

# **PENGEMBANGAN SUMBER DAYA LOKAL UNTUK OPTIMALISASI EKONOMI DESA PADI**

Vety Regina Pramesty Cici Ariyanti, Catur Ajeng Kartika Ria, Putri Diana Arzeti Achila  
Almas Hadi Daulay, Riki Rikardo Dagasou, Akbar Yudha Pratama

Ilmu Hukum, Administrasi Publik, Administrasi Publik, Ekonomi Pembangunan, Ilmu  
Komunikasi, Administrasi Publik, Psikologi

Email: [vetyregina683@gmail.com](mailto:vetyregina683@gmail.com)

Ardhi Islamudin, S.E., M.A

Akutansi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: [ardhiislamudin@untag-sby.ac.id](mailto:ardhiislamudin@untag-sby.ac.id)

## **Abstrak**

Sebagian besar wilayah Desa Padi adalah pertanian, komoditas utama yang dihasilkan adalah padi, ubi jalar, dan jagung. Selain itu Desa Padi juga memiliki potensi alam atas berbagai jenis sayuran seperti sawi, kangkung, dan lain sebagainya. Dalam pengembangan sumber daya manusianya, mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) hadir untuk mengatasi dan memberikan solusi atas permasalahan yang ada. Seperti contoh pada kegiatan Usaha Mitra Kecil Menengah yang dimiliki Desa Padi, untuk mengenalkan kepada masyarakat luas diperlukan metode pemasaran yang terkini dan modern melalui Ekonomi Kreatif, sehingga dengan adanya aksi tersebut, masyarakat yang tempat tinggalnya tidak terletak pada daerah Desa Padi tetap bisa turut menikmati hasil bumi dari Desa Padi dengan cara melakukan pemesanan via online. Hal ini diharapkan dapat menunjang kegiatan UMKM di Desa Padi yang semulanya terkenal untuk warga lokal menjadi terkenal untuk masyarakat luas.

**Kata Kunci: Desa Padi, KKN, Ekonomi Kreatif, UMKM.**

## **Pendahuluan**

Menurut UU No 20 Tahun 2008 tentang UMKM, usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah. Pentingnya pengembangan dan pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sudah saatnya dikedepankan karena UMKM merupakan usaha yang bebas hambatan dan tahan terhadap perubahan dan dinamika perubahan lingkungan

dan global, di Indonesia, UMKM selain berperan dalam pertumbuhan pembangunan dan ekonomi, juga memiliki kontribusi yang penting dalam mengatasi masalah pengangguran. Pernyataan tersebut senada dengan hasil penelitian pasar yang dilakukan oleh World Bank Group (2016). Kemudian IFC (2016) menjelaskan UMKM yang dimiliki oleh wanita di Indonesia suatu kesempatan emas untuk institusi keuangan lokal dalam upaya pemberdayaan UMKM.

Permasalahan UMKM terkait adanya prospek usaha yang belum jelas terkait perencanaan, serta visi misi yang belum jelas (Sedyastuti, 2018). UMKM menjadi kurang jelas dikarenakan eksistensinya usaha yang dimiliki keluarga, dengan memakai teknologi yang jarang up to date, akses permodalan yang masih kurang, serta pemilik usaha masih merasa kesulitan untuk memisahkan modal usaha dengan dana pribadi. Terkait perizinan dan birokrasi pemilik usaha juga masih merasa kesulitan untuk mengakses (Rahmadanik & Ria, 2022)

UMKM merupakan jenis usaha yang memiliki peran penting dalam peningkatan PDB (Pendapatan Domestik Bruto) satu negara khususnya di Indonesia dengan menghadapi Era Industri 4.0 (Amri, 2020). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM adalah salah satu pelaku kunci dalam proses pembangunan nasional. UMKM berperan penting dalam pertumbuhan perekonomian negara dan penyerapan tenaga kerja untuk itu pemberdayaan UKM perlu dilakukan dengan serius (Narto et al., 2020) (Muljanto, 2020). Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (offline) menjadi digital (online). Strategi digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet (Purwana et al., 2017). Selain itu pemasaran produk menggunakan digital marketing dan memanfaatkan media sosial untuk dapat menjangkau konsumennya secara langsung dan dapat menekan biaya promosi (Nur Ahmas et al., 2022) dalam (Hardilawati, 2020)

