

STRATEGI PENGUATAN UMKM BERKELANJUTAN DI DATARAN TINGGI DIENG : ANALISIS TANTANGAN, PELUANG, DAN PROSPEK BISNIS MASA DEPAN

^{1*}Yunus, ²Achmad Chairul Muslim, ³Asep Erlan Maulana, ⁴Azhar Fathoni

¹Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Pamulang

²Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pamulang

³Program Studi Tekni Informatika, Universitas Pamulang

⁴ Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Pascasarjana, Universitas Pamulang

Email : nurhang542@gmail.com

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini mengkaji strategi penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar berkelanjutan di Dataran Tinggi Dieng, sebuah kawasan yang memiliki potensi besar namun juga menghadapi tantangan signifikan. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis secara mendalam tantangan, peluang, dan prospek bisnis masa depan yang dihadapi oleh UMKM lokal. Tantangan yang diidentifikasi meliputi keterbatasan akses permodalan, inovasi produk yang stagnan, dan strategi pemasaran yang belum optimal di era digital. Di sisi lain, kawasan ini memiliki peluang besar dari kekayaan sumber daya alam (pertanian dan geowisata) serta pertumbuhan sektor pariwisata yang stabil. Pengabdian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi kasus pada beberapa UMKM terpilih. Hasil analisis menunjukkan bahwa kunci keberlanjutan UMKM di Dieng terletak pada tiga pilar strategi utama: 1) penguatan manajemen keuangan dan diversifikasi sumber permodalan, 2) inovasi produk berbasis kearifan lokal yang terintegrasi dengan teknologi, dan 3) pengembangan ekosistem pemasaran digital dan kolaborasi antar pelaku usaha. Sebagai luaran dari kegiatan ini, diimplementasikan program pendampingan yang fokus pada pelatihan literasi keuangan, pengembangan merek digital, serta fasilitasi kemitraan dengan sektor pariwisata. Program ini berhasil meningkatkan kapasitas manajerial dan membuka jalur pasar baru bagi UMKM. Kesimpulan dari studi ini adalah bahwa keberlanjutan UMKM di Dataran Tinggi Dieng tidak hanya bergantung pada intervensi sesaat, tetapi juga pada pembangunan ekosistem usaha yang sinergis, adaptif, dan berorientasi pada masa depan.

Kata Kunci: UMKM, Strategi Berkelanjutan, Dataran Tinggi Dieng, Peluang Bisnis, Pengabdian kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Dataran Tinggi Dieng, sebuah kawasan geologis dan budaya yang kaya di Jawa Tengah, telah lama dikenal sebagai pusat ekonomi mikro yang vital. Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya dalam bidang pertanian,

kerajinan, dan pariwisata, menjadi penopang utama mata pencaharian masyarakat lokal. Namun, di tengah pesatnya perkembangan ekonomi dan pariwisata, UMKM di Dieng menghadapi dilema kompleks: bagaimana bertumbuh dan tetap relevan di tengah tantangan yang terus berubah? Banyak pelaku usaha yang masih berjuang dengan isu-isu klasik, seperti keterbatasan akses permodalan formal, minimnya inovasi produk, dan kelemahan dalam strategi pemasaran di era digital. Akibatnya, mereka rentan terhadap gejolak pasar dan persaingan yang semakin ketat.

Di sisi lain, Dataran Tinggi Dieng menyimpan potensi besar yang belum sepenuhnya tergarap. Kekayaan sumber daya alamnya, seperti kentang dan buah carica, serta daya tarik geowisata yang unik, menawarkan peluang bisnis yang signifikan. Dengan semakin tingginya minat wisatawan domestik dan mancanegara, ada prospek besar bagi UMKM untuk mengintegrasikan produk dan layanan mereka dengan sektor pariwisata. Oleh karena itu, diperlukan sebuah pendekatan strategis yang tidak hanya mengatasi masalah yang ada saat ini, tetapi juga mempersiapkan UMKM untuk menghadapi prospek bisnis masa depan yang dinamis.

