

STRATEGI PENINGKATAN PRODUKTIVITAS DESA MELALUI PENGUATAN KAPASITAS SDM DAN KREATIVITAS LOKAL DI KECAMATAN TAMBELANG

Jakaria^{1*}, Eka Putri Yudilestari², Istianah Setyaningsih³, Rani Ramdayani⁴

¹⁻³ STIE Dharma Agung Indonesia

damajakaria@gmail.com¹, ekayudilestari@gmail.com²

istidharmaagung@gmail.com³, ranidharmaagung@gmail.com⁴

Received: 02-06-2025

Revised: 16-06-2025

Approved: 25-05-2025

ABSTRAK

Desa Tambelang, Kecamatan Tambelang, Kabupaten Bekasi, memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, terutama dalam sektor UMKM. Namun, pertumbuhan usaha di desa ini masih terkendala oleh rendahnya kapasitas sumber daya manusia (SDM) dan minimnya inovasi bisnis, sehingga belum ada UMKM yang berkembang menjadi skala besar atau mampu bersaing secara regional. Penelitian ini bertujuan untuk menginisiasi strategi peningkatan produktivitas desa melalui penguatan kapasitas SDM dan kreativitas lokal. Metode yang digunakan mencakup survei dan Focus Group Discussion (FGD) untuk mengidentifikasi kebutuhan masyarakat, pelatihan kewirausahaan, pendampingan bisnis, serta pembentukan ekosistem ekonomi kreatif berbasis komunitas. Evaluasi program selama satu bulan menunjukkan hasil baik yaitu: peserta meningkatkan inovasi produk berbasis potensi lokal, dan pelaku usaha merasa lebih kreatif dalam pemasaran produk bisnis setelah pendampingan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan berbasis edukasi, komunitas usaha, dapat meningkatkan kreativitas Desa Tambelang secara berkelanjutan. Dengan strategi penguatan SDM dan inovasi ekonomi lokal, desa ini memiliki potensi besar untuk menciptakan ekosistem usaha yang lebih mandiri dan kompetitif di masa depan.

Kata kunci: Produktivitas Desa, UMKM, Penguatan SDM, Kreativitas Lokal, Ekonomi Berkelanjutan

PENDAHULUAN

Pada era ketidakpastian ekonomi global, kerap kali kita menjumpai turun naiknya perekonomian terutama di berbagai usaha skala besar atau perusahaan-perusahaan besar dari berbagai sektor termasuk industri perdagangan jasa dan lainnya yang mengalami kebangkrutan, hal tersebut mengakibatkan banyaknya pengangguran akibat PHK. Usaha, mikro, kecil, dan menengah atau UMKM menjadi salah satu cara untuk bertahan hidup, membentuk usaha-usaha kecil yang mereka dirikan dengan modal yang tidak terlalu besar di Indonesia. Data Kemnaker mencatat bahwa selama 2023 64.855 orang tenaga kerja ter-PHK dan terus bertambah sampai tahun 2025, berdasarkan data tersebut, memperkuat kebutuhan nyata bagi UMKM untuk dapat diperkuat agar dapat menyerap tenaga kerja para korban PHK utamanya di Wilayah Jawa Barat (Satudata, 2025)

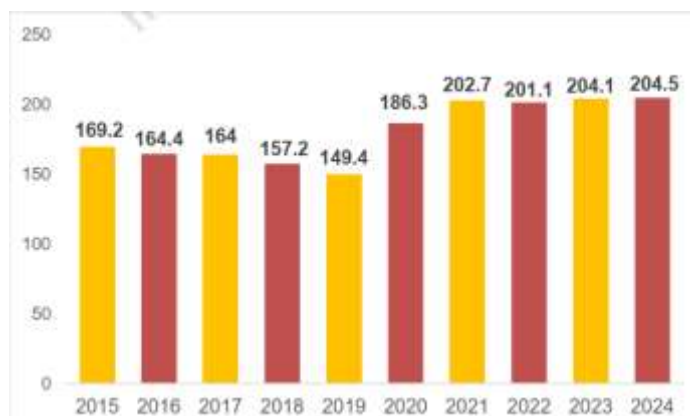
Kecamatan Tambelang memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, terutama dalam sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi, jumlah UMKM di Kecamatan Tambelang mengalami pertumbuhan yang stabil dalam beberapa tahun terakhir. Namun, meskipun jumlah UMKM terus bertambah, belum ada usaha yang berkembang menjadi skala besar atau mampu bersaing di tingkat regional maupun nasional. Tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan kapasitas sumber daya manusia (SDM) dan minimnya kreativitas dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal.

