



Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada Program Bantuan Kewirausahaan Rumah Zakat

Intan Cahya Rafani, Muhtadi

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

E-mail: intancahyarafani@gmail.com muhtadi@uinjkt.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the MSME empowerment strategy implemented by Rumah Zakat through its entrepreneurship assistance program. The method used in this study is a qualitative approach with descriptive analysis. Primary data was obtained through interviews and direct observation, while secondary data was collected from relevant literature. The results show that the entrepreneurship assistance program organized by Rumah Zakat has a significant positive impact. These impacts include improved financial capabilities, marketing development, and increased business legality. However, there are still challenges, such as limited capital and a lack of understanding of financial management.

Keywords: *MSMEs, Empowerment, Entrepreneurship, Rumah Zakat, Economic Welfare.*

Abstrak

UMKM di Indonesia menghadapi banyak tantangan yang kompleks dan beragam yang membatasi potensi mereka untuk berkontribusi terhadap perekonomian nasional antara lain kurang pendanaan dan akses terhadap modal, teknologi informasi dan media digital serta terbatasnya inovasi. Meski teknologi ini menawarkan Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemberdayaan UMKM yang dilaksanakan Rumah Zakat melalui program bantuan kewirausahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung, sedangkan data sekunder dikumpulkan dari literatur yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program bantuan kewirausahaan yang diselenggarakan oleh Rumah Zakat memberikan dampak positif yang signifikan. Dampak tersebut meliputi peningkatan kemampuan finansial, pengembangan pemasaran, dan peningkatan legalitas usaha. Meskipun demikian, masih terdapat tantangan, seperti keterbatasan modal dan kurangnya pemahaman mengenai manajemen keuangan.

Kata Kunci: *UMKM, Pemberdayaan, Kewirausahaan, Rumah Zakat, Kesejahteraan Ekonomi*

A. Pendahuluan

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan menyebabkan UMKM perlu menghadapi tantangan dunia, seperti memperbaiki inovasi pada produk dan layanan, pengembangan sumber daya manusia serta teknologi, dan memperluas area pemasaran. Langkah ini diperlukan untuk meningkatkan nilai jual UMKM, khususnya agar dapat bersaing dengan produk-produk luar negeri yang semakin merambah industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang paling banyak menyerap tenaga kerja di Indonesia.¹

Belum stabilnya dasar-dasar ekonomi Indonesia sekarang, membuat pemerintah fokus untuk mendukung Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sektor ini dapat menciptakan banyak lapangan kerja dan memberi kesempatan bagi UMKM untuk tumbuh dan bersaing dengan perusahaan yang lebih fokus pada penggunaan modal besar. Keberadaan UMKM memang sudah tidak perlu diragukan lagi karena telah terbukti mampu bertahan dan menjadi penggerak ekonomi, terutama setelah krisis ekonomi. Di sisi lain, UMKM mengalami masalah seperti modal kerja yang terbatas, Sumber Daya Manusia yang rendah, dan kurangnya pengetahuan serta teknologi.²

Namun, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menghadapi beberapa masalah, seperti sulitnya mendapatkan pinjaman, rendahnya tingkat pendidikan dan keterampilan, kesulitan dalam mendapatkan izin usaha, minimnya akses kepada modal, serta kurangnya dukungan infrastruktur. ³ Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting dalam perkembangan ekonomi di banyak negara. Mereka merupakan sumber utama keterampilan wirausaha, inovasi, dan lapangan kerja, serta memberikan kontribusi besar terhadap bisnis global.⁴

¹ Alief Rakhman Setyanto, Bhimo Rizky Samodra, and Yogi Pasca Pratama, "Kajian Strategi Pemberdayaan UMKM Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Kawasan ASEAN (Studi Kasus Kampung Batik Laweyan)," *ETIKONOMI* 14, no. 2 (October 14, 2015), <https://doi.org/10.15408/etk.v14i2.2271>.

² Anifatu Sudaryanto dan Hanim, "Evaluasi Kesiapan UKM Menyongsong Pasar Bebas Asean (AFTA): Analisis Perspektif Dan Tinjauan Teoritis," *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen* 1, no. 2 (2002).

