

Program Peningkatan Kapasitas Pelaku UMKM di Desa Tajurhalang, Kabupaten Bogor

Cindy Ayu Selly Kinasih¹, Ade Ameliyana Putri², Agustinus Agus Setiawan^{3*}

^{1,2,3}Program Studi Teknik Sipil, Universitas Pembangunan Jaya
Tangerang Selatan, Banten 15413, Indonesia

*agustinus@upj.ac.id

Abstract — Knowledge about entrepreneurship has an important role in improving the Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) sector. MSMEs are the backbone of the economy in many developing countries, including Indonesia. However, MSMEs often face various challenges, such as limited access to capital, managerial skills, technology and the wider market. Entrepreneurship in the form of MSMEs not only includes the ability to create innovative products or services, but also adaptation to market changes and digital technology. Digitalization provides great opportunities for MSMEs to develop business scale, reach global markets, and increase operational efficiency. Through optimal use of technology and local resources, MSMEs can increase their competitiveness. This community service program was carried out as a form of effort to increase the capacity of MSME actors in Tajurhalang Village, Bogor Regency. Activities carried out include providing seminars, training and developing local products in Tajurhalang Village, Bogor Regency. It is hoped that the results of this service will be able to produce sustainable MSMEs and how digitalization can support their business development.

Keywords: Entrepreneurship, MSMEs, Digitalization, Innovation, Access to Capital, Competitiveness.

Abstrak — Pengetahuan mengenai kewirausahaan memiliki peran penting dalam peningkatan sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan tulang punggung perekonomian di banyak negara berkembang, termasuk Indonesia. Namun, UMKM sering kali menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses permodalan, keterampilan manajerial, teknologi, serta pasar yang lebih luas. Kewirausahaan dalam bentuk UMKM tidak hanya mencakup kemampuan untuk menciptakan inovasi produk atau jasa, tetapi juga adaptasi terhadap perubahan pasar dan teknologi digital. Digitalisasi memberikan peluang besar bagi UMKM untuk mengembangkan skala usaha, menjangkau pasar global, dan meningkatkan efisiensi operasional. Melalui pemanfaatan teknologi dan sumber daya lokal secara optimal, UMKM dapat meningkatkan daya saingnya. Program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan sebagai bentuk upaya peningkatan kapasitas pelaku UMKM di Desa Tajurhalang, Kabupaten Bogor. Kegiatan yang dilakukan meliputi pengadaan seminar, pelatihan, serta pengembangan produk-produk lokal Desa Tajurhalang, Kabupaten Bogor. Hasil dari pengabdian ini diharapkan mampu menghasilkan UMKM berkelanjutan serta bagaimana digitalisasi dapat mendukung pengembangan usaha mereka.

Kata Kunci: Kewirausahaan, UMKM, Digitalisasi, Inovasi, Akses Permodalan, Daya Saing.

PENDAHULUAN

Berdasarkan data dari Direktorat Jenderal Kekayaan Negara Republik Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat signifikan dalam perekonomian Indonesia (Nainggolan, 2020). UMKM tidak hanya menjadi penyumbang utama terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, tetapi juga menyediakan lapangan pekerja bagi jutaan penduduk. Berdasarkan Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah terdapat lebih dari 64 juta UMKM yang terbesar di seluruh Indonesia, sektor ini menjadi tulang punggung ekonomi, terutama dalam situasi krisis ekonomi global. Meski kontribusi UMKM terhadap perekonomian besar, tantangan dalam hal akses terhadap modal, teknologi, dan pasar masih menjadi hambatan yang harus diatasi.

Di Indonesia, UMKM tersebar mulai dari daerah perkotaan hingga pedesaan, memberikan kontribusi tidak hanya pada ekonomi makro tetapi juga pada penguatan ekonomi lokal. UMKM di pedesaan memiliki peran penting dalam mengurangi kesenjangan ekonomi antarwilayah. Meskipun begitu, UMKM di desa sering kali menghadapi kendala yang lebih besar dibandingkan UMKM di perkotaan, seperti kurangnya akses terhadap infrastruktur teknologi dan pembinaan usaha. Oleh karena itu, pengembangan UMKM di daerah pedesaan memerlukan perhatian khusus, terutama dalam hal inovasi dan transformasi digital.

