

## Pengembangan Ekonomi Melalui Pendampingan UMKM dengan Pemanfaatan Potensi Lokal di Desa Mandiri Geneng

Jati<sup>1</sup>, Jeane Talakua<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Semarang  
jati3@students.unnes.ac.id, talakuajeanee@mail.unnes.ac.id

### ABSTRACT

*The development of Micro, Small, and Medium Enterprises in Geneng Village had experienced a derivation. However, it can be seen that currently the development of Micro, Small and Medium Enterprises is starting to improve again. The village government's policy has been quite effective in developing Micro, Small and Medium Enterprises in Geneng Village. Labor absorption has also been quite high, although there are some Micro and Small Medium Enterprises business owners who are just developing. This is also supported by new product innovations, packaging, and marketing methods that can increase selling value. A good product certainly starts with quality raw materials and proper processing during the production process. Not only varied product innovations, but also promotion through digital media. Currently, many Micro, Small and Medium Enterprises in Geneng Village have marketed products using social media as the fastest means of promotion in this modern era. The increase in income or turnover is supported by better financial records, so that the owner or manager of Micro, Small and Medium Enterprises can know the development of the business periodically. The hope of the Geneng Village Government is that Micro, Small and Medium Enterprises in Geneng Village can continue to grow and develop even better in the future and increasingly open up employment opportunities for the surrounding community.*

**Keywords:** *economic development, promotion, Micro, Small and Medium Enterprises, Local Potential, Geneng Village*

### ABSTRAK

Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Geneng sempat mengalami penurunan. Namun dapat dilihat saat ini perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah mulai membaik kembali. Kebijakan pemerintah desa ternyata cukup efektif dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah Desa Geneng. Daya serap tenaga kerja juga sudah cukup tinggi, meski ada beberapa dari pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah yang baru berkembang. Hal ini juga didukung dengan adanya inovasi produk baru, pengemasan, dan cara pemasaran yang dapat meningkatkan nilai jual. Produk yang baik tentu dimulai dengan bahan baku yang berkualitas dan cara pengolahan yang tepat pada saat proses produksi. Bukan hanya inovasi produk yang bervariasi saja, namun juga melakukan promosi melalui media digital. Saat ini Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Geneng sudah banyak yang memasarkan produk menggunakan media sosial sebagai sarana promosi tercepat di era modern saat ini. Meningkatnya pendapatan atau omset didukung adanya pencatatan keuangan yang sudah lebih baik, sehingga pemilik atau pengelola Usaha Mikro Kecil Menengah dapat mengetahui perkembangan usaha secara berkala. Harapan dari Pemerintah Desa Geneng, semoga Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Geneng dapat terus tumbuh dan berkembang lebih baik lagi ke depannya dan semakin membuka peluang kerja bagi masyarakat sekitar.

**Kata kunci:** perkembangan ekonomi, promosi, Usaha Mikro Kecil Menengah, Potensi Lokal, Desa Geneng

## PENDAHULUAN

Menurunnya pertumbuhan ekonomi nasional dan global, salah satu sektor yang sangat terpengaruh saat ini adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yang juga membuat turunnya perekonomian nasional. Daya serap tenaga kerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu faktor utama dalam daya serap tenaga kerja dunia usaha. Sementara itu kontribusi Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM tersebut didominasi oleh pelaku usaha mikro skala kecil dan menengah. Kondisi UMKM lokal sempat mengalami penurunan pada dua tahun terakhir ini yakni di tahun 2021-2022. Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM mengalami masalah dari mulai ketersediaan bahan baku, pendapatannya menurun karena mengalami penurunan permintaan produk, dan bahkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM mengalami penurunan nilai aset. Namun dapat dilihat saat ini banyak Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM yang tadinya terpuruk sudah kembali beroperasi normal. Kebijakan pemerintah selama pandemi terbukti cukup efektif dalam mewujudkan hal tersebut (Limanseto, 2022).

Dalam proses pemulihan ekonomi di desa pasca covid-19, sektor UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam kemajuan perekonomian desa yang dapat ditinjau dari berbagai aspek, yaitu pertama jumlah *home industri* di desa yang sebagian besar adalah produksi jajanan tradisional dan juga minuman jamu tradisional. Kedua, penurunan yang besar dalam penyerapan tenaga kerja. Melihat potensi besar yang dimiliki Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM, maka diperlukan strategi dari pemerintah desa dalam pemberdayaannya. Pemberdayaan masyarakat desa pada dasarnya merupakan pokok pikiran dari teori Pembangunan paling dasar yang berpusat pada Masyarakat desa, yang dalam implementasinya dijabarkan ke dalam pendekatan pemberdayaan masyarakat desa, yaitu adanya pendekatan yang memberikan kesempatan yang lebih luas bagi masyarakat lokal untuk lebih berpartisipasi dalam pembangunan sesuai dengan potensi yang ada. Desa Geneng Kecamatan Jepon memiliki potensi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM yang cukup baik, hal ini disampaikan Kepala Desa Geneng Kecamatan Jepon. Populasi penduduk di desa Geneng berjumlah 2.458 jiwa yang terdiri dari laki-laki sebanyak 1.226 jiwa dan perempuan sebanyak 1.232 jiwa. Sedangkan letak koordinatnya jatuh pada titik lintang -6,96467 dan bujur 111,46800. Desa Geneng terletak di kecamatan Jepon Kabupaten Blora dan berjarak 7 kilometer dari Kabupaten Blora. Bertumbuhnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM pasca covid-19 menandakan bahwa sektor usaha kecil mampu memperkuat ekonomi masyarakat, mampu menyerap tenaga kerja, dan mampu bertahan dalam kondisi pemulihan ekonomi.

