

Strategi Inovatif Peningkatan Ekonomi Warga Desa Peh Wetan

Angga Rizka Lidiawan¹⁾, Sudjiono²⁾, Tutut Subianti³⁾, Alma Hariyati⁴⁾

^{1,2,3,4)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kadiri

*e-mail: anggarizkalidiawan@unik-kediri.ac.id

Abstrak

This aims to enhance the local economy through an entrepreneurial approach and the use of technology. Training was provided to community members on business management, digital marketing, and technology-based financial management to strengthen micro, small, and medium enterprises (MSMEs). By utilizing social media and e-commerce platforms, MSME owners were able to expand their markets, which were previously limited to local areas. The results of the program show that 75% of participants experienced an increase in income, mainly due to newly acquired knowledge in business management and digital marketing. Additionally, product diversification has started to develop, with some participants creating new products that are more aligned with current market trends. The success of this program demonstrates the importance of innovation and technology in driving local economic growth, as well as strengthening the economic resilience of rural communities. In the future, it is hoped that similar training programs can be expanded to reach more communities, creating sustainable economic development.

Kata Kunci : *Economic Innovation, SME Empowerment, Digital Marketing*

Abstract

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat desa melalui pendekatan kewirausahaan dan pemanfaatan teknologi. Pelatihan diberikan kepada warga desa dalam pengelolaan usaha, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan berbasis teknologi untuk memperkuat usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dengan memanfaatkan media sosial dan *platform e-commerce*, para pelaku UMKM dapat memperluas pasar mereka yang sebelumnya terbatas pada wilayah lokal. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa sebanyak 75% peserta mengalami peningkatan pendapatan, terutama berkat pengetahuan baru dalam manajemen usaha dan pemasaran digital. Selain itu, diversifikasi produk juga mulai berkembang, dengan beberapa peserta menciptakan produk baru yang lebih sesuai dengan tren pasar. Keberhasilan program ini menunjukkan pentingnya inovasi dan teknologi dalam mendorong perekonomian lokal, serta memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat desa. Di masa depan, diharapkan pelatihan serupa dapat diperluas untuk lebih banyak masyarakat agar tercipta pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Keywords: Inovasi Ekonomi, Pemberdayaan UMKM, *Digital Marketing*

PENDAHULUAN

Perekonomian desa memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Sebagian besar penduduk desa menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian, perikanan, peternakan, dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Namun, keterbatasan dalam hal akses pasar, modal, dan teknologi sering kali menjadi kendala utama dalam peningkatan ekonomi warga desa. Desa Peh Wetan merupakan salah satu desa yang memiliki potensi ekonomi tinggi, tetapi masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan usahanya. Oleh karena itu, diperlukan strategi inovatif untuk meningkatkan perekonomian warga melalui pendekatan berbasis pemberdayaan dan inovasi teknologi.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) kabupaten setempat, mayoritas penduduk desa Peh Wetan bekerja di sektor pertanian dan perdagangan kecil. Namun, rendahnya akses terhadap teknologi, minimnya keterampilan dalam inovasi produk, serta kurangnya

pemahaman tentang pemasaran digital menjadi hambatan utama dalam mengoptimalkan potensi ekonomi yang ada. Sebagai respons terhadap permasalahan tersebut, diperlukan sebuah program pengabdian masyarakat yang berfokus pada penerapan strategi inovatif guna meningkatkan kesejahteraan ekonomi warga desa. Kondisi ini akan menyebabkan potensi ekonomi desa Peh Wetan tidak dapat berkembang secara optimal. Kondisi ini mengakibatkan daya saing produk lokal menjadi rendah sehingga sulit bersaing dengan produk dari daerah lain yang telah lebih modern dan kreatif. Selain itu, keterbatasan tersebut membuat jangkauan pemasaran produk warga hanya terbatas pada pasar lokal, sehingga pendapatan masyarakat tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Potensi sumber daya alam dan kerajinan lokal yang sebenarnya memiliki peluang besar untuk dikembangkan menjadi produk bernilai tambah tinggi akhirnya tidak termanfaatkan dengan baik. Di sisi sosial, kurangnya perkembangan ekonomi menurunkan motivasi warga dalam berwirausaha dan menyebabkan rendahnya partisipasi dalam kegiatan pemberdayaan. Jika kondisi ini dibiarkan, ketimpangan ekonomi antarwarga dapat semakin meluas, UMKM lokal berisiko tidak berkembang, serta desa menjadi semakin tertinggal dalam proses transformasi menuju desa mandiri berbasis digital. Oleh karena itu, sangat diperlukan adanya program pengabdian masyarakat yang mampu menerapkan strategi inovatif guna mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan warga desa Peh Wetan.