Desa Padi merupakan salah satu desa yang berada di wilayah Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto Provinsi Jawa Timur. Desa Padi memiliki tiga dusun yaitu dusun Slawe, Dusun Padi dan Dusun Tameng yang terbagi menjadi 12 RT dan 5 RW dengan Jumlah Desa Padi Kurang lebih 1.500 Jiwa. Secara Geografis Desa Padi terletak, di daerah pegunungan dengan mayoritas warganya bermata pencaharian sebagai petani. Disamping itu Sebagian warganya bekerja sebagai peternak, pedagang, wiraswasta dan sebagainya. Dengan

sebagian

besar wilayahnya adalah daerah pertanian, komoditas utama yang dihasilkan di Desa Padi adalah padi, ubi jalar dan jagung dan beberapa jenis sayuran. Selain hasil pertanian beberapa warga desa padi membudidayakan ikan (Padi, 2022)

Dengan berbagai potensi alamnya, Desa Padi memiliki berbagai macam UMKM yang dikelola oleh desa melalui PKK maupun UMKM milik perorangan. Eksistensi UMKM Padi sejak keberadaannya terus berselaras dalam melakukan berbagai pembaruan dalam berbagai kondisi. Pembaruan tersebut dilakukan tetapi hasilnya dirasa belum optimal.

Berdasarkan potensi desa padi dari sudut potensi alam yang dikemas melalui UMKM, maka dilaksanakan pengabdian melalui sub tema Ekonomi Kreatif menggagas program kerja KKN dengan judul “Optimalisasi Ekonomi Kreatif Melalui Pemberdayaan UMKM Lokal Desa Padi”. Melalui Program tersebut mengambil pokok pembahasan terkait pemberdayaan dan pengembangan UMKM Desa Padi, melalui potensi dua UMKM yang dimiliki di Desa Padi yaitu UMKM Dendeng Lele sehingga dari program tersebut akan bermanfaat UMKM dan masyarakatnya lebih sejahtera dan menambah pendapatan desa. Tujuan Umum kegiatan pengabdian adalah membantu meningkatkan SDM dan kesejahteraan desa melalui Optimalisasi Ekonomi Kreatif Melalui Pemberdayaan UMKM Lokal Desa Padi.

### **Metode Pelaksanaan**

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu bentuk pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa universitas untuk turut serta dalam pembangunan dan pemberdayaan masyarakat. Salah satu sub tema yang menjadi fokus KKN adalah optimalisasi ekonomi kreatif melalui pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal di Desa Padi, Mojokerto. Dalam essay ini, akan dijelaskan metode pelaksanaan infografis yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dan mempromosikan program KKN ini.

Langkah 1: Riset dan Pemahaman Langkah pertama dalam metode pelaksanaan infografis adalah melakukan riset dan pemahaman mendalam tentang optimalisasi ekonomi kreatif dan potensi UMKM lokal di Desa Padi, Mojokerto. Dalam langkah ini, tim KKN perlu mengumpulkan data dan informasi relevan melalui sumber-sumber seperti laporan pemerintah, jurnal akademik, serta melakukan survei dan wawancara dengan pelaku UMKM dan masyarakat setempat. Data yang dikumpulkan harus akurat dan terkini guna mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang kondisi ekonomi kreatif di Desa Padi.

Langkah 2: Desain dan Struktur Infografis Setelah memiliki pemahaman yang cukup, langkah berikutnya adalah merancang desain dan struktur infografis. Pertimbangkan alur informasi

yang logis dan mudah dipahami oleh audiens target. Infografis dapat berupa jenis infografis data yang memvisualisasikan statistik ekonomi kreatif dan perkembangan UMKM di Desa Padi. Desain infografis harus menarik, dengan layout yang rapi, pemilihan warna yang relevan, tipografi yang mudah dibaca, dan penggunaan ikon yang sesuai dengan tema ekonomi kreatif.