Beberapa anggota telah memanfaatkan potensi menjadi produk yang bernilai

tambah seperti membuat jajanan tradisional kue cucur, kue rangin, jamu tradisional, akan tetapi pengemasan, proses pembuatan masih sederhana. Hasil wawancara dengan pembuat bahan diperoleh dari hasil pertanian sendiri, belum ada pengemasan yang baik dan proses produksi yang masih menggunakan cara sederhana. Dengan demikian saya hendak menganalisis pengembangan ekonomi melalui pendampingan UMKM dengan memanfaatkan potensi lokal di Desa Geneng.

## **TINJAUAN LITERATUR**

### **Pembangunan Ekonomi Lokal (PEL)**

Pembangunan ekonomi lokal merupakan penguatan daya saing ekonomi lokal yang digunakan untuk mengembangkan ekonomi daerah, yang dalam prosesnya pemerintah lokal dan organisasi berbasis masyarakat harus terlibat dalam mendorong, merangsang, maupun memelihara aktivitas masyarakat atas penciptaan lapangan kerja, sebagai solusi dalam pemulihan dan pengembangan perekonomian nasional, terutama dalam pendayagunaan potensi ekonomi di masing-masing daerah dengan berbasis pada sumber daya yang dimiliki oleh masyarakat daerah tersebut (Wiranta, 2015). World Bank (2003) mendefinisikan PEL merupakan suatu proses dimana masyarakat, lembaga usaha dan organisasi non-pemerintah bekerja sama untuk menciptakan kondisi yang lebih baik yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan tersedianya lapangan pekerjaan pada tingkat lokal, dan bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup.

PEL berfungsi untuk mengembangkan perekonomian masyarakat dan menyejahterakan masyarakat dengan menggunakan pendekatan PEL menurut Budiharsono (2022) memiliki keuntungan ekonomi antara lain bisa meningkatkan kegiatan ekonomi karena fokus PEL yaitu memanfaatkan sumber daya lokal dan bekerja sama dengan *Stakeholder* lokal, karena pemangku kepentingan mendukung kegiatan dan memastikan pertumbuhan ekonomi tetap berkelanjutan, selain itu PEL berpotensi bisa meningkatkan lapangan perkerjaan dan kualitas para pekerja di wilayah tersebut.

### **Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang UMKM mendefinisikan bahwa UMKM merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh Individu atau Badan Usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagai usaha Mikro. Sedangkan usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan tidak memiliki hubungan dengan usaha menengah atau besar, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sedangkan usaha menengah, merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan tidak memiliki hubungan dengan usaha kecil baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan memenuhi kriteria usaha menengah (Haryani, 2022).

Kategori UMKM menurut UU No. 20 Tahun 2008 yaitu; a) Usaha Mikro yaitu usaha apabila aset usaha maksimal 50 juta, serta omsetnya maksimal 300 juta dalam setahun. b) Usaha kecil, apabila suatu usaha memiliki aset lebih dari 50 juta, namun kurang dari 500 juta. Serta memiliki omset lebih dari 300 juta per tahun, namun kurang dari 2,5 miliar. c) Usaha menengah, apabila usaha sudah memiliki aset lebih dari Rp. 500 juta, namun kurang dari 10 Miliar dan memiliki omset di atas 2,5 miliar per tahun, namun dibawah 50 Miliar. Dalam perkembangannya, Usaha Kecil Menengah (UKM) dibagi menjadi 4 (empat) kelompok yaitu:

1. *Livehood Activities*, yaitu UKM yang digunakan untuk mencari nafkah, kesempatan kerja, yang lebih dikenal dengan sektor informal. Misalnya adalah pedagang kaki lima
2. *Micro Enterprise*, yaitu UKM yang memiliki sifat pengrajin namun belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. *Small Dynamic Enterprise*, yaitu UKM yang bersifat memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan UMKM yang sudah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan bertransformasi menjadi Usaha Besar (UB) (Yulya Ammi H., et al, 2024).