Kabupaten Bogor, yang merupakan salah satu daerah penyangga ibu kota, memiliki potensi besar dalam sektor UMKM. Salah satu daerah yang memiliki prospek pengembangan UMKM adalah Desa Tajurhalang. Kabupaten Bogor dipilih sebagai lokasi kegiatan karena posisinya yang strategis sebagai penyangga Jakarta, yang menyediakan akses ke pasar besar ibu kota. Pertumbuhan ekonomi dan populasi yang pesat juga menciptakan peluang besar bagi UMKM. Desa Tajurhalang memiliki potensi besar, terutama dalam sektor agribisnis dan ekonomi lokal, tetapi banyak warga yang tidak menyadari fasilitas tersebut dan tidak memanfaatkan hal itu dengan baik. Terletak di Kecamatan Tajurhalang, desa ini memiliki berbagai jenis UMKM yang meliputi sektor perdagangan, kerajinan tangan, dan kuliner. Namun potensi besar tersebut belum sepenuhnya tereksplorasi, mengingat masih banyak kendala dalam pengembangan dan akses pasar.

Desa Tajurhalang merupakan contoh desa yang memiliki kekayaan sumber daya alam dan potensi lokal, namun memerlukan pengembangan lebih lanjut untuk meningkatkan daya saing UMKM. Potensi UMKM di desa ini mencakup sektor pertanian, pertanahan hingga produk kerajinan tangan yang dapat memiliki nilai jual tinggi jika dikelola dengan baik. Oleh karena itu, program-program pengembangan yang terfokus pada pemberdayaan masyarakat dan penguatan UMKM lokal sangat diperlukan untuk mendorong kemajuan ekonomi desa.

Pengembangan UMKM di Desa Tajurhalang dapat menjadi model pengembangan UMKM berbasis desa yang berkelanjutan. Pendekatan yang digunakan harus melibatkan teknologi digital untuk mempermudah akses ke pasar yang lebih luas, serta pelatihan keterampilan manajemen usaha bagi para pelaku UMKM. Dengan demikian, pengembangan UMKM di desa ini tidak hanya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, tetapi juga dapat menjadi contoh keberhasilan pengembangan UMKM berbasis komunitas di Indonesia.

Berdasarkan hasil wawancara dengan warga setempat, salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM di Desa Tajurhalang adalah minimnya akses terhadap teknologi dan digitalisasi, yang sangat penting dalam era industri 4.0. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan *platform* digital untuk memasarkan produk dan memperluas jaringan usaha menjadi hambatan yang signifikan. Selain itu, permodalan yang terbatas juga sering menjadi penghalang bagi UMKM untuk berkembang.

Warga setempat juga mengatakan bahwa mengembangkan kewirausahaan pada desa Tajurhalang tidaklah mudah, karena keterbatasan modal dan akses keuangan yang menjadi penghambat berkembangnya kewirausahaan dan UMKM di desa Tajurhalang. Untuk mengatasi hambatan ini dilakukannya program pendidikan dan pelatihan baik formal maupun non-formal untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di desa. Selain itu, bantuan modal dan pendampingan usaha sehingga kewirausahaan di desa dapat memberikan manfaat ekonomi, seperti peningkatan pendapatan, lapangan kerja, dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan kondisi UMKM yang terdapat di Bogor, maka melalui kegiatan pengembangan UMKM yang diselenggarakan ini merupakan bagian hibah Program Penguatan Kapasitas Organisasi Kemahasiswaan (PPK Ormawa) 2024 yang diperoleh Himpunan Mahasiswa Sipil dan Desain Komunikasi Visual, dilakukan pengembangan kepada UMKM yang sudah ada. Lokasi kampung yang menjadi mitra kegiatan ini berada di Desa Tajurhalang, berdasarkan posisi wilayahnya terletak di Kecamatan Tajurhalang, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat.



Gambar 1. Lokasi pengembangan UMKM (Sumber: googlemaps.com)

Daerah ini sering di sebut Desa Tajurhalang, Gambar 1 merupakan daerah lokasi yang dimaksud dan di daerah sekitarnya memiliki sekitar 23.000 sampai 25.000 jiwa dengan luas sekitar 4,43 m². Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan bahwa Kecamatan Tajurhalang memiliki sekitar 15 Desa. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh Himpunan Mahasiswa Sipil (HMS) Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) dengan masyarakat Desa Tajurhalang, dapat diidentifikasi bahwa masyarakat di Desa Tajurhalang membutuhkan pengembangan keterampilan di bidang kewirausahaan. Untuk meningkatkan penjualan, diperlukan pemasaran yang lebih menarik. Namun penjualan yang terbaik tidak hanya dilihat dari tingkat pemasarannya saja akan tetapi perlu juga adanya perhitungan biaya atau modal yang baik dan memberikan inovasi yang lebih kepada produk-produk yang nantinya akan di produksi.