³ A. Suwarsi, AA, Sharfina, AG, & Anggraeni, "Potret Literasi Keuangan Islam UMKM Dan Dampaknya Terhadap Pengembangan Usaha. Afkaruna," *Jurnal Studi Islam Interdisipliner Indonesia* 18, no. 1 (2022): 207–33.

⁴ Muhammad Afdhal Chatra Perdana et al., "Analisis Pengaruh Pembiayaan, Skala Usaha, Dan Ketersediaan Sumber Daya Manusia Terhadap Profitabilitas UMKM," *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan* 1, no. 03 (June 27, 2023): 135–48, <https://doi.org/10.58812/sek.v1i03.120>.



Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) memiliki posisi penting dalam kemajuan ekonomi negara, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan distribusi hasil pembangunan. Dalam situasi krisis ekonomi dan krisis global yang berlangsung sejak beberapa waktu lalu, saat banyak perusahaan besar mengalami keterhentian atau stagnasi, sektor UMKM terbukti lebih kuat dalam menghadapi tantangan ini. UMKM terlihat sebagai salah satu sektor usaha utama yang mampu menyerap banyak tenaga kerja. Namun, dukungan finansial (modal kerja dan investasi serta sumber pendanaan lain yang diperlukan) untuk pengembangan UMKM masih sangat kurang memadai.⁵

UMKM di Indonesia, sesuai dengan pengertian dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, adalah sekumpulan usaha yang dikelola oleh individu atau badan usaha kecil yang memiliki peranan krusial dalam ekonomi negara. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM terbagi menjadi tiga kelompok: usaha mikro yang mencakup bisnis yang sangat kecil seperti warung atau pedagang kaki lima, usaha kecil yang yaitu usaha mandiri yang lebih besar seperti toko kelontong atau bengkel, dan usaha menengah yang meliputi usaha yang lebih besar tetapi tetap independen seperti pabrik kecil atau restoran. UMKM ini sangat vital karena mampu menciptakan pekerjaan, memenuhi kebutuhan masyarakat, dan berperan dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional. Pemerintah memberikan dukungan untuk pertumbuhan dan perkembangan UMKM, terutama yang berbasis potensi lokal dan berorientasi pada pasar, karena mereka berperan penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Undang Undang UMKM 2008 dibuat untuk memberikan perlindungan hukum yang kuat bagi UMKM sehingga mereka dapat bertahan dan bersaing dalam pasar global.⁶

Peran UMKM dalam ekonomi Indonesia sangat signifikan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam ekonomi suatu negara. UMKM sering dianggap sebagai fondasi ekonomi karena mereka menghasilkan banyak lapangan kerja dan kesempatan berusaha. Di banyak negara, mayoritas orang berprofesi di sektor UMKM, yang membantu menjaga stabilitas ekonomi dan memastikan bahwa manfaat ekonomi dirasakan oleh lebih banyak orang.

⁵ FIKA FITRIASARI, "Strategi-Pengembangan-Pembiayaan-Usaha-Mikro-Kecil-Dan-Menengah-UMKM-Di-Indonesia," *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2017.

⁶ F Hidayat, "KEWIRAUSAHAAN UMKM BAB," *Fundamental Kewirausahaan UMKM* 16 (2024).

Singkatnya, UMKM memiliki kontribusi besar dalam mendukung perkembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

UMKM di Indonesia menghadapi banyak tantangan yang kompleks dan beragam yang membatasi potensi mereka untuk berkontribusi terhadap perekonomian nasional. Salah satu tantangan terbesar seringkali adalah pendanaan dan akses terhadap modal. Teknologi dan inovasi juga menjadi tantangan besar bagi UMKM, khususnya di era digital. Meski teknologi ini menawarkan peluang yang sangat besar untuk meningkatkan efisiensi dan memperluas pasar, namun banyak UMKM di Indonesia yang belum memanfaatkan teknologi tersebut secara optimal. Terbatasnya akses UMKM terhadap infrastruktur teknologi, kurangnya keterampilan digital, dan rendahnya literasi digital menjadi hambatan utama dalam adopsi teknologi. Oleh karena itu, banyak usaha kecil yang berjuang untuk bertahan di pasar yang semakin kompetitif. Persaingan dengan perusahaan besar juga merupakan tantangan yang sama pentingnya. Di banyak bidang, UMKM harus bersaing dengan perusahaan besar yang memiliki sumber daya lebih besar, jaringan lebih luas, dan kemampuan beroperasi dalam skala ekonomi lebih besar. Hal ini seringkali merugikan UMKM, terutama dari segi harga, kualitas layanan, dan kecepatan. Selain itu, Perusahaan besar memiliki akses pasar dan saluran distribusi yang lebih mudah sehingga menyulitkan UMKM untuk mempertahankan pangsa pasar.

