



Strategi Pengorganisasian Masyarakat Berbasis Sinergi Kolektif dalam Pengembangan UMKM untuk Penguatan Ekonomi Lokal

INFO PENULIS	INFO ARTIKEL
Rika Maryam Universitas Sriwijaya rikamaryam68@gmail.com Sisy Viola Gendis Nasution Universitas Sriwijaya sisyviolagendis@gmail.com Oktaviana Br Ginting Universitas Sriwijaya oktavianabrginting3@gmail.com Azizah Azzahro Universitas Sriwijaya azazizah987@gmail.com Umi Khasanah Universitas Sriwijaya umikha270706@gmail.com Tiara Resta Lapina Universitas Sriwijaya tiararesta99@gmail.com Steven Ronaldi Universitas Sriwijaya stevenronaldi808@gmail.com Ricky safriyanto Universitas Sriwijaya rickysafriyanto912@gmail.com Rudy Kurniawan Universitas Sriwijaya rudykurniawan@fisip.unsri.ac.id Muhammad Rifai Universitas Sriwijaya muhammad_rifai@fisip.unsri.ac.id Tresno Universitas Sriwijaya tresno@fisip.unsri.ac.id	ISSN: 2963-8933 Vol. 6, No. 1, April 2026 http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajpp

Saran Penulisan Referensi

Maryam, R., Nasution, S. V. G., Ginting, O. B., Azzahro, A., Khasanah, U., Lapina, T. R., Ronaldo, S., Safriyanto, R., Kurniawan, R., Rifai, M., & Tresno. (2026). Strategi Pengorganisasian Masyarakat Berbasis Sinergi Kolektif dalam Pengembangan UMKM untuk Penguatan Ekonomi Lokal. *Arus Jurnal Psikologi dan Pendidikan*, 6 (1), 805-811.

Abstrak

UMKM di Indonesia sering terkendala tata kelola individualistik. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pengorganisasian masyarakat kolektif untuk memperkuat kapasitas UMKM. Menggunakan metode *Systematic Literature Review* terhadap 10 artikel (2019-2024), ditemukan bahwa model *Asset Based Community Development* (ABCD), merek kolektif, dan integrasi BUMDes efektif meningkatkan daya saing. Strategi ini mentransformasi pola usaha atomistik menjadi sinergis, meningkatkan efisiensi rantai pasok hingga 30%, dan mempercepat adaptasi digital. Kesimpulannya, pengorganisasian masyarakat membangun modal sosial yang menciptakan resiliensi ekonomi lokal. Diperlukan regulasi yang mendukung asosiasi UMKM perdesaan untuk keberlanjutan ekonomi.

Kata Kunci: Pengorganisasian Masyarakat, UMKM, Ekonomi Lokal, Sinergi Kolektif, Pemberdayaan.

Abstract

MSMEs in Indonesia often face challenges due to individualistic governance. This study analyzes collective community organizing strategies to strengthen MSME capacity. Using a Systematic Literature Review of 10 articles (2019-2024), it finds that the Asset Based Community Development (ABCD) model, collective branding, and BUMDes integration effectively enhance competitiveness. These strategies transform atomistic business patterns into synergistic ones, increasing supply chain efficiency by up to 30% and accelerating digital adaptation. In conclusion, community organizing builds social capital that creates local economic resilience. Regulations supporting rural MSME associations are essential for long-term economic sustainability.

Keywords: Community Organizing, MSMEs, Local Economy, Collective Synergy, Empowerment.

A. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor fundamental yang menjadi motor penggerak utama perekonomian di Indonesia. Secara statistik, peran UMKM tidak dapat dipandang sebelah mata; sektor ini menyumbang sekitar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan mampu menyerap hingga 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Keberadaan UMKM tersebar luas hingga ke pelosok pedesaan, menjadikannya sebagai instrumen paling efektif dalam upaya pemerataan ekonomi dan pengentasan kemiskinan. Namun, di balik angka-angka kontribusi yang mengesankan tersebut, UMKM di Indonesia masih terjebak dalam berbagai dilema struktural dan sosiologis yang menghambat mereka untuk naik kelas. Salah satu hambatan yang paling krusial namun sering terabaikan adalah lemahnya aspek pengorganisasian di tingkat komunitas pelaku usaha itu sendiri. (Abidin et al. 2025)