Berdasarkan hasil survei dan wawancara, banyak UMKM di Desa Tajurhalang yang masih belum berkembang dalam segi pengemasan dan juga pemasaran. Gambar 2 merupakan contoh pengemasan makanan yang masih hanya menggunakan mika. Dapat diketahui apabila makanan yang dikemas seperti *nugget* menggunakan mika, akan berdampak pada kualitas tekstur karena wadah mika tidak sepenuhnya dapat menyerap kelembapan atau menjadi kering seiring waktu. Hal ini dapat menyebabkan *nugget* menjadi lembek atau kehilangan kerenyahan. Bukan hanya itu, makanan yang dikemas menggunakan mika juga membuat penyimpanan tidak optimal karena mika sering kali tidak memberikan perlindungan oprimal terhadap udara dan kelembapan. Hal ini juga dapat menyebabkan kualitas *nugget* menurun lebih cepat dibandingkan dengan metode penyimpanan yang lebih efektif. Selain itu, mika yang tidak disegel dengan baik, dapat terkontaminasi oleh bau atau zat dari lingkungan sekitar.



Gambar 2. Makanan yang dikemas menggunakan mika (Sumber: Dokumentasi penulis)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan pada bulan Juni hingga bulan Oktober 2024 di lingkungan Desa Tajurhalang, Bogor, kegiatan yang dilakukan meliputi:

1. *Pengembangan usaha melalui media online dan offline:* meliputi riset pasar, membangun kehadiran digital (media sosial), legalitas, pemasaran digital, serta analisis data untuk perbaikan strategi. Sementara itu, pengembangan usaha melalui media offline melibatkan riset pasar lokal, branding yang kuat, membangun jaringan atau kemitraan, promosi fisik (event, brosur), dan evaluasi performa berdasarkan umpan balik langsung.
2. *Pelatihan keterampilan bisnis:* untuk pengembangan UMKM di Desa Tajurhalang, Bogor, meliputi identifikasi kebutuhan lokal, penyediaan pelatihan keterampilan dasar dan lanjutan, pelatihan manajemen bisnis (keuangan, pemasaran), pendampingan penggunaan teknologi digital, serta monitoring dan evaluasi perkembangan usaha secara berkala.
3. *Monitoring kegiatan perputaran ekonomi masyarakat:* Pengumpulan data pendapatan dan pengeluaran, analisis tren pertumbuhan usaha, evaluasi dampak program UMKM, pelaporan hasil secara berkala, serta penyesuaian strategi untuk meningkatkan kontribusi ekonomi lokal.
4. *Peningkatan kreatifitas warga melalui pemberdayaan sumber daya alam lokal:* Identifikasi potensi alam, pelatihan keterampilan pengolahan, pengembangan produk inovatif, pemasaran hasil kreatif, serta evaluasi dan peningkatan kapasitas warga secara berkelanjutan.
5. *Sertifikasi produk usaha:* Mengetahui verifikasi legal produk seperti BPOM/HAKI/HALAL/PIRT. Sehingga produk yang mereka punya dapat memiliki sertifikasi.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan selama 5 bulan dengan rincian indikator kegiatan berbeda pada Tabel 1.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Pengembangan UMKM Desa Tajurhalang

No.	Kegiatan	Pelaksanaan Kegiatan (2024)
-----	----------	-----------------------------

		Juni	Juli	Agustus	September	Oktober
1	Tahapan Perencanaan dan pemberdayaan organisasi	✓				
2	Pelatihan keterampilan bisnis		✓			
3	Pengembangan usaha melalui media online dan offline			✓		
4	peningkatan kreatifitas warga melalui pemberdayaan sumber daya alam local			✓		
5	Sertifikasi produk usaha				✓	
6	Monitoring kegiatan perputaran ekonomi masyarakat				✓	✓

Hasil dari kegiatan yang dilakukan dengan beberapa tahapan penelitian memberikan penjelasan sebagai berikut :

1. Kemasan Produk

Kemasan produk merupakan suatu hal yang penting untuk menarik minat pembeli dan hal ini merupakan menjadi suatu perhatian khusus dalam dunia kewirausahaan UMKM. Survey yang dilakukan memberikan hasil bahwa banyak masyarakat di desa Tajurhalang yang memiliki ide usaha dan sumber daya alam yang mendukung tetapi kurangnya edukasi mengenai pengembangan UMKM di era sekarang ini. Hal ini cukup bisa di maklumi karena banyaknya faktor yang terjadi. Di antaranya adalah lokasi dari desa ke kota cukup jauh. Narasumber yang diwawancarai memberikan keterangan kurangnya edukasi mengenai cara berbisnis atau berjualan.

