

Nanggroe : Jurnal Pengabdian Cendikia
 Volume 4, Nomor 10, January 2026, P. 261-268
 Licenced by CC BY-SA 4.0
 e-ISSN: [2986-7002](https://doi.org/10.5281/zenodo.18753095)
 DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18753095>

Optimalisasi Edukasi UMKM untuk Pengembangan Ekonomi Lokal di Desa Bataguh Pulau Kupang Kabupaten Kapuas Kalteng

Optimizing MSME Education for Local Economic Development in Bataguh Pulau Kupang Village, Kapuas Regency, Central Kalimantan

¹Ana Sofia Herawati*, ²Fanlia Adiprimadana Sanjaya, ³Dewi Lesmanawati, ⁴Teguh Wicaksono, ⁵Rr Ariessanty Alicia Kusuma Wardhani, ⁶Muhammad Rizky Yazidi, ⁷Gulfin Susandi

¹⁻⁷Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin

*Email Korespondensi: anasofia.herawati@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan edukasi dan penguatan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam rangka pengembangan ekonomi lokal di Desa Bataguh, Pulau Kupang, Kabupaten Kapuas, Kalimantan Tengah. Potensi UMKM di desa ini cukup beragam, meliputi produk lukah (alat tangkap ikan tradisional), lanjung atau bakul anyaman, serbuk kencur, kerupuk, keripik, serta dodol. Namun demikian, pengembangan usaha masih menghadapi berbagai kendala utama seperti keterbatasan permodalan, lemahnya akses pemasaran, rendahnya literasi digital, serta keterbatasan kualitas sumber daya manusia (SDM). Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahapan survei awal, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Materi pelatihan meliputi manajemen usaha mikro, strategi pemasaran konvensional dan digital, pencatatan keuangan sederhana, serta peningkatan kualitas produk dan kemasan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap manajemen usaha, pentingnya branding dan pemasaran digital, serta kesadaran untuk membentuk kelompok usaha bersama. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap motivasi dan kesiapan pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal. Optimalisasi edukasi UMKM terbukti menjadi strategi efektif dalam mendorong penguatan ekonomi lokal berbasis komunitas.

Kata kunci: Optimalisasi, Edukasi UMKM, Pengembangan Ekonomi Lokal

Abstract

This community service activity aims to optimize education and strengthen the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in developing the local economy in Bataguh Village, Pulau Kupang, Kapuas Regency, Central Kalimantan. The MSME potential in this village is quite diverse, including lukah (traditional fish traps), lanjung or woven baskets, kencur powder, crackers, chips, and dodol. However, business development still faces several major challenges such as limited capital, weak market access, low digital literacy, and limited human resource capacity. The implementation method used a participatory approach through initial surveys, training, mentoring, and evaluation stages. The training materials included micro business management, conventional and digital marketing strategies, simple financial bookkeeping, and product and packaging quality improvement. The results of the activity indicate an increase in participants' understanding of business management, the importance of branding and digital marketing, and awareness of forming joint business groups. This activity has had a positive impact on the motivation and readiness of MSME actors to develop businesses based on local potential. The optimization of MSME education has proven to be an effective strategy in strengthening community-based local economic development.

Keywords: Optimization, MSME Education, Local Economic Development

Article Info

Received date: 10 January 2026

Revised date: 15 January 2026

Accepted date: 20 January 2026

PENDAHULUAN

Desa Bataguh di wilayah Pulau Kupang, Kabupaten Kapuas, merupakan daerah dengan potensi ekonomi kreatif yang tinggi. Secara turun-temurun, masyarakat setempat memiliki keahlian dalam membuat alat tangkap ikan tradisional seperti lukah dan kerajinan anyaman berupa lanjung atau bakul.

Selain kerajinan, sektor pengolahan pangan juga berkembang dengan produk unggulan seperti serbuk kencur, berbagai jenis kerupuk, keripik, dan dodol. Meskipun memiliki variasi produk yang melimpah, UMKM di Desa Bataguh masih menghadapi tantangan klasik yang menghambat eskalasi bisnis.

