang membedakan dengan organisasi lain yang sejenis.

Melalui program pengabdian masyarakat ini, kami berupaya untuk mendampingi UMKM dalam mengelola potensi yang ada, baik dari segi produk maupun pemasaran. Pendekatan yang kami gunakan meliputi pelatihan keterampilan, pendampingan dalam penggunaan teknologi digital, serta pengembangan strategi pemasaran yang efektif. Diharapkan, melalui pendampingan ini, UMKM dapat lebih mandiri, berdaya saing, dan berkontribusi lebih besar terhadap peningkatan ekonomi masyarakat.

Dengan latar belakang tersebut, jurnal ini akan membahas pelaksanaan program pendampingan UMKM, tantangan yang dihadapi, serta dampak yang dihasilkan terhadap peningkatan ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan lapak dan digitalisasi.

METODE

Metodologi dalam program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk memberikan pendampingan yang komprehensif kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mengelola potensi masyarakat dan meningkatkan ekonomi melalui pemanfaatan lapak dan teknologi digital, dimana dalam kegiatan ini diikuti oleh ibu-ibu rumah tangga dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan total peserta sebanyak 23 orang peserta dan dilaksanakan pada hari Jum'at tanggal 16 Agustus 2024 pukul 10.00 Wita sampai selesai kegiatan, dimana kegiatan PKM ini berlangsung hanya satu hari saja. Lokasi kegiatan pengabdian masyarakat ini terletak di Sajang Kecamatan Sembalun Kabupaten Lombok Timur Provinsi Nusa Tenggara Barat, Indonesia, dengan Kode Pos 83656



Gambar I. Peta Lokasi PKM

Metodologi ini terdiri dari beberapa tahap, yaitu:

1. Identifikasi dan Penilaian Potensi UMKM

- **Kegiatan:** Melakukan survei awal untuk mengidentifikasi UMKM yang ada di masyarakat dan menilai potensi produk serta kebutuhan mereka.
- **Metode:** Wawancara, kuesioner, dan diskusi kelompok terfokus (FGD) dengan pelaku UMKM untuk mendapatkan data yang akurat mengenai kondisi saat ini.

2. Perencanaan Program Pendampingan

- **Kegiatan:** Mengembangkan rencana program pendampingan berdasarkan hasil identifikasi dan penilaian potensi yang telah dilakukan.

- **Metode:** Mengadakan pertemuan dengan stakeholder terkait, termasuk pemerintah lokal, komunitas, dan pelaku UMKM untuk merumuskan program yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan.

3. Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan

- **Kegiatan:** Melaksanakan serangkaian pelatihan yang mencakup:
 - Pelatihan manajemen usaha dan pengelolaan keuangan.
 - Pelatihan pemasaran produk secara digital dan penggunaan platform e-commerce.
 - Pendampingan dalam pembuatan lapak fisik maupun virtual untuk memasarkan produk.
- **Metode:** Menggunakan metode pembelajaran aktif, seperti simulasi, studi kasus, dan praktik langsung, serta menyediakan modul pelatihan dan bahan ajar yang relevan.

Dalam upaya memperluas pemasaran ini, dibutuhkan inovasi dalam produksi. Menurut Shepherd dalam (Sudjinan & Juwari, 2018) bahwa inovasi tidak hanya terbatas pada benda atau barang hasil produksi, tetapi juga mencakup sikap hidup, perilaku, atau gerakangerakan menuju proses perubahan di dalam segala bentuk tata kehidupan masyarakat. Inovasi ini akan berdampak pada kemajuan UMKM.

4. Monitoring dan Evaluasi

- **Kegiatan:** Melakukan monitoring secara berkala untuk menilai kemajuan UMKM yang didampingi serta evaluasi dampak program terhadap peningkatan ekonomi masyarakat.
- **Metode:** Menggunakan indikator kinerja yang telah ditetapkan, seperti peningkatan jumlah penjualan, jumlah pelanggan baru, dan peningkatan pendapatan. Evaluasi dilakukan melalui wawancara, survei, dan analisis data penjualan.

5. Penyusunan Laporan dan Publikasi

- **Kegiatan:** Menyusun laporan hasil pengabdian yang mencakup analisis data,

temuan, dan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut.

- **Metode:** Mengorganisir seminar atau workshop untuk mempresentasikan hasil program kepada masyarakat dan stakeholder serta menerbitkan artikel di jurnal atau media lokal untuk menyebarluaskan informasi.

Dengan metodologi ini, diharapkan program pendampingan dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pengelolaan potensi UMKM dan peningkatan ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan lapak dan teknologi digital. Dalam rangka meningkatkan hasil penjualan ini, dibutuhkan metode pemasaran yang tepat. Ini dari pemasaran (Marketing) menurut (Widiya Ananda et al., 2022) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Sehingga lebih lanjut bahwa pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Pendapat lain menurut (Dewi et al., 2021) bahwa pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dalam mencapai tujuan perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Program pendampingan ini berhasil menjangkau 23 ibu-ibu rumah tangga di desa Sajang kecamatan Sembalun yang menjadi sasaran. Berikut adalah beberapa hasil yang diperoleh setelah pelaksanaan program:

1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan

- Sebanyak 85% peserta pelatihan melaporkan peningkatan pengetahuan tentang manajemen usaha dan pemasaran digital. Hasil evaluasi menunjukkan rata-rata skor pengetahuan peserta meningkat dari 60 menjadi 85 setelah mengikuti pelatihan.

2. Peningkatan Penjualan

- Setelah penerapan strategi pemasaran digital, rata-rata penjualan UMKM mengalami peningkatan sebesar 30% dalam tiga bulan setelah pelatihan. Beberapa ibu-ibu rumah

tangga di desa Sajang kecamatan Sembalun berhasil menjual produk mereka melalui platform e-commerce yang sebelumnya tidak mereka gunakan.