Secara sosiologis, dinamika UMKM di Indonesia seringkali dicirikan oleh pola kerja yang sangat fragmentaris dan individualistik. Sebagian besar pelaku usaha mikro bergerak secara mandiri tanpa adanya ikatan organisasional yang kuat dengan pelaku usaha sejenis di lingkungannya. Fenomena ini menciptakan apa yang disebut sebagai "atomisasi ekonomi", di mana pelaku usaha berdiri sebagai unit-unit kecil yang terisolasi. Kondisi ini menyebabkan UMKM memiliki posisi tawar (*bargaining position*) yang sangat lemah, baik di hadapan pemasok bahan baku maupun dalam menghadapi rantai distribusi pasar yang eksploitatif. Ketidakmampuan untuk berorganisasi secara kolektif membuat UMKM sulit mencapai skala ekonomi yang efisien, sehingga biaya produksi tetap tinggi dan daya saing produk tetap rendah di tengah gempuran produk-produk impor yang lebih terorganisir (Aminullah et al. 2025).

Masalah lain yang muncul akibat lemahnya pengorganisasian adalah lambatnya penetrasi teknologi dan inovasi. Di era digital saat ini, transformasi menuju ekosistem digital adalah keharusan. Namun, bagi pelaku UMKM yang bergerak secara individual, melakukan digitalisasi secara mandiri membutuhkan biaya dan pengetahuan yang tidak sedikit. Tanpa adanya wadah organisasi yang memfasilitasi pembelajaran bersama (*social learning*), banyak pelaku UMKM yang akhirnya tertinggal dalam literasi digital. Mereka cenderung melakukan usaha secara konvensional, spontan, dan hanya berorientasi pada keberlangsungan hidup jangka pendek (*subsistence*) daripada pertumbuhan bisnis jangka panjang. Oleh karena itu, diperlukan sebuah

paradigma baru yang menempatkan pengorganisasian masyarakat sebagai instrumen utama dalam pemberdayaan ekonomi.

Pengorganisasian masyarakat dalam konteks pengembangan UMKM bukan sekadar persoalan administratif membentuk kelompok usaha, melainkan sebuah proses pembangunan kekuatan kolektif (*collective power*). Dalam teori sosiologi ekonomi, pengorganisasian bertujuan untuk membangun "Modal Sosial" yang mencakup kepercayaan (*trust*), norma, dan jaringan (*networks*). Melalui organisasi yang solid, pelaku UMKM dapat melakukan aksi kolektif seperti pembelian bahan baku bersama untuk mendapatkan harga lebih murah, penggunaan alat produksi teknologi tinggi secara bergilir, hingga penciptaan standar kualitas produk yang seragam. Strategi ini merubah pola pikir "kompetisi antar tetangga" menjadi "kolaborasi antar mitra", yang pada akhirnya akan memperkuat struktur ekonomi lokal secara keseluruhan (Anjaningrum, Azizah, and Suryadi 2024).

Pendekatan pengorganisasian masyarakat yang relevan dalam konteks ini adalah *Asset Based Community Development* (ABCD). Pendekatan ini menekankan pada identifikasi dan mobilisasi aset-aset lokal yang sudah ada, daripada terus-menerus bergantung pada bantuan eksternal. Seringkali, kegagalan program pemberdayaan UMKM di Indonesia disebabkan oleh pendekatan *top-down* yang memberikan bantuan modal tanpa didahului oleh penguatan kapasitas organisasional masyarakat. Akibatnya, ketika bantuan pemerintah berakhir, usaha masyarakat pun ikut berhenti. Pengorganisasian yang efektif harus mampu menciptakan kemandirian di mana masyarakat mampu mengelola sumber daya lokalnya secara berdaulat melalui lembaga-lembaga ekonomi kerakyatan seperti koperasi atau Badan Usaha Milik Desa (BUMDes).

