

## Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Desa Gempol Melalui Kegiatan Pasar Sawang

Rima Fauziyyah<sup>1\*</sup>, Maharani Ikaningtyas<sup>2</sup>,

<sup>1,2</sup>Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Korespondensi: [21042010054@student.upnjatim.ac.id](mailto:21042010054@student.upnjatim.ac.id)

### ABSTRAK

*Gempol Village is one of the villages located in the southernmost area of Rejoso Sub-district, Nganjuk Regency. Most of the people in this area work as farmers, but some people also have UMKM which are an additional source of income for them. One of the obstacles that hampers these UMKM is the lack of facilities and empowerment carried out by the village government. The research methods used are observation and literature study. According to the results of observations, empowering UMKM that can be done is to make market access wider by creating a "Sawang Market" program with the hope of providing a forum for the community to market and develop their products.*

**Keywords:** Empowerment, Sawang Market, UMKM

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dan strategis dalam perekonomian di Indonesia. Peran penting UMKM tidak hanya berarti bagi pertumbuhan di kota-kota besar tetapi berarti juga bagi pertumbuhan ekonomi di pedesaan (Idayu et al., 2021). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha ekonomi produktif yang didirikan oleh perseorangan dan bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki atau dikuasai usaha mikro atau usaha besar yang memenuhi kriteria 2 usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang. Desa Gempol Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk memiliki potensi UMKM yang sangat besar akan tetapi ada beberapa hal yang membuat potensi ini terhambat yakni kurangnya pemberdayaan yang dilakukan oleh pemerintah desa terhadap para pelaku UMKM.

Pemberdayaan adalah suatu cara agar rakyat, komunitas dan organisasi diarahkan agar mampu menguasai atau berkuasa atas kehidupannya. Menurut Sudarmanto (2020:21) menyatakan bahwa : "Pemberdayaan masyarakat adalah upaya meningkatkan harkat dan martabat golongan warga tertentu yang ada di dalam kondisi kemiskinan dan keterbelakangan" pemberdayaan dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan seseorang atau kelompok sehingga mampu melaksanakan

tugas dan kewenangannya sebagaimana tuntutan kinerja tugas tersebut.

Pemberdayaan UMKM merupakan hal yang sangat penting dengan berbagai isu strategis dan tantangan kedepan yang lebih kompleks. Sehingga UMKM dapat berkomunikasi dengan mahasiswa Kelompok 02 KKNT MBKM di Desa Gempol. Pasar Sawang bergerak di bidang ekonomi dengan cara memberi fasilitas bagi pelaku UMKM untuk memasarkan produk dengan konsep yang berbeda dari pasar lainnya. Berasal dari keresahan mahasiswa yang melakukan kegiatan pengabdian masyarakat atau Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Gempol tentang adanya potensi yang tidak dapat dimanfaatkan secara optimal. Potensi tersebut merupakan para pelaku UMKM di Desa Gempol yang masih kesulitan dalam memasarkan produknya sehingga UMKM berjalan stagnan, sulit berkembang, dan tidak berani membuat inovasi baru bagi produk mereka. Pasar sawang dengan konsep yang menarik, berbeda, serta memiliki ciri khas tersendiri tentu memiliki daya tarik sendiri bagi konsumen sehingga membuat UMKM memiliki kesempatan lebih besar untuk memasarkan produknya etisi dengan cara meningkatkan daya saingnya. Adapun peningkatan daya saing itu sendiri, selain dilihat dari aspek harga, juga dilihat dari sisi kualitas dan kreativitas Pemberdayaan UMKM dapat dimulai dari unit terkecil lebih

dahulu dari masing - masing para pelaku UMKM. Oleh karena itu, kelompok 02 KKNT MBKM UPNVJT menghadirkan sebuah program yakni “Pasar Sawang” yang dapat digunakan sebagai wadah atau tempat pemberdayaan bagi para pelaku UMKM.

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Untuk dapat mengetahui penelitian mengenai kegiatan pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah di Desa Gempol melalui kegiatan Pasar Sawang , Penulis menggunakan metode penelitian secara kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti objek alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua jenis teknik pengumpulan data untuk meneliti pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Desa Gempol melalui kegiatan pasar sawang. Pertama, melalui teknik pengumpulan secara observasi (Pengamatan). Metode observasi (pengamatan) merupakan teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan. Metode observasi merupakan cara yang sangat baik untuk mengawasi perilaku subjek penelitian seperti perilaku dalam lingkungan atau ruang, waktu dan keadaan tertentu. Kedua melalui metode Studi Literatur Menurut Sugiyono (2018) Studi Literatur adalah kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Dalam penelitian ini penulis memilih studi kepustakaan atau studi literatur dengan mengumpulkan referensi buku – buku yang berkaitan dengan pengelolaan surat dan penyimpanan surat.

