

Mengubah warisan menjadi nilai: pemberdayaan UMKM desa berbasis kearifan lokal

Meida Rachmawati

STIE AMA Salatiga, Jawa Tengah, Indonesia

meidaleanptsg@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.65881/creative.v1i4.178>

INFO ARTIKEL

History:

Submit: 11-08-2026

Revisi: 14-08-2026

Diterima: 15-08-2026

Terbit: 20-08-2026

Kata kunci:

kearifan lokal;
umkm desa;
ekonomi kreatif;
pemberdayaan
masyarakat;
kemandirian usaha.

ABSTRAK

Tujuan: untuk memperkuat kapasitas dan kemandirian UMKM desa melalui pemanfaatan kearifan lokal sebagai basis pengembangan produk, inovasi, pemasaran, dan pelestarian budaya secara berkelanjutan.

Metode: menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi kasus pada UMKM berbasis kearifan lokal di tiga desa. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara tematik melalui tahapan pengodean, identifikasi tema, dan interpretasi temuan.

Hasil: menunjukkan bahwa pemanfaatan kearifan lokal melalui inovasi produk, digitalisasi pemasaran, dan penguatan jejaring mampu meningkatkan nilai tambah, daya saing, pendapatan, serta kemandirian UMKM desa sekaligus mendukung pelestarian budaya lokal.

Kesimpulan: pemberdayaan UMKM berbasis kearifan lokal efektif dalam meningkatkan kemandirian dan daya saing usaha sekaligus melestarikan budaya. Model pemberdayaan melalui penguatan kapasitas, kelembagaan, akses pasar, dan inovasi lokal dapat diterapkan secara berkelanjutan di tingkat desa.

Kontribusi: berupa model pemberdayaan UMKM berbasis kearifan lokal yang mengintegrasikan penguatan kapasitas, kelembagaan, akses pasar, digitalisasi, serta pelestarian budaya untuk mendukung kemandirian dan keberlanjutan usaha desa.



Artikel akses terbuka di bawah lisensi CC-BY-SA.



Pendahuluan

Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki kekayaan budaya dan kearifan lokal yang beragam, mulai dari kerajinan tradisional, kuliner khas, seni budaya, hingga pengetahuan dan praktik kehidupan yang diwariskan secara turun-temurun (Paramita et al., 2022). Kekayaan tersebut tidak hanya memiliki nilai sosial dan budaya, tetapi juga berpotensi menjadi sumber daya ekonomi melalui pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal (Suryawan et al., 2025). Konsep ekonomi kreatif menempatkan kreativitas,

pengetahuan, dan ide sebagai sumber utama penciptaan nilai ekonomi (Prahara & Jamil, 2018). Dalam konteks desa, kearifan lokal dapat menjadi identitas sekaligus keunggulan kompetitif produk UMKM karena memiliki karakteristik yang khas dan sulit ditiru (Eka et al., 2026). Pengembangan potensi tersebut semakin penting mengingat UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia (Windusancono, 2021). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), UMKM berkontribusi sebesar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja Indonesia. Dengan demikian, penguatan UMKM desa berbasis kearifan lokal memiliki peluang besar untuk tidak hanya meningkatkan nilai ekonomi produk, tetapi juga menjaga keberlanjutan warisan budaya masyarakat.

Meskipun memiliki potensi yang besar, UMKM desa masih menghadapi berbagai persoalan yang menghambat terciptanya kemandirian usaha (Gani, 2025). Keterbatasan akses terhadap modal, rendahnya kualitas dan inovasi produk, lemahnya pengemasan serta branding, keterbatasan literasi digital, dan belum optimalnya akses terhadap pasar menjadi tantangan yang umum dihadapi pelaku UMKM (Tarape & Mardiana, 2025). Kondisi tersebut menyebabkan berbagai produk yang sebenarnya memiliki keunikan budaya belum mampu menghasilkan nilai tambah dan daya saing yang optimal (Cammaly et al., 2026). Padahal, kearifan lokal dapat memberikan identitas yang kuat sekaligus menghadirkan cerita dan makna budaya yang meningkatkan nilai jual suatu produk (Cahyani & Gusti, 2026; Fajarini, 2014). Permasalahan lainnya adalah masih terbatasnya kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara mandiri, baik dalam aspek permodalan, produksi, pemasaran, maupun manajemen usaha (Rizky et al., 2024). Oleh karena itu, permasalahan UMKM desa tidak cukup diselesaikan melalui bantuan modal semata, tetapi memerlukan pendekatan pemberdayaan yang mampu meningkatkan kapasitas, kreativitas, kemampuan manajerial, serta kemampuan memanfaatkan teknologi dan jaringan pemasaran secara berkelanjutan.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa integrasi kearifan lokal dalam pengembangan UMKM memiliki prospek yang positif. Astuti et al. (2025) menemukan bahwa produk UMKM yang mengintegrasikan kearifan lokal memiliki tingkat keunikan yang tinggi dan berpotensi bersaing di pasar nasional maupun internasional. Wulandari et al. (2022) juga menegaskan pentingnya modal sosial dalam pengembangan UMKM berbasis kearifan lokal, sementara Chaidir et al. (2025) menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital dapat mendukung peningkatan kinerja UMKM. Dari perspektif pemberdayaan, kemandirian usaha mencakup kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola berbagai sumber daya dan menjalankan aktivitas usaha secara relatif mandiri (Rizky et al., 2024; Setyawan et al., 2025). Namun demikian, kajian-kajian tersebut masih cenderung membahas aspek kearifan lokal, modal sosial, kemandirian usaha, dan digitalisasi secara terpisah. Masih terdapat kesenjangan dalam penerapan pendekatan pemberdayaan yang mengintegrasikan potensi kearifan lokal dengan pengembangan produk, penguatan kapasitas usaha, inovasi, digitalisasi, dan perluasan pemasaran dalam satu kerangka yang sistematis di tingkat desa. Padahal, pemanfaatan kearifan lokal secara strategis dapat menjadi instrumen untuk mengubah warisan budaya dari sekadar aset sosial menjadi sumber nilai ekonomi yang berkelanjutan.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas UMKM desa melalui pengembangan ekonomi kreatif yang berbasis pada kearifan lokal. Fokus pengabdian diarahkan pada upaya mengidentifikasi dan mengoptimalkan potensi lokal, meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengembangkan dan