Lebih lanjut, tantangan globalisasi dan pasar bebas menuntut UMKM untuk memiliki identitas kolektif yang kuat. Di berbagai negara maju, pengorganisasian UMKM dilakukan melalui klaster industri yang sangat terintegrasi. Di Indonesia, potensi ini sangat besar mengingat banyak desa yang memiliki karakteristik produk unggulan tertentu (Satu Desa Satu Produk/OVOP). Namun, tanpa intervensi strategi pengorganisasian yang tepat, potensi tersebut hanya akan menjadi kumpulan usaha kecil yang saling bersaing tidak sehat. Strategi pengorganisasian harus mampu merajut kepentingan individu para pelaku usaha ke dalam satu visi kolektif untuk menguasai pasar yang lebih luas, termasuk pasar ekspor (Arianto, Rahmiyanti, and Handayani 2024).

Pentingnya pengorganisasian juga berkaitan dengan mitigasi risiko. Pelaku UMKM sangat rentan terhadap guncangan ekonomi, seperti yang terlihat saat pandemi COVID-19. Penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha yang tergabung dalam organisasi atau komunitas yang kuat memiliki tingkat ketahanan (*resilience*) yang lebih baik karena adanya sistem dukungan sosial dan informasi yang mengalir dalam jaringan tersebut. Mereka dapat saling membantu dalam pemasaran silang, berbagi informasi mengenai kebijakan pemerintah, atau memberikan pinjaman darurat antar anggota. Inilah esensi dari ekonomi kerakyatan yang berasaskan kekeluargaan, namun tetap dikelola dengan manajemen organisasi yang profesional.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini menjadi sangat mendesak untuk dilakukan. Masih terdapat kekosongan literatur yang secara spesifik membedah model-model pengorganisasian yang benar-benar adaptif dengan kultur masyarakat Indonesia. Kebanyakan studi masih berfokus pada aspek teknis manajemen atau keuangan UMKM secara parsial. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam strategi pengorganisasian masyarakat seperti apa yang paling efektif diterapkan untuk meningkatkan kapasitas UMKM di Indonesia. Fokus kajian mencakup bagaimana proses mobilisasi masyarakat dilakukan, bagaimana bentuk kelembagaan kolektif yang ideal, serta bagaimana dampaknya terhadap kemandirian ekonomi lokal. Diharapkan, hasil kajian ini dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan sosiologi ekonomi dan kontribusi praktis bagi para pengambil kebijakan dalam merancang program pemberdayaan UMKM yang lebih berkelanjutan (Blongkod, Rasjid, and Abdussamad 2024).

B. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Systematic Literature Review (SLR) untuk mengeksplorasi secara mendalam strategi pengorganisasian masyarakat dalam konteks pengembangan UMKM. Prosedur penelitian dilakukan secara sistematis melalui lima tahapan utama untuk menjamin validitas temuan. Pertama, identifikasi database primer dilakukan menggunakan Google Scholar dan Scopus untuk memperoleh literatur bereputasi baik di tingkat nasional maupun internasional. Kedua, pencarian naskah menggunakan kombinasi

kata kunci spesifik seperti "*Community Organizing AND MSMEs*", "*Pengorganisasian Masyarakat AND UMKM*", dan "*Strategi Pemberdayaan Ekonomi Lokal*".

Ketiga, dilakukan proses seleksi ketat berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi. Kriteria inklusi meliputi artikel yang diterbitkan dalam rentang waktu lima tahun terakhir (2019-2024), fokus studi pada kasus UMKM di wilayah Indonesia, dan secara eksplisit mendiskusikan aspek pengorganisasian, manajemen kolektif, atau pemberdayaan berbasis komunitas. Artikel yang hanya membahas teknis produksi tanpa menyentuh aspek sosiologis atau organisasional dikeluarkan dari daftar (eksklusi).

Keempat, penentuan jumlah literat dilakukan melalui proses penyaringan (*screening*) judul dan abstrak. Dari total 45 artikel yang ditemukan pada tahap awal, dilakukan peninjauan mendalam sehingga dipilih 10 artikel utama yang dianggap paling representatif dan memiliki kualitas data tertinggi untuk menjawab pertanyaan penelitian. Kelima, analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*) dan *coding* untuk mengkategorikan temuan-temuan terkait model pengorganisasian masyarakat yang paling efektif diterapkan oleh pelaku UMKM di Indonesia (Nurdin et al. 2023).

C. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan analisis mendalam terhadap literatur yang terpilih, ditemukan bahwa strategi pengorganisasian masyarakat bagi UMKM di Indonesia tidak dapat disamakan dengan manajemen korporasi skala besar. Strategi ini haruslah berakar pada nilai-benar lokal namun dikemas secara profesional. Berikut adalah temuan-temuan tematik mengenai strategi pengorganisasian yang dilakukan oleh pelaku UMKM di Indonesia:

Tipologi Strategi Pengorganisasian Berbasis Sosiokultural

Hasil studi literatur mengungkapkan bahwa strategi pengorganisasian yang paling sukses di Indonesia adalah strategi yang memanfaatkan struktur sosiokultural yang sudah ada. Masyarakat Indonesia memiliki tradisi "Gotong Royong" yang kuat, namun dalam konteks UMKM, tradisi ini perlu ditransformasikan menjadi "Kolaborasi Ekonomi Formal" (Rosanti et al. 2024).

- a. Model Paguyuban Formal: Temuan menunjukkan bahwa banyak UMKM di sektor kerajinan dan kuliner (seperti di Jawa Tengah dan D.I. Yogyakarta) beralih dari sekadar kumpul-kumpul sosial menjadi "Paguyuban Usaha". Strategi pengorganisasiannya dimulai dengan menyamakan kepentingan ekonomi anggota, kemudian membentuk badan hukum koperasi. Hal ini memberikan kejelasan temuan bahwa organisasi yang memiliki legitimasi hukum lebih mudah mendapatkan akses modal dari perbankan dan program CSR perusahaan besar.
- b. Strategi Inklusi Kelompok Rentan: Literatur mencatat keberhasilan pengorganisasian UMKM perempuan di perdesaan. Strategi yang digunakan adalah pendekatan personal-maternalistik di mana pendamping lapangan berperan sebagai fasilitator sosiologis untuk membangun kepercayaan diri pelaku usaha sebelum masuk ke ranah bisnis teknis.

Implementasi Model ABCD (*Asset Based Community Development*) di Indonesia

Temuan signifikan dari hasil studi literatur terkait strategi pengorganisasian adalah efektivitas model ABCD yang diadaptasi pada UMKM lokal. Berbeda dengan pendekatan berbasis masalah (*problem-based*), model ini memulai pengorganisasian dengan memetakan "Aset" atau kelebihan komunitas (Salsabila et al. 2026).

- a. Pemetaan Aset Berjenjang: Langkah awal strategi ini adalah mengidentifikasi aset individu (keterampilan pengrajin), aset organisasi (adanya kelompok pengajian/PKK), dan aset fisik (lahan desa). Pengorganisasian dilakukan dengan menyatukan aset-aset ini menjadi satu unit produksi. Contoh konkrit yang ditemukan adalah pengembangan desa wisata berbasis UMKM, di mana masyarakat diorganisir untuk membagi peran: ada yang fokus pada produksi oleh-oleh, ada yang pada jasa *homestay*, dan ada yang pada pemasaran.
- b. Temuan Terkait Kemandirian: Strategi berbasis aset terbukti menghasilkan tingkat keberlanjutan (*sustainability*) yang lebih tinggi karena masyarakat merasa memiliki (*sense of ownership*) terhadap usaha tersebut. Mereka tidak lagi menunggu bantuan pemerintah, tetapi aktif mengelola dana iuran kelompok untuk pengembangan alat produksi.

Strategi Pengorganisasian Identitas Melalui Merek Kolektif (*Collective Branding*)

Salah satu temuan paling menonjol terkait strategi pemasaran di Indonesia adalah penggunaan merek kolektif. Pelaku UMKM yang bergerak secara individual seringkali kesulitan membangun merek yang dikenal secara luas karena keterbatasan biaya promosi (Surbakti 2025).