Pengabdian kepada masyarakat ini hadir sebagai respons atas kebutuhan tersebut. Tujuannya adalah untuk menganalisis secara mendalam tantangan, peluang, dan prospek yang dihadapi UMKM di Dieng, lalu merumuskan dan mengimplementasikan strategi penguatan yang berkelanjutan. Program ini tidak hanya berfokus pada pelatihan sesaat, tetapi juga pada pembangunan kapasitas jangka panjang, dengan harapan dapat menciptakan ekosistem bisnis yang sinergis dan adaptif. Melalui analisis yang komprehensif, kami bertujuan untuk membekali UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan agar dapat bersaing, berinovasi, dan pada akhirnya, menjadi pilar ekonomi yang kokoh dan mandiri di masa depan.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan pendekatan analisis, implementasi, dan evaluasi yang terstruktur untuk memastikan tercapainya tujuan strategis. Pendekatan ini berfokus pada kolaborasi aktif dengan pelaku UMKM dan pemangku kepentingan lokal, memastikan bahwa setiap intervensi relevan dan berkelanjutan.

1. Tahap Analisis dan Perumusan Strategi

Pada fase awal, tim pengabdian melakukan analisis mendalam terhadap kondisi UMKM di Dataran Tinggi Dieng. Metode yang digunakan adalah:

- a. Wawancara Mendalam (In-depth Interview): Wawancara dilakukan dengan sejumlah perwakilan UMKM dari berbagai sektor (pertanian, kuliner, dan kerajinan) untuk menggali informasi mengenai tantangan operasional, hambatan permodalan, dan strategi pemasaran yang mereka gunakan. Wawancara juga dilakukan dengan dinas terkait dan tokoh masyarakat untuk mendapatkan perspektif makro.
- b. Observasi Partisipatif: Tim melakukan observasi langsung di sentra-sentra UMKM dan kawasan wisata untuk memahami praktik bisnis sehari-hari, interaksi dengan konsumen, dan potensi yang belum tergarap.
- c. Analisis SWOT: Data yang terkumpul dari wawancara dan observasi dianalisis menggunakan kerangka SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi kekuatan internal, kelemahan, peluang eksternal, dan ancaman yang dihadapi UMKM. Hasil analisis ini menjadi dasar perumusan strategi penguatan yang spesifik.

2. Tahap Implementasi Intervensi

Berdasarkan hasil analisis SWOT, dirumuskan tiga intervensi utama yang kemudian diimplementasikan dalam bentuk program pendampingan dan pelatihan. Intervensi ini dirancang untuk mengatasi masalah struktural dan memanfaatkan peluang yang ada:

- a. Pelatihan Literasi Keuangan dan Akses Permodalan: Pelatihan ini memberikan pengetahuan dasar tentang pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan arus kas, dan pengenalan sumber-sumber permodalan alternatif, seperti koperasi dan pinjaman mikro. Sesi konsultasi personal juga diberikan untuk membantu UMKM menyusun rencana keuangan yang lebih baik.
- b. Lokakarya Inovasi Produk dan Pemasaran Digital: Lokakarya ini fokus pada pengembangan produk olahan dengan nilai tambah, pengemasan yang menarik, serta branding yang kuat. Pelatihan pemasaran digital mencakup pembuatan konten di media sosial (Instagram, TikTok) dan pemanfaatan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar.
- c. Fasilitasi Kemitraan: Memfasilitasi pertemuan antara pelaku UMKM dengan pengelola destinasi wisata, homestay, dan agen perjalanan. Tujuannya adalah membangun jaringan kemitraan yang saling menguntungkan, di mana produk UMKM dapat menjadi bagian dari paket wisata atau dijual di lokasi-lokasi strategis.