UMKM di Indonesia memiliki peluang besar untuk tumbuh, terutama di beberapa sektor yang menunjukkan potensi luar biasa. Sektor-sektor seperti agribisnis, kerajinan, kuliner, dan fashion adalah contoh utama yang terus berkembang dan memiliki daya saing tinggi. Agribisnis, terutama, memiliki peranan yang signifikan karena Indonesia adalah negara agraris dengan sumber daya alam yang melimpah. Namun, untuk benar-benar memanfaatkan peluang ini, UMKM harus terus berinovasi, meningkatkan kapasitas, dan menyesuaikan diri dengan perubahan tren pasar. Dukungan yang berkelanjutan dari pemerintah, lembaga keuangan, dan sektor swasta juga sangat penting dalam membantu UMKM menghadapi tantangan dan meraih peluang yang ada.

Inovasi, pengembangan sumber daya manusia, adopsi teknologi, dan perluasan pasar merupakan faktor kritis dan strategis bagi daya saing global UMKM¹³. Strategi UKM terintegrasi yang menggabungkan pelatihan, akses

¹³ Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*.



teknologi, dan peningkatan pembiayaan secara signifikan meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM¹⁴. Strategi-strategi pemberdayaan UMKM dengan penekanan khusus pada akses modal dan pengembangan sumber daya manusia sebagai intervensi prioritas.¹⁵ Kemitraan dan pendampingan oleh stakeholder untuk pemberdayaan UMKM.¹⁶ Ada tiga bentuk strategi dalam meningkatkan keunggulan daya saing UMKM, yakni; Strategi korporat, bisnis dan fungsional. Ketiga bentuk strategi tersebut dapat dirumuskan menjadi empat elemen yaitu melalui identifikasi masalah, pengembangan alternatif, evaluasi dan penentuan strategi.¹⁷ Strategi pemberdayaan UMKM melibatkan peningkatan fasilitas, pelayanan dan promosi serta pelatihan melalui media digital.¹⁸

Penelitian ini bertujuan yakni; pertama, mengetahui strategi pemberdayaan UMKM yang dilaksanakan Rumah Zakat dalam program bantuan kewirausahaan. Kedua, mengetahui hasil strategi pemberdayaan UMKM yang dilaksanakan Rumah Zakat dalam program bantuan kewirausahaan. Sedangkan manfaat dari penelitian dapat menambah pengetahuan mengenai pemberdayaan masyarakat, khususnya dalam konteks kewirausahaan. Dengan menganalisis strategi yang diterapkan, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori-teori yang menjelaskan bagaimana keluarga kurang mampu dapat diberdayakan melalui intervensi berbasis kewirausahaan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai peran program bantuan

¹⁴ Khoiriyah, S., & Pratama, G. (2025). Peran Strategi Pengembangan Bisnis dalam Pemberdayaan UMKM: Studi Deskriptif Kualitatif. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 203–211. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i2.3473>

¹⁵ Hadi, D.P. (2015). Strategi Pemberdayaan Masyarakat pada Usaha Kecil dan Menengah Berbasis Sumber Daya Lokal dalam rangka Millenium Development Goals 2015 (Studi Kasus Di PNPM-MP Kabupaten Kendal).