Faktor permodalan menjadi kendala utama dalam pengadaan bahan baku dan alat produksi modern. Dari sisi pemasaran, produk masih bergantung pada pembeli lokal atau tengkulak, karena rendahnya literasi digital yang membuat mereka belum mampu memanfaatkan platform *e-commerce*. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dalam hal manajemen usaha dan inovasi kemasan menyebabkan produk sulit bersaing di pasar yang lebih luas. Melihat permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim dosen dan mahasiswa dari perguruan tinggi hadir sebagai bentuk nyata kontribusi akademik terhadap penguatan masyarakat. Melalui serangkaian kegiatan seperti edukasi, pelatihan dan pendampingan, diharapkan pelaku UMKM mampu meningkatkan perekonomian lokal.

Selain sebagai upaya peningkatan taraf hidup masyarakat lokal, kegiatan ini juga menjadi langkah awal dalam menciptakan model pemberdayaan masyarakat yang berbasis potensi lokal. Pelibatan aktif masyarakat dalam setiap proses kegiatan menjadi kunci agar program ini tidak bersifat top-down, melainkan berbasis kebutuhan dan kekuatan internal komunitas. Dengan demikian, hasil kegiatan diharapkan tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga mampu menumbuhkan kesadaran kolektif dan perubahan perilaku yang berkelanjutan dalam meningkatkan perekonomian lokal.

Pengembangan ekonomi lokal merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. UMKM memiliki peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan rumah tangga, serta memperkuat ketahanan ekonomi berbasis komunitas. Desa Bataguh Pulau Kupang, Kabupaten Kapuas, Kalimantan Tengah, memiliki potensi UMKM yang cukup beragam. Produk unggulan masyarakat meliputi: Lukah (alat tangkap ikan tradisional), Lanjung atau bakul anyaman rotan, serbuk kencur, kerupuk dan keripik tradisional, serta dodol olahan lokal.

Produk-produk tersebut mencerminkan kekayaan sumber daya alam dan keterampilan tradisional masyarakat. Namun demikian, potensi tersebut belum berkembang secara optimal akibat beberapa permasalahan utama, yaitu: keterbatasan permodalan usaha, akses pemasaran yang masih terbatas, rendahnya literasi digital, keterbatasan kapasitas sumber daya manusia (SDM) dalam manajemen usaha, dan kemasan dan branding produk yang masih sederhana.

Sebagian besar pelaku UMKM masih menjalankan usaha secara tradisional tanpa pencatatan keuangan yang sistematis. Produk dipasarkan secara lokal dan belum memanfaatkan media digital secara maksimal. Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan intervensi melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada optimalisasi edukasi UMKM sebagai upaya penguatan ekonomi lokal berbasis potensi desa.

Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan kapasitas manajemen usaha pelaku UMKM, meningkatkan literasi digital dan strategi pemasaran, mendorong terbentuknya kelompok usaha bersama, dan meningkatkan nilai tambah produk lokal agar mampu berdaya saing luas.

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2025 di Desa Bataguh, Pulau Kupang, Kabupaten Kapuas, Kalimantan Tengah. Mitra kegiatan adalah pelaku UMKM yaitu para pengrajin alat tangkap ikan, pengrajin anyaman, dan ibu-ibu penggerak UMKM pangan. Lokasi ini dipilih berdasarkan pertimbangan potensi sumber daya lokal yang tinggi namun belum dikelola secara optimal, serta adanya keterbukaan masyarakat terhadap inisiatif pemberdayaan yang datang dari luar. Program ini melibatkan tim pelaksana yang terdiri atas dosen dan mahasiswa dari perguruan tinggi, serta berkolaborasi dengan aparat desa setempat dalam pelaksanaan teknis kegiatan.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan partisipatif dan pemberdayaan komunitas (*community empowerment approach*), pendekatan ini dipilih karena menempatkan masyarakat sebagai subjek sekaligus mitra aktif dalam seluruh proses kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi hasil dimana masyarakat tidak hanya menjadi peserta, tetapi juga menjadi bagian aktif dalam setiap proses pelatihan maupun edukasi dan diskusi. Selain itu pendekatan ini dipilih untuk membangun rasa kepemilikan masyarakat terhadap program yang dijalankan, sekaligus memperkuat keberlanjutan hasil kegiatan setelah program berakhir. Seluruh proses dilakukan secara interaktif, dengan melibatkan dialog dua arah, studi kasus, praktik langsung, dan refleksi kelompok.