3. Tahap Evaluasi dan Keberlanjutan

Pada tahap akhir, dilakukan evaluasi dampak program melalui pengumpulan data kuantitatif (peningkatan omzet, jumlah pengikut di media sosial) dan kualitatif (testimoni pelaku UMKM). Hasil evaluasi ini digunakan untuk menyusun laporan akhir dan rekomendasi kebijakan yang dapat diserahkan kepada pemerintah daerah atau instansi terkait. Metode ini memastikan bahwa program tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga menciptakan fondasi yang kokoh untuk penguatan UMKM yang berkelanjutan di masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menghasilkan gambaran yang jelas mengenai kondisi UMKM di Dataran Tinggi Dieng, serta dampak positif dari intervensi yang dilakukan. Analisis mendalam menunjukkan adanya tantangan dan

peluang yang saling berinteraksi, yang kemudian menjadi dasar bagi perumusan strategi berkelanjutan.

1. Tantangan dan Peluang UMKM di Dataran Tinggi Dieng

a. Tantangan

Analisis mendalam mengungkap beberapa tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM di Dieng. Akses permodalan menjadi kendala paling krusial, di mana banyak pelaku usaha masih mengandalkan modal pribadi atau pinjaman informal yang berbunga tinggi. Mereka kesulitan memenuhi syarat perbankan formal, seperti laporan keuangan yang rapi. Tantangan lain adalah stagnasi inovasi produk. Produk yang dijual cenderung homogen, seperti keripik kentang atau manisan carica, tanpa diferensiasi yang signifikan. Hal ini mengakibatkan persaingan harga yang ketat dan melemahkan nilai jual. Terakhir, strategi pemasaran digital yang belum optimal membuat UMKM kehilangan kesempatan untuk menjangkau pasar yang lebih luas di luar Dieng.

b. Peluang

Di balik tantangan, Dieng menyimpan peluang besar. Potensi sumber daya alam yang melimpah, seperti buah carica, purwaceng, dan kentang, menjadi modal kuat untuk diversifikasi produk. Selain itu, pertumbuhan sektor pariwisata yang stabil menawarkan prospek pasar yang tak terbatas. Wisatawan tidak hanya mencari keindahan alam, tetapi juga produk lokal yang unik dan otentik. Peluang ini dapat dimanfaatkan melalui kolaborasi yang lebih erat antara UMKM dan industri pariwisata.

2. Implementasi Strategi dan Dampaknya

Berdasarkan analisis di atas, intervensi yang diimplementasikan berfokus pada tiga pilar utama dan memberikan dampak yang signifikan:

a. Penguatan Literasi Keuangan dan Manajemen

Pelatihan literasi keuangan menunjukkan hasil yang menggembirakan. Peserta program menunjukkan peningkatan pemahaman dalam mengelola arus kas dan membuat catatan keuangan sederhana. Sebanyak 70% dari UMKM yang

didampingi kini memiliki pembukuan dasar yang terpisah dari keuangan pribadi, sebuah langkah fundamental menuju profesionalisasi usaha. Perubahan ini juga membuat mereka lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan lembaga keuangan.

b. Inovasi Produk dan Pemasaran Digital

Program lokakarya inovasi mendorong UMKM untuk menciptakan produk dengan nilai tambah. Contohnya, UMKM pengolah carica mulai bereksperimen dengan produk jus carica kemasan modern dan teh purwaceng siap seduh. Lebih dari itu, pelatihan pemasaran digital memberikan hasil yang nyata. Sebanyak 80% UMKM yang berpartisipasi berhasil membuat akun bisnis di media sosial dan menggunakannya secara aktif untuk promosi. Hal ini terbukti meningkatkan interaksi dengan calon pembeli dan membuka peluang pesanan dari luar kota.

c. Kolaborasi Bisnis dan Jaringan Pemasaran

Fasilitasi kemitraan berhasil menciptakan sinergi baru. Beberapa UMKM kuliner dan kerajinan kini menjalin kerja sama dengan pengelola homestay dan agen wisata lokal. Produk mereka menjadi bagian dari paket oleh-oleh atau disajikan sebagai kudapan bagi wisatawan. Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga memperkuat brand Dieng sebagai destinasi wisata yang kaya akan produk lokal.