¹⁶ Mursyidah, A. (2021). Strategy for Empowerment of Small and Medium Micro Enterprises (UMKM) in Cibunian Village. *Mangente: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 16–24. <https://doi.org/10.33477/mangente.v1i1.2116>

¹⁷ Violinda, Q. (2018). Strategi dan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) .(Case Study pada UMKM di Semarang). *Stability: Journal of Management and Business*. <https://doi.org/10.26877/sta.v1i1.2612>

¹⁸ Ida Ayu Anika Mahayani, I Putu Dharmanu Yudartha, & Ni Putu Anik Prabawati. (2024). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di dinas koperasi dan UKM Kabupaten Tabanan. *Business and Investment Review*, 2(2), 95–107. <https://doi.org/10.61292/birev.96>

kewirausahaan Rumah Zakat melalui pemberdayaan ekonomi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Cibuluh, Kota Bogor dari Desember 2024 hingga Mei 2025. Data Primer data yang di peroleh dari informan melalui wawancara, observasi secara langsung ke kantor cabang rumah zakat Bantarjati. Sementara Data Sekunder yang diperoleh dari literatur-literatur serta dokumentasi lain seperti buku, tulisan- tulisan di surat kabar atau majalah, atau sumber lain yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian.. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara utama, Pertama Observasi di mana peneliti terlibat langsung dalam kegiatan penerima manfaat untuk mengamati proses usaha, pendampingan, dan kegiatan pelatihan yang dilaksanakan. Kedua Wawancara, dilakukan terhadap lima informan kunci yang terdiri dari pengurus program, dan pelaku UMKM penerima bantuan. Pemilihan informan dilakukan dengan metode sampling snowball. Pada tahap analisis data, terdapat tiga langkah yang harus dilakukan, yaitu: reduksi data, penyajian data, serta Kesimpulan dan verifikasi data.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Strategi Pemberdayaan UMKM

a. Strategi Peningkatan Kemampuan Finansial

Strategi peningkatan kemampuan finansial merupakan pengembangan dari berbagai model penguatan finansial yang ditujukan untuk para pelaku UMKM. Hal ini mencerminkan semakin kuatnya komitmen pemerintah sesuai yang diungkapkan oleh Sjarifuddin (2015:66). Rumah Zakat menerapkan strategi peningkatan kemampuan finansial melalui pemberian modal usaha, baik berupa bantuan langsung maupun pinjaman bergulir tanpa bunga. Strategi ini tidak hanya berfokus pada penyaluran dana, tetapi juga disertai pendampingan mengenai pemanfaatan modal secara optimal untuk mendorong pertumbuhan usaha. Penerima manfaat diarahkan memanfaatkan dana tersebut secara produktif, seperti untuk membeli bahan baku, memperbaiki peralatan produksi, atau memperluas kapasitas usaha. Pendekatan ini terbukti membantu mengatasi kendala utama UMKM, yaitu keterbatasan modal yang sering menjadi hambatan perkembangan usaha. Selain pemberian modal, penerima manfaat juga memperoleh edukasi terkait pengelolaan keuangan yang lebih sistematis, termasuk pencatatan arus kas, perhitungan laba, dan perencanaan keuangan jangka panjang.



Hasilnya, beberapa pelaku usaha yang sebelumnya tidak memiliki sistem pencatatan kini mampu menyusun laporan sederhana sebagai dasar evaluasi usaha. Hal ini berdampak positif terhadap peningkatan literasi keuangan sehingga penerima manfaat dapat mengambil keputusan bisnis secara lebih bijak.

b. Strategi Pengembangan Pemasaran

Strategi Pengembangan pemasaran memainkan peran yang sangat penting dalam menjaga keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu mengembangkan inovasi dan strategi pemasaran yang efektif untuk dapat bersaing dengan pelaku UMKM lainnya. Sjarifuddin (2015:66).¹⁹

Strategi pengembangan pemasaran dilakukan melalui pelatihan branding, pemanfaatan media sosial, serta fasilitasi keikutsertaan dalam pameran dan bazar lokal. Penerima manfaat dilatih untuk memahami pentingnya promosi digital sebagai sarana memperluas pasar di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin banyak berbelanja secara daring. Rumah Zakat juga menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, termasuk komunitas lokal dan lembaga pendidikan, guna memperluas jaringan pemasaran serta menciptakan peluang kolaborasi baru.