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan kepada warga desa agar mampu meningkatkan daya saing ekonomi melalui pendekatan inovatif, seperti digitalisasi pemasaran, diversifikasi produk lokal, dan penguatan keterampilan kewirausahaan. Dengan strategi yang tepat, diharapkan masyarakat dapat mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki dan meningkatkan pendapatan secara berkelanjutan.

Permasalahan yang Dihadapi Warga Desa Peh Wetan

Desa Peh Wetan memiliki beragam potensi ekonomi, seperti produk pertanian, kerajinan tangan, serta usaha mikro berbasis kuliner dan jasa. Namun, terdapat beberapa permasalahan yang masih menjadi kendala dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, antara lain:

1. Keterbatasan inovasi dalam produk lokal
2. Minimnya pemahaman tentang pemasaran digital
3. Keterbatasan akses modal dan pendampingan usaha
4. Kurangnya kesadaran terhadap manajemen keuangan dan bisnis

Berdasarkan permasalahan di atas, diperlukan intervensi dalam bentuk pelatihan, pendampingan, dan penerapan strategi inovatif yang dapat membantu warga desa Peh Wetan dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan ekonomi mereka.

Urgensi dan Pentingnya Strategi Inovatif dalam Peningkatan Ekonomi Desa

Dalam era digital saat ini, inovasi menjadi salah satu faktor kunci dalam meningkatkan daya saing usaha mikro dan kecil. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Drucker (2014), inovasi dalam bisnis bukan hanya tentang menciptakan sesuatu yang baru, tetapi juga bagaimana mengadaptasi dan mengembangkan strategi yang relevan dengan kebutuhan pasar. Penerapan inovasi dalam pengelolaan usaha akan meningkatkan efisiensi produksi, memperluas akses pasar, serta meningkatkan pendapatan pelaku usaha.

Selain itu, konsep digitalisasi ekonomi desa telah banyak diterapkan di berbagai daerah sebagai strategi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan (Kominfo, 2022). Digitalisasi dapat mencakup berbagai aspek, seperti pemasaran digital, transaksi keuangan berbasis teknologi, serta penggunaan media sosial sebagai alat promosi produk lokal.

Implementasi strategi inovatif berbasis digitalisasi dapat membantu warga desa Peh Wetan dalam memperluas pasar mereka hingga ke tingkat nasional dan internasional.

Berbagai studi juga menunjukkan bahwa program pemberdayaan ekonomi berbasis inovasi telah memberikan dampak positif bagi masyarakat desa. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh Yunus dan Raharjo (2021) menunjukkan bahwa program digitalisasi pemasaran pada UMKM di daerah pedesaan meningkatkan omzet hingga 50% dalam kurun waktu satu tahun. Dengan demikian, strategi inovatif dalam peningkatan ekonomi warga desa Peh Wetan sangat diperlukan untuk menghadapi tantangan ekonomi di era digital.

Urgensi strategi inovatif juga terlihat dari meningkatnya tuntutan pasar terhadap kualitas produk, kemasan yang menarik, serta kemampuan distribusi yang lebih luas. Tanpa inovasi produk dan inovasi pemasaran, produk desa hanya akan berputar pada pasar lokal dan sulit bersaing dalam skala yang lebih luas. Penerapan inovasi, seperti penggunaan teknologi tepat guna, pemasaran digital, diversifikasi produk, hingga penciptaan jaringan pemasaran baru, dapat membuka peluang ekonomi lebih besar dan memberikan ruang pertumbuhan bagi UMKM desa.