Penelitian ini dilakukan di Desa Gempol Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk. kegiatan penelitian ini berlangsung ketika Pasar Sawang beroperasi, tepatnya pada hari minggu yang dilaksanakan dua minggu sekali dimulai pada pukul 05.00 - 09.00 WIB.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN UMKM DI DESA GEMPOL**

Desa Gempol merupakan salah satu desa yang terletak di wilayah paling selatan Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk. sebagian besar masyarakat di wilayah ini berprofesi sebagai petani, namun sebagian masyarakat juga memiliki UMKM yang menjadi sumber pendapatan tambahan bagi mereka. UMKM yang dimiliki oleh masyarakat sangat beragam mulai dari bahan makanan mentah, masakan siap saji, kebutuhan sehari - hari, dll. akan tetapi masyarakat masih kekurangan dalam fasilitas untuk UMKM menjualkan produknya. Selain itu, masyarakat masih tidak memiliki skill pemasaran yang baik dan jangkauan yang luas. Pemerintah Desa sebenarnya telah berusaha untuk mengatasi kendala atau permasalahan tersebut dengan sering mengadakan bazar untuk memfasilitasi UMKM dalam memasarkan produknya. Namun, hal tersebut masih belum maksimal dikarenakan kurangnya pemasaran dan *branding* yang dilakukan sehingga UMKM masih belum banyak mendapat manfaat dari kegiatan tersebut. Oleh karena itu, kami dari kelompok 02 KKNT MBKM UPN “Veteran” memiliki sebuah program pengembangan ekonomi melalui program yang kami susun bersama seluruh lapisan masyarakat di Desa Gempol yaitu “ PASAR SAWANG” yang memiliki tujuan untuk menjadi wadah bagi UMKM di Desa Gempol untuk memasarkan produknya serta memiliki *branding* tersendiri bagi Desa Gempol serta UMKM yang ada di dalamnya. Dengan adanya wadah tersebut UMKM akan dapat terfasilitasi sehingga, berdampak terhadap perputaran ekonomi yang stabil bagi warga Desa Gempol .

### **UPAYA PEMBERDAYAAN UMKM DI DESA GEMPOL**

Upaya pemberdayaan UMKM merupakan langkah yang sangat penting dalam mengembangkan potensi ekonomi masyarakat desa. Salah satunya memberikan dukungan awal seperti memberikan akses pasar yang lebih luas sehingga UMKM dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. pasar tersebut tidak hanya menjadi tempat untuk memasarkan produk - produk UMKM, tetapi juga sebagai pusat kegiatan ekonomi masyarakat desa. maka dari itu hadirilah sebuah program “Pasar sawang”

yang merupakan hasil dari observasi mahasiswa KKNT MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur yang kemudian berkolaborasi dengan pemerintahan desa sebagai salah satu bentuk pemberdayaan yang dilakukan oleh pemerintah desa dalam membangun serta mengembangkan UMKM di Desa Gempol .

Program “PASAR SAWANG” yang dilakukan memiliki sebuah konsep yang belum pernah dilakukan di Desa Gempol , yaitu konsep pasar dengan nuansa tradisional yang dapat dilihat dari penjual yang wajib memakai kostum tradisional serta dekorasi-dekorasi seperti gapura bambu yang semakin menambah nuansa tradisional dari pasar sawang. Selain itu “PASAR SAWANG” hanya dilakukan 2 minggu sekali, tentu hal ini akan menjadi ciri khas dan *branding* tersendiri yang membuat “PASAR SAWANG” menjadi kegiatan yang akan ditunggu oleh masyarakat karena konsep yang menarik. Dengan adanya konsep tersebut membuat masyarakat tidak akan bosan serta selalu antusias ketika kegiatan tersebut diadakan, tentu hal itu akan menjadi sesuatu yang selalu menarik dan membuat daya beli meningkat sehingga UMKM akan sangat terbantu.