Dampak strategi ini terlihat dari peningkatan penjualan pada sebagian penerima manfaat. Mereka mulai memaksimalkan penggunaan platform digital seperti Instagram, Facebook, dan marketplace lokal untuk memasarkan produk. Selain itu, pelaku UMKM juga memperoleh pendampingan terkait desain kemasan agar produk lebih menarik secara visual. Namun, tantangan masih dihadapi, seperti keterbatasan akses perizinan usaha dan ketidakmerataan keterampilan digital di kalangan pelaku UMKM.

¹⁹ Mohammad Nauval Dwi Prabowo and Gading Gamaputra, "Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui Aplikasi E-Peken Pada Dinas Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah Dan Perdagangan Kota Surabaya The Strategy For Empowerment Of Micro Small and Medium Enterprises Through E-Peken Application In Departem," *Jurnal Inovasi Administrasi Negara Terapan (Inovant)* 1, no. 1 (2023): 137–50, <https://journal.unesa.ac.id/index.php/innovant/article/view/25>

c. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia

Strategi Pengembangan sumber daya manusia adalah upaya untuk memadukan potensi manusia dengan teknologi, yang dilakukan melalui pembinaan terhadap pelaku usaha. Ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia secara berkelanjutan Sjarifuddin (2015:66). Pengembangan sumber daya manusia merupakan aspek penting dalam program pemberdayaan ini. Rumah Zakat secara rutin menyelenggarakan pelatihan kewirausahaan yang mencakup manajemen usaha, inovasi produk, dan peningkatan keterampilan produksi. Tujuannya adalah agar pelaku UMKM tidak hanya bergantung pada bantuan eksternal, tetapi mampu mandiri dalam mengelola serta mengembangkan usaha.

Selain pelatihan teknis, program ini juga menyediakan sesi mentoring dan pendampingan yang memungkinkan pelaku usaha saling bertukar pengalaman serta membangun jejaring bisnis. Upaya ini mendorong terbentuknya ekosistem usaha yang lebih kuat dan berdaya saing. Namun, sebagian pelaku usaha yang berusia lanjut menghadapi kesulitan dalam mengadaptasi teknologi maupun metode baru yang diberikan.

d. Strategi Pengaturan dan Pengendalian

Strategi pengaturan dan pengendalian adalah suatu program yang dilaksanakan secara cepat dan responsif oleh pemerintah untuk memantau perkembangan para pelaku UMKM. Menurut Sjarifuddin (2015:66). Strategi pengaturan dan pengendalian dilaksanakan melalui monitoring rutin, evaluasi berkala, dan pemberian umpan balik yang bersifat konstruktif kepada penerima manfaat. Rumah Zakat memastikan bantuan yang diberikan digunakan sesuai tujuan program melalui mekanisme pengawasan yang sistematis. Evaluasi mencakup tidak hanya aspek keuangan, tetapi juga perkembangan pemasaran dan pengelolaan usaha secara menyeluruh.

Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan kemandirian penerima manfaat. Banyak pelaku UMKM yang sebelumnya tidak memiliki sistem pencatatan kini mulai membangun administrasi usaha sederhana. Ke depan, strategi pengaturan dan pengendalian ini perlu diperkuat terutama pada aspek keberlanjutan program, agar pelaku usaha mampu mempertahankan pertumbuhan tanpa ketergantungan yang berlebihan



terhadap bantuan eksternal.