- a. Merek Payung Lokal: Strategi pengorganisasian ini dilakukan dengan cara menyatukan berbagai produk kecil di bawah satu merek yang merepresentasikan identitas wilayah. Misalnya, "Batik Desa X" atau "Kopi Gunung Y". Organisasi (biasanya BUMDes atau Koperasi) bertanggung jawab menjaga Standar Operasional Prosedur (SOP) dan kualitas produk dari setiap anggota.
- b. Temuan Digitalisasi Kolektif: Hasil literatur menunjukkan bahwa UMKM yang tergabung dalam merek kolektif 70% lebih cepat beradaptasi dengan pasar digital (*e-commerce*). Pengurus organisasi berperan sebagai "Admin Kolektif" yang mengelola toko daring, sementara anggota fokus pada produksi. Ini memecahkan masalah literasi digital bagi pelaku UMKM lansia di perdesaan. Strategi ini membuktikan bahwa pengorganisasian mampu menutup celah keterbatasan individu melalui peran organisasi sebagai agregator pasar.

Penguatan Kelembagaan dan Sinergi Multipihak (*Pentahelix*)

Hasil analisis literatur juga menekankan pentingnya strategi pengorganisasian yang melibatkan pihak eksternal dalam posisi yang setara. Strategi pengorganisasian UMKM di Indonesia kini banyak mengadopsi model sinergi *Pentahelix* (Pemerintah, Akademisi, Bisnis, Komunitas, dan Media) (Yuniarko and Pramono 2023).

- a. Fungsi BUMDes sebagai Hub Ekonomi: Temuan kunci menunjukkan bahwa BUMDes tidak boleh menjadi pesaing UMKM masyarakat, melainkan harus diorganisir sebagai "Induk" atau penjamin pasar (*off-taker*). Strategi ini memastikan bahwa UMKM memiliki kepastian pembeli sehingga mereka dapat fokus meningkatkan kualitas produk.
- b. Pendampingan Terintegrasi: Strategi pengorganisasian yang efektif melibatkan akademisi dalam memberikan pelatihan inovasi produk. Temuan studi menunjukkan bahwa pelatihan yang bersifat "sekali jalan" tanpa pengorganisasian kelompok pasca-pelatihan cenderung gagal. Pengorganisasian yang benar harus menyertakan mekanisme monitoring berkala oleh organisasi masyarakat itu sendiri.

Dampak Strategi Pengorganisasian Terhadap Ekonomi Lokal

Pembahasan mengenai dampak menunjukkan bahwa pengorganisasian masyarakat berkontribusi langsung pada peningkatan pendapatan riil pelaku UMKM (Abidin et al. 2025).

- a. Efisiensi Rantai Pasok: Dengan adanya organisasi, pembelian bahan baku secara grosir (*bulk buying*) dapat menurunkan biaya produksi hingga 20-30%. Keuntungan ini langsung dirasakan oleh pelaku usaha mikro yang margin keuntungannya tipis.
- b. Peningkatan Posisi Tawar: Melalui organisasi, pelaku UMKM tidak lagi dipermainkan oleh tengkulak. Mereka memiliki gudang penyimpanan bersama (strategi manajemen stok kolektif) yang memungkinkan mereka menunda penjualan saat harga jatuh dan menjual saat harga stabil.
- c. Pembangunan Modal Sosial: Dampak yang paling mendasar adalah terciptanya "Solidaritas Organik". Masyarakat yang terorganisir memiliki sistem bantuan mandiri. Temuan literatur mencatat adanya kelompok UMKM yang memiliki dana darurat kolektif untuk membantu anggota yang sakit atau mengalami musibah, sehingga usaha mereka tidak lantas bangkrut.

Mitigasi Risiko dan Jaring Pengaman Ekonomi Kolektif

Pengorganisasian masyarakat berfungsi sebagai jaring pengaman saat terjadi krisis. Pelaku UMKM sangat rentan terhadap guncangan pasar, dan strategi kolektif terbukti menjadi faktor resiliensi utama (Aminullah et al. 2025).

- a. Dana Abadi dan Simpan Pinjam Kelompok: Temuan studi literatur mencatat adanya pola pengorganisasian di mana kelompok UMKM menyisihkan sebagian keuntungan untuk dana darurat. Dana ini digunakan sebagai modal talangan ketika anggota mengalami keterlambatan pembayaran dari pembeli besar atau musibah produksi.
- b. Diversifikasi Risiko Melalui Klaster: Pengorganisasian dilakukan dengan membagi klaster produk. Jika satu jenis produk sedang turun permintaannya, anggota organisasi dapat beralih sementara ke produk lain dalam ekosistem yang sama. Solidaritas organik ini menciptakan ketahanan ekonomi yang tidak dimiliki oleh usaha individual.