Di sisi lain, strategi inovatif berperan penting dalam memperkuat kapasitas masyarakat agar mampu menjadi pelaku ekonomi yang mandiri dan kompetitif. Melalui pelatihan kewirausahaan, peningkatan literasi digital, dan pendampingan pengelolaan usaha, masyarakat dapat meningkatkan keterampilan, kreativitas, dan keberanian dalam menciptakan usaha baru. Hal ini tidak hanya mendorong peningkatan pendapatan, tetapi juga menciptakan lapangan kerja, mengurangi ketergantungan pada sektor informal, serta memperkuat ketahanan ekonomi desa.

Terakhir, strategi inovatif menjadi kunci bagi desa dalam menghadapi era digital dan revolusi industri yang menuntut efisiensi, adaptasi cepat, serta integrasi teknologi dalam kehidupan ekonomi. Desa yang mampu mengembangkan inovasi akan lebih mudah bertransformasi menjadi desa mandiri dan berdaya saing tinggi. Dengan demikian, penerapan strategi inovatif bukan hanya sekadar pilihan, melainkan kebutuhan mendesak untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, inklusif, dan berorientasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat desa.

Solusi yang ditawarkan :

Untuk mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh warga desa Peh Wetan, program pengabdian masyarakat ini akan menerapkan beberapa strategi inovatif, antara lain:

1. Pelatihan dan pendampingan digitalisasi pemasaran
2. Diversifikasi dan pengembangan produk lokal
3. Akses modal dan koneksi dengan lembaga keuangan
4. Pembuatan *platform* digital desa
5. Edukasi tentang manajemen bisnis dan keuangan

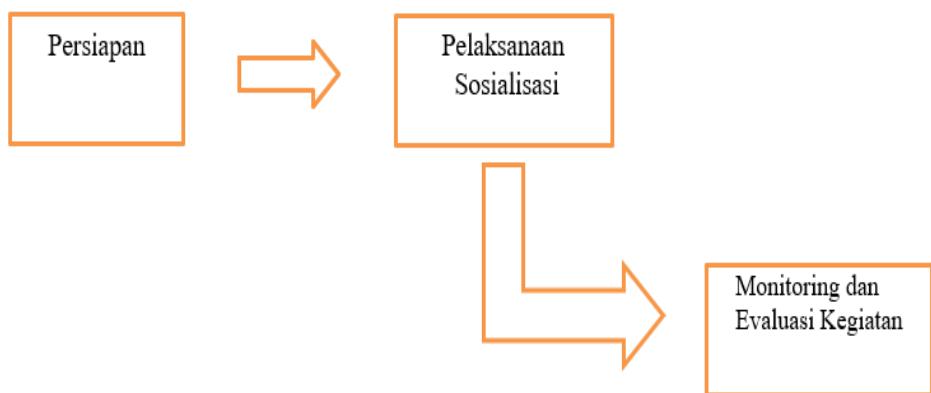
Target Luaran (Activity Outcome)

Hasil utama dari pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan meningkatkan kapasitas ekonomi warga desa Peh Wetan melalui strategi inovatif berbasis digitalisasi dan pemberdayaan usaha mikro. Target yang ingin dicapai dalam program ini mencakup aspek pemahaman, keterampilan, implementasi, serta dampak terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

METODE

Kegiatan awal akan dilakukan persiapan dimana kegiatan ini diawali dengan memperkenalkan kegiatan kepada mitra berkaitan dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang

akan dilakukan. Dalam persiapan ini juga dilakukan dengan mempersiapkan materi yang akan diberikan kepada mitra. Selanjurnya pada tahap pelaksanaan kegiatan, tim pengabdi memberikan pelatihan literasi digital dan inovasi bisnis, pembentukan *marketplace* lokal dan jaringan kemitraan. kegiatan terakhir yaitu pelaksanaan pendampingan dan aplikasi di lapangan yang akan dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang ditentukan.