2. Hasil Pemberdayaan UMKM

a. Peningkatan Kapasitas Usaha

Peningkatan kapasitas usaha mencakup kemampuan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mengelola proses produksi dengan lebih efisien serta menghasilkan produk yang berkualitas konsisten. Sjarifuddin (2015:66)⁸ Peningkatan kapasitas usaha melalui program bantuan kewirausahaan Rumah Zakat mencakup berbagai aspek, termasuk penguatan keterampilan produksi, peningkatan efisiensi manajemen, serta konsistensi kualitas produk. Pelaku UMKM mendapat pendampingan terkait pengelolaan produksi yang mencakup perencanaan bahan baku, penjadwalan produksi, dan penerapan standar kualitas yang seragam. Upaya ini tidak hanya membantu mereka memenuhi permintaan pasar yang meningkat, tetapi juga membuka peluang untuk mengembangkan variasi produk yang lebih kompetitif. Selain itu, pelaku usaha memperoleh pelatihan mengenai strategi pengelolaan yang lebih profesional, seperti pencatatan biaya produksi, perhitungan laba, dan evaluasi kinerja usaha secara berkala. Dampaknya, sebagian penerima manfaat menunjukkan peningkatan signifikan dalam kapasitas produksi yang berkontribusi terhadap daya saing di pasar local maupun regional. Meski demikian, masih terdapat kendala, terutama pada penguasaan teknologi produksi modern serta keterbatasan tenaga kerja terampil.

b. Peningkatan Legalitas dan Formalitas Usaha

Legalitas dan formalitas usaha mencakup beberapa aspek, seperti pendaftaran izin usaha, sertifikasi produk (seperti PIRT, halal, atau SNI), pendaftaran Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), serta pembentukan badan usaha atau koperasi. Sjarifuddin (2015:66). Program ini juga berfokus pada peningkatan legalitas dan formalitas usaha pelaku UMKM. Melalui pendampingan administratif, penerima manfaat dibantu dalam pengurusan izin usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikat halal, dan izin edar untuk

⁸ Indri Annisa Mualwiyah, "Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Lingkungan Ranca Petir Kelurahan Ciamis Oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Dan Perdagangan Kabupaten Ciamis," no. Sulistiyani, Ambar Teguh. 2017. Kemitraan dan Model-model Pemberdayaan. Edisi kedua. Yogyakarta: Gava Media (2021): 4366–78, <http://repository.unigal.ac.id:8080/handle/123456789/2211>.

produk makanan dan minuman. Legalitas menjadi aspek penting karena tidak hanya memberikan perlindungan hukum, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk.

Pendampingan tersebut mencakup pemahaman mengenai kewajiban perpajakan dan tata cara pencatatan administrasi sesuai regulasi yang berlaku. Dengan legalitas yang lebih jelas, sejumlah pelaku UMKM berhasil memperluas jaringan pemasaran ke sektor formal, termasuk ritel modern, instansi pemerintah, dan pameran berskala besar. Meski demikian, tantangan utama yang dihadapi adalah rendahnya literasi hukum dan kurangnya pemahaman sebagian pelaku usaha mengenai pentingnya legalitas sebagai fondasi pengembangan bisnis jangka panjang.

c. Peningkatan Pendapatan Peningkatan

Pendapatan merupakan hasil yang diharapkan dari pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hasil pemberdayaan melalui program ini juga tercermin dari meningkatnya pendapatan penerima manfaat. Peningkatan tersebut merupakan dampak langsung dari bertambahnya kapasitas produksi dan meluasnya jaringan pemasaran. Beberapa pelaku UMKM melaporkan kenaikan omzet hingga dua kali lipat dibandingkan sebelum mengikuti program, khususnya bagi mereka yang mampu memanfaatkan pelatihan pemasaran digital dan inovasi produk yang diberikan.⁹

Hal di atas telah sesuai dengan berbagai riset mengenai hasil strategi pemberdayaan UMKM telah menunjukkan output positif yang signifikan di berbagai aspek, termasuk peningkatan pendapatan, akses pasar, dan peningkatan kapasitas usaha. Peningkatan omzet penjualan sebesar 30% setelah penerapan pemasaran digital dan e-commerce.¹⁰ Peningkatan pengetahuan peserta sebesar 85% dan pertumbuhan pendapatan rata-rata sebesar 30% melalui pelatihan

⁹ Devi Afika, "Menengah Pada Pusat Oleh-Oleh Gadung Melati Perspektif Ekonomi Islam," *ELECTRONIC THESES* (IAIN Ponorogo, 2024), <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/30651>.