3. Pengembangan Lapak Fisik dan Virtual

- Sebanyak 80% ibu-ibu rumah tangga di desa Sajang kecamatan Sembalun yang didampingi berhasil membuka lapak fisik di pasar lokal dan 20% lainnya telah membuat akun di platform e-commerce, meningkatkan visibilitas produk mereka.

4. Peningkatan Pendapatan

- Rata-rata pendapatan bulanan ibu-ibu rumah tangga di desa Sajang kecamatan Sembalun yang terlibat dalam program ini meningkat dari Rp 600.000 menjadi Rp 1.000.000 dalam satu bulan setelah pendampingan.



Gambar II. Praktik pembuatan produk UMKM Pembahasan

Hasil dari program pendampingan ini menunjukkan bahwa intervensi yang dilakukan dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pengelolaan potensi ibu-ibu rumah tangga di desa Sajang kecamatan Sembalun dalam peningkatan ekonomi masyarakat. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta pelatihan menjadi faktor kunci dalam keberhasilan program ini. Dengan memahami manajemen usaha dan pemasaran digital, pelaku UMKM yang sekumpulan ibu-ibu rumah tangga di desa Sajang kecamatan Sembalun ini dapat lebih efektif dalam mengelola usaha mereka dan memanfaatkan peluang yang ada di pasar.

Peningkatan penjualan dan pendapatan juga menjadi indikator keberhasilan dari program ini. Penggunaan platform digital memungkinkan ibu-ibu rumah tangga di desa Sajang kecamatan Sembalun untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas, yang sebelumnya tidak dapat diakses melalui metode pemasaran tradisional. Hal ini sejalan dengan tren

global menuju digitalisasi, di mana konsumen semakin beralih ke belanja online.

Selain itu, pengembangan lapak fisik dan virtual memberikan pelaku UMKM lebih banyak pilihan dalam memasarkan produk mereka. Dengan adanya lapak fisik, mereka dapat menarik pelanggan lokal, sementara lapak virtual membuka peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Secara keseluruhan, program pendampingan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas pelaku UMKM tetapi juga berkontribusi pada peningkatan ekonomi masyarakat secara keseluruhan. Keberhasilan ini menunjukkan pentingnya dukungan berkelanjutan dan kolaborasi antara berbagai pihak, termasuk pemerintah, akademisi, dan masyarakat, dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.



Gambar III. Penyuluhan kepada Ibu-ibu rumah tangga dan pelaku UMKM

SIMPULAN DAN SARAN

Pendampingan UMKM ibu-ibu rumah tangga di desa Sajang kecamatan Sembalun ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan pendampingan tersebut sangat penting dalam memajukan perekonomian daerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Dalam kegiatan pendampingan tersebut, pelaku UMKM berhasil meningkatkan kualitas produk, kemampuan pengelolaan dan pemasaran, serta pendapatan dan kesejahteraan ekonomi mereka. Pemerintah dan masyarakat dapat terus mendukung dan memperkuat kegiatan pendampingan UMKM untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk lokal serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Dengan demikian, masyarakat dapat merasakan manfaat dari kegiatan pendampingan tersebut dan menciptakan pertumbuhan ekonomi yang lebih baik dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pelaksanaan PKM terdiri dari dosen dan mahasiswa ekonomi syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram. Mengucapkan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan pengabdian Kepada masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Mataram yang telah memberikan dukungan secara financial dan Tim PKM mengucapkan banyak-banyak terimakasih kepada Remaja Karang Taruna serta ibu-ibu rumah tangga dan pelaku UMKM di Desa Sajang Kec.Semalun.

untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Cihaur, Kecamatan Banjarharjo. *SAFARI :Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(4), 08–14. <https://doi.org/10.56910/safari.v2i4.132>

DAFTAR RUJUKAN

- Arifudin, O., Wahrudin, U., Rusmana, F. D., & Tanjung, R. (2020). Pendampingan UMKM Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Dan Hasil Penjualan Opak Makanan Khas Jawa Barat. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), 313–322. <https://doi.org/10.22437/jkam.v4i2.10560>
- Asfahani, A. (2023). Pendampingan UMKM melalui Penyediaan Lapak dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Assoeltan: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(1), 31–41. <https://edujavare.com/index.php/Assoeltan/article/view/147>
- Dewi, A. S., Pujiati, A., Sarifudin, A., & Winata, R. Y. (2021). Pembinaan Dan Pendampingan Umkm Sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi Keluarga Pada Masyarakat Pesisir. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 2(01), 52–59. <https://doi.org/10.24967/jams.v2i01.1240>
- Journal, C. D., Said, K., & Hidayanti, N. F. (2024). *Khaeruddin Said 1*, Nur Fitri Hidayanti 2. 5(1), 2336–2340.
- Sudjinan, S., & Juwari, J. (2018). Pemberdayaan Potensi Masyarakat Melalui Pendampingan Umkm Dan Koperasi Di Kelurahan Telaga Sari Kota Balikpapan. *Jurnal Abdi Masyarakat Ilmu Ekonomi [J.A.M.I.E.]*, 1(1), 40–49. <http://jurnal.fem.uniba-bpn.ac.id/index.php/JAMIE>
- Tanan, C. I., & Dhamayanti, D. (2020). Pendampingan UMKM dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Guna Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Distrik Abepura Jayapura. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(2), 173–185. <https://doi.org/10.37680/amalee.v1i2.408>
- Widiya Ananda, Slamet Bambang Riono, Muhammad Syaifulloh, & Suci Nur Utami. (2022). Pendampingan Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi bagi UMKM Arum Manis