

## Strategi Pengembangan Kapasitas UMKM Mikro di Desa Neglasari melalui Program Pelatihan dan Pendampingan

Fahrul Hadi Kusama<sup>1\*</sup>, Bang Bang Cahyana<sup>2</sup>, Aradheadwiputra<sup>3</sup>,  
Rohimat Nurhasan<sup>4</sup>, Zulkifli Adnan<sup>5</sup>

Email korespondensi : [24023122010@fekon.uniga.ac.id](mailto:24023122010@fekon.uniga.ac.id)  
Universitas Garut, Garut, Indonesia<sup>1\*,2,3,4,5</sup>

### Abstrak

UMKM Kowi Emak Ecin di Desa Neglasari merupakan salah satu UMKM mikro yang menghadapi berbagai keterbatasan, khususnya pada aspek branding, inovasi produk, digitalisasi pemasaran, dan literasi keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan kapasitas usaha melalui program pelatihan dan pendampingan berbasis *Participatory Action Research* (PAR). Kegiatan dilaksanakan selama 33 hari dengan melalui empat tahapan utama: identifikasi masalah, perencanaan intervensi, pelatihan dan pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan mitra terkait penetapan merek dan desain logo, diversifikasi inovasi produk—termasuk pengembangan ukiran kowi yang dipadukan dengan lilin aromaterapi—serta peningkatan pemanfaatan media digital untuk pemasaran. Selain itu, mitra mulai menerapkan sistem pencatatan keuangan sederhana sebagai dasar pengelolaan usaha yang lebih terstruktur. Temuan monitoring pascaprogram mengindikasikan bahwa perubahan tersebut diterapkan secara konsisten dan berkontribusi terhadap penguatan daya saing serta keberlanjutan usaha. Secara keseluruhan, pendekatan PAR terbukti efektif sebagai strategi pengembangan kapasitas UMKM mikro, terutama dalam konteks pemberdayaan berbasis partisipatif. Studi ini memberikan kontribusi praktis dan teoretis bagi pengembangan model pendampingan UMKM yang holistik dan berkelanjutan, serta berpotensi mendukung peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa.

**Kata kunci:** UMKM; PAR; Branding; Inovasi; Digitalisasi

 This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

### Pendahuluan

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan sektor strategis yang memainkan peran fundamental dalam menggerakkan perekonomian nasional. Hal ini selaras dengan pandangan Christina et al. (2022) yang menegaskan bahwa UMKM merupakan bagian integral dari sistem ekonomi Indonesia karena berlandaskan prinsip keadilan, kemandirian, dan pemerataan kesejahteraan. Dalam konteks tersebut, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penyerap tenaga kerja, tetapi juga sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Desa Neglasari merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi berbasis kerajinan lokal, salah satunya melalui usaha kowi yang dikelola oleh Ibu Kuoreisin—lebih dikenal dengan sebutan Ma Ecin. Usaha ini, kemudian disebut sebagai UMKM Kowi Emak Ecin, telah menjadi representasi identitas lokal dan warisan keterampilan masyarakat setempat.

Namun demikian, di balik keberadaan UMKM Kowi Emak Ecin yang menjadi ikon lokal ini, terdapat berbagai tantangan signifikan yang memengaruhi keberlanjutan usahanya. Keterbatasan inovasi produk, minimnya diversifikasi desain, dan lemahnya akses

pemasaran menjadi hambatan utama dalam menghadapi persaingan modern. Seperti ditegaskan oleh Marlinah (2020), keterampilan pelaku UMKM merupakan elemen strategis yang menentukan keberlanjutan usaha di tengah kompetisi yang semakin beragam. Tantangan ini diperparah oleh menurunnya minat generasi muda untuk melestarikan keterampilan membuat kowi dan produk tradisional lainnya, terutama karena derasnya arus produk impor yang lebih kompetitif dalam hal harga maupun kualitas.

UMKM Emak Ecin memproduksi berbagai peralatan tradisional seperti kowi, cobek, sangrayang, jambarang, dan gentong dengan harga Rp2.000 hingga Rp5.000 per unit. Dengan melibatkan dua hingga empat pekerja, produksi kowi dapat mencapai 100 unit per hari, sementara coet diproduksi sekitar 30–40 unit per hari. Seluruh proses produksi masih dilakukan secara manual menggunakan tanah serang (*leutak*), tanpa bantuan mesin atau alat modern. Kondisi ini mencerminkan keahlian teknis masyarakat, namun sekaligus menunjukkan keterbatasan dalam peningkatan kapasitas produksi.