Langkah 3: Pengembangan Konten Pada langkah ini, tim KKN perlu mengembangkan konten infografis yang informatif dan persuasif. Konten harus mencakup informasi mengenai langkah-langkah pemberdayaan UMKM lokal di Desa Padi, seperti pelatihan keterampilan, akses ke pasar, pengembangan produk, dan pembiayaan. Infografis juga harus menyajikan data-data penting tentang pertumbuhan ekonomi kreatif, peningkatan pendapatan UMKM, dan manfaat ekonomi yang dihasilkan bagi masyarakat lokal. Gunakan visualisasi data yang tepat seperti grafik, diagram, dan bagan untuk memperjelas informasi yang disampaikan.

Langkah 4: Review dan Penyesuaian Sebelum publikasi, penting untuk melakukan review dan penyesuaian terhadap infografis yang telah dibuat. Periksa kesalahan faktual dan tata bahasa yang mungkin ada. Pastikan data yang digunakan terverifikasi dan akurat. Selain itu, dapat melibatkan stakeholder terkait atau masyarakat lokal dalam proses review untuk memastikan bahwa infografis mencerminkan kondisi dan kebutuhan mereka dengan baik.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **1) Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Pada Produk UMKM**

Pada tanggal 6 Juli 2023 telah dilakukan pendaftaran NIB pada produk UMKM Desa Padi, bertempat di kediaman Ibu Erlan Tania selaku Ketua PKK. Namun, karena adanya kesalahan teknis di luar kendali yakni jangkauan sinyal jaringan internet yang kurang memadai mengakibatkan pengaksesan website OSS menjadi terhambat dan akhirnya mengalami trouble pada saat mendaftarkan produk UMKM tersebut.

Pada tanggal 7 Juli 2023 dilakukan kembali pendaftaran NIB pada produk UMKM Desa Padi, namun kegiatan kali ini dilakukan di tempat yang berbeda yakni Kantor Kelurahan Desa Padi. Hal ini cukup membuahkan hasil yang sangat memuaskan, dengan adanya sinyal jaringan internet yang memadai membuat segala aktivitas pendaftaran produk UMKM melalui website OSS mengalami kelancaran, sehingga

dalam tahap akhirnya NIB dapat tercetak dengan kurun waktu yang singkat. 2) Edukasi

dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Atas Sumber Dana  
UMKM

Kegiatan ini meliputi sosialisasi dan pelatihan tentang bagaimana cara membuat laporan keuangan yang baik dan benar, serta untuk mengoptimalkan biaya yang dimiliki yang juga digunakan sebagai langkah perencanaan, dan kegiatan ini berlangsung selama 2 hari, yakni dilaksanakan pada tanggal 4 – 5 Juli 2023.

Dalam kegiatan edukasi dan pendampingan laporan keuangan, kegiatan ini memiliki target sasaran yakni Ibu-ibu PKK, Perangkat Desa, dan Para Pelaku UMKM. Adapun produk UMKM yang dijadikan sebagai acuan adalah Peyek produksi milik Bu Niken. Dalam pelatihan ini para pelaku usaha diketahui belum melakukan pencatatan transaksi usaha dengan baik dan benar, maka dengan adanya kegiatan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada Ibu-ibu PKK, Perangkat Desa, dan Para Pelaku UMKM terkait pembukuan sederhana agar lebih mudah dalam mengontrol pengeluaran dan pemasukan selama UMKM tersebut dijalankan.

3) Pengembangan Strategi Daya Saing UMKM Dendeng Lele Dengan Analisis SWOT Pelaksanaan dan Hasil Kegiatan dari program kerja Pengembangan Strategi Daya Saing UMKM Dendeng Lele Dengan Analisis SWOT ini dapat disimpulkan sebagai berikut, antara lain:

- a. Melakukan observasi terkait UMKM Dendeng Lele
- b. Melakukan pemetaan terhadap masalah dan hambatan yang membuat daya saing UMKM belum berkembang
- c. Melakukan edukasi terkait pengenalan analisis SWOT untuk melihat berbagai peluang dan penghambat yang ada pada UMKM Dendeng Lele
- d. Melakukan pendampingan terhadap strategi pengolahan daya saing produk UMKM dengan potensi dan peluang yang tersedia melalui hasil analisis SWOT
- e. Melakukan evaluasi dan penetapan terhadap strategi pengelolaan daya saing produk UMKM dengan potensi dan peluang yang tersedia melalui hasil analisis SWOT.