¹⁰ Kamisah, N., Almahirah, J., Fadillah, N., Muhlisotin, S., Sueba, & Kusumawati, S. N. (2024). Sosialisasi Pemberdayaan Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) dalam Pemanfaatan Teknologi Sebagai Strategi Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 17-20. <https://doi.org/10.56184/jpkmjurnal.v3i1.306>



digitalisasi dan inovasi produk.¹¹ Pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi pasar memungkinkan kemandirian UMKM serta penciptaan lapangan kerja.¹² Peningkatan kesadaran akan legalisasi usaha serta peningkatan daya saing kemasan produk berdampak positif yang konsisten terhadap kapasitas, akses pasar, dan kesejahteraan ekonomi.¹³

Namun, peningkatan pendapatan tidak terjadi merata di semua sektor usaha. Faktor faktor seperti fluktuasi permintaan, daya beli masyarakat, serta kemampuan menjaga kualitas produk memengaruhi tingkat keberhasilan. Meskipun demikian, program ini telah memberikan dasar yang kuat bagi penerima manfaat untuk mengembangkan usaha secara berkelanjutan dan berorientasi pada peningkatan kesejahteraan keluarga.

3. Tantangan yang Dihadapi

Meskipun banyak kemajuan, tantangan tetap ada. Beberapa pelaku UMKM masih menghadapi masalah seperti keterbatasan modal, kurangnya pemahaman mengenai manajemen keuangan, dan terbatasnya sarana serta prasarana. Faktor usia dan latar belakang pendidikan juga menjadi kendala bagi beberapa penerima manfaat, terutama dalam mengimplementasikan pengetahuan baru secara maksimal.

¹¹ Handayani, R.F., Hikmah, N., Awaf, S.A., Naufal, M., Zahro', A., Astuti, D., & Mardiana, S.S. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui Digitalisasi dan Inovasi Produk. *Jurnal Abdimas Indonesia*.

¹² Hanafi, H., Sitorus, S., Wibowo, S.H., Akromah, P., & Pramudya, D. (2024). Strategi Pemberdayaan UMKM: Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Melalui Pengembangan Tata Kelola Manajemen Kesehatan Di Kecamatan Kebon Pedas, Sukabumi. *Blantika: Multidisciplinary Journal*.

¹³ Lumban Batu, R., Hartelina, Esti Rahmawati, & Flora Oktayovie Nuzulul Ramadhina. (2025). Strategi Pengembangan dan Pemberdayaan UMKM dalam Meningkatkan Potensi Ekonomi di Desa Cidahu, Kecamatan Pasawahan, Kabupaten Purwakarta. *Sewagati*, 9(6), 1383–1390. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v9i6.3959>

D. Kesimpulan

Program ini memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan dan kemandirian pelaku UMKM. Program ini tidak hanya menyediakan bantuan modal, tetapi juga menawarkan pelatihan dan pendampingan yang diperlukan untuk meningkatkan keterampilan berwirausaha, manajemen keuangan, dan pemasaran pelaku UMKM. Namun, pelaku UMKM masih menghadapi beberapa tantangan, seperti kurangnya keterampilan berwirausaha, keterbatasan modal, serta sarana dan prasarana yang tidak memadai. Selain itu, manajemen keuangan yang lemah juga menjadi masalah. Faktor usia dan latar belakang pendidikan turut menjadi kendala dalam penerapan keterampilan yang telah diajarkan. Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan kapasitas usaha, legalitas, dan pendapatan pelaku UMKM. Evaluasi dan perbaikan dalam pelaksanaan program masih diperlukan agar dapat lebih efektif dan berkelanjutan.



Daftar Pustaka

Afika, D. (2024). Menengah pada pusat oleh-oleh Gadung Melati perspektif ekonomi Islam [Skripsi, IAIN Ponorogo]. Electronic Theses IAIN Ponorogo. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/30651>

FITRIASARI, F. (2017). Strategi-pengembangan-pembiayaan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-(UMKM)-di-Indonesia. Jurnal Ekonomi Pembangunan.

Hadi, D. P. (2015). Strategi pemberdayaan masyarakat pada usaha kecil dan menengah berbasis sumber daya lokal dalam rangka Millenium Development Goals 2015 (Studi kasus di PNPM-MP Kabupaten Kendal) [Tesis atau Laporan Penelitian].