Metode pelaksanaan dibagi dalam tiga tahapan utama, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi:

a) Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan fase awal yang sangat menentukan keberhasilan kegiatan pengabdian. Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan survei lapangan dan observasi langsung untuk memetakan potensi ekonomi lokal serta mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM. Observasi dilakukan melalui kunjungan ke rumah produksi pengrajin lukah, lanjung/bakul anyaman, serta produsen olahan pangan seperti serbuk kencur, kerupuk, keripik, dan dodol.

Selain observasi, dilakukan pula wawancara dengan pelaku usaha dan perangkat desa guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kondisi usaha, kendala produksi, akses pasar, serta kemampuan manajerial. Dari hasil identifikasi tersebut ditemukan bahwa permasalahan utama meliputi keterbatasan modal usaha, lemahnya strategi pemasaran, rendahnya literasi digital, minimnya pencatatan keuangan yang sistematis, serta keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dalam hal manajemen usaha dan inovasi kemasan.

Tahap persiapan juga mencakup koordinasi formal dengan pemerintah desa dan tokoh masyarakat setempat untuk memperoleh dukungan administratif serta memastikan partisipasi aktif masyarakat. Dalam fase ini, tim menyusun modul pelatihan berbasis kebutuhan (*need-based training module*) yang dirancang sesuai dengan karakteristik dan kapasitas peserta. Materi disusun dengan pendekatan aplikatif dan kontekstual agar mudah dipahami serta langsung dapat diterapkan.

Dengan demikian, tahap persiapan tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga menjadi proses analisis kebutuhan (*needs assessment*) yang bertujuan untuk memastikan bahwa intervensi yang dilakukan benar-benar relevan dan tepat sasaran.

b) Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan inti dari kegiatan pengabdian yang dilaksanakan selama tiga hari secara bertahap dan sistematis. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan meliputi ceramah interaktif, diskusi kelompok, studi kasus, simulasi, serta praktik langsung. Kombinasi metode ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman konseptual sekaligus keterampilan praktis peserta.

1) Hari Pertama: Penguatan Manajemen UMKM

Pada hari pertama, kegiatan difokuskan pada penguatan kapasitas manajemen usaha. Materi yang disampaikan meliputi konsep dasar kewirausahaan, analisis peluang usaha berbasis potensi lokal, serta pentingnya inovasi produk untuk meningkatkan daya saing. Peserta diajak untuk mengidentifikasi keunggulan produk masing-masing dan menganalisis potensi pengembangannya.

Diskusi dilakukan secara partisipatif dengan menggali pengalaman peserta dalam menjalankan usaha. Tim fasilitator membantu peserta memahami pentingnya perencanaan usaha, pengendalian biaya, serta peningkatan kualitas produk sebagai strategi keberlanjutan usaha. Pada sesi ini juga dilakukan identifikasi sederhana terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (analisis SWOT) usaha peserta.

Selanjutnya, peserta memperoleh pelatihan inovasi produk dan pengembangan kemasan sebagai strategi menghadapi persaingan pasar yang lebih luas. Materi mencakup pentingnya branding, desain kemasan yang menarik dan higienis, serta pencantuman label dan identitas produk

sebagai nilai tambah. Peserta melakukan praktik sederhana merancang konsep kemasan dan simulasi promosi digital menggunakan media sosial. Melalui pendekatan *learning by doing*, kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kompetensi SDM, memperbaiki tampilan produk, serta memperluas akses pemasaran sehingga produk UMKM lebih kompetitif dan berkelanjutan.

2) Hari Kedua: Pemasaran dan Literasi Digital

Hari kedua difokuskan pada strategi pemasaran dan peningkatan literasi digital. Materi diawali dengan pemahaman tentang pentingnya branding, kemasan produk, serta penentuan segmen pasar. Peserta diberikan contoh konkret perbandingan produk dengan kemasan sederhana dan kemasan yang lebih menarik untuk menunjukkan pengaruh tampilan terhadap minat beli konsumen.