4) Pemotretan Katalog Produk UMKM Desa Padi

Pada tanggal 10 Juli 2023 telah dilakukan Pemotretan Katalog Produk UMKM Desa Padi Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto, bertempat di Kantor Balai Desa Padi yang diikuti oleh Ibu-ibu PKK yang menjadi pelaku UMKM. Program kerja ini bertujuan untuk memahami tentang bagaimana pemotretan katalog produk agar dapat dijadikan identitas dalam suatu produk UMKM, selain itu juga mengarah pada setiap proses dan teknik pengambilan gambar produk yang menarik.

Dalam kegiatan ini Ibu-ibu PKK selaku pelaku UMKM dapat memahami bahwa pentingnya pemotretan katalog produk sebagai media promosi digital yang bertujuan untuk meningkatkan branding bisnis, dapat meningkatkan kepercayaan pembeli, dan dapat meningkatkan nilai jual terhadap suatu produk.

5) Pengembangan Branding Produk UMKM Dendeng Lele Berbasis Digital

6) Pelatihan Kualitas Pelayanan Dalam UMKM

7) Pendampingan Optimalisasi Pemasaran Produk UMKM Melalui E-Katalog Saat ini industri sedang mengalami perubahan ke arah digital karena adanya revolusi teknologi informasi yang mengakibatkan pemasaran dari sebuah usaha berubah yang pada mulanya masih berbentuk tradisional dan konvensional menjadi digital. Pemasaran secara digital atau yang biasa disebut dengan digital marketing bisa dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM Desa Padi agar bisa mendapatkan konsumen yang lebih luas lagi dan memperbanyak penjualan produk UMKM itu sendiri. **Simpulan**

1) Pendampingan dalam upaya pengoptimalan UMKM sangat penting dilakukan. Desa Padi dengan Potensinya harus bisa memiliki strategi dalam meningkatkan eksistensi UMKM. Adapun kegiatan pengabdian melalui KKN dengan sasaran UMKM Dendeng Lele berjalan dengan baik dan tepat. Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Pada Produk UMKM, Edukasi dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Atas Sumber Dana UMKM, Pengembangan Strategi Daya Saing UMKM Dendeng Lele Dengan Analisis SWOT, Pemotretan Katalog Produk UMKM Desa Padi, Pengembangan Branding Produk UMKM Dendeng Lele Berbasis Digital berbagai kegiatan tersebut dilakukan dengan memberikan pendampingan kepada Ibu-ibu PKK dan Para Pelaku UMKM agar dapat mengolah kemasan Dendeng Lele dengan wajah baru dan dengan metode pengemasan yang baru juga tentunya strategi-strategi marketing, daya saing dan keuangan yang semakin berkualitas. Hal ini dimaksudkan agar dapat menarik minat para pembeli untuk datang kembali untuk membeli produk tersebut. Kegiatan pengabdian menghasilkan output yang positif yang secara berkelanjutan hasil kegiatan pendampingan akan terus dilaksanakan dengan mengadaptasi kondisi terkini.

### **Ucapan Terima Kasih**

Kelompok Ekonomi Kreatif 2 KKN Reguler 1 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya mengucapkan terima kasih kepada LPPM UNTAG Surabaya, Kepala Desa Padi, Ketua TP PKK Desa Padi, UMKM Dendeng Lele Sebagai Mitra Pelaksanaan KKN dan Dosen Pendamping Lapangan yang telah mendukung dan bersinergi hingga akhir dalam

terlaksananya pengabdian melalui KKN ini.

### **Daftar Pustaka**

Nur Ahmas, A. A., Sutrisno, T., & Ratnasari, I. (2022). Upaya Peningkatan Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Inovasi Desain Kemasan Dan Pemasaran Produk Di Kabupaten Karawang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(1), 124. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i1.7625>

Padi, D. (2022). *Selayang Pandang Desa Padi*. Padi.Mojokerto.Desas.Id. <https://padi.mojokertodesa.id/>

Rahmadanik, D., & Ria, C. A. K. (2022). Pemberdayaan Umkm Untuk Menjaga Stabilitas Ekonomi Di Desa Mojomalang. *Dinamika Governance : Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 12(1), 83–92. <https://doi.org/10.33005/jdg.v12i1.2797>

UU No 20 Tahun 2008 tentang UMKM