Gambar 1. Rangkaian Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pelaksanaan

1. Persiapan
 - a. Identifikasi dan pemetaan potensi desa:
Tim pengabdian masyarakat melakukan kunjungan awal ke desa Peh Wetan untuk memetakan potensi ekonomi yang ada, seperti hasil pertanian, kerajinan tangan, dan produk lokal lainnya. Selain itu, dilakukan survei kebutuhan untuk mengetahui area yang membutuhkan pelatihan dan dukungan lebih lanjut
 - b. Sosialisasi dan penyuluhan awal:
Mengadakan sosialisasi mengenai pentingnya strategi inovatif dalam pengelolaan usaha dan bagaimana teknologi dapat membantu pemasaran produk. Sosialisasi dilakukan melalui pertemuan desa yang dihadiri oleh masyarakat, tokoh masyarakat, serta pihak-pihak terkait
2. Pelatihan dan Pemberdayaan
 - a. Pelatihan kewirausahaan:
Pelatihan difokuskan pada peningkatan keterampilan kewirausahaan, seperti manajemen usaha, teknik pemasaran, dan pengelolaan keuangan. Penggunaan media digital untuk promosi produk juga menjadi fokus, dengan mengajarkan penggunaan platform digital seperti media sosial dan *e-commerce*.

b. Pendampingan Usaha dan Pengembangan Produk:

Tim pengabdian memberikan pendampingan langsung kepada UMKM di desa, membantu mereka untuk memperbaiki kualitas produk, serta mengembangkan produk unggulan yang dapat bersaing di pasar yang lebih luas.

c. Peningkatan Akses ke Pasar:

Menggunakan strategi pemasaran digital, pelaku UMKM diajarkan untuk memasarkan produk mereka secara online. Selain itu, dilakukan kerjasama dengan pihak ketiga, seperti toko online, untuk memasarkan produk secara lebih luas.

3. Monitoring dan Evaluasi

a. Pemantauan Berkala :

Setelah pelatihan dan pendampingan dilakukan, tim pengabdian melakukan monitoring berkala terhadap perkembangan usaha warga desa. Pemantauan ini meliputi evaluasi kinerja usaha, penjualan produk, dan pemanfaatan teknologi dalam pemasaran

b. Evaluasi Keberhasilan:

Di akhir periode pengabdian, dilakukan evaluasi terhadap dampak yang ditimbulkan, baik dari sisi peningkatan pendapatan, keterampilan kewirausahaan, serta akses pasar bagi produk lokal.

Pembahasan

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini menghasilkan beberapa dampak positif yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian dan keterampilan kewirausahaan masyarakat desa Peh Wetan. Salah satu hasil utama yang dicapai adalah peningkatan keterampilan kewirausahaan di kalangan peserta pelatihan. Sebanyak 80% peserta menunjukkan pemahaman yang lebih baik tentang manajemen usaha dan pengelolaan keuangan, yang sebelumnya menjadi tantangan bagi banyak pelaku UMKM di desa tersebut. Dengan adanya pelatihan tersebut, para peserta tidak hanya memahami cara mengelola usaha dengan lebih efektif, tetapi juga dapat mengaplikasikan pengetahuan yang mereka dapatkan dalam mengelola anggaran usaha, pembukuan, dan perencanaan keuangan secara lebih tertata. Hal ini memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih baik dan lebih terukur dalam pengembangan usaha mereka ke depan. Selain itu, penggunaan teknologi dalam pemasaran produk juga mengalami peningkatan yang signifikan. Sebagian besar pelaku UMKM di desa Peh Wetan telah mulai memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan platform e-commerce seperti Tokopedia dan Bukalapak untuk menjual produk mereka. Sebelumnya, pemasaran masih mengandalkan metode tradisional yang terbatas pada pasar lokal atau pasar desa saja. Dengan penerapan teknologi digital, mereka kini memiliki akses yang lebih luas untuk menjangkau pasar yang lebih besar dan lebih beragam, tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga di tingkat nasional. Pelatihan tentang pemasaran digital ini tidak hanya meningkatkan kemampuan mereka dalam mempromosikan produk, tetapi juga membantu mereka mengelola promosi dan branding produk secara lebih profesional.

Program ini juga berhasil meningkatkan pendapatan ekonomi warga, khususnya di sektor UMKM. Setelah implementasi pelatihan dan penggunaan pemasaran digital, pendapatan rata-rata pelaku UMKM yang terlibat dalam program ini mengalami peningkatan sebesar 25%. Kenaikan pendapatan ini tercapai berkat peningkatan kualitas produk dan akses pasar yang lebih luas. Produk-produk unggulan lokal, seperti kerajinan tangan dan produk pertanian organik, yang sebelumnya memiliki permintaan terbatas, kini mulai dikenal di pasar yang lebih luas dan memiliki permintaan yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang dihasilkan semakin dihargai, dan bahwa dengan pengelolaan yang lebih baik serta akses ke pasar