Program Pasar Sawang ini akan terus melakukan sebuah terobosan baru di setiap pengadaannya, mulai dari kegiatan rutin yang selalu ada disetiap adanya Pasar Sawang seperti senam pagi bersama Ibu PKK dan perangkat desa. keuntungan yang dapat dirasakan bagi para pelaku UMKM yaitu. Fasilitas yang didapat yaitu lapak khusus dengan lokasi yang lebih strategis bagi UMKM masyarakat Desa Gempol . Dengan hal tersebut bertujuan agar UMKM di Desa Gempol semakin berani dalam melakukan pengembangan produk serta tidak takut dalam melakukan inovasi, sehingga pelaku UMKM tidak perlu risau karena tidak ada tempat untuk memasarkan produknya.

Selain dampak langsung bagi para pelaku UMKM seperti yang sudah dijelaskan di atas, dampak tidak langsung adanya Pasar Sawang terhadap UMKM Desa Gempol ialah terdapat ciri khas tersendiri dan tidak selalu ada setiap waktu. Hal itu akan membuat Desa Gempol semakin banyak dikunjungi oleh warga luar desa. Semakin banyak warga luar desa yang datang tentu membuat Desa Gempol akan semakin dikenal. Hal tersebut

membuat *branding* desa semakin meningkat serta UMKM dapat memanfaatkan keadaan tersebut untuk memudahkan pemasaran produknya ke luar desa. Seiring meningkatnya *branding* desa akan membuat produk UMKM Desa Gempol juga terangkat untuk pemasarannya.

### KESIMPULAN

Kendala yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di Desa Gempol salah satunya yaitu kurangnya pemberdayaan yang dilakukan oleh pemerintah desa. Pemerintah Desa sebenarnya telah berusaha untuk mengatasi kendala atau permasalahan tersebut dengan sering mengadakan bazar untuk memfasilitasi UMKM dalam memasarkan produknya. Namun, hal tersebut masih belum maksimal dikarenakan kurangnya pemasaran dan *branding* yang dilakukan sehingga UMKM masih belum banyak mendapat manfaat dari kegiatan tersebut. Oleh karena itu, program Pasar Sawang hadir dengan harapan sebagai salah satu solusi bagi para pelaku UMKM dengan tujuan memperluas akses pasar sehingga para pelaku UMKM bisa memasarkan serta mengembangkan produknya masing – masing.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agunggunanto, E. Y., Arianti, F., Kushartono, E. W., & Darwanto. (2016). *Pengembangan Desa Mandiri Melalui Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)*. Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis, 13(1), 67–81.
- Eny, S & Budi, U (2022). “Pemberdayaan Umkm Dalam Mewujudkan Desa Mandiri Di Desa Segunung Kecamatan Dlanggu Mojokerto”. JURNAL JPPMI Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia Vol. 1, No. 4 Agustus 2022, Hal. 39-44 Universitas Gajah Putih.
- Haqsaleh, A. D., Tirta, R. B., & Hantono, D. (2020). *Respon Pengguna Jalan Terhadap Keberadaan Pasar Kaget di Jalan Kampung Gusti Jakarta Utara*. Jurnal Arsitektur Mintakat, 21(1), 1-8

- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). *Strategi Pengembangan Usaha MikroKecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desadi Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten*. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73–85.
- M. Aras Prabowo *et al.*, 2023. “*Peran Pengabdian Masyarakat Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*”. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol 29, No 1 (2023): Januari – Maret
- Nazir, I. R., Iman, M., Proqram, S., Teknik, S., & Sawah, S. (2018) *Fenomena Pasar Kaget: Hibriditas Sistem Pasar Tradisional Di Ruang Kota*. *Jurnal Scale*, 5(2), 77–85.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Styawan, A. D., & Rahman, M. T. (2021). *Pola Pengelolaan Pasar Kaget dalam Meningkatkan Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat*. *Socio Politica: Jurnal Ilmiah Jurusan Sosiologi*, 11(2), 63-74.
- Thania, B. M., Sahar, K., Braniati, P. E., & Hantono, D. (2020). *Respon Masyarakat Terhadap Keberadaan Pasar Kaget Rawasari Di Jakarta Pusat*. *Jurnal Linears*, 3(1), 26-31.
- Wirda, F., Herizon, & Putra, T. (2020). “*Penguatan Daya Saing UKM Pada Usaha Makanan Khas Daerah Sumatera Barat*”. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4).