Kegiatan wawancara terkait kemasan produk ini dilakukan oleh kepala desa dan juga warga yang baru memiliki usaha. Hasil dari wawancara dan survey memberikan hasil bahwa adanya kesepakatan bersama untuk melaksanakan program kegiatan ini.

Pengembangan kemasan produk menjadi salah satu hal yang sangat di dukung oleh warga dan pihak setempat. Karena kemasan produk sangat berdampak sekali dalam penjualan dan dapat menarik perhatian pembeli. Keberhasilan pengembangan kemasan akan memberikan dampak meningkatkan daya tarik konsumen, memperkuat branding, melindungi produk, mendukung keberlanjutan, dan mengurangi biaya produksi, yang pada akhirnya meningkatkan penjualan dan loyalitas konsumen. Kemasan yang efektif tidak hanya melindungi produk, tetapi juga menciptakan hubungan emosional dengan konsumen, memperkuat identitas merek, dan memberikan nilai yang berkelanjutan. (Sturgess, 2013).

Indikator dalam keberhasilan pengembangan kemasan produk meliputi peningkatan penjualan, kepuasan konsumen, pengenalan merek yang lebih kuat, efisiensi biaya produksi dan distribusi, serta dampak positif terhadap lingkungan melalui penggunaan bahan yang ramah lingkungan dan kekinian mengikuti era zaman digital. Kemasan produk naget lele yang hanya menggunakan plastik mika dan hanya di staples. Gambar 3 menunjukkan kondisi kemasan produk yang sudah di kembangkan dari kemasan awal (Gambar 2).



Gambar 3. Salah satu kemasan produk yang sudah di kembangkan (Sumber: Dokumentasi penulis)

Penggunaan plastik mika dan stapler untuk kemasan makanan yang disimpan lama kurang efektif karena keduanya tidak mampu memberikan perlindungan yang optimal. Plastik mika tidak sepenuhnya kedap udara dan uap air, sehingga memungkinkan udara dan kelembapan masuk ke dalam kemasan. Hal ini dapat mempercepat proses oksidasi dan perubahan tekstur makanan, sehingga makanan cepat basi. Selain itu, penggunaan stapler sebagai penutup kemasan tidak memberikan segel yang rapat. Stapler hanya menahan sebagian kecil area, sehingga udara dan uap air tetap bisa masuk ke dalam kemasan. Kombinasi keduanya membuat kemasan makanan kurang ideal untuk penyimpanan jangka panjang, karena tidak mampu menjaga kesegaran makanan secara efektif. Sehingga kemasan yang kami kembangkan yaitu penggunaan vacuum dan plastik khusus untuk makanan membuat kemasan menjadi

lebih bagus karena keduanya memberikan perlindungan optimal terhadap makanan. Proses vacuum mengeluarkan udara dari dalam kemasan, sehingga mengurangi oksidasi dan mencegah pertumbuhan bakteri serta jamur, yang dapat memperpanjang umur simpan makanan. Plastik khusus untuk makanan biasanya memiliki sifat kedap udara dan kelembapan, sehingga mencegah masuknya oksigen atau uap air dari luar yang bisa merusak makanan. Kombinasi ini menciptakan segel yang rapat, menjaga kualitas, kesegaran, serta tekstur makanan dalam jangka waktu yang lebih lama.

Pengembangan kemasan produk ini bekerjasama dengan warga yang memiliki usaha, tim pengabdian masyarakat dan sinergi antara pihak kantor desa dengan lembaga universitas memberikan hasil yang positif. Warga desa Tajurhalang sangat senang dan merasa terbantu karena mendapatkan edukasi mengenai pengembangan kemasan produk dan teknik penjualan, sehingga produk yang di jual oleh warga bisa di kenal sampai luar provinsi dan memiliki konsumen/pelanggan yang banyak. Oleh sebab itu, adanya sumber daya alam yang memadai dan sumber daya manusia yang tepat merupakan komponen yang harus di kembangkan lebih baik lagi untuk memberikan peningkatan penjualan dan perekonomian masyarakat desa Tajurhalang.

