



STRATEGI PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DESA MELALUI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS POTENSI LOKAL DI DESA SENDANGADI, MLATI, SLEMAN

Oleh

Mohamad Najmudin¹, Danang Sunyoto²

¹Prodi. Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra, Yogyakarta

²Prodi. Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra, Yogyakarta

Email: ¹mohnajmudin@gmail.com

Article History:

Received: 26-02-2025

Revised: 09-03-2025

Accepted: 29-03-2025

Keywords:

Pemberdayaan

Ekonomi, UMKM,

Potensi Lokal,

Pengembangan Desa,

Partisipatif

Abstract: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk merancang dan menerapkan strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat desa melalui pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berbasis potensi lokal di Desa Sendangadi, Mlati, Sleman. Potensi lokal desa seperti kerajinan tangan, olahan pangan tradisional, serta jasa berbasis komunitas masih belum dioptimalkan secara maksimal. Metode yang digunakan dalam program ini adalah pelatihan partisipatif, pendampingan bisnis, dan fasilitasi pemasaran digital. Hasil dari kegiatan menunjukkan bahwa pelibatan masyarakat secara aktif dalam proses identifikasi potensi lokal dan penguatan kapasitas kewirausahaan mampu meningkatkan motivasi ekonomi warga dan memperkuat struktur ekonomi desa secara mandiri. Selain itu, intervensi dalam bentuk pelatihan manajemen usaha dan strategi branding produk lokal juga memperlihatkan dampak positif terhadap kualitas produk dan perluasan pasar. Kegiatan ini sejalan dengan pendekatan pembangunan berbasis masyarakat (*community-based development*), di mana keberlanjutan ekonomi hanya dapat dicapai melalui kolaborasi aktif antara masyarakat, akademisi, dan pemerintah desa

PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa merupakan fondasi penting dalam mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan dan inklusif. Dalam konteks pembangunan nasional, desa memiliki peran strategis sebagai lumbung sumber daya alam dan budaya, namun masih menghadapi tantangan besar dalam aspek produktivitas, akses pasar, dan kemandirian ekonomi. Salah satu pendekatan yang dinilai efektif dalam mengatasi persoalan tersebut adalah melalui pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berbasis pada potensi lokal.

UMKM desa tidak hanya menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat, tetapi juga memiliki keunikan dalam mengangkat kekayaan lokal seperti hasil pertanian, kerajinan tangan, kuliner tradisional, dan jasa berbasis kearifan lokal. Namun demikian, pelaku UMKM

di pedesaan kerap menghadapi hambatan berupa keterbatasan pengetahuan manajerial, pemasaran digital, akses pembiayaan, serta rendahnya nilai tambah produk.

Melalui program pengabdian kepada masyarakat ini, dilakukan pendekatan strategis untuk mengidentifikasi, menggali, dan mengembangkan potensi lokal yang ada di desa sebagai dasar penguatan UMKM. Kegiatan pengabdian ini melibatkan pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi pemasaran berbasis teknologi digital untuk meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas. Pendekatan partisipatif dan kolaboratif menjadi kunci agar pemberdayaan yang dilakukan tidak bersifat sementara, melainkan berkelanjutan dan menumbuhkan kemandirian ekonomi masyarakat desa.

Pembangunan ekonomi berbasis desa menjadi salah satu pilar penting dalam upaya menciptakan pertumbuhan inklusif dan berkelanjutan. Desa memiliki potensi ekonomi yang sangat kaya, mulai dari sumber daya alam, budaya lokal, hingga kearifan tradisional, yang jika dikelola dengan tepat dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara signifikan (Hidayat, 2020). Namun demikian, banyak desa yang belum mampu mengelola potensi lokal tersebut menjadi kekuatan ekonomi yang terorganisir, khususnya dalam bentuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Desa Sendangadi, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman, merupakan salah satu wilayah yang memiliki berbagai potensi ekonomi lokal seperti olahan pangan tradisional, kerajinan tangan, hingga agrowisata. Meskipun potensi tersebut cukup besar, namun tantangan yang dihadapi oleh masyarakat adalah keterbatasan dalam hal manajemen usaha, akses pemasaran, inovasi produk, dan digitalisasi. Kondisi ini mengakibatkan kontribusi ekonomi desa terhadap peningkatan pendapatan masyarakat belum optimal (Sutrisno & Nugroho, 2022).

Pengembangan UMKM berbasis potensi lokal menjadi strategi kunci dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. Pendekatan ini tidak hanya mendorong munculnya wirausaha baru, tetapi juga menguatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola sumber daya yang tersedia secara mandiri dan berkelanjutan (Wijayanti & Hidayat, 2021). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada upaya pendampingan dan pelatihan strategis bagi pelaku UMKM dan warga Desa Sendangadi dalam mengidentifikasi potensi lokal, mengembangkan produk unggulan, serta memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran.

Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak nyata terhadap pertumbuhan ekonomi lokal, peningkatan kemandirian masyarakat, serta memperkuat ekosistem UMKM desa sebagai bagian dari pembangunan ekonomi daerah yang berkeadilan dan berkelanjutan.



Gambar 1. Kantor Sendangadi, Mlati, Sleman

METODE

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan **partisipatif dan kolaboratif**, yang melibatkan masyarakat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Metode ini dipilih untuk memastikan bahwa program tidak hanya diterapkan secara top-down, tetapi juga mampu menggali kebutuhan, potensi, dan aspirasi lokal secara mendalam. Metode ini diharapkan mampu menghasilkan peningkatan kapasitas dan kemandirian ekonomi masyarakat Desa Sendangadi secara berkelanjutan, dengan mengoptimalkan potensi lokal sebagai landasan pengembangan UMKM.

HASIL

1. Hasil Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini menghasilkan beberapa capaian nyata dalam upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat desa, antara lain:

- Pemetaan Potensi Lokal Desa Sendangadi
Melalui observasi lapangan dan diskusi kelompok terfokus, ditemukan bahwa Desa Sendangadi memiliki potensi besar dalam produk olahan hasil pertanian, seperti keripik singkong, peyek kacang, serta kerajinan tangan dari bambu dan enceng gondok.
- Pelatihan Manajemen Usaha Kecil
Masyarakat, terutama kelompok ibu rumah tangga dan pemuda desa, memperoleh pelatihan tentang perencanaan usaha, pencatatan keuangan sederhana, serta pengemasan dan pemasaran produk. Pelatihan ini meningkatkan pemahaman mereka terhadap prinsip dasar kewirausahaan dan manajemen UMKM.
- Digitalisasi dan Branding Produk UMKM
Diperkenalkan penggunaan platform media sosial dan marketplace lokal untuk pemasaran produk secara daring. Selain itu, peserta diajak membuat logo dan desain kemasan yang lebih menarik agar produk lebih kompetitif.
- Pembentukan Forum Komunitas UMKM Desa
Kegiatan ini juga memfasilitasi pembentukan forum kolaboratif antar pelaku UMKM sebagai wadah untuk berbagi informasi, kerja sama produksi, dan promosi bersama.



Gambar 2. Peserta Kegiatan UMKM



Gambar 3. Model Perkembangan Usaha

1. Dampak Kegiatan

- Peningkatan Pendapatan Keluarga
Beberapa peserta mengalami peningkatan pendapatan sebesar 10–20% dalam tiga bulan setelah pelatihan, khususnya pada produk makanan ringan yang dipasarkan secara online.
- Kemandirian Ekonomi Lokal
Adanya forum UMKM meningkatkan solidaritas dan kerja sama antar warga dalam mendistribusikan bahan baku, memproduksi barang, serta menyalurkan produk ke pasar lokal dan digital.
- Perubahan Pola Pikir
Terjadi perubahan mindset masyarakat dari sekadar “usaha sampingan” menjadi pendekatan bisnis berorientasi jangka panjang, termasuk mulai adanya pencatatan keuangan harian yang sebelumnya belum dilakukan.
- Keterlibatan Generasi Muda
Anak muda desa yang sebelumnya kurang tertarik pada kegiatan ekonomi lokal mulai terlibat dalam proses desain, pemasaran digital, hingga manajemen inventaris usaha keluarga.



Gambar 4. Hasil Kegiatan UMKM



Gambar 5. Pengembangan UMKM di Desa



Gambar 6. Menggali Potensi Desa

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Sendangadi, Mlati, Sleman menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan ekonomi melalui pengembangan UMKM berbasis potensi lokal mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas ekonomi warga desa. Hasil observasi dan pelatihan menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat memiliki potensi kewirausahaan, namun menghadapi kendala dalam aspek manajerial, pemasaran, dan akses digital.

Dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan tokoh masyarakat, kelompok UMKM, dan perangkat desa, program ini berhasil mengidentifikasi dan mengoptimalkan potensi lokal seperti kerajinan bambu, olahan pangan lokal, dan produk pertanian kreatif. Pemberdayaan dilakukan melalui pelatihan kewirausahaan, pendampingan pemasaran digital, serta manajemen keuangan sederhana. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman warga terhadap pengelolaan usaha dan memperkuat jaringan pasar produk desa.