UMKM yang ingin bertahan dan berkembang secara keberlanjutan harus

mengubah konsep model bisnisnya secara terus-menerus mengikuti tren perubahan selera konsumen. Saat ini segala macam aspek bisnis mikro kecil menengah dituntut untuk berkembang layaknya sebuah perusahaan besar. Keadaan ini terjadi karena jumlah pesaing semakin bertambah dan volume produk yang dipasarkan semakin meningkat sehingga diperlukan strategi pertahanan dan pengembangan pada sebuah bisnis agar bertahan ditengah persaingan pasar. Analisis strategi yang perlu dilakukan salah satunya adalah *Strength, Weakness, Opportunities* dan *Threats* (SWOT) dilakukan untuk penilaian. Rangkuti (2016) dalam (Wardoni, I, et al., 2023)

Selain itu berdasarkan Jurnal (Yasinta dan Nadapdap J,P., 2022) ILO SCORE yaitu metode 5S dan Tata Letak, Kerjasama dan Berbagi Informasi, Promosi, dan Kesehatan Keselamatan Kerja (K3) & Hygiene yang diterapkan pada UMKM di Bengkayang, hal ini bagus untuk dapat meningkatkan daya saing, dan kepastian kualitas dari UMKM untuk konsumen, hal ini belum dilakukan oleh UMKM Mitra di Desa Tambelang. Pengembangan ekonomi lokal juga menjadi fokus penting dalam alokasi dana desa. Dana tersebut dapat digunakan untuk mendukung inisiatif ekonomi lokal seperti pelatihan keterampilan dan promosi produk. Alokasi dana desa memiliki dampak pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kesejahteraan. (Paendong, et al, 2025). Selain itu, Berawal dari UMKM yang skalanya kecil potensial tumbuh dan berkembang menjadi suatu industri yang besar lalu dapat membuka peluang terciptanya lapangan pekerjaan dan menjadi kekuatan bagi masyarakat bila ada suatu hal yang tidak diinginkan(Budiyanto & Effendy, 2020)

Sesuai data BPS 2024, Jumlah Penduduk Wanita di Kabupaten Bekasi, lebih banyak dibandingkan laki-laki, bisa dikatakan bahwa peran perempuan dalam lingkungan sosial berdampak kepada kehidupan masyarakat. Menurut Yuliana E. L, et al, 2024 Peran Komunitas Perempuan, diakui berdampak positif terhadap keberlanjutan dan keberhasilan program pengembangan UMKM. Hal ini juga masih belum dioptimalkan dan menjadi perhatian untuk implikasi kegiatan di daerah Observasi.



Gambar 1 . Jumlah Penduduk Miskin Kabupaten Bekasi

Tingkat Kemiskinan di Kabupaten Jawa Barat terus meningkat, hal ini menjadi perhatian, yang perlu untuk dicarikan Solusi praktis untuk bisa meningkatkan kemampuan Masyarakat untuk bisa mendapatkan penghidupan yang layak. Kecamatan Tambelang khususnya, terdapat peningkatan sebesar 1,29% dengan total jumlah penduduk per 2024 sebanyak 42.329, dengan total penduduk sebanyak itu, diharapkan ada potensi yang dikembangkan secara lokal untuk bisa menunjang kehidupan tanpa perlu keluar daerah lain untuk mendapatkan penghidupan yang baik. (BPS, 2024)

Penghidupan yang baik bisa terjadi jika Produktivitas desa tinggi, hal ini sangat bergantung pada kompetensi dan keterampilan masyarakat dalam mengelola usaha, memanfaatkan sumber daya, serta berinovasi dalam menghadapi persaingan ekonomi. Sayangnya, kurangnya akses terhadap pelatihan, edukasi kewirausahaan, dan teknologi menjadi hambatan utama bagi pengembangan SDM yang unggul. Selain itu, pola pikir masyarakat yang lebih berorientasi pada memperoleh pendapatan cepat daripada membangun strategi jangka panjang menghambat pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Permasalahan UMKM yaitu kompetensi dianggap bukan factor yang dapat meningkatkan profesionalisme. Hal ini sesuai dengan hasil kajian (Prastiwi, N L P E Y., et al, 2024), yang menyebutkan meskipun tanpa pengetahuan, keterampilan, atau kemampuan tertentu, karyawan tetap dapat menyelesaikan pekerjaan hanya dengan mengandalkan pengalaman semata.

Kesejahteraan masyarakat merupakan hal yang sangat penting yang harus dilakukan oleh pemerintah. Masyarakat yang sejahtera akan menjadi tolak ukur apakah negara dapat membawa rakyatnya hidup dengan layak dan berkecukupan atau tidak. Dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat, pemerintah memiliki tugas dan peranan penting dalam untuk mewujudkannya. Maka dari itu, perlu diinisiasi upaya-upaya dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat yang mana salah satunya adalah dengan pemberdayaan UMKM di dalam masyarakat (Styaningrum, 2021).

Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan strategi yang berfokus pada peningkatan kapasitas SDM melalui pelatihan keterampilan, edukasi bisnis, serta penguatan ekosistem kreatif yang mampu mendorong inovasi di desa. Pendekatan ini bertujuan tidak hanya untuk meningkatkan produktivitas masyarakat tetapi juga menciptakan model ekonomi desa yang lebih mandiri dan berkelanjutan. Desa kreatif bisa menjadi konsep penting dalam Pembangunan dan revitalisasi komunitas lokal yang memadukan seni, budaya, dan inovasi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan inklusi social. (Rahmat, A, et all, 2023)

Melalui jurnal ini, program pengabdian masyarakat dirancang dengan pendekatan yang holistic, dalam Konsep technososiopreneur mencakup beberapa aspek penting seperti: Pemberdayaan Sosial, mencakup pelatihan keterampilan berbasis potensi desa, penguatan kapasitas wirausaha lokal, serta peningkatan kreativitas mengoperasionalkan usaha dengan bantuan teknologi. (Renanda, Z P., et al, 2024). Harapannya, strategi ini dapat menjadi solusi bagi desa-desa di Kecamatan Tambelang untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menciptakan ekosistem ekonomi yang produktif serta inovatif.

METODE KEGIATAN

Berikut adalah metode kegiatan yang digunakan:

1. Identifikasi dan Analisis Kebutuhan Masyarakat

- **Tujuan:** Memahami kondisi terkini produktivitas desa dan hambatan yang dihadapi masyarakat.
- **Teknik:**
 - Survei terhadap pelaku UMKM dan masyarakat umum untuk mengetahui keterbatasan SDM dan kreativitas.
 - FGD (Focus Group Discussion) dengan tokoh masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah desa.
 - Analisis data sekunder dari BPS Kabupaten Bekasi terkait pertumbuhan UMKM dan ekonomi lokal.

2. Pelatihan dan Pendampingan Peningkatan Kapasitas SDM

- **Tujuan:** Meningkatkan kompetensi dan keterampilan masyarakat dalam mengelola usaha dan inovasi ekonomi.
- **Teknik:**
 - Pelatihan kewirausahaan, manajemen usaha, dan pemasaran digital bagi pelaku UMKM.
 - Workshop peningkatan kreativitas dalam pengembangan produk lokal.
 - Pendampingan bisnis bagi usaha mikro untuk memperkuat daya saing mereka.

3. Evaluasi dan Pengukuran Dampak Kegiatan

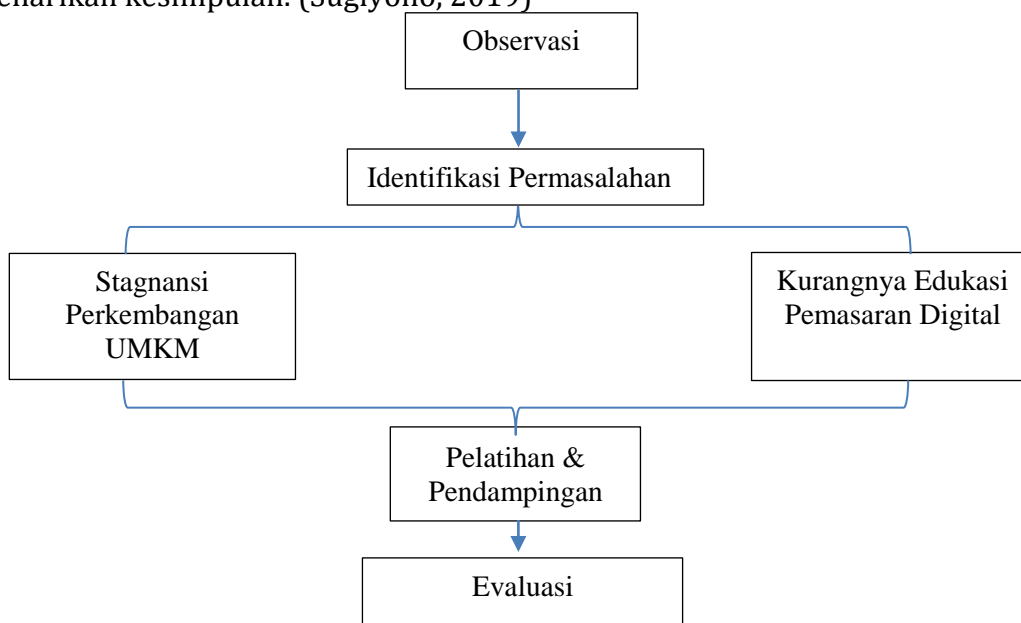
- **Tujuan:** Menilai efektivitas program dan dampaknya terhadap peningkatan produktivitas desa.
- **Teknik:**
 - Monitoring berkala terhadap pelaku usaha yang mengikuti pelatihan.
 - Analisis peningkatan pendapatan dan skala bisnis UMKM setelah intervensi program.
 - Pelaporan hasil kegiatan sebagai rekomendasi kebijakan bagi pemerintah desa.

Metode kegiatan ini dirancang untuk memberikan pendekatan yang komprehensif dalam meningkatkan produktivitas desa, dengan fokus pada pemberdayaan SDM dan penguatan kreativitas lokal. Desa Mitra yang menjadi sasaran Program di Kecamatan Tambelang :

Tabel 1. Daftar Desa Mitra

No	Nama Desa
1	Sukarapih
2	Sukamaju
3	Sukarahayu
4	Sukaraja

Teknik analisis data yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. (Sugiyono, 2019)



Gambar 2. Kerangka Kerja Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi dan Analisis Kebutuhan Masyarakat

Dari hasil survei dan FGD yang dilakukan kepada pelaku UMKM serta masyarakat di Kecamatan Tambelang, ditemukan bahwa mayoritas usaha mikro masih beroperasi dalam skala kecil tanpa adanya strategi pengembangan jangka panjang. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi, pertumbuhan jumlah UMKM di wilayah ini meningkat dalam lima tahun terakhir. Namun, tidak ada usaha yang berkembang menjadi skala besar atau memiliki daya saing di tingkat regional.

Kecamatan <i>District</i>	Perdagangan Besi dan Eceran, Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor <i>Wholesale and Retail Trade; Repair of Motor Vehicle and Motorcycle</i>	Pengangkutan dan Perdagangan <i>Transportation and Storage</i>	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum <i>Accommodation and Food Service Activities</i>	Informasi dan Komunikasi <i>Information and Communication</i>	Aktivitas Kemangan dan Asuransi <i>Financial and Insurance Activities</i>	Real Estate <i>Real Estate Activities</i>
(1)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
Setu	-	-	-	-	-	-
Serang Baru	-	-	-	-	-	-
Cikarang Pusat	-	-	-	-	-	-
Cikarang Selatan	-	-	-	-	-	-
Cibarusah	-	-	-	-	-	-
Bojongmangu	-	-	-	-	-	-
Cikarang Timur	-	-	-	-	-	-
Kedongwangin	-	-	-	-	-	-
Cikarang Utara	-	-	-	-	-	-
Karangbahagia	2	-	-	-	-	-
Cibitung	-	-	-	-	-	-
Cikarang Barat	-	-	-	-	-	-
Tambun Selatan	-	-	-	-	-	-
Tambun Utara	-	-	-	-	-	-
Babelan	1	-	-	-	-	-
Tarumajaya	-	-	-	-	-	-
Tambelang	-	-	2	-	-	-
Sukawangi	1	-	-	-	-	-
Sukatani	-	-	-	-	-	-
Sukaharya	-	-	-	-	-	-
Pebayuran	2	-	-	-	-	-
Cabangbungin	2	-	1	-	-	-
Muaragembong	-	-	-	-	-	-
Kabupaten Bekasi	8	-	3	-	-	-

Gambar 3. Jumlah Usaha yang ada di Kabupaten Bekasi

Data yang tersedia menunjukkan bahwa jumlah entitas dalam sektor keuangan dan asuransi di Kecamatan Tambelang sebanyak **2 unit**, sementara sektor perdagangan dan bisnis belum memiliki entitas yang signifikan dibandingkan kecamatan lain seperti Karangbahagia dan Pebayuran. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun UMKM berkembang, tidak ada usaha yang benar-benar tumbuh menjadi skala besar, sehingga daya saing masih rendah. (Salapiah2024)

Data ini sejalan dengan hasil survei sebelumnya yang menunjukkan bahwa UMKM di Tambelang mengalami pertumbuhan tetapi masih terbatas dalam skala mikro. Hambatan utama yang dihadapi adalah minimnya kapasitas SDM serta kurangnya inovasi dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal. Hasil survei dan FGD menunjukkan bahwa masyarakat di Kecamatan Tambelang lebih berorientasi pada pendapatan cepat daripada strategi bisnis berkelanjutan. Hal ini tercermin dalam

data bahwa jumlah entitas bisnis dalam sektor perdagangan masih terbatas, yang menunjukkan kurangnya keberanian dan kreativitas dalam mengembangkan usaha yang memiliki daya tahan jangka panjang. Faktor lain yang berpengaruh adalah rendahnya akses masyarakat terhadap pelatihan kewirausahaan dan pendidikan bisnis. Tanpa adanya pendampingan dan edukasi yang tepat, masyarakat kesulitan untuk membangun strategi usaha yang mampu bertahan dan berkembang.

2. Implementasi Pelatihan dan Pendampingan Peningkatan Kapasitas SDM

Pelaksanaan pelatihan kewirausahaan dan pengembangan usaha telah dilakukan dengan beberapa sesi, mencakup:

- Manajemen keuangan dan pemasaran digital.
- Pengembangan produk berbasis potensi lokal dan strategi branding.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta pelatihan mengalami peningkatan pemahaman mengenai strategi usaha yang lebih berkelanjutan. Peserta menyatakan bahwa pelatihan membantu mereka memahami cara mengembangkan bisnis jangka panjang, dan ada keinginan memulai penerapan strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan usaha.

3. Evaluasi dan Pengukuran Dampak Kegiatan

Setelah pelaksanaan program selama 1 bulan, dilakukan evaluasi terhadap perkembangan UMKM peserta program:

- peserta menunjukkan peningkatan dalam kreativitas produk, dengan inovasi baru berbasis sumber daya lokal.
- pelaku UMKM menyatakan bahwa pendampingan bisnis membantu mereka mengelola usaha dengan lebih efektif.

Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa program penguatan kapasitas SDM dan ekosistem kreatif memberikan dampak positif dalam meningkatkan produktivitas desa. Meskipun tantangan masih ada, strategi yang berkelanjutan dan kolaboratif dapat menjadi solusi bagi desa-desa di Kecamatan Tambelang untuk memperkuat daya saing mereka dalam jangka panjang.



Gambar. 4
Hasil Latihan Pembuatan logo UMKM oleh PKK

Sesuai dengan kondisi UMKM masyarakat sebelumnya khususnya di Desa Sukarahayu, banyak yang menjual produk tanpa membuat Logo produk, hal ini terjadi karena berbagai alasan, utamanya karena ketidak tahuan dan karena kekurangan modal. Hal ini menjadi pemantik kami untuk bisa menjelaskan berkaitan dengan fungsi Logo pada kemasan Mempublikasikan design logo terbaru untuk UMKM Kulit Lumpia untuk bisa: 1). Membangun Identitas Brand, 2). Meningkatkan Kredibilitas, 3). Menarik Perhatian, 4). Menyampaikan Nilai atau Filosofi Usaha, 5). Memudahkan Promosi dan Branding. Dengan logo yang efektif UMKM memiliki kesempatan lebih besar untuk membangun hubungan emosional dengan pelanggan. Logo yang baik membuat produk atau layanan UMKM lebih mudah diingat oleh pelanggan, selain itu logo juga dirancang untuk mencerminkan nilai-nilai visi dan misi UMKM tersebut.



Gambar. 5
Hasil Latihan Pembuatan logo UMKM oleh PKK

Sesuai dengan kondisi UMKM masyarakat sebelumnya khususnya di Desa Sukarapih, banyak yang menjual produk tanpa membuat Logo produk, hal ini terjadi karena berbagai alasan, utamanya karena ketidak tahuan dan karena kekurangan modal. Proses Penempatan logo pada kemasan yang tepat dapat membantu UMKM untuk : 1). Meningkatkan Daya Tarik Visual Produk, 2). Membangun Rekognisi Brand, 3). Memudahkan konsumen mengidentifikasi produk, 4). Memperkuat pesan, 4). Mendukung konsistensi dan Branding Jangka Panjang. Dengan penempatan logo yang tepat, Posisi logo yang konsisten dan mudah terlihat pada kemasan membantu konsumen mengenali produk dengan cepat, dan mengenali brand diantara competitor lainnya. UMKM bisa memperkuat identitas dan brand, dan pada akhirnya mampu bersaing di pasar.



Gambar. 6

Design logo

Sesuai dengan kondisi UMKM masyarakat sebelumnya khususnya di Desa Sukamaju, banyak yang menjual produk tanpa membuat Logo produk, hal ini terjadi karena berbagai alasan, utamanya karena ketidak tahuan dan karena kekurangan modal. Proses Sosialisasi kepada Pemilik UMKM diharapkan dapat : 1). Memastikan pemahaman brand, 2). Mengoptimalkan Strategi Pemasaran, 3). Meningkatkan Kepedulian terhadap Kualitas Produk, 4). Membekali pemilik UMKM dengan pengetahuan branding, 5). Meningkatkan daya saing melalui kepuasan konsumen. Sosialisasi ini memungkinkan juga pemilik UMKM untuk lebih memahami nilai strategis logo dan kemasan sebagai alat pemasaran dan branding yang penting, sehingga UMKM mampu lebih efektif dalam memperkuat daya saing produk di pasar.



Gambar. 8 Design Media Promosi



Gambar. 7 Proses Sosialisasi kepada pemilik UMKM

E-Commerce atau media social

Sesuai dengan kondisi UMKM masyarakat sebelumnya khususnya di Desa Sukamaju, banyak yang menjual produk tanpa membuat Logo produk dan Penjualan masih menggunakan cara tradisional untuk berjualan, hal ini terjadi karena berbagai alasan, utamanya karena ketidak tahuan dan karena kekurangan modal. Design promosi pada *E-commerce* atau media social diharapkan dapat meningkatkan : 1). Penjualan Produk, 2). *Brand Awareness*, 3). Tingkat keterlibatan konsumen, 4). Loyalitas Pelanggan, 5). *Conversion Rate*. Dengan design promosi yang menarik dan efektif, UMKM dapat meningkatkan daya saingnya. Design promosi yang menarik mampu memikat dan mendorong konsumen untuk membeli produk.

Tantangan dan Strategi Pengembangan UMKM di Indonesia

Meskipun program ini memberikan dampak positif, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi, seperti resistensi terhadap perubahan, dan keterbatasan modal untuk melakukan inovasi lebih lanjut. Beberapa hal yang telah dilakukan dan perlu untuk dilanjutkan Kembali oleh pemilik UMKM, yaitu :

1. Perdagangan Elektronik

Pemasaran adalah cikal bakal perusahaan. Melalui pemasaran yang tepat, perusahaan akan berhasil. Pemasaran membutuhkan usaha terus-menerus, dimulai dengan peluncuran produk baru ,dan selama periode pengembangan, ketika ada

banyak pesaing, ketika mengembangkan produk baru, ketika perusahaan sedang menurut (Awali, 2020).

Berkaitan dengan hal tersebut, salah satu strateginya adalah dengan memperluas jaringan melalui transaksi e-commerce, sehingga UMKM dapat terus beroperasi sambil menarik lebih banyak pelanggan dan memperluas pangsa pasar. Pelaku usaha UMKM harus beralih ke perdagangan e-commerce di era revolusi industry 4.0, dan era marketing 5.0 akibat pergeseran kebiasaan konsumsi konsumen, menjadikan e-commerce pilihan yang tepat bagi pelaku UMKM untuk tetap bertahan. Ada juga kemungkinan untuk mendapatkan bagian yang lebih besar dari industry baru.

2. Kolaborasi dan Sinergitas

Melibatkan konsumen dalam pemilihan produk, edukasi dan pengenalan kualitas produk di akun media social. Dengan cara ini kesadaran merek akan terbentuk dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam melakukan digital marketing pelaku UMKM dituntut untuk selalu terbuka dan berpikiran terbuka terhadap teknologi yang terus berkembang. Tentu saja, pemasaran digital juga mempertimbangkan penggunaan media yang tepat dan metode komunikasi yang tepat dan metode komunikasi yang tepat yang disesuaikan dengan segmen pasar atau pangsa pasar yang dipilih. Peningkatan kualitas layanan dengan menambah jenis layanan seperti layanan delivery order dan pembelian online serta menggunakan hotline layanan penjualan khusus yang dapat diakses dengan mudah oleh konsumen.

Strategi Pengembangan pendistribusian dilakukan untuk mengembangkan skill (keahlian) para pelaku amal usaha untuk lebih memperkenalkan produk unggulnya di harapkan pengelola diminta intens dalam memasarkan produknya ke beberapa wilayah yang ada di didekat wilayah yang mudah dijangkau. Selain itu Strategi Penguatan Produk Inovasi , Inovasi yang dilakukan terhadap produk unggulan tersebut, dirancang mulai dari perencanaan produk, proses pembuatan produk, inovasi teknologi yang digunakan, hingga pemasaran produk. Selain itu adalah Strategi Pengembangan Kemitraan adalah pemasar atau public speaking yang tepat dalam mengembangkan strategi kemitraan dengan berbagai pihak dalam mendukung pertumbuhan usaha. (Aini,Nur,. Et al, 2023)

KESIMPULAN

Berikut kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan pembahasan yang diuraikan dalam penelitian ini :