2. Pemodalannya UMKM baru

Bantuan Pemodalannya bisnis UMKM bagi warga di Desa Tajurhalang, Bogor, sangat penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan adanya akses modal, warga dapat memulai atau mengembangkan usaha kecil mereka, yang tidak hanya meningkatkan pendapatan pribadi tetapi juga berkontribusi pada ekonomi desa secara keseluruhan. Hal ini juga dapat mengurangi tingkat pengangguran, karena warga yang memiliki modal bisa menciptakan peluang kerja bagi diri mereka sendiri maupun orang lain. Selain itu, pemodalannya memungkinkan warga untuk mendiversifikasi sumber pendapatan, seperti membuka usaha di sektor pertanian, kerajinan tangan, atau perdagangan. Ini membuat pendapatan mereka lebih stabil dan tidak bergantung hanya pada sektor tertentu. Dengan bertumbuhnya UMKM, warga juga akan lebih mandiri secara ekonomi, yang pada gilirannya meningkatkan kualitas hidup, pendidikan, dan kesehatan. Oleh karena itu, pemodalannya bagi UMKM menjadi kunci untuk membangun kemandirian ekonomi serta kesejahteraan jangka panjang di desa tersebut. Dalam pemodalannya UMKM ini juga diadakan pelatihan penjualan dan latihan membuat resep produk yang akan di jual. Pemodalannya ini bukan berbentuk uang tunai melainkan berupa gerobak jualan, peralatan jualan dan juga bahan bahan.

Bantuan pemodalannya UMKM ini di buat untuk membantu perekonomian warga desa Tajurhalang yang kurang mampu dan ingin memiliki penghasilan tambahan namun tidak memiliki modal yang cukup untuk membuka usaha. Dari pemodalannya UMKM ini sudah memiliki hasil dan sudah banyak sekali membantu dalam perekonomian warga. Penjualan ini sudah dilaksanakan setiap hari dan memiliki pendapatan yang lebih dan dapat menutup perputaran modal mereka. Pada gambar 4 menunjukkan penyerahan modal usaha dan pelaksanaan penjualan.



Gambar 4. Pemodalannya umkm susu murni dan roti bakar (Sumber: Dokumentasi penulis)

KESIMPULAN

Pencapaian kegiatan ini telah sesuai dengan target rencana yang disusun dan diharapkan, meskipun masih ada beberapa hal yang perlu dibenahi. Pengembangan kemasan produk berjalan sesuai tujuan, dan usaha UMKM baru juga menunjukkan hasil yang positif. Dampak dari pengembangan kemasan produk serta UMKM baru memberikan manfaat signifikan bagi warga Desa Tajurhalang, terutama bagi mereka yang sedang merintis usaha. Namun, beberapa tantangan tetap ada, seperti kurangnya kepedulian warga terhadap UMKM yang lebih memprioritaskan desa wisata, rendahnya pemanfaatan sumber daya desa, serta minimnya tanggapan warga terhadap media promosi. Selain itu, beberapa warga yang telah menerima modal UMKM belum menunjukkan tanggung jawab yang optimal. Untuk mengatasi hal tersebut, rencana tindak lanjut berupa kegiatan pengawasan dan komunikasi berkelanjutan dengan warga akan dilakukan secara konsisten.

PENGAKUAN

Terima kasih kepada Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan KemdikbudRistekDikti, melalui pembiayaan kegiatan PPK ORMAWA, melalui Perjanjian Pelaksanaan Pekerjaan Perguruan Tinggi Penerima Program Bantuan Kegiatan Program Penguatan Kapasitas Organisasi Kemahasiswaan (PPK Ormawa) dengan nomor kontrak : 115/E2/PPK/SPK/PPK Ormawa/2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2016). *Entrepreneurship*. McGraw-Hill.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Pearson Education.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2020). *Laporan Tahunan: Kinerja UMKM dan Koperasi di Indonesia*.
- OECD (2017). Enhancing the Contributions of SMES in a Global and Digitalised Economy. In Meeting of the OECD Council at Ministerial Level (pp. 1-24). Paris: OECD Publishing. <https://www.oecd.org/mcm/documents/C-MIN-2017-8-EN.pdf>
- Scarborough, N. M. (2016). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Pearson Education.
- Dedy Sasongko, Kementrian Keuangan Republik Indonesia. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Donna Sturgess. (2013). Emotional Connections with Brand Packaging. <https://www.gcimagazine.com/packaging/article/21849848/emotional-connections-with-brand-packaging>