Hasil ini sejalan dengan pemikiran Mardikanto & Soebianto (2012) yang menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat yang efektif harus dilakukan dengan pendekatan partisipatif, berbasis potensi lokal, dan disertai penguatan kapasitas. Selain itu, Sinaga (2020) menekankan bahwa pengembangan UMKM berbasis desa harus didukung dengan edukasi yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengembangan UMKM berbasis potensi lokal merupakan strategi pemberdayaan yang berkelanjutan dan layak direplikasi di desa lain dengan karakteristik serupa.

SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa rekomendasi strategis yang dapat dijadikan arah pengembangan lanjutan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat Desa Sendangadi:

1. **Optimalisasi Potensi Lokal Melalui Pendampingan Berkelanjutan**

Diperlukan pendampingan lanjutan bagi pelaku UMKM dalam bentuk pelatihan teknis, manajerial, dan digitalisasi pemasaran. Pendampingan ini tidak hanya bersifat satu kali, melainkan terstruktur dan jangka panjang. Hal ini sejalan dengan pandangan



Kementerian Koperasi dan UKM (2020) yang menekankan pentingnya *capacity building* sebagai fondasi pemberdayaan berkelanjutan.

2. Pemetaan dan Spesialisasi Produk Unggulan

Pemerintah desa bersama pelaku UMKM perlu melakukan pemetaan potensi produk berbasis sumber daya lokal—seperti olahan hasil pertanian, kerajinan bambu, atau produk kuliner khas—yang dapat dikembangkan menjadi produk unggulan desa. Menurut Tambunan (2019), spesialisasi dan diferensiasi produk merupakan strategi penting untuk memperkuat posisi UMKM di pasar lokal dan regional.

3. Penguatan Kelembagaan dan Jaringan Usaha Desa

Perlu dibentuk koperasi atau kelompok usaha bersama (KUB) yang dapat menjadi wadah kolektif bagi UMKM dalam produksi, distribusi, dan pemasaran produk. Dukungan kelembagaan ini sangat krusial untuk menciptakan sinergi antar pelaku usaha (Suharto, 2018).

4. Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Adaptif Pasar Modern

Masyarakat desa didorong untuk memanfaatkan teknologi informasi melalui pelatihan e-commerce, branding digital, dan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi. Riset dari Bank Indonesia (2021) menunjukkan bahwa UMKM yang go digital memiliki daya tahan lebih tinggi terhadap gejolak ekonomi.

5. Kolaborasi Multi-Pihak (Pentahelix) dalam Pemberdayaan Ekonomi

Pemberdayaan masyarakat desa idealnya melibatkan kolaborasi antara akademisi, pemerintah daerah, komunitas, dunia usaha, dan media. Model *pentahelix* ini dapat menjadi penggerak sinergis dalam memperluas dampak program secara holistik (Fitriyah & Ma'ruf, 2020).

DAFTAR REFERENSI

- [1] Bank Indonesia. (2021). Laporan Survei UMKM Go Digital di Indonesia. Jakarta: Departemen Pengembangan UMKM dan Perlindungan Konsumen.
- [2] Fitriyah, I., & Ma'ruf, I. (2020). Model Kolaborasi Pentahelix dalam Pengembangan Ekonomi Lokal Berbasis Komunitas. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 55–64.
- [3] Hidayat, A. (2020). Pengembangan Ekonomi Lokal Berbasis Potensi Desa. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 21(1), 45-56.
- [4] Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2021). Panduan Pengembangan UMKM Berbasis Potensi Lokal. Jakarta.
- [5] Kementerian Koperasi dan UKM. (2020). Pemberdayaan UMKM Melalui Transformasi Digital. Jakarta: Deputi Pengembangan SDM.
- [6] Mardikanto, T., & Soebianto, P. (2012). Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik. Alfabeta.
- [7] Santosa, P. B. (2019). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Melalui Digitalisasi UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 150–162.
- [8] Sinaga, D. R. (2020). Pengembangan UMKM di Era Digitalisasi: Tantangan dan Strategi. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 18(2), 115–126.
- [9] Suharto, E. (2005). Pembangunan, Kesejahteraan Sosial dan Pemberdayaan Masyarakat. Bandung: Refika Aditama.



- [10] Suharto, E. (2018). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: Refika Aditama.
- [11] Sutrisno, B., & Nugroho, T. (2022). Analisis Permasalahan UMKM di Kawasan Perdesaan Sleman. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(3), 112–120.
- [12] Tambunan, T. H. (2019). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- [13] Wijayanti, T., & Hidayat, R. (2021). Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis Potensi Lokal di Era Digital. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat*, 5(2), 87-98.
- [14] Yunus, M. (2016). *Membangun Dunia Tanpa Kemiskinan: Inisiatif Bisnis Sosial dan Inovasi Mikro*. Jakarta: Gramedia.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN