

PENGUATAN DAN PENDAMPINGAN UMKM DESA UNTUK PENGEMBANGAN EKONOMI BERKELANJUTAN BERBASIS DIGITALISASI

Majida Ramadhan*, Ali Mufit, Diah Ayu Anggraini, Layla Nurida Amalia, Fasya Azizah, Janua Aula Datus Sania, Muhammad Rizqi Aditya, Azizah Eka Syafitri, Lalu Ridho Maulana H, Moh Ahsin Nawail, Shandy Fillah Nandasyah, Ahmad War'i Radiansyah, Nafisa

Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia

*email Koresponden Penulis: majida.ramadhan@unisma.ac.id

Abstrak

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kunci dalam menciptakan keberlanjutan ekonomi di Desa Ngroto yang memiliki potensi lokal besar namun belum tergarap optimal. Kegiatan Kandidat Sarjana Mengabdikan-Tematik (KSM-T) UNISMA melakukan kegiatan untuk mengidentifikasi kondisi aktual UMKM serta memberikan pendampingan yang relevan melalui observasi, wawancara, dan sosialisasi. Berdasarkan temuan lapangan terhadap 25 pelaku UMKM, diketahui bahwa 72% pelaku usaha masih memasarkan produk secara konvensional, 64% belum memiliki kemasan layak jual, dan 52% belum memahami teknik foto produk. Selain itu, 60% UMKM tidak memiliki pembukuan sederhana dan 56% belum memiliki NPWP sebagai legalitas usaha. Untuk menjawab permasalahan tersebut, dilakukan sosialisasi literasi digital melalui pelatihan Shopee Partner yang berhasil membantu 85% peserta membuat akun toko online serta 70% peserta berhasil mempraktikkan foto produk dengan teknik yang benar. Pendampingan legalitas usaha juga menghasilkan pembuatan NPWP bagi 10 pelaku UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital, penguatan legalitas, dan pendampingan teknis mampu meningkatkan kesiapan pelaku UMKM dalam memperluas akses pasar serta meningkatkan daya saing produk lokal. Dengan demikian, pengembangan UMKM berbasis digital menjadi langkah strategis untuk mewujudkan ekonomi desa yang inklusif, mandiri, dan berkelanjutan.

Kata Kunci:

UMKM; literasi digital; e-commerce; NPWP; Desa Ngroto

PENDAHULUAN

Kandidat Sarjana Mengabdikan Tematik (KSM-T) adalah kegiatan yang diselenggarakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Malang sebagai realisasi dan penerapan tridarma perguruan tinggi calon lulusan program sarjana. Kegiatan KSM-T dilaksanakan di berbagai tempat atau lokasi yang berbeda dengan berbagai potensi dan kekurangan suatu daerah selama 40 hari pengabdian. Tujuan kegiatan KSM-T adalah memajukan dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat daerah tertentu. Desa Ngroto merupakan salah satu lokasi terjadinya KSM-T UNISMA tahun 2025

karena terdapat berbagai potensi dan permasalahan yang dialami oleh masyarakat setempat dengan mempertimbangkan lokasi yang jauh dari kota.

Desa Ngroto merupakan salah satu desa yang berada di wilayah Kecamatan Pujon Kabupaten Malang yang berada di wilayah Malang Barat serta menjadi salah satu jalur wisata antara Kota Batu dan Kabupaten Kediri. Desa Ngroto memiliki luas wilayah $\pm 328,384$ ha dengan memiliki batasan-batasan wilayah sebagai berikut Utara: Desa Wiyurejo dan Desa Madiredo, Timur: Desa Pujon Lor, Selatan: Desa Pujon Kidul, Barat: Desa Ngabab.