UMKM bergerak dalam 2 (dua) bidang yaitu bidang perindustrian dan bidang barang dan jasa. Menurut Keppres No. 127 Tahun 2001, bidang/jenis usaha terbuka bagi usaha kecil dan menengah di bidang industri dan perdagangan meliputi; 1. Industri makanan dan minuman olahan yang melakukan pengawetan dengan proses pengasinan, penggaraman, pemanisan, pengasapan, pengeringan, perebusan, penggorengan, dan fermentasi dengan cara-cara tradisional; 2. Industri penyempurnaan benang dari serat buatan menjadi benang bermotif/celup, ikat dengan menggunakan alat yang digunakan oleh tangan; 3. Industri Tekstil meliputi penenunan, perajutan, pematikan, dan pembordiran yang memiliki ciri dikerjakan dengan *Attitude Toward Behaviour*/ sikap terhadap perilaku yang berarti kemudahan transaksi pembayaran, kemudahan penyelesaian transaksi UMKM dengan pihak lain atau persepsi bahwa teknologi yang digunakan untuk pengembangan UMKM itu mudah untuk dipahami, atau menggunakan alat yang digerakkan tangan termasuk batik, peci, kopiah, dan lain-lain; 4. Pengolahan hasil hutan dan kebun golongan non pangan; Bahan bangunan atau rumah tangga yang meliputi (bambu, nipah, sirap, arang, sabut); Bahan industri: getah-getahan, kulit kayu, sutra alam, gambir; 5. Industri perkakas tangan yang diproses secara manual atau semi mekanik untuk pertukangan dan pemotongan; 6. Industri perkakas tangan untuk pertanian yang diperlukan untuk persiapan lahan, proses produksi, pemanenan, pasca panen dan pengolahan, kecuali cangkul dan sekop; 7. Industri barang dari tanah liat, baik yang diglasir maupun tidak diglasir untuk keperluan rumah tangga; 8. Industri jasa pemeliharaan dan perbaikan yang meliputi otomotif, kapal dibawah 30 GT, elektronik dan peralatan rumah tangga yang dikerjakan secara manual atau semi otomatis; 9.

Industri kerajinan yang memiliki kekayaan khasanah budaya daerah, nilai seni yang menggunakan bahan baku alamiah maupun imitasi (Suyadi., et al; 2018).

UMKM merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara. Karena peran pentingnya pemerintah terus melakukan upaya pengembangan UMKM. Sehingga UMKM perlu didukung oleh berbagai kalangan dengan meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) seperti yang dikatakan oleh Suyatno (2000) bahwa untuk meningkatkan daya saing UMKM diperlukan kemampuan teknologi dan daya kreatif inovatifnya. Peningkatan kemampuan teknologi memiliki hubungan berbanding lurus dengan kemajuan ekonomi. Secara umum UMKM dalam perekonomian memiliki peran; 1. Sebagai pelaku utama dalam kegiatan ekonomi; 2. Penyedia lapangan terbesar; 3. Pemeran penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat; 4. Pencipta pasar baru dan sumber inovasi. Untuk mengembangkan dan meningkatkan UMKM Bank Indonesia telah mengeluarkan ketentuan yang mewajibkan perbankan untuk mengalokasikan kredit/pembiayaan kepada UMKM, tahun 2016 sebesar 10%, tahun 2017 sebesar 15% dan pada akhir 2018 ditetapkan sebesar 20%. Ketentuan bank tersebut telah menunjukan bahwa pemerintah dan Bank Indonesia sangat mendukung perkembangan UMKM. Dengan adanya penguatan permodalan UMKM diharapkan UMKM bisa menjadi pilar untuk membangun ekonomi bangsa. Selain perbankan banyak perusahaan BUMN dan swasta yang ikut serta dalam meningkatkan dan mengembangkan UMKM antara lain PT. Telkom Indonesia dan PT. Pegadaian yang memberikan bantuan penguatan UMKM melalui permodalan dan akses pasar (Sudati Nur S, 2019).

### **Analisis SWOT**

Analisis *Strengths* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman) menurut Setiadi dan Sutanto (2021), merupakan sebuah proses dimana tim manajemen mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang berpotensi dalam memengaruhi kinerja perusahaan di masa mendatang. Analisis internal digunakan untuk mengidentifikasi sumber daya, kapabilitas, kompetensi inti dan keunggulan kompetitif yang melekat dalam suatu organisasi. Sedangkan analisis eksternal digunakan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman pasar dengan melihat *competitor environment*, *industry environment* dan generasi *environment* (Candra Gudianto, Eko Sedyono, 2022). Menurut Nazarudin (2020), analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian tujuan, baik dalam jangka panjang maupun jangka panjang. Yang digunakan dalam menganalisis SWOT adalah sebagai berikut;

1. Kekuatan (*Strengths*): faktor internal yang merupakan keunggulan dari organisasi atau perusahaan
2. Kelemahan (*Weakness*): Kondisi internal yang melemahkan organisasi atau perusahaan, baik dalam sarana maupun prasarana, kualitas sumber daya

manusia, kepercayaan konsumen, maupun kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar

3. Peluang (*Opportunities*): Kondisi Eksternal yang menguntungkan bagi perusahaan
4. Ancaman (*Threats*): Merupakan kondisi yang mengancam kelancaran tujuan organisasi atau perusahaan (Zianah Safitri et al., 2024)

Menurut Wulandari (2020) analisis SWOT merupakan cara untuk membuat strategi dengan mempertimbangkan dan menilai empat elemen utama, yaitu;