melakukan inovasi produk, memperkuat kualitas serta identitas produk melalui kemasan dan branding, meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha, serta memperluas pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Pendekatan pemberdayaan ini sejalan dengan gagasan bahwa pembangunan yang berakar pada masyarakat perlu menempatkan masyarakat sebagai subjek yang memiliki kemampuan untuk mengelola dan mengembangkan potensi yang dimilikinya (Habib, 2021). Selain itu, penguatan modal sosial dan jejaring antarpelaku juga penting untuk membangun ekosistem usaha yang mendukung keberlanjutan UMKM desa (Putnam, 2000; Wulandari et al., 2022).

Melalui kegiatan pengabdian ini, diharapkan terjadi perubahan dari pola pengelolaan UMKM yang masih bersifat tradisional menuju usaha yang lebih inovatif, adaptif, dan berorientasi pada penciptaan nilai. Kontribusi yang diharapkan tidak hanya berupa peningkatan kemampuan teknis dan manajerial pelaku UMKM, tetapi juga terbentuknya model pemberdayaan yang mampu menghubungkan pelestarian kearifan lokal dengan peningkatan daya saing ekonomi masyarakat desa. Produk lokal diharapkan memiliki identitas, kualitas, dan nilai tambah yang lebih kuat sehingga mampu menjangkau pasar yang lebih luas, sekaligus tetap mempertahankan karakter budaya yang menjadi sumber keunikannya. Dengan demikian, pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal dapat menjadi strategi untuk mendorong kemandirian UMKM, memperkuat perekonomian masyarakat desa, dan memastikan bahwa warisan budaya tidak hanya dilestarikan, tetapi juga ditransformasikan menjadi sumber nilai ekonomi yang berkelanjutan.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai proses penguatan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal dalam mendorong kemandirian UMKM desa. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali fenomena sosial dan ekonomi secara kontekstual, terutama berkaitan dengan pengalaman pelaku UMKM, pemanfaatan potensi kearifan lokal, strategi pengembangan usaha, serta berbagai faktor yang memengaruhi kemandirian UMKM. Metode studi kasus digunakan untuk mengkaji secara komprehensif praktik pengembangan UMKM berbasis kearifan lokal pada konteks desa yang memiliki karakteristik produk dan sumber daya lokal yang berbeda.

Penelitian dilaksanakan di tiga desa di provinsi Jawa Tengah yang ditentukan secara purposive berdasarkan kriteria memiliki UMKM yang mengembangkan produk dengan memanfaatkan kearifan lokal sebagai bagian dari identitas dan kegiatan ekonominya. Lokasi penelitian meliputi desa Karanganyar yang memiliki UMKM kerajinan batik tulis tradisional, desa Margosari yang mengembangkan produk kuliner tradisional berbasis beras organik lokal, serta desa Sendangsari yang memiliki UMKM kerajinan bambu dengan teknik produksi tradisional. Pemilihan ketiga lokasi tersebut dimaksudkan untuk memperoleh variasi konteks pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal. Penelitian dilaksanakan selama enam bulan, yaitu dari Februari sampai Juli 2024.

Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan informan dalam aktivitas pengembangan UMKM berbasis kearifan lokal. Informan berjumlah 24 orang yang terdiri atas 12 pemilik UMKM berbasis kearifan lokal, 6 perangkat desa dan tokoh masyarakat, serta 6 pembeli dan distributor produk. Komposisi informan tersebut dipilih untuk

memperoleh perspektif yang beragam dari sisi pelaku usaha, pemangku kepentingan di tingkat desa, dan pihak pasar. Dengan demikian, data yang diperoleh tidak hanya menggambarkan pengalaman internal pelaku UMKM, tetapi juga mencakup dukungan kelembagaan, persepsi masyarakat, serta respons pasar terhadap produk berbasis kearifan lokal.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen. Wawancara dilakukan secara semi terstruktur untuk menggali informasi mengenai proses pengembangan usaha, pemanfaatan kearifan lokal sebagai sumber inovasi produk, strategi produksi dan pemasaran, pemanfaatan teknologi digital, hambatan usaha, serta upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kemandirian UMKM. Setiap wawancara berlangsung selama 60–90 menit dan direkam setelah memperoleh persetujuan dari informan. Observasi partisipatif dilakukan dengan mengamati secara langsung proses produksi, aktivitas pemasaran, interaksi antarpelaku UMKM, kondisi fasilitas pendukung usaha, serta aktivitas ekonomi masyarakat di lingkungan desa. Hasil observasi dicatat dalam catatan lapangan dan didukung dengan dokumentasi foto dan video. Sementara itu, analisis dokumen dilakukan terhadap profil desa, data UMKM, laporan keuangan usaha, dokumen program pemberdayaan masyarakat, serta dokumentasi kegiatan promosi dan pemasaran produk. Ketiga teknik tersebut digunakan secara komplementer agar diperoleh data yang lebih utuh dan mendalam.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis tematik yang mengacu pada tahapan Braun dan Clarke (2006), yaitu familiarisasi data, pembentukan kode awal, pencarian tema, peninjauan tema, pendefinisian dan penamaan tema, serta penyusunan laporan hasil penelitian. Pada tahap awal, seluruh hasil wawancara, catatan observasi, dan dokumen ditelaah secara menyeluruh untuk memperoleh pemahaman terhadap keseluruhan data. Selanjutnya, data diberi kode berdasarkan isu-isu yang relevan dengan fokus penelitian, seperti pemanfaatan kearifan lokal, inovasi produk, kapasitas manajemen, pemasaran, digitalisasi, modal sosial, dan kemandirian usaha. Kode-kode yang memiliki keterkaitan kemudian dikelompokkan menjadi tema yang menggambarkan pola dan hubungan antartemuan. Proses pengorganisasian data dibantu menggunakan perangkat lunak NVivo 12 untuk mempermudah proses pengodean, pengelompokan, dan penelusuran keterkaitan antartema.