Selanjutnya, dilakukan pelatihan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Peserta diperkenalkan pada penggunaan WhatsApp Business, Facebook Marketplace, dan Instagram sebagai media pemasaran digital. Simulasi dilakukan dengan praktik langsung membuat foto produk yang menarik, menyusun deskripsi produk, serta membuat konten promosi sederhana.

Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran bahwa pemasaran digital tidak selalu membutuhkan biaya besar, tetapi memerlukan kreativitas dan konsistensi. Pelatihan ini juga mendorong peserta untuk mulai membangun jejaring pemasaran di luar wilayah desa.

3) Hari Ketiga: Pengelolaan Keuangan Usaha

Hari ketiga difokuskan pada pelatihan pengelolaan keuangan usaha secara sederhana namun sistematis. Materi mencakup pencatatan pemasukan dan pengeluaran, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta perhitungan harga pokok produksi (HPP). Peserta diberikan contoh format pencatatan keuangan sederhana yang mudah diterapkan.

Dalam sesi praktik, peserta diminta mensimulasikan perhitungan biaya produksi produk mereka masing-masing, termasuk bahan baku, tenaga kerja, dan biaya operasional lainnya. Melalui latihan ini, peserta mulai memahami pentingnya menentukan harga jual yang tidak hanya menutup biaya, tetapi juga memberikan keuntungan yang wajar.

Tahap pelaksanaan secara keseluruhan berlangsung dalam suasana interaktif dan dialogis. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi, yang terlihat dari aktifnya sesi tanya jawab serta keterlibatan dalam praktik langsung.

c) Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman peserta serta efektivitas kegiatan pengabdian. Evaluasi dilakukan secara kualitatif dan partisipatif melalui diskusi reflektif dan pengisian kuesioner sederhana. Peserta diminta menyampaikan kesan, pemahaman yang diperoleh, serta rencana tindak lanjut setelah pelatihan.

Selain itu, tim pelaksana juga melakukan observasi terhadap perubahan pola pikir dan sikap peserta selama kegiatan berlangsung. Indikator keberhasilan tidak hanya dilihat dari aspek kognitif (peningkatan pengetahuan), tetapi juga dari aspek afektif dan motivasional, seperti meningkatnya kepercayaan diri dan semangat untuk mengembangkan usaha.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman terkait manajemen usaha, pemasaran digital, dan pencatatan keuangan. Beberapa peserta menyatakan komitmen untuk mulai menerapkan pencatatan keuangan dan mencoba promosi melalui media sosial. Namun demikian, evaluasi juga menunjukkan perlunya pendampingan lanjutan, khususnya dalam aspek akses permodalan dan konsistensi penerapan digital marketing.

Tahap evaluasi ini sekaligus menjadi dasar rekomendasi untuk program tindak lanjut, seperti pembentukan kelompok usaha bersama dan pendampingan berkelanjutan berbasis kemitraan dengan pemerintah daerah maupun lembaga keuangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan dampak positif yang signifikan, dari sisi pengetahuan dan kemampuan SDM dalam meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan serta kemampuan pelaku UMKM dalam memotivasi diri meningkatkan perekonomian lokal.

1) Pengembangan Produk Kerajinan (Lukah dan Lanjung)

Berdasarkan hasil kunjungan dan edukasi pengrajin lukah dan lanjung/bakul memiliki keterampilan teknis yang sangat baik. Namun, produk ini sering dianggap sebagai barang komoditas biasa dengan nilai tawar rendah. Melalui edukasi, para pengrajin didorong untuk melakukan diversifikasi fungsi (misal: bakul sebagai wadah hantaran estetik) untuk meningkatkan nilai jual.

Produk seperti lanjung/bakul dan lukah memiliki potensi sebagai produk khas daerah. Setelah pelatihan, peserta mulai menyadari pentingnya: kemasan yang menarik, label produk, foto produk yang baik, promosi melalui media sosial. Beberapa peserta mulai mencoba memasarkan produk melalui platform digital sederhana.

Selain itu peserta menunjukkan peningkatan pemahaman terkait pentingnya manajemen usaha yang sistematis. Pelaku UMKM mulai memahami pentingnya pencatatan keuangan dan perhitungan biaya produksi dalam menentukan harga jual.