1. *Strengths* (Kekuatan) merupakan kondisi yang kuat atau dominan dalam suatu perusahaan. Strategi ini merupakan keunggulan dalam perusahaan itu sendiri karena bisa menciptakan nilai tambah atau keunggulan komparatif dari perusahaan. Nilai tambah ini bisa dilihat apabila suatu perusahaan lebih unggul dibandingkan perusahaan lainnya dan dapat memuaskan *Stakeholders*. Menurut Fairuza (2017) *Stakeholders* adalah individu dan/atau kelompok yang memiliki keterkaitan dan dapat dipengaruhi serta mempengaruhi kebijakan dan tujuan organisasi. Yang dapat disimpulkan pada hakikatnya *stakeholder* merupakan suatu kumpulan individu atau organisasi yang memiliki kepentingan terhadap suatu permasalahan ataupun kebijakan. Hal inilah yang menjadi kekuatan dasar untuk perusahaan dalam menciptakan kualitas.
2. *Weakness* (Kelemahan) merupakan kondisi dimana merupakan kelemahan atau kekurangan yang ada perusahaan.
3. *Opportunities* (peluang) merupakan kondisi lingkungan yang berada di luar perusahaan yang bersifat menguntungkan pada perusahaan dan dapat memajukan suatu peluang.
  - a. *Low*, peluang dikatakan *low* apabila memiliki daya tarik serta manfaat yang kecil untuk masyarakat dan peluang pencapaiannya juga kecil.
  - b. *Moderate*, apabila daya tarik serta manfaat untuk masyarakat besar tapi peluang pencapaiannya kecil
  - c. *Best*, jika daya tarik serta manfaat untuk masyarakat tinggi dan peluang pencapaiannya tinggi
4. *Threats* (Ancaman) merupakan kondisi eksternal yang mengganggu kelancaran suatu perusahaan. Biasanya bersifat merugikan perusahaan. Jika tidak ditanggulangi maka akan berdampak panjang dan bisa menghambat tercapainya visi dan misi perusahaan (Annisa Karennia A, et al., 2024).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan cara studi kasus. Lokasi penelitian ini terletak pada Desa Geneng Kecamatan Jepon Kabupaten Blora dikarenakan desa Geneng memanfaatkan potensi lokal dalam mengembangkan ekonomi masyarakat desa. Berdasarkan (Theresia,2014) sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi dan mengkaji potensi wilayah, permasalahan serta peluang peluangnya
- b. Menyusun rencana kegiatan kelompok berdasarkan hasil kajian
- c. Menerapkan rencana kelompok
- d. Memantau proses dan hasil kegiatan secara terus-menerus secara PME (*Participatory Monitoring Evaluation*)

Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisa data menggunakan beberapa tahapan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Awal mulanya berdirinya Desa Geneng berasal dari *merger* (penggabungan) dari tiga desa yakni Desa Gondangredjo, Desa Tanjung dan Desa Kemloko pada masa pemerintahan India Belanda. Dari penggabungan desa itulah kemudian di namai Desa Geneng. Sebutan nama Geneng itu sendiri di ambil dari kondisi geografis dimana tanahnya mayoritas tinggi, *Geneng* menurut istilah Bahasa Jawa maka nama itu memberikan inspirasi kepada pendiri Desa Geneng yang pada akhirnya menamai desanya dengan nama “*Desa Geneng*”. Penggabungan tiga desa itu terjadi pada tahun 1911.

Desa Geneng terbagi menjadi 4 (empat) Dusun yaitu :

- a. Dusun Geneng  
Dusun Geneng pada mulanya bernama Gondangredjo dan setelah ada penggabungan pada masa pemerintahan India Belanda kemudian dinamai Dusun Geneng.
- b. Dusun Tanjung  
Dusun Tanjung awal mulanya diambil dari nama pohon Tanjung yang tumbuh dan berdiri kokoh di tengah kampung, kemudian masyarakatnya menamai dukuhnya dengan nama “*Tanjung*”. Dan pohon tersebut sampai sekarang masih lestari dan menaburkan bunga yang sangat harum sepanjang tahun. Hal ini juga mencerminkan masyarakat Tanjung yang supel, ramah dan mudah bergaul.
- c. Dusun Kemloko  
Dusun Kemloko sejarahnya tidak beda jauh dengan sejarahnya dukuh Tanjung, dimana-mana juga diambil dari nama pohon yang berdiri kokoh di kampung itu yaitu pohon “*Kemloko*” . Kemudian nama pohon itu di jadikan *tenger*. (*read*: Bahasa Jawa berarti tanda atau sebutan nama) untuk kampung tersebut menjadi “*Dusun Kemloko*”.
- d. Dusun Kampung Baru  
Awal mulanya merupakan pindahan asal dari masyarakat penghuni Komplek PASAR PONAN Blora, yang terjadi pada tahun 2000 pada masa pemerintahan Bapak Nyamiran, S.Sos. Kemudian mereka direlokasi ke

wilayah Desa Geneng yang menempati suatu tempat di utara Dukuh Kemloko yang berbatasan dengan Desa Nglaroh Gunung, jumlah mereka mencapai 55 KK sehingga sudah pantas menjadi sebuah Dukuh baru. Karena belum memiliki nama maka “Sumardi” sebagai sesepuh masyarakat tersebut memberi nama Dukuh “*Kampung Baru*”.

Alasan pelaksanaan kegiatan desa Geneng Kecamatan Jepon karena Desa Geneng merupakan desa di mana terdapat banyak Usaha Mikro Kecil Menengah yang masih membutuhkan perhatian serta bimbingan agar dapat berkembang dengan baik. Akan banyak perubahan yang terjadi di Desa Geneng apabila Usaha Mikro Kecil Menengah dapat dikembangkan dengan maksimal, terutama Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang dibidang kuliner yaitu berupa jajanan tradisional serta jamu tradisional dari bahan-bahan tanaman herbal yang berasal dari hasil pertanian serta perkebunan masyarakat setempat.