Hanafi, H., Sitorus, S., Wibowo, S. H., Akromah, P., & Pramudya, D. (2024). Strategi pemberdayaan UMKM: Meningkatkan kesejahteraan keluarga melalui pengembangan tata kelola manajemen kesehatan di Kecamatan Kebon Pedas, Sukabumi. Blantika: Multidisciplinary Journal.

Handayani, R. F., Hikmah, N., Awaf, S. A., Naufal, M., Zahro', A., Astuti, D., & Mardiana, S. S. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi dan inovasi produk. Jurnal Abdimas Indonesia.

Hidayat, F. (2024). Kewirausahaan UMKM bab. Fundamental Kewirausahaan UMKM, *16*.

Kamisah, N., Almahirah, J., Fadillah, N., Muhlisotin, S., Sueba, & Kusumawati, S. N. (2024). Sosialisasi pemberdayaan usaha kecil mikro dan menengah (UMKM) dalam pemanfaatan teknologi sebagai strategi pemasaran. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, *3*(1), 17–20. <https://doi.org/10.56184/jpkmjournal.v3i1.306>

Khoiriyah, S., & Pratama, G. (2025). Peran strategi pengembangan bisnis dalam pemberdayaan UMKM: Studi deskriptif kualitatif. Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen, *4*(2), 203–211. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i2.3473>

Lumban Batu, R., Hartelina, Rahmawati, E., & Ramadhina, F. O. N. (2025). Strategi pengembangan dan pemberdayaan UMKM dalam meningkatkan potensi ekonomi di Desa Cidahu, Kecamatan Pasawahan, Kabupaten Purwakarta. Sewagati, *9*(6), 1383–1390. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v9i6.3959>

Mahayani, I. A. A., Yudartha, I. P. D., & Prabawati, N. P. A. (2024). Strategi pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di dinas koperasi dan UKM Kabupaten Tabanan. Business and Investment Review, *2*(2), 95–107.

<https://doi.org/10.61292/birev.96>

Mualwiyah, I. A. (2021). Strategi pemberdayaan usaha mikro kecil menengah di lingkungan Ranca Petir Kelurahan Ciamis oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis.

<http://repository.unigal.ac.id:8080/handle/123456789/2211>

Mursyidah, A. (2021). Strategy for empowerment of small and medium micro enterprises (UMKM) in Cibunian Village. Mangente: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, *1*(1), 16–24. <https://doi.org/10.33477/mangente.v1i1.2116>

Pardana, M. A. C., Noor, E. S. W. M., Maulidia, Z., Rahmawati, F., & Adha, S. (2023). Analisis pengaruh pembiayaan, skala usaha, dan ketersediaan sumber daya manusia terhadap profitabilitas UMKM. Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan, *1*(03), 135–148. <https://doi.org/10.58812/sek.v1i03.120>

Prabowo, M. N. D., & Gamaputra, G. (2023). Strategi pemberdayaan usaha mikro kecil menengah melalui aplikasi E-Peken pada Dinas Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya. Jurnal Inovasi Administrasi Negara Terapan (Inovant), *1*(1), 137–150. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/innovant/article/view/25>

Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia.

Setyanto, A. R., Samodra, B. R., & Pratama, Y. P. (2015). Kajian strategi pemberdayaan UMKM dalam menghadapi perdagangan bebas kawasan ASEAN (Studi kasus Kampung Batik Laweyan). ETIKONOMI, *14*(2). <https://doi.org/10.15408/etk.v14i2.2271>

Sudaryanto, A., & Hanim. (2002). Evaluasi kesiapan UKM menyongsong pasar bebas ASEAN (AFTA): Analisis perspektif dan tinjauan teoritis. Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen, *1*(2).

Suwarsi, A., Sharfina, A. A., & Anggraeni, A. G. (2022). Potret literasi keuangan Islam UMKM dan dampaknya terhadap pengembangan usaha. Afkaruna: Jurnal Studi Islam Interdisipliner Indonesia, *18*(1), 207–233.

Violinda, Q. (2018). Strategi dan keunggulan bersaing usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM) (Case study pada UMKM di Semarang). Stability: Journal of Management and Business. <https://doi.org/10.26877/sta.v1i1.2612>