2) Optimalisasi Produk Olahan Pangan

Produk seperti serbuk kencur, kerupuk, keripik, dan dodol telah diproduksi secara konsisten. Fokus edukasi di sini adalah pada standardisasi kemasan. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa produk pangan sudah mulai dikemas dengan toples dan plastik *pouch*, namun perlu penguatan pada labelisasi (P-IRT, Halal) dan informasi nilai gizi agar dapat masuk ke pasar ritel modern.

3) Mengatasi Kendala Permodalan dan SDM serta Kesadaran Literasi Digital

Tim pengabdian memberikan wawasan mengenai akses pembiayaan mikro dan pentingnya pembukuan sederhana. Sebelumnya, sebagian besar pelaku UMKM belum memanfaatkan teknologi digital. Setelah pelatihan, peserta memahami bahwa digitalisasi dapat memperluas jangkauan pasar tanpa biaya besar. Untuk kendala SDM dan literasi digital, kaum muda di desa dilibatkan untuk membantu para orang tua dalam mengoperasikan media sosial sebagai alat promosi, sehingga tercipta regenerasi pengelolaan UMKM.

4) Identifikasi Permasalahan Utama

Walaupun terdapat peningkatan pengetahuan, beberapa tantangan tetap menjadi perhatian seperti: akses permodalan masih terbatas, belum adanya koperasi atau kelompok usaha formal, infrastruktur internet yang belum stabil, SDM yang masih perlu pendampingan berkelanjutan.

Dokumentasi Kegiatan



Gambar 1. Pengolahan hasil alam menjadi lukah (alat menangkap ikan)



Gambar 2. Penyuluhan dan Pengolahan hasil alam menjadi lukah (alat menangkap ikan)



Gambar 3. Pengolahan hasil alam menjadi lanjung (Alat untuk membawa/mengangkut hasil panen atau barang)



Gambar 4. Produk UMKM dari Pengolahan hasil alam menjadi serbuk kencur

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil memetakan masalah utama UMKM di Desa Bataguh, Pulau Kupang, Kabupaten Kapuas, Kalimantan Tengah yaitu pada aspek permodalan, pemasaran, dan digitalisasi serta peningkatan kualitas SDM. Kegiatan ini menunjukkan bahwa optimalisasi edukasi UMKM dapat menjadi strategi efektif dalam pengembangan ekonomi lokal. Warga mulai menyadari bahwa produk tradisional seperti lukah dan produk pangan seperti serbuk kencur memiliki potensi ekonomi besar jika dikelola dengan manajemen yang lebih modern dan didukung literasi digital yang memadai. Agar dampak dari kegiatan ini dapat terus berlanjut dan berkembang, diperlukan beberapa langkah lanjutan:

- a) Perlu adanya program lanjutan (tidak sekali selesai), untuk memantau penerapan materi edukasi serta pelatihan lanjutan berdasarkan permintaan dari masyarakat.
- b) Adopsi Digital Marketing Secara Konsisten, UMKM diharapkan tidak hanya sekedar memiliki media sosial, tetapi aktif menggunakannya (Facebook/Instagram/TikTok) untuk mempromosikan produk lokal.
- c) Pembentukan koperasi desa khusus UMKM untuk mengatasi masalah permodalan secara kolektif.
- d) Integrasi ke BUMDes, data UMKM seperti produk unggulan sebaiknya diintegrasikan ke Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) untuk pemasaran kolektif.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kapuas. (2024). *Kecamatan Bataguh dalam Angka*.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Strategi Penguatan UMKM Nasional*. Jakarta.
- Kuncoro, M. (2012). *Perencanaan Daerah: Bagaimana Membangun Ekonomi Lokal, Kota, dan Kawasan?* Erlangga.
- Nasdian, F.T. (2014). *Pemberdayaan Masyarakat: Teori dan Praktik*. Jakarta: Kencana.
- Nasution, N., dkk. (2020). *Literasi Digital Bagi Pelaku UMKM*. Jurnal Pengabdian Masyarakat.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2017). *Management* (14th ed.). Pearson Education.
- Suharto, E. (2005). *Pembangunan Masyarakat: Teori dan Strategi*. Bandung: Refika Aditama.

- Tambunan, T. T. H. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting*. LP3ES.
- World Bank. (2020). *Small and Medium Enterprises and Economic Development*. Washington DC.