Salah satunya adalah akan muncul pusat perekonomian baru di Desa Geneng seperti Home Industri, pusat oleh-oleh khas daerah, serta mungkin saja bisa berkembang menjadi pusat perekonomian daerah dan berbagai usaha jenis lainnya. Jika masyarakat tidak di bekali dengan keterampilan dan pendampingan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) maka mereka akan jadi penonton dan kurang bisa berkembang dengan maksimal. Hal ini akan menghambat perkembangan masyarakat agar Desa Geneng menjadi Desa Mandiri.

Penerima manfaat dari kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah Desa ini antara lain: Pertama, Masyarakat dalam hal ini khususnya pemilik dan pengelola dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): a. Memperoleh bantuan pemikiran, tenaga, ilmu pengetahuan, teknologi dan seni dalam merencanakan dan mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), b. Mendapat pengetahuan tentang bagaimana mengembangkan produk yang ada agar terus berkembang, c. Mendapat suatu wadah atau forum yang dapat membantu dalam menampung masalah-masalah yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. Kedua, Pemerintah Desa Geneng yaitu : a. Mendapatkan hasil kegiatan berupa perkembangan ekonomi Masyarakat desa untuk menuju desa maju, b. Kemampuan memilah dan merumuskan keadaan atau kondisi masyarakat desa yang berguna bagi pengembangan ekonomi Masyarakat desa, khususnya dalam melahirkan *entrepreneur-entrepreneur* baru yang berpengalaman dan berilmu.

Pelaksanaan kegiatan pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) melalui inovasi produk baru maupun yang sudah ada, kemasan dan promosi media digital, sebagai berikut: Persiapan, pada tahap ini mempersiapkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang akan di dampingi dalam proses inovasi dan promosi melalui media digital (*digital marketing*) maupun secara manual. Pada tahap ini, pemilik dan pengelola Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) diberikan sosialisasi mengenai inovasi usaha, pelatihan, penyuluhan, pengemasan dan promosi produk. Kemudian tahap pelaksanaan kegiatan meliputi penyuluhan, pelatihan dan pendampingan.

Penyuluhan dengan memberikan edukasi dalam hal inovasi yang merupakan pengembangan kreativitas usaha dan edukasi pemanfaatan media *marketing* yang saat ini. Pendampingan inovasi produk dan kemasan yang menarik, serta promosi akan berdampak jangka panjang pada perkembangan ekonomi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) baik dari sisi produksi dan semakin luasnya target pasar Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Tahap yang terakhir adalah evaluasi dan *monitoring* kegiatan. Yang sudah dilaksanakan oleh anggota, serta para pemilik dan pengelola Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

**Tabel 1. Capaian Kegiatan oleh Pemerintah Desa Geneng**

Permasalahan	Rencana Kegiatan	Target Capaian	Capaian
Mitra Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Geneng			
Inovasi :			
Belum adanya inovasi pengembangan produk yang sudah ada maupun yang belum ada.	Pengembangan inovasi produk yang sudah ada dan menciptakan produk variasi baru.	Meningkatkan inovasi usaha produk yang sudah ada dan produk baru.	Terciptanya produk yang lebih baik dan produk dengan jenis baru.
Belum adanya inovasi pengembangan pengemasan produk	Pengembangan inovasi tentang tata cara pengemasan yang lebih menarik konsumen dan ketahanan kualitas produk	Meningkatkan pengemasan yang lebih menarik konsumen dan ketahanan kualitas produk	Adanya pengemasan produk yang menarik untuk konsumen dan dapat menambah ketahanan kualitas produk.
Belum adanya media promosi berbasis teknologi	Memanfaatkan media sosial yang ada pada saat ini dan sistem <i>marketing</i> yang lebih modern untuk pemasaran produk	Meningkatkan dan memperluas target <i>marketing</i>	Berkembangnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Geneng dan memiliki jangkauan <i>marketing</i> produk yang lebih luas
Belum adanya kesadaran untuk	Mendampingi para pemilik dan	Dapat mendaftarkan	Membuat jaringan untuk membantu

---

mendaftarkan merek produk UMKM	pengelola UMKM untuk mendaftarkan merek produk	merek produk UMKM	dalam proses pendaftaran dengan dinas tertentu
--------------------------------------	---	----------------------	---