Aspek etika penelitian diperhatikan pada seluruh tahapan pelaksanaan penelitian. Penelitian telah memperoleh persetujuan etik dari komite etik penelitian universitas. Sebelum pengumpulan data, seluruh informan diberikan penjelasan mengenai tujuan, proses, manfaat, serta penggunaan data penelitian dan diminta memberikan informed consent secara sukarela. Kerahasiaan identitas informan dijaga dengan menggunakan nama samaran dalam penyajian hasil penelitian. Seluruh data penelitian disimpan secara aman dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Dengan penerapan prosedur tersebut, penelitian diharapkan menghasilkan temuan yang kredibel, kontekstual, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis mengenai strategi penguatan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal dalam mendorong kemandirian UMKM desa.

Hasil dan pembahasan

Profil dan karakteristik UMKM berbasis kearifan lokal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga desa memiliki potensi ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal yang berbeda, baik dari jenis produk, bentuk pengetahuan tradisional yang diwariskan, maupun pola pengelolaan usahanya. Perbedaan tersebut justru menjadi kekuatan karena menunjukkan bahwa kearifan lokal dapat dikembangkan dalam berbagai bentuk produk ekonomi tanpa harus menghilangkan karakter budaya yang menjadi identitas masing-masing desa. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, terdapat 45 UMKM yang menjadi konteks utama pengamatan, yang terdiri atas 18 UMKM batik tulis di desa Karanganyar, 12 UMKM kuliner tradisional di desa Margosari, dan 15 UMKM kerajinan bambu di desa Sendangsari. Karakteristik masing-masing kelompok UMKM disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 profil UMKM berbasis kearifan lokal pada tiga desa lokasi penelitian

Desa	Jenis UMKM	Jumlah UMKM	Karakteristik kearifan lokal	Rata-rata lama usaha	Jumlah pekerja/usaha
Karanganyar	Batik tulis	18	Motif dan teknik batik tradisional yang diwariskan antargenerasi	15 tahun	3–8 orang
Margosari	Kuliner tradisional	12	Pemanfaatan beras organik lokal varietas Mentik Wangi dan resep tradisional	8–12 tahun	Usaha keluarga
Sendangsari	Kerajinan bambu	15	Teknik anyaman bambu tradisional dengan pengembangan desain modern	10 tahun	4–6 orang
Total	—	45	—	—	—

Sumber: data primer, diolah

Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1, desa Karanganyar memiliki jumlah UMKM terbanyak, yaitu 18 unit, dengan karakteristik utama berupa batik tulis yang mempertahankan motif dan teknik tradisional. Rata-rata usaha telah berlangsung selama 15 tahun dan melibatkan 3–8 pekerja. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan membatik tidak hanya berfungsi sebagai keterampilan produksi, tetapi telah berkembang menjadi sumber penghidupan masyarakat. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian pelaku usaha memperoleh keterampilan membatik dari orang tua atau anggota keluarga yang lebih tua. Proses pewarisan tersebut menjadi bentuk modal budaya yang penting karena memberikan kontinuitas pengetahuan sekaligus menjaga identitas produk. Praktik dokumentasi motif dan pengajaran kepada generasi muda melalui magang juga menunjukkan bahwa pelestarian budaya dapat berjalan bersamaan dengan aktivitas ekonomi.

Desa Margosari memiliki karakteristik yang berbeda. Sebanyak 12 UMKM bergerak pada sektor kuliner tradisional dengan memanfaatkan beras organik lokal varietas Mentik

Wangi sebagai salah satu bahan utama. Sebagian besar usaha berbentuk usaha keluarga dan telah berlangsung antara 8–12 tahun. Hasil observasi menunjukkan bahwa nilai kearifan lokal tidak hanya terletak pada bahan baku, tetapi juga pada pengetahuan mengenai cara pengolahan, resep, dan pola produksi yang diwariskan dalam keluarga. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa kearifan lokal bersifat multidimensional karena dapat melekat pada bahan, teknik produksi, pengetahuan, maupun nilai yang menyertai suatu produk. Dalam konteks ekonomi kreatif, unsur-unsur tersebut dapat dikembangkan menjadi cerita produk atau product storytelling yang memperkuat identitas dan diferensiasi produk di pasar.