Permasalahan lainnya adalah belum adanya merek atau logo resmi sebagai identitas usaha. Padahal, branding merupakan faktor penting dalam membangun citra usaha dan meningkatkan nilai jual. Selain itu, belum diterapkannya manajemen keuangan yang memadai menyebabkan pelaku UMKM belum dapat memisahkan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha. Menurut Pranitasari (2024), ketidakmampuan dalam mengelola arus kas dan merencanakan pengembangan usaha merupakan salah satu penyebab stagnasi UMKM. Dengan demikian, pelatihan dan pendampingan menjadi kebutuhan mendesak untuk memperkuat struktur pengelolaan usaha.

Secara konseptual, pemberdayaan merupakan upaya penguatan kapasitas individu dan kelompok agar mampu mengelola sumber daya secara mandiri. Qomar et al. (2022) menjelaskan bahwa pemberdayaan mencakup proses membangun kesadaran, kemampuan, dan kemandirian masyarakat. Safei et al. (2020) menambahkan bahwa pemberdayaan dapat berlangsung dalam berbagai dimensi, termasuk ekonomi, sosial, budaya, lingkungan, spiritual, dan politik. Dalam konteks UMKM Emak Ecin, pemberdayaan difokuskan pada peningkatan kapasitas teknis dan manajerial pelaku usaha.

Menurut hasil survei awal, permasalahan utama UMKM Kowi Emak Ecin meliputi lemahnya kemampuan branding, kurangnya inovasi desain produk, terbatasnya pemasaran, serta rendahnya literasi digital dan keuangan. Rendahnya kemampuan pemasaran daring menyebabkan produk kowi kurang dikenal secara luas, meskipun memiliki potensi pasar yang besar (Ulanuari, 2022). Oleh karena itu, program pelatihan yang tepat diperlukan untuk meningkatkan keterampilan teknis, kreativitas produk, dan kemampuan pemasaran digital. Penelitian Murningsih (2024) menunjukkan bahwa pelatihan yang terstruktur mampu meningkatkan kapasitas produksi, daya saing, dan kualitas produk UMKM. Temuan ini sejalan dengan Widodo (2024) yang menekankan bahwa efektivitas pelatihan sangat dipengaruhi oleh kreativitas strategi pemasaran yang digunakan.

Lebih jauh, Murningsih (2024) menegaskan bahwa pelatihan dapat menstimulasi transformasi pola pikir pelaku usaha, memperkuat aspek manajerial, dan meningkatkan keberlanjutan usaha, khususnya melalui pemanfaatan teknologi. Intervensi berbasis pelatihan dan pendampingan diharapkan mampu mendorong UMKM Kowi Emak Ecin menjadi lebih inovatif, adaptif, dan responsif terhadap dinamika pasar.

Dengan demikian, intervensi pelatihan dan pendampingan tidak hanya berfungsi sebagai solusi jangka pendek, tetapi juga membangun fondasi ketahanan usaha dan meningkatkan daya saing UMKM Kowi Emak Ecin di masa depan. Pemberdayaan ini juga

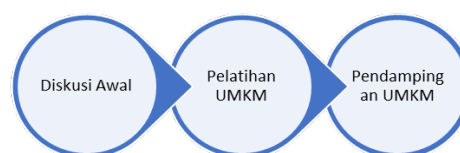
diharapkan dapat menjaga kelestarian kerajinan tradisional sekaligus meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Neglasari.

### Metodologi Penelitian

Penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali informasi mendalam tentang pengalaman, persepsi, dan perilaku pelaku UMKM, khususnya Kowi Emak Ecin di Desa Neglasari. Metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk memperoleh wawasan yang kaya dan kontekstual tentang bagaimana pelatihan dan pembinaan dapat memberdayakan UMKM dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Teknik pengumpulan data kualitatif seperti wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen digunakan untuk memperoleh data yang komprehensif dan akurat. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana model pemberdayaan UMKM dapat dikembangkan dan diimplementasikan secara efektif. Lokasi pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat yaitu di Kp. Ranca Ciung, Dusun 3, Desa Neglasari, Kecamatan Blubur, Limbangan, Garut. Fokus utama dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan potensi desa salah satunya dalam sektor UMKM. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini berlangsung selama 33 hari yaitu mulai dari 08 Agustus – 05 September 2025 dan kegiatan Monitoring pada tanggal 06 Oktober 2025. Sedangkan metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini yaitu metode pendekatan Participatory Action Research (PAR). Participatory Action Research merupakan metode penyadaran masyarakat mengenai potensi dan masalah yang ada serta mendorong keikutsertaan atau partisipasi masyarakat dalam kegiatan perubahan yang akan dilaksanakan (Rahmat & Mirawati, 2020). Sedangkan menurut Corey (1953), Participatory Action Research (PAR) merupakan metode riset aksi dengan penyelesaian siklus yang mana kelompok sosial berusaha untuk melakukan studi masalah secara logis dengan mengkoordinasikan, memperbaiki, mengevaluasi serta membuat langkah (Chusniyah & Fauza, 2022).