---

Hambatan dalam melaksanakan program ini adalah masih kurangnya pengetahuan masyarakat desa atau pemilik dan pengelola Mitra Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Geneng mengenai tata cara pengemasan produk, teknologi pengemasan, juga inovasi-inovasi agar produk tersebut dapat berkembang. Selain itu masih perlu pemahaman dasar mengenai teknologi dan promosi melalui media sosial yang ada pada jaman sekarang yang dapat dimaksimalkan dalam penggunaannya. Kondisi sekarang yang masih terus berlanjut menimbulkan kekhawatiran pelaku usaha akan berdampak terhadap keberlanjutan usaha. Perlu adanya usaha, kreativitas, dan strategi bisnis untuk meyakinkan pelaku usaha dan pengelola usaha dalam menghadapi ketidakpastian. Solusi yang ditawarkan untuk mengatasi hambatan tersebut adalah: a. Memberikan edukasi mengenai inovasi-inovasi produk yang baru maupun yang sudah ada; b. Membuat kemasan yang lebih baik dan menarik konsumen, agar produk tidak mudah rusak; c. Mengadakan pelatihan, penyuluhan serta pendampingan dalam melakukan promosi melalui media digital. Pendampingan inovasi pengembangan produk dan kemasan dimaksudkan untuk meningkatkan nilai jual produk sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat serta memicu perkembangan ekonomi di Desa Geneng untuk menjadi desa mandiri. Sedangkan untuk pendampingan promosi, agar Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Geneng lebih dikenal masyarakat luas sehingga dapat mengenalkan produk unggulan desa ke berbagai daerah di luar lingkup desa itu sendiri.

Solusi yang ditawarkan untuk mengatasi hambatan-hambatan yang ada antara lain: a. Memberikan edukasi inovasi produk; b. Memberikan pelatihan dan penyuluhan terhadap pelaku usaha bagaimana cara mengembangkan produk yang sudah ada sehingga tercipta produk dengan inovasi baru; c. Memberikan pelatihan dan penyuluhan terhadap pelaku usaha untuk membuat kemasan produk menjadi lebih menarik serta yang dapat mempertahankan kualitas produk tetap maksimal; d. Mengenalkan dan mengajarkan kepada pelaku usaha maupun pengelola usaha bagaimana melakukan pemasaran produk dengan menggunakan media digital; e. Mengadakan pendampingan saat melaksanakan inovasi produk dan kemasan, agar hasil produksi dan kemasan lebih baik, produk tidak mudah rusak; f. Mengadakan pendampingan promosi dengan media digital, membuat media promosi yang lebih menarik.

Manfaat yang diperoleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Geneng: a. Inovasi untuk pengembangan produk dan teknologi dalam pengemasan produk. Pemilik dan pengelola Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa

Geneng lebih mengenal inovasi usaha khususnya produk dan kemasan. b. Promosi digital. Peningkatan penggunaan media digital sebagai bagian dari promosi usaha, agar lebih dikenal masyarakat di era Milenial.

Metode yang digunakan dalam kegiatan Pengembangan Ekonomi Melalui Pendampingan UMKM dengan Pemanfaatan Potensi Lokal Untuk Mewujudkan Desa Mandiri yang dilaksanakan di Desa Geneng adalah:

Pertama Pendekatan Preskriptif (Pendekatan tujuan), Pendekatan preskriptif dilakukan melalui sosialisasi terhadap Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta peraturan-peraturan lain yang terkait dengan hak kekayaan intelektual terhadap Pelaku industri rumahan khususnya di wilayah Desa Geneng Kecamatan Jepon Kabupaten Blora. Hal ini dilakukan dengan tujuan supaya para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Geneng mendapat pemahaman yang komprehensif terhadap substansi dan makna Undang-Undang Merek, terutama yang berhubungan dengan tujuan hak atas merek, manfaat hak atas merek, pendaftaran merek serta sanksi hukum bagi pelaku usaha yang melakukan pelanggaran merek.

Kedua Pendekatan Pragmatis Untuk Pendaftaran Hak Atas Merek. Pendekatan ini dilaksanakan melalui fasilitasi pendaftaran merek bekerja sama dengan Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kabupaten Blora. Para Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Geneng kreatif difasilitasi pendaftaran merek secara *online* melalui sistem Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Selain itu, para Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Geneng juga diberikan edukasi mengenai mekanisme pembuatan merek yang *marketable* dan tidak melanggar Undang-Undang ataupun ketertiban umum.

Ketiga Pendekatan Persuasif Melalui Pendirian Klinik HKI. Pendekatan persuasif dilakukan melalui pendirian klinik HKI, yaitu dengan menggunakan metode ceramah dan tanya jawab. Ceramah digunakan untuk sosialisasi, penyuluhan atau menyampaikan materi substansi undang-undang merek serta peraturan-peraturan lain yang berkaitan dengan merek. Klinik HKI merupakan media yang digunakan secara intens dalam pendampingan dan konsultasi mengenai merek dan pendaftaran merek yang bersifat persuasif.

Keempat Pendekatan Evaluatif Pelaksanaan Program Pemberdayaan. Setelah ketiga metode dilakukan, maka yang terakhir adalah mengevaluasi seluruh metode dan kegiatan pemberdayaan. Kegiatan evaluatif dilakukan dengan maksud untuk mengetahui efektivitas program pemberdayaan hak atas merek. Selain itu, secara intern juga bermanfaat untuk mendapatkan hasil yang maksimal bagi pemerintah Desa Geneng agar menjadi Desa Mandiri.