Sementara itu, desa Sendangsari memiliki 15 UMKM kerajinan bambu dengan rata-rata masa operasi sekitar 10 tahun. Produk yang dihasilkan berupa tas, tempat makanan, dan berbagai suvenir yang memadukan teknik anyaman tradisional dengan desain yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen masa kini. Temuan ini memperlihatkan bahwa pelestarian kearifan lokal tidak selalu berarti mempertahankan bentuk produk secara statis. Sebaliknya, keberlanjutan tradisi dapat dilakukan melalui proses adaptasi dan inovasi. Teknik anyaman tetap dipertahankan sebagai identitas utama, sedangkan bentuk, ukuran, warna, fungsi, dan desain dikembangkan untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Pendekatan tersebut sejalan dengan pandangan Prahara & Jamil (2018) bahwa ekonomi kreatif menghasilkan nilai ekonomi melalui kreativitas, pengetahuan, dan kemampuan mengolah ide menjadi produk yang memiliki nilai tambah.

Strategi pemanfaatan kearifan lokal dalam pengembangan produk

Analisis tematik terhadap hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi menghasilkan tiga pola utama strategi pemanfaatan kearifan lokal, yaitu preservasi dan revitalisasi pengetahuan tradisional, inovasi produk berbasis nilai lokal, serta kolaborasi untuk menghasilkan produk yang lebih adaptif terhadap perkembangan pasar. Ketiga strategi tersebut tidak berjalan secara terpisah, tetapi saling melengkapi. Preservasi menjadi dasar untuk menjaga identitas budaya, inovasi menjadi instrumen untuk meningkatkan nilai ekonomi, sedangkan kolaborasi menjadi sarana untuk mempertemukan pengetahuan tradisional dengan kebutuhan pasar.

Strategi pertama terlihat paling jelas pada UMKM batik di desa Karanganyar. Pelaku UMKM tidak hanya mempertahankan motif tradisional, tetapi mulai melakukan dokumentasi terhadap motif, teknik pembuatan, serta filosofi yang terkandung di dalamnya. Pengetahuan tersebut kemudian ditransfer kepada generasi muda melalui kegiatan magang dan pembelajaran langsung. Temuan ini menunjukkan bahwa pelestarian kearifan lokal dapat menjadi bagian dari strategi keberlanjutan usaha. Apabila pengetahuan tradisional hanya dimiliki oleh generasi tertentu tanpa proses regenerasi, keberlanjutan produksi akan menghadapi risiko ketika generasi pengrajin tersebut tidak lagi aktif. Karena itu, proses pewarisan pengetahuan merupakan bagian penting dari pemberdayaan UMKM sekaligus pelestarian budaya.

Strategi kedua berupa inovasi produk ditemukan pada UMKM kuliner di desa Margosari. Pelaku usaha melakukan pengembangan varian rasa, ukuran, bentuk, dan kemasan tanpa menghilangkan resep dasar serta bahan lokal yang menjadi ciri produk. Pola tersebut menunjukkan adanya keseimbangan antara nilai autentik dan tuntutan pasar. Produk tradisional dipertahankan sebagai identitas, tetapi aspek yang berkaitan dengan preferensi konsumen terus disesuaikan. Dengan demikian, inovasi tidak dipahami sebagai

penghilangan unsur tradisional, melainkan sebagai proses reinterpretasi kearifan lokal agar tetap relevan dalam konteks pasar kontemporer.

Strategi ketiga ditemukan pada UMKM kerajinan bambu di desa Sendangsari melalui kolaborasi dengan desainer lokal. Kolaborasi menghasilkan produk yang tetap menggunakan teknik anyaman tradisional, tetapi memiliki bentuk dan fungsi yang lebih modern. Temuan ini memperlihatkan pentingnya keterbukaan UMKM terhadap sumber pengetahuan eksternal. Pelaku UMKM memiliki pengetahuan mendalam mengenai bahan dan teknik tradisional, sementara desainer memiliki kompetensi mengenai tren visual, fungsi produk, dan preferensi konsumen. Pertemuan kedua jenis pengetahuan tersebut menghasilkan inovasi yang lebih kontekstual.

Ketiga strategi tersebut sejalan dengan penelitian Cahyani & Gusti (2026) yang menempatkan kearifan lokal sebagai basis diferensiasi dalam pengembangan ekonomi kreatif. Astuti et al. (2025) juga menunjukkan bahwa integrasi kearifan lokal dapat meningkatkan keunikan produk dan membuka peluang pasar yang lebih luas. Dengan demikian, temuan penelitian ini memperkuat argumentasi bahwa kearifan lokal tidak seharusnya ditempatkan hanya sebagai objek pelestarian, tetapi juga sebagai sumber pengetahuan, kreativitas, identitas, dan inovasi ekonomi.

Faktor pendukung kemandirian UMKM

Hasil analisis menunjukkan bahwa kemandirian UMKM tidak terbentuk hanya melalui kemampuan individual pelaku usaha, tetapi dipengaruhi oleh ekosistem pendukung yang melibatkan pemerintah desa, lembaga pendidikan, komunitas UMKM, lembaga keuangan, serta jaringan pasar. Empat faktor utama yang muncul dari analisis tematik adalah dukungan kelembagaan desa, pelatihan dan pendampingan berkelanjutan, pemanfaatan teknologi digital, serta jaringan kerja sama antarpelaku UMKM. Dukungan pemerintah desa menjadi salah satu faktor yang paling sering muncul dalam hasil wawancara. Ketiga desa telah memberikan dukungan berupa penyediaan ruang pameran, fasilitasi promosi, serta bantuan dalam menghubungkan pelaku UMKM dengan lembaga keuangan dan pihak eksternal. Dukungan tersebut menunjukkan bahwa pemerintah desa dapat berfungsi bukan hanya sebagai regulator, tetapi juga sebagai fasilitator dan penghubung antarpemangku kepentingan. Temuan ini sejalan dengan Syahrinullah et al. (2026) yang menekankan bahwa pemberdayaan UMKM pedesaan membutuhkan sinergi antara pemerintah, perguruan tinggi, dan pemangku kepentingan lainnya untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM.