3. Prospek dan Keberlanjutan

Hasil dari pengabdian ini menegaskan bahwa masa depan UMKM di Dieng sangat prospektif. Kunci keberlanjutannya adalah kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan teknologi dan membangun ekosistem yang sinergis. Program ini telah meletakkan fondasi yang kuat, namun keberlanjutan jangka panjang memerlukan dukungan berkelanjutan, baik dari komunitas, pemerintah daerah, maupun akademisi. Prospeknya tidak hanya sebatas peningkatan omzet, tetapi juga penciptaan UMKM yang tangguh, inovatif, dan mampu menjadi penggerak ekonomi utama di Dataran Tinggi Dieng.

KESIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat ini menegaskan bahwa strategi penguatan UMKM yang berkelanjutan di Dataran Tinggi Dieng harus didasarkan pada pemahaman mendalam terhadap tantangan struktural dan pemanfaatan peluang yang ada. Program yang diimplementasikan telah menunjukkan bahwa intervensi yang terpadu—meliputi literasi keuangan, inovasi produk, dan pemasaran digital—efektif dalam meningkatkan kapasitas usaha para pelaku UMKM. Secara spesifik, keberhasilan program ini terletak pada tiga poin utama: pertama, peningkatan pemahaman manajemen keuangan menjadi fondasi bagi profesionalisme usaha. Kedua, inovasi produk yang berbasis kearifan lokal telah menciptakan nilai tambah dan diferensiasi di pasar. Ketiga, adopsi teknologi digital telah membuka jalur pemasaran baru dan memperluas jangkauan pasar yang sebelumnya terbatas. Sinergi yang terjalin antara UMKM dan sektor pariwisata juga telah membuktikan bahwa kolaborasi adalah kunci untuk menciptakan ekosistem bisnis yang saling menguntungkan.

Saran

Untuk menjamin keberlanjutan dampak positif ini, beberapa rekomendasi strategis perlu dipertimbangkan antara lain : Diperlukan sebuah pusat inkubasi yang menyediakan bimbingan berkelanjutan, ruang kerja bersama, dan fasilitas pelatihan bagi UMKM baru. Pemerintah daerah dan komunitas perlu memfasilitasi kemitraan yang lebih erat antara UMKM dengan lembaga keuangan mikro, koperasi, dan investor untuk mengatasi masalah permodalan. Mendorong terciptanya platform e-commerce khusus untuk produk-produk Dieng yang dikelola secara kolektif, sehingga memperkuat branding regional dan mempermudah akses konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A., & Widiastuti, T. (2022). Peran digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM di era pandemi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 12-25.
- Budianto, E. (2021). Inovasi produk sebagai strategi bertahan UMKM di masa krisis ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 89-101.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). Laporan kinerja UMKM nasional tahun 2022-2023. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Permana, S. D., & Suryani, N. K. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi akses permodalan UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(3), 211-224.
- Puspitasari, I. R., & Rahmawati, M. (2019). Pendampingan manajemen keuangan sederhana bagi pelaku UMKM di pedesaan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM)*, 3(2), 150-165.
- Sukarno, J., & Lestari, D. (2022). Potensi dan tantangan pengembangan ekowisata di Dataran Tinggi Dieng. *Jurnal Pariwisata Terpadu*, 8(4), 312-325.
- Yulianto, E., & Wibowo, A. T. (2021). Penguatan kapasitas UMKM melalui program pelatihan dan pendampingan. *Jurnal Komunitas*, 12(1), 54-67.
- Yulianto, H., & Prasetyo, B. (2020). Pengaruh adopsi e-commerce terhadap peningkatan omzet UMKM. *Jurnal Bisnis dan Keuangan*, 10(1), 45-58.