Menurut Chusniyah & Fauza (2022), metode PAR dilakukan melalui lima tahapan yaitu:

1. To know (Identifikasi masalah UMKM), Identifikasi dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang terjadi pada UMKM Kowi Emak Ecin melalui observasi dan survei langsung terhadap pelaku usaha UMKM Kowi Emak Ecin.
2. To Understand (melakukan pemahaman untuk mengerti), Tahapan ini dilakukan untuk melakukan konfirmasi kesediaan pelaku UMKM untuk mengikuti rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat yaitu pelatihan UMKM.
3. Planning (Perencanaan), Perencanaan dilakukan dengan analisis dan rekapitulasi dari hasil observasi dan survey untuk mengidentifikasi kebutuhan, serta menyusun tindakan yang relevan sebagai solusi atas permasalahan yang teridentifikasi.
4. To Action (melakukan tindakan), Berdasarkan rencana yang disusun tindakan yang dilakukan yaitu:



*Gambar 1 Alur Realisasi Program*

5. Monitoring dan Evaluasi, Tahapan ini dilakukan dengan melakukan observasi, konsultasi dan diskusi berdasarkan tindakan yang telah dilakukan. Tahapan ini juga dilakukan untuk mengukur keberhasilan dari kegiatan ini.

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil Penelitian

Pendataan dilaksanakan sebagai langkah awal untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Kowi Emak Ecin. Hasil dari observasi dan survei ditemukan bahwa permasalahan yang dihadapi UMKM Emak Ecin di Desa Neglasari telah menjadi fokus penelitian tim sejalan dengan perkembangan usaha tradisional di Indonesia. Berdasarkan hasil survei, produksi peralatan tradisional secara manual mampu mempertahankan nilai tradisi dan kearifan lokal, namun keterbatasan tenaga kerja cukup berdampak pada efisiensi dan produktivitas. Selain itu, kurangnya pengetahuan terkait peluang inovasi desain berdampak stagnasi inovasi produk, keterbatasan diversifikasi produk, dan minimnya promosi. Tanpa kepemilikan merek atau brand, daya tarik produk UMKM Emak Ecin kurang menonjol di tengah maraknya pesaingan produk serupa yang dipasarkan. Kondisi ini semakin dipandang menjadi masalah dengan manajemen keuangan yang belum profesional, kesulitan memisahkan uang pribadi dan usaha menyebabkan masalah arus kas, pencatatan transaksi, dan penyusunan strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan.



*Gambar 2 Kegiatan Observasi dan Survei bersama Ma Ecin*

Selanjutnya, tim pelaksana melakukan prosedur konfirmasi kesediaan pelaku UMKM Emak Ecin untuk dapat mengikuti pelatihan dengan pendekatan yang sistematis dan partisipatif. Tahap ini dimulai dengan memberikan gambaran menyeluruh mengenai tujuan, manfaat dan isi pelatihan yang akan diberikan. Dari konfirmasi ini, tim memperoleh data tingkat antusiasme dan kesiapan yang kemudian digunakan untuk menyusun rencana pelatihan yang lebih tepat sasaran dan efektif (STAI Sangatta, 2023).

### Perencanaan

Setelah mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Kowi Emak Ecin, selanjutnya tim pelaksana melakukan perumusan rencana program pelatihan UMKM dengan materi pembahasan terkait strategi branding usaha bagi perkembangan UMKM dengan memberikan edukasi seputar peningkatan kualitas produksi, pelatihan terkait foto produk, penentuan merek atau brand hingga strategi promosi produk UMKM. Tahap planning juga dapat dijabarkan dalam tabel 1.