Faktor kedua adalah keberlanjutan pelatihan dan pendampingan. Informan mengungkapkan bahwa pelatihan yang diberikan mencakup teknik produksi, pengemasan, manajemen keuangan, pemasaran digital, dan pengembangan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan yang disertai praktik dan pendampingan lebih mudah diterapkan dibandingkan pelatihan yang hanya bersifat teoritis. Hal tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas UMKM membutuhkan proses pembelajaran yang berkelanjutan. Temuan ini konsisten dengan sejumlah kegiatan pengabdian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kombinasi pelatihan, praktik, dan pendampingan dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam pengembangan produk, pengemasan, pencatatan keuangan, dan pemasaran digital.

Faktor ketiga adalah adopsi teknologi digital. Sebagian besar UMKM yang diamati telah menggunakan media sosial dan marketplace untuk memperkenalkan dan memasarkan

produknya. Berdasarkan perbandingan pengalaman usaha yang disampaikan informan, UMKM yang aktif menggunakan media sosial melaporkan peningkatan penjualan rata-rata sebesar 40% dibandingkan dengan UMKM yang belum aktif menggunakan media tersebut. Angka tersebut merupakan temuan deskriptif berdasarkan informasi penelitian dan tidak dimaksudkan sebagai hasil pengujian hubungan kausal. Ringkasan dampak ekonomi yang diperoleh dari data penelitian disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2 indikator perubahan ekonomi yang teridentifikasi dalam penelitian

Indikator	Temuan
Total UMKM pada tiga desa	45 unit
UMKM batik Desa Karanganyar	18 unit
UMKM kuliner Desa Margosari	12 unit
UMKM kerajinan bambu Desa Sendangsari	15 unit
Peningkatan penjualan yang dilaporkan UMKM aktif menggunakan media sosial dibandingkan kelompok yang tidak aktif	±40%
Peningkatan rata-rata pendapatan pelaku UMKM dalam dua tahun terakhir	±35%

Sumber: data primer, diolah

Sebagaimana terlihat pada Tabel 2, digitalisasi menjadi salah satu perubahan penting dalam pola pemasaran UMKM. Pemanfaatan media digital memungkinkan pelaku usaha menampilkan produk secara lebih luas tanpa sepenuhnya bergantung pada konsumen yang datang secara langsung ke desa. Hal ini relevan dengan penelitian Chaidir et al. (2025) mengenai adopsi teknologi digital dan kinerja UMKM. Temuan penelitian juga sejalan dengan kajian dan kegiatan pengabdian terbaru yang menunjukkan bahwa integrasi digital marketing dengan kearifan lokal dapat memperkuat identitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing UMKM.

Namun demikian, digitalisasi dalam penelitian ini tidak dipahami sekadar sebagai penggunaan media sosial. Digitalisasi yang lebih efektif mencakup kemampuan membuat konten, menampilkan cerita di balik produk, membangun identitas merek, mengelola katalog, berinteraksi dengan konsumen, dan memanfaatkan marketplace. Hal ini penting karena produk berbasis kearifan lokal memiliki keunggulan berupa cerita budaya yang dapat digunakan sebagai materi komunikasi pemasaran. Dengan demikian, digitalisasi seharusnya menjadi sarana untuk membawa narasi budaya lokal ke ruang pasar yang lebih luas.

Faktor keempat adalah terbentuknya jaringan kerja sama antarpelaku UMKM. Di ketiga desa ditemukan kelompok atau jejaring usaha yang melakukan pembelian bahan baku secara bersama, berbagi informasi pasar, melakukan promosi bersama, dan saling memberikan informasi mengenai peluang usaha. Pola tersebut memperlihatkan bahwa kemandirian individual tidak berarti UMKM harus berjalan sendiri. Sebaliknya, kemandirian dapat diperkuat melalui interdependensi dan kerja sama kolektif. Temuan ini memperkuat perspektif modal sosial Putnam (2000) dan Wulandari et al. (2022) bahwa hubungan, kepercayaan, serta jaringan sosial dapat menjadi sumber daya penting dalam pengembangan aktivitas ekonomi masyarakat.

Dampak ekonomi dan sosial

Pengembangan UMKM berbasis kearifan lokal menghasilkan perubahan yang tidak hanya berkaitan dengan pendapatan, tetapi juga dengan diversifikasi mata pencaharian,

pelestarian budaya, regenerasi pengetahuan, dan penguatan hubungan sosial masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara, rata-rata pendapatan pelaku UMKM dilaporkan meningkat sekitar 35% dalam dua tahun terakhir. Peningkatan tersebut tidak hanya dirasakan oleh pemilik usaha, tetapi juga memberikan peluang pendapatan bagi pekerja, anggota keluarga, pemasok bahan baku, dan masyarakat lain yang terlibat dalam rantai nilai produksi.

Peningkatan pendapatan tersebut perlu dipahami sebagai bagian dari proses diversifikasi ekonomi desa. Sebelum berkembangnya UMKM berbasis kearifan lokal, sebagian masyarakat lebih banyak bergantung pada sektor pertanian. Perkembangan UMKM membuka alternatif sumber penghasilan melalui kegiatan produksi, pengemasan, pemasaran, distribusi, dan penyediaan bahan baku. Kondisi tersebut penting karena diversifikasi sumber pendapatan dapat mengurangi ketergantungan masyarakat pada satu sektor ekonomi. Selain itu, pengembangan UMKM memberikan ruang partisipasi yang lebih besar bagi perempuan, pemuda, dan anggota keluarga yang tidak terlibat langsung dalam kegiatan pertanian.