Dalam proses perkembangan ekonomi, daya saing adalah merupakan kunci terpenting untuk bertahan hidup dan bersaing. Perekonomian pedesaan sampai saat ini masih terdapat kendala yang serius karena adanya ketidakmampuan sumber daya

dalam mengoptimalkan potensi lokal desa. Permasalahan yang sering kali terjadi, misalnya kemiskinan, keterpurukan, keteringgalan dan adanya diskriminasi yang terkait dengan pertumbuhan dan perkembangan masyarakat pedesaan. Pertumbuhan masyarakat pedesaan erat kaitannya dengan peningkatan ekonomi di pedesaan. Peran serta masyarakat setempat, seperti halnya dalam meningkatkan usaha mikro UMKM, maupun *home industry* akan sangat membantu untuk peningkatan pendapatan asli desa. Hal ini bisa menjadi faktor penting dalam perkembangan ekonomi untuk menjadikan suatu desa menjadi desa mandiri.

Dengan mengembangkan UMKM di Desa Geneng bisa menjadi salah satu upaya peningkatan ketahanan pangan yang saat ini sangat digalakkan dalam program pemerintahan pusat. Dengan adanya peningkatan kemampuan manajemen serta pengembangan jaringan desa terkhususnya dalam teknik pengembangan UMKM sangat berpengaruh terhadap penguatan dan optimalisasi para pelaku usaha UMKM di Desa Geneng dapat menampung seluruh komponen potensi desa yang kemudian dikelola dan dikembangkan menjadi produk unggulan desa berbasis potensi lokal dalam pembangunan ekonomi masyarakat desa. Sekaligus mampu mendorong ekonomi masyarakat untuk mewujudkan akselerasi ekonomi, yang dapat dilakukan dengan memperluas ruang gerak dengan penguatan kelompok masyarakat dalam pengembangan usaha berdasarkan potensinya sebagai alternatif keberlanjutan program desa Geneng untuk menjadi desa mandiri.

Keberhasilan pendaftaran hak merek bagi para pelaku dan pengelola UMKM yang sebagian besar industri rumahan yang optimal dan efisien dapat memberikan dampak yang positif bagi perkembangan perekonomian desa dan akhirnya kesejahteraan masyarakat akan meningkat. Kesejahteraan merupakan tujuan utama berbagai aspek ekonomi. Ketika keberhasilan ekonomi di tingkat desa sudah mengalami peningkatan maka juga akan sejalan dengan peningkatan perekonomian secara daerah dan nasional, sehingga nantinya diharapkan usaha - usaha masyarakat terutama dalam forum UMKM Desa Geneng sudah tumbuh dan mampu mengoptimalkan potensi desa, khususnya di wilayah Desa Geneng Kecamatan Jepon Kabupaten Blora dapat menjadi desa yang mandiri.

Adapun berkaitan dengan tantangan di Desa Geneng saat ini adalah masih kurangnya kesadaran masyarakat setempat untuk mendaftarkan Hak merek produk usahanya. Pemerintah desa mencoba untuk menjalin kerja sama dengan pihak Kementerian Hukum dan HAM RI (Ditjen HKI) dan pemerintah kabupaten untuk menyukseskan pendaftaran hak merek bagi produk usaha UMKM dan *home industry* bagi masyarakat setempat, sehingga penguatan produk unggulan desa menjadi target utama pemerintah desa dengan memanfaatkan digitalisasi informasi yang dimiliki oleh masyarakat di wilayah Desa Geneng Kecamatan Jepon Kabupaten Blora.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan pengembangan ekonomi melalui pendampingan UMKM dengan pemanfaatan potensi lokal untuk mewujudkan desa mandiri ini memberikan dampak yang signifikan berkaitan dengan peningkatan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat Desa Geneng terkhususnya UMKM di Desa Geneng. Dalam proses pendampingan UMKM di Desa Geneng Kecamatan Jepon Kabupaten Blora terdapat beberapa persoalan yaitu persoalan masih rendahnya pengetahuan dan pemahaman para pemilik dan pengelola UMKM khususnya berkaitan dengan hak atas merek termasuk didalamnya perlindungan hak merek yang belum didaftarkan serta belum adanya peran serta dan koordinasi dan kolaborasi pihak terkait seperti pihak pelaku usaha, asosiasi pelaku usaha, pemerintah desa dan dinas terkait dalam rangka fasilitasi dan pemberdayaan potensi desa. Maka pemilik dan pengelola UMKM di sektor pangan perlu diberikan pemahaman, pengetahuan dan perlu ditingkatkan kesadarannya akan pentingnya hak atas merek bagi keberlangsungan usaha dan perlu diberikan program pemberdayaan yang terpadu, komprehensif dan berkelanjutan.

Capaian Kegiatan pengembangan ekonomi melalui pendampingan UMKM dengan pemanfaatan potensi lokal untuk mewujudkan desa mandiri yaitu 1. teridentifikasi dan terbentuknya kelompok atau forum UMKM bersama berdasarkan pengklasteran UMKM di Desa Geneng; 2. Menimbulkan semangat wirausaha bagi masyarakat Desa Geneng untuk terus mengembangkan UMKM Desa; 3. Bertambahnya jumlah UMKM di Desa Geneng, 4. Meningkatnya Keterampilan dan keahlian dalam berwirausaha di semua bidang khususnya pemilik dan pengelola UMKM.

Kegiatan pengembangan ekonomi melalui pendampingan UMKM dengan pemanfaatan potensi lokal untuk mewujudkan desa mandiri dapat meningkatkan produktivitas pemilik dan pengelola UMKM di Desa Geneng dalam hal inovasi dan promosi produk mereka. Inovasi pengemasan yang baik diharapkan akan mampu meningkatkan kualitas dan produk tidak mudah rusak. Peningkatan kegiatan promosi melalui media digital diharapkan mampu memperluas target pasar dan meningkatkan penjualan, sehingga tercapai penguatan ekonomi melalui pemberdayaan UMKM.