Sedangkan berdasarkan topografi Desa Ngroto merupakan desa berbukit dan daratan tinggi (pegunungan) yaitu dengan ketinggian 1.100 MDL atau 1.100 meter diatas permukaan laut, memiliki curah hujan 3.230 mm pertahun, dengan kelembapan antara 60-70%, suhu rata-rata harian 21°C. Adapun secara administratif sendiri Desa Ngroto dibagi menjadi 3 dusun dengan memiliki 14 RW dan 33 RT. Dengan rincian sebagai berikut ini : Dusun Krajan terdiri dari 12 RW dan 33 RT, Dusun Maron terdiri dari 1 RW dan 2 RT, Dusun Lebaksari terdiri dari 1 RW dan 3 RT.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan kerja dan berperan penting dalam proses pemerataan serta peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mewujudkan stabilitas ekonomi nasional.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 (UU No. 20 Tahun 2008, n.d.), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif yang dibedakan berdasarkan karakteristik dan kriteria tertentu. Usaha Mikro dipahami sebagai usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagaimana ditetapkan dalam regulasi tersebut. Sementara itu, Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dijalankan oleh individu maupun badan usaha yang tidak berstatus sebagai anak perusahaan atau cabang perusahaan dari entitas usaha menengah maupun usaha besar, baik secara langsung maupun tidak langsung, serta memenuhi kriteria yang ditentukan dalam undang-undang.

Usaha Menengah didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang juga berdiri sendiri dan dijalankan oleh perorangan atau badan usaha yang tidak menjadi bagian dari usaha kecil ataupun usaha besar dalam bentuk anak perusahaan maupun cabang perusahaan. Kategori ini diidentifikasi melalui jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sesuai ketentuan yang diatur dalam peraturan perundang-undangan. Dalam konteks kegiatan ekonomi di Desa Ngroto, dunia usaha mencakup seluruh pelaku yang bergerak dalam usaha mikro, kecil, menengah, maupun usaha besar yang berdomisili dan menjalankan aktivitas ekonominya di wilayah tersebut.

Istilah pelaku usaha dalam konteks ini juga merujuk pada wirausahawan (entrepreneur). Secara sederhana, wirausahawan dipahami sebagai individu yang mampu melihat dan memanfaatkan peluang, mencari sumber pembiayaan serta sumber daya lain yang relevan, berani menanggung risiko yang berkaitan dengan

aktivitas bisnis yang dijalankan, serta mengelola usahanya dengan orientasi pada pertumbuhan dan ekspansi

Dalam era digital, pemanfaatan teknologi sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing UMKM. Pemanfaatan platform digital seperti e-commerce (Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak) memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Noviana et al., 2024). Penerapan digital marketing seperti penggunaan media sosial, SEO (*Search Engine Optimization*), dan marketplace optimization menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya tarik produk lokal. Selain itu, pelatihan penggunaan pembayaran digital seperti QRIS juga dapat membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan efisiensi transaksi.

Untuk meningkatkan daya saing UMKM, inovasi produk berbasis sumber daya lokal menjadi aspek krusial. Misalnya, produk makanan dan minuman khas daerah dapat dikembangkan dengan pengemasan yang lebih menarik serta melalui proses produksi yang lebih higienis. Selain itu, penerapan prinsip ekonomi hijau dalam proses produksi dapat membantu UMKM dalam menciptakan produk yang ramah lingkungan dan berkelanjutan (Susan, 2020). Penggunaan bahan baku lokal yang dapat diperbaharui serta strategi produksi yang minim limbah juga menjadi solusi bagi keberlanjutan usaha kecil dan menengah.

Menurut (Malayu, 2011) kinerja merupakan hasil dari kerja yang dicapai individu maupun organisasi saat melaksanakan tugas-tugas yang diberikan padanya berdasarkan atas pengalaman, kecakapan, dan kesungguhan waktu. Sedangkan menurut (Veithzal Rivai, 2013) kinerja merupakan hasil atau tangka keberhasilan individu secara keseluruhan dalam periode tertentu saat melaksanakan tugas dibandingkan pada kemungkinan, seperti target, hasil kerja, sasaran atau kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya dan disepakati Bersama. Kinerja UMKM merupakan suatu tampilan keadaan yang utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, adalah hasil maupun prestasi yang dipengaruhi atas kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki.

UMKM tidak hanya berperan sebagai penggerak ekonomi lokal, tetapi juga berpotensi menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mengurangi ketergantungan pada sektor pertanian yang fluktuatif. Dengan memanfaatkan sumber daya lokal, produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM dapat mencerminkan kearifan lokal dan budaya setempat, sehingga bisa menarik minat wisatawan dan meningkatkan daya saing.

Selain itu, pengembangan UMKM yang berkelanjutan juga mendukung prinsip-prinsip ekonomi hijau, yang berfokus pada keberlanjutan lingkungan. Melalui pelatihan, akses keuangan, dan dukungan dari pemerintah serta lembaga swadaya masyarakat, UMKM di Desa Ngroto dapat diberdayakan untuk berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan demikian, pentingnya pengembangan UMKM di Desa Ngroto tidak hanya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga untuk menciptakan ekosistem ekonomi yang lebih resilient dan berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Kandidat Sarjana Mengabdi-Tematik (KSM-T) ini dilaksanakan mengikuti pedoman dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Malang. Berdasarkan pedoman tersebut, kegiatan KSM-T tahun 2025 berlangsung selama 1 bulan yakni mulai dari 3 Februari hingga 15 Februari 2025. Metode Kandidat Sarjana Mengabdi Tematik ini dilakukan secara offline dengan terjun langsung kepada masyarakat untuk melihat masalah yang ada membantu menyelesaikan permasalahan tersebut, selain itu juga untuk melihat potensi yang dimiliki suatu tempat dan mempromosikan potensi tersebut agar mampu berdaya saing dan memiliki daya jual atau manfaat besar bagi masyarakat sekitar. Kegiatan pengabdian yang fokus pada promosi UMKM masyarakat sebagai potensi desa mengambil target sasaran yang dituju yakni warga Desa Ngroto. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan tiga tahapan yaitu observasi, pengumpulan data, serta sosialisasi (Jasmine, 2016).

Pada tahap pertama, dilakukan observasi dengan mengunjungi Balai Desa Ngroto dan melakukan wawancara kepada ketua UMKM Desa Ngroto apa saja yang bisa dikembangkan terutama di desa tersebut, apakah sudah melakukan penjualan secara online ataukah lainnya.

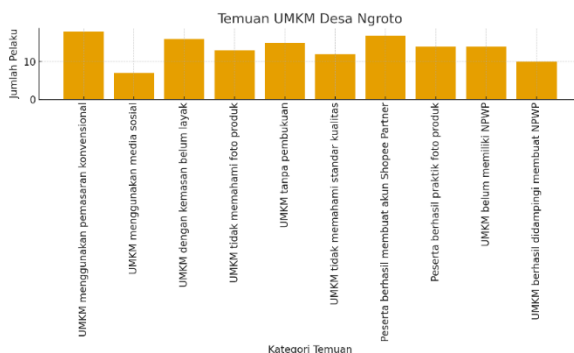
Tahapan kedua pengumpulan data, maksudnya adalah tim melakukan observasi langsung kepada ketua UMKM dan meminta bantuan terkait masyarakat yang bersedia ikut serta dalam kegiatan sosialisasi. Hal ini bertujuan untuk mengumpulkan bahan dan data seperti apa dan bagaimana UMKM beroperasi.

Pada tahapan terakhir yaitu sosialisasi shopee partner dan praktik pendaftaran. Setelah pengumpulan data maka tim membuat rencana atau strategi agar dapat meningkatkan penjualan masyarakat lalu mensosialisasikan kepada pelaku usaha tersebut. Bentuk sosialisasi yang dilakukan berupa pengenalan shopee partner dan NPWP serta membantu melakukan pendaftaran bagi pelaku usaha yang belum memiliki NPWP dan tergabung dalam shopee partner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan KSM-T di Desa Ngroto menunjukkan bahwa pendekatan langsung kepada masyarakat sangat efektif dalam mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Melalui observasi dan wawancara dengan ketua UMKM serta beberapa pelaku usaha, ditemukan bahwa sebagian besar UMKM di Desa Ngroto masih menjalankan usahanya secara konvensional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Keterbatasan literasi digital, kurangnya pemahaman mengenai penggunaan platform e-commerce, dan keterbatasan informasi terkait pengelolaan usaha menjadi faktor utama yang menyebabkan produk lokal belum mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Selain itu, permasalahan lain yang muncul adalah belum adanya standar mutu produk, pengemasan yang kurang menarik, keterbatasan akses permodalan, serta rendahnya pemahaman mengenai legalitas usaha seperti kepemilikan NPWP.

Observasi lapangan juga menunjukkan bahwa meskipun banyak UMKM memiliki potensi besar, seperti produk olahan makanan, kerajinan lokal, dan hasil pertanian, namun potensi tersebut belum dikembangkan secara maksimal karena masih terhambat oleh keterbatasan pengetahuan pemasaran dan teknologi.



Gambar 1. Grafik hasil observasi lapangan

Hasil kegiatan KSM-T di Desa Ngroto menunjukkan bahwa pendekatan langsung kepada masyarakat sangat efektif dalam mengidentifikasi kondisi dan kebutuhan pelaku UMKM. Berdasarkan observasi dan wawancara yang terpapar pada gambar 1 terhadap 25 pelaku UMKM yang ditemui, ditemukan bahwa 72% (18 pelaku) masih memasarkan produk secara konvensional melalui penjualan offline dan belum memanfaatkan platform digital. Hanya 28% (7 pelaku) yang pernah mencoba berjualan melalui media sosial, namun penggunaannya belum optimal. Selain itu, 64% pelaku usaha (16 pelaku) belum memiliki kemasan produk yang layak jual, dan 52% (13 pelaku) belum mengetahui teknik foto produk untuk kebutuhan pemasaran online. Data ini menunjukkan bahwa keterbatasan literasi digital dan pemasaran masih menjadi kendala utama dalam pengembangan UMKM di desa tersebut.



Gambar 2. Kegiatan sosialisasi

Temuan lain menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM memiliki potensi produk yang cukup besar, terutama pada sektor makanan olahan, kerajinan kayu, dan produk hasil pertanian. Namun, potensi tersebut belum dikembangkan optimal karena keterbatasan pengetahuan mengenai manajemen usaha. Dari hasil wawancara, 60% pelaku UMKM (15 pelaku) mengaku belum memiliki pembukuan sederhana, dan 48% (12 pelaku) tidak mengetahui standar kualitas produk yang seharusnya diterapkan. Hal ini menyebabkan kualitas dan harga produk menjadi tidak konsisten sehingga mengurangi daya saing di pasar yang lebih luas.

Pelaksanaan sosialisasi Shopee Partner dan pelatihan literasi digital yang terpapar pada gambar 2 menjadi salah satu langkah strategis untuk menjawab persoalan tersebut. Dari total peserta sosialisasi yaitu 20 orang, sebanyak 85% peserta (17 orang) berhasil membuat akun Shopee Partner dan memahami langkah awal untuk mengunggah produk. Selain itu, 70% peserta (14 orang) mampu melakukan praktik foto produk dengan teknik pencahayaan sederhana yang diajarkan oleh tim. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi karena sebagian besar baru pertama kali mengenal fitur-fitur lanjutan marketplace seperti pengaturan ongkos kirim, pembuatan voucher toko, dan teknik menaikkan performa penjualan.



Gambar 3. Praktik pendaftaran Shopee partner

Pendampingan legalitas usaha melalui pendaftaran NPWP juga menunjukkan dampak positif. Dari 25 pelaku UMKM yang diwawancarai, 56% (14 pelaku) belum memiliki NPWP. Setelah pendampingan dilakukan, 10 pelaku UMKM berhasil menyelesaikan proses pendaftaran NPWP secara langsung. Hal ini penting karena kepemilikan NPWP menjadi syarat utama untuk mengakses berbagai program bantuan permodalan, pelatihan resmi pemerintah, dan kerja sama dengan lembaga keuangan.

Secara keseluruhan, kegiatan KSM-T memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM. Pelaku usaha mulai memahami pentingnya digitalisasi, legalitas usaha, dan strategi pemasaran yang tepat. Beberapa pelaku UMKM bahkan mulai mengunggah produk mereka ke marketplace dan memperbaiki desain kemasan setelah mengikuti pelatihan. Dengan adanya

peningkatan literasi digital, legalitas, dan manajemen usaha, UMKM di Desa Ngroto memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. Jika pendampingan dilakukan secara berkelanjutan, potensi UMKM di desa ini dapat berkembang menjadi pilar penting dalam meningkatkan kemandirian ekonomi serta kesejahteraan masyarakat.

Sosialisasi mengenai Shopee Partner dan pendaftaran NPWP menjadi langkah strategis untuk membantu pelaku UMKM mengakses pasar yang lebih luas. Dengan adanya akses ke platform e-commerce, diharapkan pelaku UMKM di Desa Ngroto dapat meningkatkan penjualan dan mengurangi ketergantungan pada pasar lokal yang terbatas. Selain itu, kepemilikan NPWP akan membuka peluang bagi mereka untuk mendapatkan akses pembiayaan dan dukungan dari pemerintah.

KESIMPULAN

Kegiatan KSM-T di Desa Ngroto menunjukkan bahwa pendekatan langsung kepada masyarakat terbukti efektif dalam mengidentifikasi dan mengatasi masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Melalui observasi dan wawancara, tim berhasil memperoleh pemahaman yang mendalam tentang kondisi UMKM di desa tersebut. Temuan bahwa banyak pelaku usaha belum memanfaatkan platform digital menegaskan pentingnya peningkatan literasi digital sebagai langkah krusial untuk meningkatkan daya saing produk lokal.

Sosialisasi tentang Shopee Partner dan pendaftaran NPWP menjadi langkah strategis yang dapat membantu pelaku UMKM mengakses pasar lebih luas. Dengan keterhubungan ke platform e-commerce, diharapkan pelaku UMKM di Desa Ngroto mampu meningkatkan penjualan dan mengurangi ketergantungan pada pasar lokal yang terbatas. Selain itu, kepemilikan NPWP akan memberikan peluang bagi mereka untuk mendapatkan akses pembiayaan dan dukungan dari pemerintah, yang pada akhirnya dapat memperkuat keberlanjutan ekonomi desa. Kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung, tetapi juga membuka jalan bagi pengembangan UMKM yang lebih berkelanjutan di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak perangkat Desa Ngroto, Kec. Pujon, Kab. Malang terutama Kepala Desa Ngroto Bapak Prayogi, S.H yang telah menerima dan mendukung pelaksanaan kegiatan ini serta Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Malang yang telah memberikan fasilitas dan bantuan selama kegiatan berlangsung.

DAFTAR RUJUKAN

Jasmine, K. (2016). Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu [Sarjana, Universitas Brawijaya]. <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/150912/>

- Malayu, hasibuan 1939-. (2011). MANAJEMEN: Dasar,Pengertian dan Masalah. Bumi aksara.
- Noviana, A. S., Sina, H. K., Damayanti, N. R., & Dirgantara, I. M. B. (2024). Digital Marketing Trends, Challenges and Opportunities for SMEs: A Systematic Literature Review. *Journal of Marketing and Emerging Economics*, 4(5), 183–195.
- Susan, M. (2020). Financial Literacy and Growth of Micro, Small, and Medium Enterprises in West Java, Indonesia. In W. A. Barnett & B. S. Sergi (Eds.), *International Symposia in Economic Theory and Econometrics* (pp. 39–48). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1571-038620200000027004>
- UU No. 20 Tahun 2008. (n.d.). Database Peraturan | JDIH BPK. Retrieved March 20, 2025, from <http://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- Veithzal Rivai, E. J. S. (2013). *Manajemen sumber daya manusia untuk perusahaan: Dari teori ke praktik*. Rajawali.