Dampak sosial juga terlihat dari meningkatnya kebanggaan masyarakat terhadap produk dan budaya lokal. Di desa Karanganyar, misalnya, meningkatnya aktivitas ekonomi batik turut mendorong ketertarikan generasi muda untuk mempelajari teknik batik tulis. Hal tersebut menunjukkan adanya hubungan timbal balik antara nilai ekonomi dan pelestarian budaya. Ketika kearifan lokal mampu memberikan manfaat ekonomi, masyarakat memiliki insentif yang lebih kuat untuk mempertahankan dan mewariskan pengetahuan tersebut. Temuan ini memperluas pemahaman mengenai konsep pemberdayaan. Pemberdayaan tidak hanya ditandai oleh meningkatnya kemampuan menghasilkan pendapatan, tetapi juga oleh meningkatnya kemampuan masyarakat dalam mengenali, mengelola, dan mengembangkan aset yang dimiliki. Dalam konteks penelitian ini, aset tersebut berupa keterampilan tradisional, bahan baku lokal, pengetahuan budaya, jaringan sosial, dan identitas komunitas. Pandangan tersebut sejalan dengan Habib (2021) yang menekankan pentingnya pembangunan yang berakar pada kemampuan dan potensi masyarakat itu sendiri.

Hambatan pengembangan UMKM dan strategi penyelesaiannya

Meskipun menunjukkan perkembangan positif, hasil penelitian juga menemukan sejumlah hambatan yang dapat mengganggu keberlanjutan UMKM. Hambatan tersebut meliputi keterbatasan modal, keterbatasan kapasitas manajerial dan digital, fluktuasi permintaan, serta persaingan dengan produk sejenis. Hambatan tersebut saling berkaitan sehingga penyelesaiannya tidak dapat dilakukan melalui satu intervensi saja. Keterbatasan modal menjadi hambatan utama terutama bagi UMKM yang ingin meningkatkan kapasitas produksi, memperbaiki peralatan, memperluas pemasaran, atau mengembangkan pemasaran. Sebagian pelaku usaha masih menggunakan modal pribadi dan pinjaman informal. Keterbatasan laporan keuangan dan jaminan usaha juga menjadi faktor yang menyulitkan akses terhadap lembaga keuangan formal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan perlu ditempatkan sebagai bagian dari pemberdayaan, bukan sebagai materi tambahan. Pelaku UMKM perlu dibekali kemampuan mencatat pemasukan dan pengeluaran, menghitung biaya produksi, menentukan harga, menyusun arus kas, dan menyiapkan dokumen usaha yang diperlukan untuk mengakses pembiayaan.

Hambatan berikutnya berkaitan dengan pemasaran digital dan manajemen usaha. Sebagian pelaku UMKM telah memiliki akun media sosial, tetapi pemanfaatannya belum sepenuhnya strategis. Beberapa pelaku masih menggunakan media sosial sebatas untuk

mengunggah foto produk tanpa narasi, kalender konten, identitas visual, atau strategi interaksi dengan konsumen. Temuan tersebut sejalan dengan kegiatan pengabdian di Desa Kungkulan yang menunjukkan pentingnya pelatihan praktis mengenai pembuatan akun bisnis, katalog produk, media sosial, dan e-commerce bagi pelaku UMKM berbasis kearifan lokal.

Fluktuasi permintaan dan persaingan juga menjadi tantangan yang semakin penting. Produk lokal sering menghadapi persaingan harga dengan produk massal yang diproduksi dalam skala lebih besar. Oleh karena itu, UMKM berbasis kearifan lokal tidak tepat apabila hanya menggunakan harga sebagai instrumen persaingan. Strategi yang lebih relevan adalah memperkuat diferensiasi melalui kualitas, cerita budaya, keaslian, desain, kemasan, dan pengalaman konsumen. Dengan kata lain, kearifan lokal harus dikonversi menjadi value proposition yang jelas sehingga konsumen memahami alasan mengapa produk tersebut memiliki nilai lebih dibandingkan produk sejenis.

Berdasarkan temuan tersebut, solusi yang dikembangkan mencakup fasilitasi akses pembiayaan, peningkatan literasi keuangan, pelatihan pemasaran digital, pendampingan pengembangan produk, diversifikasi produk dan pasar, serta penguatan jejaring distribusi. Pendekatan tersebut sejalan dengan berbagai kegiatan pengabdian yang mengombinasikan inovasi produk, branding, pemasaran digital, dan pendampingan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat desa.

Model pemberdayaan UMKM berbasis kearifan lokal

Berdasarkan keseluruhan hasil analisis tematik, penelitian ini merumuskan model pemberdayaan UMKM berbasis kearifan lokal yang terdiri atas empat komponen yang saling terhubung, yaitu pengembangan kapasitas sumber daya manusia, penguatan kelembagaan, perluasan akses pasar, serta pelestarian dan pengembangan kearifan lokal. Model tersebut tidak menempatkan keempat komponen sebagai tahapan yang sepenuhnya linear, melainkan sebagai ekosistem yang saling memperkuat.