Tabel 1 Tahap Perencanaan Kegiatan

| Kegiatan                                                              | Pembahasan                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Tujuan                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Diskusi Awal                                                          | Penilaian kondisi mitra sebelum diberikan pelatihan dan pendampingan                                                                                                                                                                                                                           | Mengetahui permasalahan mitra dan kondisi awal sebelum diberikan pelatihan dan pendampingan UMKM.                                                                                                                                  |
| Pelatihan (Branding, Inovasi Produk, Digitalisasi, Literasi Keuangan) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pentingnya aspek branding bagi usaha</li> <li>2. Tata cara penentuan nama usaha</li> <li>3. Tata cara pembuatan logo</li> </ol>                                                                                                                      | Materi pelatihan branding bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan serta pemahaman terkait pentingnya memiliki nama tetap bagi usaha dan logo bagi keberjalanan UMKM.                                                              |
|                                                                       | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pentingnya inovasi bagi peningkatan kualitas produk</li> <li>2. Tata cara menemukan inovasi bagi produk</li> </ol>                                                                                                                                   | Materi mengenai inovasi produk bertujuan untuk meningkatkan pemahaman terkait pentingnya sebuah inovasi bagi peningkatan kualitas produk dan memberikan cara menemukan peluang inovasi bagi usaha mitra.                           |
|                                                                       | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pentingnya digitalisasi bagi keberjalanan operasional hingga promosi UMKM</li> <li>2. Pengenalan platform digital yang dapat dimanfaatkan pelaku UMKM</li> </ol>                                                                                     | Materi mengenai digitalisasi bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang pentingnya digitalisasi dalam aspek operasional, komunikasi hingga promosi serta mengenalkan platform yang dapat dimanfaatkan bagi keberjalanan usaha. |
|                                                                       | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pentingnya literasi keuangan bagi usaha</li> <li>2. Cara mengelola keuangan usaha</li> </ol>                                                                                                                                                         | Materi mengenai literasi keuangan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman terkait pengelolaan keuangan yang baik bagi mitra.                                                                                                        |
| Pendampingan Mitra                                                    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menentukan nama tetap bagi usaha mitra</li> <li>2. Membuat Logo UMKM</li> <li>3. Meningkatkan kualitas produk dengan beberapa inovasi</li> <li>4. Pemanfaatan platform digital</li> <li>5. Pencatatan keuangan sederhana bagi usaha mitra</li> </ol> | Melakukan pendampingan bagi mitra untuk mengimplementasikan materi yang didapatkan selama pelatihan.                                                                                                                               |
| Monitoring dan Evaluasi                                               | Penilaian kondisi akhir setelah dilakukannya pelatihan dan pendampingan                                                                                                                                                                                                                        | Mengetahui permasalahan mitra dan kondisi akhir setelah diberikan pelatihan dan pendampingan UMKM.                                                                                                                                 |

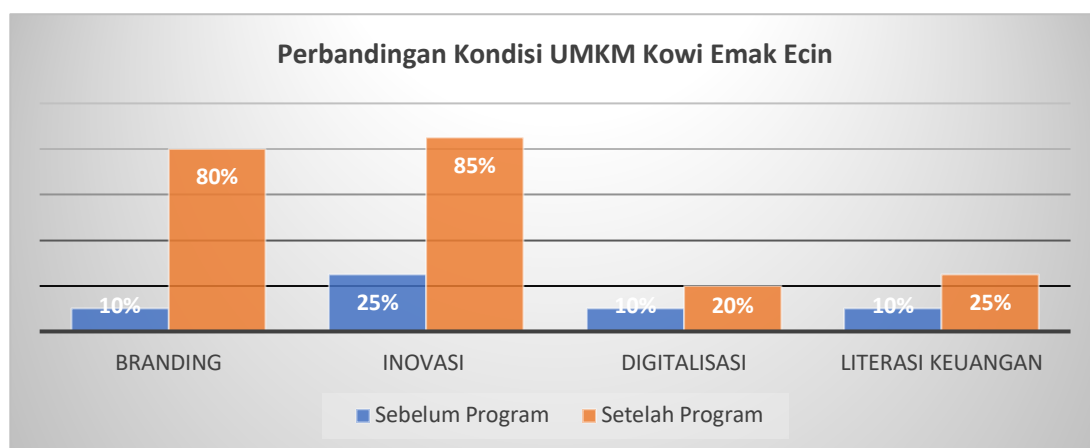
Program pelatihan diawali dengan penyampaian materi terkait branding dan digitalisasi oleh narasumber dari bidang komunikasi dan teknologi informasi. Setelah sesi pemaparan materi, kegiatan dilanjutkan dengan *Focus Group Discussion* (FGD) dan sesi tanya jawab bersama pelaku usaha untuk menggali lebih dalam kebutuhan, kendala, serta potensi pengembangan UMKM. Pelaksanaan pelatihan dirancang berbasis

kebutuhan (needs-based training), sehingga materi yang diberikan disesuaikan dengan kondisi dan kapasitas UMKM Kowi Emak Ecin.