Strategi Keberlanjutan Pasca-Pendampingan (*Self-Sustaining Strategy*)

Banyak program pengorganisasian gagal karena berhenti saat pendamping pergi. Temuan literatur menyoroti strategi keberlanjutan sebagai sub-bab penting dalam pengorganisasian UMKM di Indonesia (Anjaningrum et al. 2024).

- a. Kaderisasi Kepemimpinan Lokal: Strategi yang paling krusial adalah mencetak pemimpin-pemimpin kecil dari kalangan pelaku usaha itu sendiri. Pengorganisir harus mampu mentransfer kemampuan manajemen dan negosiasi kepada ketua kelompok.
- b. Konektivitas dengan Mitra Eksternal (*Networking*): Strategi pengorganisasian akhir adalah menghubungkan organisasi masyarakat dengan jaringan pasar yang lebih luas, akademisi untuk inovasi, serta pemerintah untuk regulasi. Temuan studi menunjukkan bahwa keberhasilan jangka panjang sangat bergantung pada seberapa kuat organisasi UMKM tersebut mampu melakukan lobi-lobi kebijakan di tingkat daerah (Blongkod et al. 2024).

Secara keseluruhan, temuan dari studi literatur ini memperjelas bahwa strategi pengorganisasian UMKM di Indonesia telah berevolusi dari sekadar bantuan modal menjadi pembangunan ekosistem yang mandiri. Kuncinya terletak pada kemampuan pengorganisir untuk merajut kepentingan individu menjadi visi bersama, serta keberanian untuk melepaskan ketergantungan pada pihak luar melalui mobilisasi aset lokal yang berdaulat.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis literatur dan pembahasan yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa strategi pengorganisasian masyarakat merupakan determinan utama dalam mentransformasi UMKM dari unit usaha yang rentan menjadi entitas ekonomi yang berdaya saing. Strategi pengorganisasian yang efektif di Indonesia tidak lagi bertumpu pada intervensi modal finansial semata, melainkan pada penguatan "Modal Sosial" melalui tujuh instrumen strategis: (1) Tipologi sosiokultural berbasis paguyuban, (2) Mobilisasi aset melalui model ABCD, (3) Strategi merek kolektif (*Collective Branding*), (4) Optimalisasi kelembagaan desa (BUMDes), (5) Transformasi digital berbasis komunitas, (6) Mitigasi risiko kolektif, dan (7) Strategi keberlanjutan pasca-pendampingan.

Temuan penelitian ini mempertegas bahwa pengorganisasian masyarakat mampu menjawab tantangan atomisasi ekonomi pelaku UMKM. Melalui pengorganisasian, UMKM berhasil mencapai skala ekonomi yang lebih efisien, menurunkan biaya operasional melalui pembelian kolektif, dan meningkatkan posisi tawar di hadapan pasar global. Lebih dari sekadar peningkatan pendapatan, pengorganisasian masyarakat menciptakan "Solidaritas Organik" yang memperkuat resiliensi ekonomi lokal terhadap guncangan eksternal. Dengan demikian, pengorganisasian masyarakat adalah jembatan yang menghubungkan potensi individual pelaku usaha dengan kekuatan kolektif yang mampu menggerakkan ekonomi nasional secara inklusif.

Berdasarkan temuan penelitian, naskah ini merumuskan beberapa rekomendasi strategis bagi para pemangku kepentingan sebagai berikut:

- a. Bagi Pemerintah Desa dan Daerah: Diharapkan dapat memperkuat regulasi yang memfasilitasi pembentukan wadah kolektif seperti Koperasi atau asosiasi UMKM. Pemerintah Desa melalui BUMDes disarankan untuk tidak menjadi kompetitor bagi usaha warga, melainkan berperan sebagai agregator pasar (*off-taker*) dan fasilitator infrastruktur bersama (seperti rumah kemasan digital) yang dapat diakses oleh seluruh anggota komunitas.
- b. Bagi Praktisi Pemberdayaan dan Akademisi: Strategi pendampingan harus beralih dari model "Sekali Jalan" ke model pendampingan berkelanjutan yang berfokus pada kaderisasi kepemimpinan lokal. Akademisi perlu terlibat aktif dalam memberikan pelatihan inovasi yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga penguatan manajemen organisasi agar kelompok masyarakat tidak mengalami disintegrasi setelah masa proyek berakhir.
- c. Bagi Pelaku UMKM: Penting untuk mengikis mentalitas individualisme dan mulai membangun kepercayaan kolektif antar sesama pelaku usaha. Sinergi melalui merek kolektif dan pembagian peran dalam rantai pasok lokal harus menjadi prioritas utama agar mampu bersaing dengan produk industri skala besar di pasar digital.

E. Referensi

Abidin, Z., T. Rohayatin, D. Kurnia, A. Rochaeni, L. M. Fauzi, B. Aprilia, W. Gunawan, W. Zulfikar, W. Wulandari, H. Ristala, and D. Febriasnyah. 2025. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Bumdes Untuk Meningkatkan Ekonomi Kreatif Di Desa Pusakaratu Kabupaten Subang." *Jurnal Abdimas Mandiri* 9(2):330–36. doi:10.36982/jam.v9i2.5721.

- Aminullah, H. Shomadani, O. Syahrial, and S. Umami. 2025. "Transformasi Digital Ecosystem UMKM Berbasis Potensi Lokal: Model Pemberdayaan Terintegrasi Di Desa Gunungsari Kabupaten Pasuruan." *Jurnal SOLMA* 14(3):3024–37. <https://journal.uhamka.ac.id/index.php/solma>.
- Anjaningrum, W. D., N. Azizah, and N. Suryadi. 2024. "Spurring SMEs' Performance through Business Intelligence, Organizational and Network Learning, Customer Value Anticipation, and Innovation - Empirical Evidence of the Creative Economy Sector in East Java, Indonesia." *Heliyon* 10(5). doi:10.1016/j.heliyon.2024.e27998.
- Arianto, B., S. Rahmiyanti, and B. Handayani. 2024. "Pemberdayaan Komunitas UMKM Berbasis Penguatan Aspek Keuangan Dan Pemasaran Digital Di Kota Serang." *Ruang Komunitas: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(1):15–23. doi:10.24252/rkjpm.v2i1.46247.
- Blongkod, H., H. Rasjid, and Z. K. Abdussamad. 2024. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Peningkatan Literasi Keuangan BUMDes Bagi Pelaku UMK Desa Pesisir." *Mopolayio: Jurnal Pengabdian Ekonomi* 3(3):1–10. <https://mopolayio.fe.ung.ac.id/index.php/mopolayio>.
- Nurdin, R., Z. Masud, F. Syam, A. Muqsith, and A. Bakar. 2023. "Penguatan Kelembagaan Dan Pemberdayaan BUMDes Serta UMKM Desa Tonasa." *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 5(3):344–49. doi:10.24036/abdi.v5i3.400.
- Rosanti, N., K. Murniati, Y. A. Syarief, and A. Nugraha. 2024. "Optimalisasi Peran BUMDes Dalam Peningkatan Kinerja Pemasaran Produk UMKM Di Pekon Sri Menanti Lampung Barat." *JPPF (Jurnal Pengabdian Fakultas Pertanian Universitas Lampung)* 3(2):163–74.
- Salsabila, R., N. F. Dhiba, A. H. Fahrezi, D. A. P. Hutabarat, and Srianis. 2026. "Strategi Pemberdayaan Ekonomi Dan Literasi Sosial Berbasis UMKM." *Al-Khidmah: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 6(1):1–10. doi:10.56013/jak.v6i1.5010.
- Surbakti, F. P. S. 2025. "Empowering Indonesian MSMEs: Bridging the Digital Divide through e-Commerce." *Community Empowerment* 10(6):1435–42. doi:10.31603/ce.13521.
- Yuniarko, W., and T. Pramono. 2023. "Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Badan Usaha Milik Desa (Bumdesa) Di Desa Kendalbulur Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung." *JPAP (Jurnal Penelitian Administrasi Publik)* 9(1):1–10. doi:10.30996/jpap.v9i1.7890.