Tabel 3 model pemberdayaan UMKM berbasis kearifan lokal

Komponen	Bentuk intervensi	Hasil yang diharapkan
Pengembangan kapasitas SDM	Pelatihan produksi, inovasi, manajemen, keuangan, branding, dan digital marketing	Peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pengelolaan usaha
Penguatan kelembagaan	Kelompok UMKM, kerja sama antarusaha, kemitraan, dan fasilitasi pemerintah desa	Penguatan modal sosial, koordinasi, dan keberlanjutan program
Pengembangan akses pasar	Branding, kemasan, media sosial, marketplace, pameran, dan jejaring distribusi	Perluasan pasar, peningkatan daya saing, dan peningkatan nilai jual
Pelestarian kearifan lokal	Dokumentasi, regenerasi pengetahuan, pemanfaatan bahan lokal, dan inovasi berbasis budaya	Keberlanjutan identitas budaya dan diferensiasi produk
Integrasi dan pendampingan	Monitoring, mentoring, evaluasi, dan pembelajaran antarpelaku UMKM	Kemandirian usaha dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar

Sumber: data primer, diolah

Komponen pertama, yaitu pengembangan kapasitas sumber daya manusia, merupakan fondasi model. Pelatihan perlu disesuaikan dengan tingkat kemampuan pelaku UMKM dan karakteristik produk. Pelaku batik membutuhkan penguatan desain dan branding, UMKM kuliner membutuhkan pengembangan kemasan, keamanan produk, dan diversifikasi, sedangkan UMKM bambu membutuhkan pengembangan desain, standarisasi kualitas, dan pemasaran. Dengan demikian, pemberdayaan tidak seharusnya menggunakan pendekatan *one size fits all*.

Komponen kedua adalah penguatan kelembagaan. Kelompok UMKM dapat menjadi ruang untuk berbagi pengetahuan, melakukan pembelian bahan baku bersama, mengembangkan promosi kolektif, dan membangun hubungan dengan pemerintah maupun mitra eksternal. Kelembagaan juga dapat menjadi mekanisme untuk memastikan bahwa program pemberdayaan tidak berhenti ketika pelatihan selesai. Dalam konteks ini, pemerintah desa berperan sebagai fasilitator yang menghubungkan UMKM dengan perguruan tinggi, dinas terkait, lembaga keuangan, desainer, distributor, dan pasar.

Komponen ketiga adalah akses pasar. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa keunikan budaya saja belum cukup untuk menjamin keberhasilan usaha. Produk harus diterjemahkan menjadi identitas merek yang mudah dipahami konsumen. Strategi tersebut meliputi perbaikan nama dan identitas merek, kemasan, fotografi produk, narasi budaya, media sosial, marketplace, serta kerja sama distribusi. Penelitian dan pengabdian terdahulu juga menunjukkan bahwa kombinasi cultural branding, pemasaran digital, dan pengembangan identitas produk dapat memperluas akses pasar UMKM berbasis kearifan lokal.

Komponen keempat adalah pelestarian kearifan lokal. Pada komponen ini, budaya bukan ditempatkan sebagai ornamen tambahan dalam produk, tetapi sebagai sumber utama diferensiasi dan penciptaan nilai. Dokumentasi motif, resep, teknik produksi, filosofi, dan cerita lokal menjadi penting agar pengetahuan tidak hilang. Pada saat yang sama, pengetahuan tersebut perlu dikembangkan secara kreatif agar tetap relevan dengan perubahan kebutuhan konsumen. Pendekatan semacam ini juga terlihat pada model pemberdayaan berbasis digitalisasi usaha tradisional di Bima yang menggabungkan penguatan identitas budaya dengan pemasaran digital.

Dengan demikian, temuan penelitian memperlihatkan bahwa keberhasilan pemberdayaan UMKM berbasis kearifan lokal tidak ditentukan oleh satu faktor tunggal. Kemandirian usaha terbentuk melalui interaksi antara kapasitas pelaku, dukungan kelembagaan, akses pasar, teknologi digital, jaringan sosial, dan keberlanjutan pengetahuan budaya. Model yang dihasilkan dalam penelitian ini memperkuat temuan penelitian sebelumnya bahwa pemberdayaan UMKM pedesaan membutuhkan kombinasi inovasi produk, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penguatan kelembagaan, pemasaran digital, dan dukungan berbagai pemangku kepentingan.

Secara konseptual, kontribusi utama penelitian ini terletak pada upaya mengintegrasikan pelestarian kearifan lokal dengan strategi peningkatan kemandirian ekonomi dalam satu kerangka pemberdayaan. Kearifan lokal tidak hanya diposisikan sebagai warisan yang harus dilindungi, tetapi sebagai *economic and cultural asset* yang dapat dikembangkan menjadi identitas produk, sumber inovasi, materi komunikasi pemasaran, sekaligus basis penguatan modal sosial. Pendekatan tersebut memungkinkan proses pemberdayaan bergerak dari sekadar peningkatan keterampilan menuju penciptaan ekosistem UMKM desa yang lebih mandiri, inovatif, adaptif, dan berkelanjutan.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah mencapai tujuan utama berupa penguatan UMKM desa melalui pemanfaatan kearifan lokal sebagai basis pengembangan ekonomi kreatif dan peningkatan kemandirian usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kearifan lokal dalam bentuk batik tulis, kuliner tradisional berbahan baku lokal, dan kerajinan bambu memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi produk yang lebih inovatif, bernilai tambah, dan berdaya saing tanpa menghilangkan identitas budaya masyarakat. Penguatan tersebut didukung melalui peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam inovasi produk, manajemen usaha, pemasaran digital, pengembangan jejaring, serta pelestarian dan transfer pengetahuan tradisional antargenerasi. Temuan kegiatan juga menunjukkan adanya dampak ekonomi dan sosial berupa peningkatan pendapatan pelaku UMKM, diversifikasi sumber penghasilan masyarakat, terbukanya peluang usaha bagi perempuan dan pemuda, serta meningkatnya kebanggaan dan partisipasi masyarakat dalam melestarikan budaya lokal.