Kegiatan pendampingan dimulai dengan diskusi awal dan penilaian pra-pelatihan. Instrumen evaluasi disusun dalam bentuk pertanyaan yang sama untuk tahap sebelum dan sesudah pelatihan serta pendampingan. Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi perubahan pengetahuan, keterampilan, dan penerapan konsep dalam praktik usaha.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kualitas produksi UMKM Kowi Emak Ecin setelah mengikuti program pelatihan dan pendampingan. Intervensi yang diberikan mampu meningkatkan pemahaman pelaku usaha dalam aspek branding, inovasi produk, digitalisasi pemasaran, serta literasi keuangan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pendekatan pelatihan dan pendampingan yang diterapkan efektif dalam membantu pelaku UMKM mengatasi permasalahan yang sebelumnya menghambat perkembangan usaha mereka.

Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM Kowi Emak Ecin ditunjukkan melalui hasil evaluasi yang dapat dilihat pada Grafik 1.



Gambar 3 Grafik Perbandingan Kondisi UMKM Kowi Emak Ecin



Gambar 4 Foto Pendampingan dan Pelatihan Strategi UMKM

## Pengetahuan tentang Branding

Memiliki branding berupa merek dan logo usaha merupakan faktor yang sangat penting terhadap suatu produk UMKM. Usaha milik Ibu Kuoreisin atau Ma Ecin pada awalnya belum memiliki nama usaha yang tetap maupun logo sebagai branding usahanya. Pembeli biasanya menyebut usaha milik Ma Ecin dengan sebutan yang

berbeda-beda. Selain itu, berdasarkan diskusi awal bersama pelaku usaha, diketahui Ma Ecin tidak mengetahui pentingnya logo usaha sebagai branding bagi UMKM. Oleh karena itu, penentuan merek dan pembuatan logo menjadi langkah yang penting untuk UMKM milik Ma Ecin

Penentuan merek dari usaha milik Ma Ecin menjadi komponen yang sangat penting dalam mendukung daya saing produk di pasar. Setelah melalui diskusi bersama pelaku usaha dalam sesi pendampingan, UMKM milik Ma Ecin telah menentukan nama usahanya menjadi 'Kowi Emak Ecin' nama tersebut diambil dari sebutan pembeli paling banyak pada usaha milik Ma Ecin tersebut. Selain itu agar dapat memberikan nilai tambah bagi UMKM Kowi Emak Ecin, diperlukannya logo usaha untuk meningkatkan branding UMKM. Pada gambar 3 pemilik usaha dipandu dan dilatih untuk membuat logo usaha yang dapat digunakan sebagai branding UMKM Kowi Emak Ecin kedepannya..

Berdasarkan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan, menunjukkan bahwa mitra dapat memahami pentingnya aspek branding UMKM dalam menjalankan usaha yang berkelanjutan. Ditunjukkan pada grafik bahwa terjadi peningkatan pengetahuan dari 10% menjadi 80%. Kowi Emak Ecin terbukti memiliki pengetahuan yang lebih baik di



*Gambar 5 Foto Pendampingan Branding UMKM*

bandingkan dengan aspek-aspek sebelumnya dan semakin meningkat melalui pelatihan dan pendampingan yang diadakan. Peningkatan tersebut diharapkan dapat menjadi nilai tambah bagi produk kowi emak ecin yang sebelumnya tidak memiliki nama tetap dan logo bagi UMKM menjadi ditentukannya nama tetap juga tercipta nya logo yang dapat digunakan UMKM secara berkelanjutan.



*Gambar 6 Logo Usaha*

### **Pengetahuan terkait peningkatan inovasi produk**

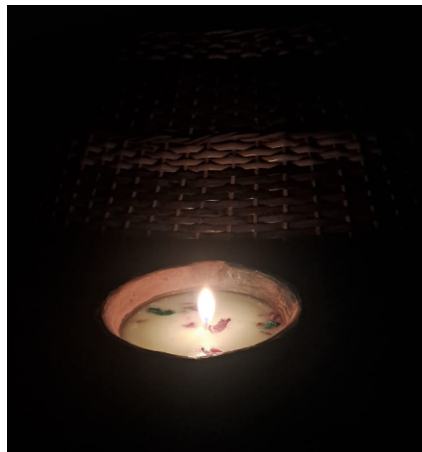
Pengetahuan tentang pentingnya inovasi dalam pembuatan produk menjadi hal yang sangat penting bagi Kowi Emak Ecin. Melalui pelatihan dan pendampingan yang diberikan, mitra diberikan pemahaman terhadap pentingnya inovasi produk untuk dapat bersaing di pasar. Mitra dilatih untuk dapat menemukan peluang yang dapat memunculkan inovasi untuk meningkatkan kualitas produk, Kowi Emak Ecin pada awalnya terus menerus memproduksi produk yang sama tanpa adanya inovasi selama bertahun-tahun. Selain kowi, produk lain yang dibuat seperti cobek, gentong, sangrayang dan jambarang juga selalu dibuat dengan bentuk yang sama tanpa hiasan atau ukiran yang dapat menarik minat para pembeli. Hal ini mengakibatkan, kurangnya minat pasar terhadap Kowi Emak Ecin.