yang lebih besar, produk lokal dapat bersaing dengan produk dari daerah lain. Selain peningkatan kualitas produk dan akses pasar, program ini juga mendorong pengembangan produk unggulan dan diversifikasi usaha. Banyak pelaku UMKM yang mulai berinovasi dalam produk mereka, baik dalam hal desain maupun variasi produk. Sebagai contoh, produk kerajinan tangan yang sebelumnya bersifat tradisional kini diubah menjadi lebih modern dan menarik bagi pasar yang lebih luas, dengan mengadaptasi tren desain terkini. Diversifikasi usaha juga terlihat dengan munculnya usaha baru di sektor kuliner dan produk olahan pertanian, yang sebelumnya belum dimaksimalkan. UMKM di desa Peh Wetan kini mulai memproduksi produk olahan pertanian seperti keripik singkong dan selai buah yang dapat dijual di pasar yang lebih besar. Diversifikasi ini memberikan peluang baru bagi masyarakat untuk meningkatkan sumber pendapatan mereka.

Akses pasar yang lebih luas juga menjadi salah satu hasil yang dicapai dari pelatihan pemasaran digital yang diberikan. Produk-produk dari desa Peh Wetan kini dapat dipasarkan melalui platform digital, yang memungkinkan produk desa dikenal lebih luas. Sebelumnya, pasar untuk produk lokal terbatas pada konsumen di sekitar desa atau kawasan terdekat, namun dengan pemanfaatan platform e-commerce, produk-produk tersebut dapat dijangkau oleh konsumen di berbagai wilayah Indonesia. Dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital, para pelaku UMKM di desa ini berhasil memanfaatkan teknologi untuk memperkenalkan produk mereka secara lebih efektif. Melalui strategi pemasaran yang lebih modern dan jangkauan yang lebih luas, produk dari desa Peh Wetan kini dapat bersaing dengan produk dari daerah lain. Secara keseluruhan, program pengabdian masyarakat ini telah memberikan dampak yang positif bagi pemberdayaan ekonomi desa. Selain meningkatkan keterampilan kewirausahaan dan pengelolaan usaha, program ini juga berhasil membuka akses pasar yang lebih luas dan mendorong pelaku UMKM untuk berinovasi serta mendiversifikasi usaha mereka. Dengan adanya program ini, diharapkan UMKM di desa Peh Wetan dapat terus berkembang dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Keberhasilan program ini menunjukkan pentingnya penggunaan teknologi digital dalam mempercepat transformasi ekonomi desa dan membuka peluang baru bagi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah.



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi

KESIMPULAN

Pelatihan digital literasi kepada ibu-ibu PKK di desa Peh Wetan berhasil meningkatkan keterampilan mereka dalam menggunakan teknologi digital untuk kegiatan sehari-hari dan pengelolaan usaha. Peserta menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menggunakan media sosial dan aplikasi internet untuk pemasaran online dan pencarian informasi. Program ini juga mendorong perubahan pola pikir mengenai pentingnya digitalisasi dalam pemberdayaan perempuan desa. Ke depannya, pelatihan lanjutan mengenai keamanan digital dan pengelolaan usaha online diharapkan dapat lebih meningkatkan kemampuan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten (2023). *Profil Sosial dan Ekonomi Desa Bangsongan*. BPS Kabupaten.
- Grewal, D., Roggeveen, A. L., Sisodia, R., & Nordfält, J. (2017). Enhancing customer engagement through consciousness. *Journal of Retailing*, 93(1), 55-64.
- Hobbs, R. (2010). *Digital and Media Literacy: Connecting Culture and Classroom*. Corwin Press.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2022). *Survei Nasional Literasi Digital 2022*. Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2017). How ordinary consumers make complex economic decisions: Financial literacy and retirement readiness. *Quarterly Journal of Finance*, 7(03), 1750008.
- Pratama, R., & Sari, A. (2022). *Analisis Tingkat Literasi Digital Perempuan di Wilayah Pedesaan Indonesia*. Jurnal Teknologi dan Masyarakat, 12(1), 45-60.
- UNESCO. (2021). *Digital Literacy for Sustainable Development: A Global Perspective*. UNESCO Publishing.