Kontribusi utama kegiatan ini adalah tersusunnya model pemberdayaan UMKM berbasis kearifan lokal yang mengintegrasikan empat komponen utama, yaitu pengembangan kapasitas sumber daya manusia, penguatan kelembagaan, perluasan akses pasar, serta pelestarian dan inovasi kearifan lokal. Model tersebut menegaskan bahwa kemandirian UMKM tidak cukup dibangun melalui bantuan modal atau pelatihan yang bersifat sesaat, tetapi memerlukan pendampingan berkelanjutan dan ekosistem yang menghubungkan pelaku UMKM dengan pemerintah desa, komunitas, perguruan tinggi, lembaga keuangan, desainer, dan pasar. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan kontribusi praktis dalam mengubah kearifan lokal dari sekadar warisan budaya menjadi aset produktif yang mampu menciptakan nilai ekonomi sekaligus menjaga keberlanjutan budaya. Model pemberdayaan yang dihasilkan juga berpotensi diadaptasi pada desa lain dengan menyesuaikan karakteristik potensi lokal, kapasitas masyarakat, dan kondisi pasar masing-masing daerah.

Daftar pustaka

- Astuti, E. D., Tarto, T., Utami, R. T., & Oktaviany, V. (2025). Transformasi UMKM Digital Berbasis Potensi Lokal. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(2), 2150–2158. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1592>
- Cahyani, D. W. N., & Gusti, Y. K. (2026). Evaluasi Strategi Pengembangan Pemasaran Berkelanjutan berbasis Kearifan Lokal Bagi Industri Rumahan Tempe Bungkus Daun Pisang. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 5(2), 2212–2234. <https://doi.org/10.55681/sentri.v5i2.5788>
- Cammaly, F. A., Fahmadani, S. N., & Yusron, B. F. (2026). Persepsi Pengrajin Batik Kapuronto Banyuwangi terhadap Penerapan Manajemen Kualitas dan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 4(1), 85–93. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v4i1.4052>
- Chaidir, M., Ruslaini, R., & Irawan, D. (2025). Transformasi Digital dalam Manajemen Keuangan. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 239–249. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v4i1.4138>
- Eka, N. F., Ulyani, M., & Rahman, A. C. (2026). Peran Kearifan Lokal Dalam Pengembangan Umkm Berbasis Budaya Untuk Mendukung Ekonomi Berkelanjutan Di Lombok Timur: Perspektif Ekonomi Syariah. *EKSUDA: Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 6(2), 132–156. <https://doi.org/10.51226/eksyda.v6i2.1131>

- Fajarini, U. (2014). Peranan Kearifan Lokal Dalam Pendidikan Karakter. *Sosio-Didaktika: Social Science Education Journal*, 1(2), 123–130. <https://doi.org/10.15408/sd.v1i2.1225>
- Gani, A. (2025). Peran Bumdes Dalam Mendorong Kemandirian Ekonomi Desa Di Kecamatan Banyuputih. *Jurnal Wahana Bina Pemerintahan*, 7(1), 1–9. <https://doi.org/10.55745/jwbp.v7i1.348>
- Habib, M. A. F. (2021). Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat Dan Ekonomi Kreatif. *Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy*, 1(2), 82–110. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v1i2.4778>
- Paramita, B., Azzahra, F., & Mayawi, S. (2022). Pemanfaatan dan Pengembangan Produk UMKM Berbasis Kearifan Lokal Guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kepulauan Riau. *Bahtera Inovasi*, 5(2), 106–144. <https://doi.org/10.31629/bi.v5i2.4016>
- Prahara, R. S., & Jamil, A. S. (2018). Konsep Pembelajaran Ekonomi Berbasis Ekonomi Kreatif. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 1(1), 7–18. <https://doi.org/10.31538/iijs.v1i1.68>
- Putnam, R. D. (2000). Bowling Alone: America's Declining Social Capital. In *Culture and Politics* (pp. 223–234). Palgrave Macmillan US. https://doi.org/10.1007/978-1-349-62397-6_12
- Rizky, C., Anwar, Y., Ardian, N., & Roisayudha Pradhana Suharsono, S. (2024). Strategi Peningkatan Sumber Daya Manusia Pelaku UMKM Desa Melalui Optimasi Platform Digital Dalam Aspek Produksi, Pemasaran Dan Permodalan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 4(2), 235–241. <https://doi.org/10.36985/hwsasx43>
- Setyawan, A. A., Desembrianita, E., Santoso, M. H., Syahril, S., & Kalalo, R. R. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 1494–1503. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1769>
- Suryawan, M. A., Artino, A., Rosid, A., Putra, R. K., & Yeni, A. (2025). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal dan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(2), 11613–11621. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3810>
- Syahrinullah, S., Bulkis, B., Ulfah, S. M., Syamsuddin, F. R., Tamrin, S. H., & Ayuni, D. (2026). Strategi Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis BUMDes melalui Focus Group Discussion dan Diseminasi Hasil Pengabdian untuk Mendukung Pembangunan Desa Berkelanjutan Menuju Pencapaian SDGs di Kabupaten Majene. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 2225–2238. <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/view/19152>
- Tarape, M. A., & Mardiana, A. (2025). Analisis Daya Saing UMKM Di Provinsi Gorontalo. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 4(2), 832–840. <https://doi.org/10.59086/jam.v4i2.867>
- Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Indonesia. *Mimbar Administrasi Fisip Untag Semarang*, 18(1), 01–14. <https://doi.org/10.56444/mia.v18i1.557>
- Wulandari, R., Yuningsih, L., & Antari, N. N. W. (2022). Penguatan Modal Sosial Pengrajin Endek Desa Paksebal Menuju Umkm Berdaya Saing. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 1(2), 80–85. <https://doi.org/10.36448/jpu.v1i2.16>