Melalui program pelatihan, Mitra mengalami peningkatan terhadap pengetahuan terkait pentingnya sebuah inovasi untuk meningkatkan kualitas produk UMKM. Dalam masa pendampingan, mitra dipandu untuk menemukan inovasi yang tepat bagi peningkatan kualitas produknya. Ditambahkan ukiran-ukiran pada saat proses produksi kowi, cobek dan produk lainnya menjadi inovasi yang dipilih mengingat ada beberapa pembeli yang sempat memberikan permintaan untuk ditambahkan ukiran pada produk agar terlihat lebih menarik. Pada gambar, 5 menunjukkan proses peng-ukiran produk kowi bersama mitra. Harapannya setelah dihasilkannya produk kowi yang terukir menjadi nilai tambah bagi produk Kowi Emak Ecin.

Selain itu, Kowi Emak Ecin juga diberikan pemahaman terkait inovasi kegunaan produk yang dapat menjadi peluang dalam meningkatkan daya saing di pasar. Setelah pendampingan, Kowi Emak Ecin menyadari bahwa kowi, cobek atau coet yang diproduksi tidak hanya berguna sebagai peralatan dapur namun dapat juga digunakan sebagai tatakan lilin, piring kecil yang dapat menjadi nilai tambah dalam mempromosikan produk kepada pembeli. Kowi Emak Ecin juga terbukti telah mulai memproduksi beberapa kowi yang dipadukan dengan lilin aromaterapi di atasnya sebagai contoh yang dapat diperlihatkan kepada pembeli. Ditunjukkan pada gambar 5, produk kowi Emak Ecin yang telah melalui proses pengukiran dan gambar 6 produk yang dipadukan dengan lilin aromaterapi. Namun demikian, efektivitas program pemberdayaan tersebut sangat bergantung pada sejumlah faktor, antara lain kualitas sumber daya manusia, keberlanjutan pendampingan, dukungan dari lembaga terkait, serta sinergi lintas sektor (Afifah, 2022).



*Gambar 8 Foto Pendampingan Inovasi Produk*



*Gambar 7 Hasil Produk Kowi, Lilin Aroma Terapi*

### **Pengetahuan tentang Digitalisasi**

Sebelum kegiatan pelatihan dan pendampingan, UMKM Emak Ecin memiliki pengetahuan sebesar 10% terhadap digitalisasi bagi usahanya. Pada era sekarang, digitalisasi tentunya memiliki kontribusi penting dalam efisiensi operasional hingga pemasaran. Digitalisasi dapat membuka akses pasar yang lebih luas tanpa harus memiliki toko fisik yang memadai. Dalam kegiatan pelatihan, mitra telah diperkenalkan dengan aplikasi media sosial untuk keperluan promosi dan komunikasi bersama pelanggan. Platform yang diperkenalkan antara lain, Whatsapp business, Instagram, dan Facebook. Platform tersebut terbukti menjadi media pemasaran yang sering diakses, murah dan efektif untuk menjangkau banyak pelanggan.

Setelah kegiatan pelatihan, Kowi Emak Ecin terlihat menunjukkan peningkatan dalam pemahamannya terkait digitalisasi. Mitra menyadari bahwa terdapat banyak platform yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas UMKM nya terutama dalam aspek promosi dan komunikasi. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Diana et al., (2020) yang membahas mengenai pemberdayaan masyarakat dengan fokus digital marketing. Namun, pendampingan pada sub-materi ini, belum mengalami peningkatan signifikan. Hal tersebut dikarenakan mitra merasa digitalisasi terlalu kompleks apabila

diterapkan dalam keberjalanan usahanya. Hambatan ini serupa dengan yang dialami oleh Jatmiko (2022) bahwa masih banyak UMKM di Indonesia yang belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam strategi bisnis mereka. Selain itu, meninjau para pelaku usaha UMKM Kowi Emak Ecin ini sudah berusia lanjut sehingga mengalami kendala dalam memperlajari hal baru seperti teknologi saat ini. Meski demikian, mitra telah memiliki pengetahuan dasar terkait pentingnya digitalisasi dan platform digital yang dapat digunakan untuk menunjang keberjalanan usaha Kowi Emak Ecin.