Dampak ekonomi dan sosial dengan melakukan inovasi produk dan kemasan, pelaku usaha dapat memahami dan mengembangkan cara meningkatkan kualitas produk. Tata sosial masyarakat di jaman sekarang ini yang mayoritas berbelanja secara *online*, sehingga dibutuhkan promosi melalui media digital. Dengan demikian ekonomi masyarakat dapat semakin kuat dan meningkat.

Saran untuk Pemerintah Desa Geneng, Kecamatan Jepon, Kabupaten Blora adalah memberikan pengetahuan mengenai inovasi-inovasi pembuatan produk dan pengemasan produk UMKM. Selain itu, pemerintah Desa Geneng Kecamatan Jepon Kabupaten Blora juga wajib memberikan pelatihan, penyuluhan serta pendampingan

untuk promosi produk UMKM melalui media digital, sehingga produk UMKM bisa dikenal di berbagai daerah di luar lingkup desa.

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal Ilmiah

- Ajie, K. Annisa. (2024). Analisis SWOT pada Manajemen Stratejik dalam Platform Belanja Online, Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset. 2(4).
- Candra Gudiato, E., & Eko Sedyono, I. S. (2022). "Analisis Sistem E-Commerce pada Shopee untuk meningkatkan daya saing." 2(1), 6–10.
- Fairuza, M. (2017). Kolaborasi antar Stakeholder dalam Pembangunan Inklusif pada Sektor Pariwisata. Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik, 5(3), 1-13.
- Fajar Sidik (2015). Menggali Potensi Lokal Mewujudkan Kemandirian Desa. Jurnal Kebijakan & Administrasi Publik (JKAP) Vol 19, No 2 - November 2015 — <http://journal.ugm.ac.id/jkap>
- Feriady, M. (2019) „Business Strategic analysis lembaga keuangan mikro berbasis BUMDES (LKM-BUMDES) Dalam Penguatan Ekonomi Desa“, Equilibria Pendidikan: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi. doi: 10.26877/ep. v3i2.3258.
- Hapsari, A. Yulya., et al (2024). Analisa Peran UMKM terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Ekonomi Kreatif*. 2(4) 54-55.
- Haryani, D. (2022). Implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Terhadap pengembangan Usaha Anyaman Rumbai Di Desa Sidang Mas Banyuasin III Kabupaten Banyuasin. Jurnal Ilmiah Administrasi Dan Sosial, 17(2), 76-88.
- Kinasih, I., Widiyahseno, B. and Wahjuni DJ, E. (2020), Badan usaha milik desa (BUMDes) dalam memperkuat perekonomian masyarakat", Jurnal Administrasi Pemerintahan Desa. doi: 10.32669/villages.v1i1.11.
- Sarfiah, N. Sudati., et al (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. 4(2) 143-144
- Sri Rejeki. Kiki et al., (2020). Pemetaan Potensi Desa untuk Penguatan Badan Usaha Milik Desa dengan Pendekatan Asset Based Community-Driven Development. Jurnal Warta LPM. 23(1), 24.
- Suwandi, E. (2021). Mengembangkan Kemandirian Ekonomi Keluarga Pelatihan Menyusun Laporan Keuangan bagi Pelaku UMKM pada Komunitas Pengusaha Muda Yogyakarta. *Journal of Community Service and Empowerment*. Vol 2 No 1 (2021)

Suyadi, et al (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi Kiat*. 29(1). 4

Wiranta, D. N. (2015). Penguatan Peran Pemerintah Daerah dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal: Peluang dan Tantangan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015. *Lingkar Widyaiswara*.

Zianah Safitri et al., (2024). Analisis SWOT terhadap Pengembangan Strategi Bisnis pada Warung Makan Asyik Desa Balunijuk. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*. 2(3)

### **Buku**

Aprilia. Theresia et al., (2014). Pembangunan berbasis Masyarakat: acuan bagi praktisi, akademisi dan pemerhati pengembangan masyarakat. 324

Limanseto, H. (2022). Perkembangan Umkm Sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.108

M. Iman Santoso, Meutia, Rani Agustina, Suwaib Amiruddin, M. Arifinal, dan Deswita  
BOOK CHAPTER II: Kegiatan Pengabdian Masyarakat Desa Binaan Pendampingan, Penyuluhan, Edukasi, Pelatihan, dan Pemberdayaan Masyarakat

Soetomo. (2011). Pemberdayaan Masyarakat Mungkinkah Muncul Antitesisnya, Pustaka Pelajar, Yogyakarta

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Alfabeta. Bandung.

### **Seminar Prosiding**

Henny Marlyna. (2017). Apakah Undang-Undang Merek “Benar-Benar” Melindungi Konsumen?. International Conference “Symphonizing Intellectual Property and Potential Resources for Public Welfare” , Nusa Tenggara Barat Agustus 2017.

### **Media Online**

World Bank. (2003). Local Economic Development; LED Quick Reference. Washington, DC: Urban Development Unit, The World Bank.