### **Pengetahuan terkait literasi keuangan**

Literasi keuangan menjadi elemen penting dalam penguatan UMKM. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Naurunnisa (2025) bahwa literasi keuangan juga menjadi aspek krusial bagi keberlangsungan UMKM. Sebelum dilakukannya pelatihan dan pendampingan, Kowi Emak Ecin sama sekali tidak memiliki pencatatan keuangan bagi usahanya. Mitra belum memiliki pengetahuan mengenai pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pengaturan modal dan pengelolaan keuangan secara profesional. Kemudian, setelah diberikan pelatihan dan pendampingan terhadap mitra, Kowi Emak Ecin terlihat memiliki peningkatan pengetahuan tentang pentingnya memiliki pemahaman terkait pengelolaan keuangan serta pencatatan keuangan yang baik. Literasi keuangan yang baik dapat memudahkan akses pembiayaan formal, memperkuat posisi perempuan dalam ekonomi (Marianah et al., 2023).

Namun, rendahnya latar belakang pendidikan terutama terkait literasi keuangan menjadi tantangan utama dalam kegiatan ini. Materi terkait pelatihan harus dirancang dengan sederhana dan sesi pendampingan yang lebih intensif untuk mendapatkan hasil pendampingan UMKM yang maksimal. Meski demikian, setelah sesi pendampingan selesai, Kowi Emak Ecin mulai menerapkan sistem pencatatan keuangan walaupun belum menunjukkan peningkatan yang signifikan.

### **Monitoring dan evaluasi**

Monitoring kembali dilakukan pada tanggal 6 Oktober 2025 terhadap UMKM Kowi Emak Ecin di lokasi usaha. Hasil monitoring didapatkan bahwa UMKM Kowi Emak Ecin telah konsisten untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman yang didupatkannya dari program dan pendampingan UMKM. Pelaku usaha mengakui bahwa usahanya dapat lebih berkembang dari sebelum diberikan pelatihan dan pendampingan UMKM. Dibuktikan dengan sudah diproduksi produk dengan berbagai inovasi seperti vas bunga, hiasan ruangan, dan gelas dari bahan dasar yang sama seperti pembuatan produk kowi sebelumnya. Emak Ecin juga sudah memulai pencatatan keuangan bagi usahanya dan meminta anaknya untuk mempelajari e-commerce atau whatsapp business juga media sosial lain untuk memperluas branding usahanya. Meski begitu, kegiatan pelatihan dan pendampingan ini tidak terlepas dari evaluasi dan rekomendasi. Harapannya, kegiatan pelatihan dan pendampingan dapat dilakukan secara berkala seiring berkembangnya kebutuhan pasar dan pesatnya dunia digital. Selain itu, waktu yang lebih lama juga pendampingan yang lebih intensif menjadi rekomendasi untuk keberjalanan pelatihan dan pendampingan selanjutnya.



*Gambar 9 Tahapan Monitoring dan Evaluasi*

Penelitian ini berfokus pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2024. Sektor pertambangan dipilih karena memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional sekaligus berisiko tinggi terhadap praktik manipulasi akuntansi akibat fluktuasi harga komoditas dan tekanan dari pemangku kepentingan. Sampel penelitian terdiri dari 23 perusahaan pertambangan yang memenuhi kriteria kelengkapan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan selama 5 tahun pengamatan, dengan total 115 observasi data.

### **Simpulan dan Saran**

Kegiatan yang berfokus pada pemberdayaan UMKM Kowi Emak Ecin di Desa Neglasari melalui pelatihan dan pendampingan berbasis *Participatory Action Research* (PAR) terbukti memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas usaha mitra. Selama pelaksanaan program, pelaku UMKM menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman terhadap aspek-aspek penting keberlanjutan usaha, meliputi branding, inovasi produk, digitalisasi, dan literasi keuangan. Kombinasi antara pelatihan teoritis dan pendampingan praktis mendorong terbentuknya pola pikir kewirausahaan yang lebih adaptif, kreatif, serta mampu merespons dinamika pasar modern. Dampak positif kegiatan terlihat melalui peningkatan kualitas produk, efisiensi manajemen usaha, serta tumbuhnya kesadaran untuk berinovasi secara mandiri guna menjaga keberlangsungan usaha di tengah kompetisi pasar yang semakin kompetitif.

Meskipun program ini memberikan hasil yang menggembirakan, terdapat beberapa limitasi yang perlu dicatat. Pertama, durasi pelaksanaan kegiatan relatif singkat, sehingga proses internalisasi materi dan pendampingan belum dapat dilakukan secara mendalam. Kedua, masih terdapat resistensi terhadap teknologi digital akibat keterbatasan literasi digital pelaku UMKM, sehingga adopsi platform pemasaran daring belum optimal. Ketiga, sebagian pelaku usaha berada pada rentang usia yang kurang familiar dengan penggunaan perangkat digital, sehingga proses transformasi digital berjalan lebih lambat dibandingkan UMKM yang dikelola generasi muda. Limitasi ini menunjukkan bahwa perubahan perilaku usaha, terutama terkait aspek digitalisasi dan inovasi, membutuhkan waktu dan pendekatan yang lebih berkelanjutan.

Berdasarkan capaian dan limitasi tersebut, penulis merekomendasikan perlunya pelatihan lanjutan yang bersifat tematik dan lebih mendalam, khususnya terkait digital marketing, desain produk kreatif, dan manajemen keuangan berbasis aplikasi sederhana.

Selain itu, kolaborasi dengan pemerintah desa, dinas koperasi, serta lembaga pendukung UMKM perlu diperkuat agar terdapat keberlanjutan program dan akses terhadap fasilitas pembinaan yang lebih komprehensif. Integrasi UMKM Kowi Emak Ecin ke platform e-commerce juga menjadi langkah strategis untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan nilai tambah produk lokal. Dengan dukungan pelatihan berkelanjutan, kolaborasi multipihak, dan pemanfaatan teknologi, UMKM tradisional seperti Kowi Emak Ecin berpotensi bertransformasi menjadi usaha yang berdaya saing tinggi dan memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan ekonomi lokal serta kesejahteraan masyarakat Desa Neglasari.

### Daftar Pustaka

- Afifah, A. N. (2022). *Peran Koperasi Wanita Mayangsari dalam upaya pemberdayaan perempuan di Desa Banjarrejo Lampung Timur* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Christina, C., Putra Ravindra Claudio, Steven, L., Aruan, M., Joab, J., Novianti, D., Desia, W., & Wangsa, R. (2022). Manfaat aktivasi digitalisasi pada pendapatan UMKM. *[Nama Jurnal]*, 4(2), 182–194.
- Chusniyah, I., & Fauza, N. (2022). Pelatihan digital marketing bagi pelaku UMKM sebagai upaya peningkatan pemasaran di masa pandemi bagi masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 138–149.
- Diana, L., Nor, S., Kumaeroh, A., Syalima, I., & Tidar, U. (2020). Upaya meningkatkan nilai ekonomi pelaku UMKM melalui digital marketing di tengah pandemi Covid-19 Dusun Karanganyar. *Abdipraja: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 8–13. <https://doi.org/10.31002/abdipraja.v1i1.3206>
- Jatmiko, N. S. (2022). Strategi pemasaran ideal di era digital untuk meningkatkan penjualan produk UMKM. *PLAKAT: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 4(2), 253–260.
- Marianah, M., Suwati, S., & Ariani, Z. (2023). Peningkatan literasi keuangan melalui pelatihan pembukuan sederhana bagi UMKM anggota KOPWAN 'Aisyiyah Lombok Utara. *Jurnal Agro Dedikasi Masyarakat (JADM)*, 4(1), 28–32.
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan tantangan UMKM dalam upaya memperkuat perekonomian nasional. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 1–10.
- Naurunnisa, K. (2025). Pemberdayaan ekonomi perempuan melalui koperasi dan UMKM. *Litera Inti Aksara*, 1(1), 157–167.
- Pranitasari, D. (2024). Optimizing micro, small, and medium business assistance programs in the food sector. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 10(2), 422–430.
- Qomar, M. N., Karsono, L. D. P., Aniqoh, F. Z., Aini, C. N., & Anjani, Y. (2022). Peningkatan kualitas UMKM berbasis digital dengan metode Participatory Action Research (PAR). *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 74–81. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.3494>
- Rahmat, A., & Mirnawati, M. (2020). Model Participatory Action Research dalam pemberdayaan masyarakat. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 6(1), 62–71. <https://doi.org/10.37905/aksara.6.1.62-71.2020>

- Safei, A. A., Ono, A., & Nurhayati, E. (2020). *Pengembangan masyarakat perspektif Islam dan Barat*.
- STAI Sangatta. (2023). *Laporan pelaksanaan pelatihan UMKM*. STAI Sangatta.
- Ulanuari, V. (2022). Implementation of the thematic village program in empowerment of SMEs in Neglasari Village. *International Journal of Social Science Research*, 2(1), 67–75.
- Widodo, S. (2024). Impact of training and assistance on home industry SMEs development. *Sinergi Economics*, 2(3), 215–225.