1. Banyak pelaku usaha, termasuk industry UMKM yang masih belum mengadopsi strategi baru ditengah kondisi perubahan kebiasaan konsumen. Karena mereka yang tanggap terhadap perubahan, yang mampu melakukan penyesuaian adaptif terhadap penggunaan produk dan system, pemasaran, dan penjualan, serta teknologi yang mendukung bisnis.
2. Membangun komunikasi dengan para pelaku UMKM dengan pengembangan komunitas.
3. Perlu adanya Analisis Strategi Pengembangan Secara Komprehensif dengan Analisis SWOT dihitung dengan Matriks IFE dan EFE untuk menentukan kinerja bisnis.
4. Perlu ada Analisa berkaitan dengan ILO Score pada UMKM Desa Tambelang setelah menerapkan strategi.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S. And Kotler, P., 2014. *Principles Of Marketing*. Pearson Australia.
- Awali, H., & Rohmah, F. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Balance, Volume 2 No 1*, 1–14.
- Aini, N., Anggriani, R., & Salmin. (2023). Strategi Perencanaan Pengembangan Pendistribusian Umkm Produk Air Mineral Kemasan Di Wilayah Ranting Dan Cabang Muhammadiyah Lombok. *Eksyda Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 14–26.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi. (2024). *Statistik Kesejahteraan Rakyat: Vol. Ix*.
- Budiyanto, A., & Effendy, A. A. (2020). Analisa Kebijakan Pemerintah Kota Tangerang Selatan Terhadap Pemberdayaan Koperasi Dan Umkm Dan Dampaknya Terhadap Pemerataan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 80–93. <https://doi.org/10.33753/Mandiri.V4i1.77>
- Luh, N., Eka, P., Prastiwi, Y., Made Widnyani, N., Ade, N., Setiawan, M., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Dharma, S. (2024). Juima : Jurnal Ilmu Manajemen Pengembangan Kompetensi Umkm Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Umkm Di Umkm Kamen Tenun Prana Sutra. *Juima*, 14(1).
- Paendong, S. G., Monoarfa, R., & Husain, S. P. (2024). *Dampak Alokasi Dana Desa Pada Pemberdayaan Masyarakat Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat: Survey Pada Desa Dumati Kecamatan Telaga Biru Kabupaten Gorontalo*. 5, 3705.
- Putri Renanda, Z., Nasywa Az Zahra, M., Susi Waluyo, P., Ayu Indiaswari, R., & Rizqi Khoirudin, A. (2024). Mengoptimalkan Potensi Desa Payaman: Peran Program Ppk Ormawa Dalam Pengembangan Umkm Berbasis Technososiopreneur. *Ejoin: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2, 1171–1178. <https://ejournal.nusantaraglobal.or.id/index.php/ejoin>
- Rahmat, A., Suci, A., & Rasyid Abdillah, M. (2023). *Menuju Transformasi Desa Kreatif: Sebuah Tinjauan Literatur*. 2(4), 271–278. <http://www.jkkm.akademimanajemen.or.id>
- Salapiah, A. R. N., Effendy, D. A., Fitriyanti, A., Sukmawati, E., Simamora, G. S., Wiendarto, R. H., Huda, S., & Ariningtyas, Y. E. (2024). *Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi Bps-Statistics Bekasi Regency*. Bps Kabupaten Bekasi.
- Satudata.Kemnaker.Com.2025.<https://satudata.kemnaker.go.id/data/kumpulan-data/1659>
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cv. Alfabeta. Bandung.
- Styaningrum, F., Kunci, K., & Ekonomi Kerakyatan, S. (2021). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana Konsep Sistem Ekonomi Kerakyatan Dalam Pemberdayaan Umkm Indonesia*. 10(8), 656–663. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eeb/>
- Verawati, D. M., Ratnawati, S., & Atmaja, H. E. (2018). Strategi Pengembangan Umkm Sentra Industri Tas Kendal (Sintak) Menggunakan Matriks Perumusan Strategi. *Forum Manajemen, Volume 16, Nomor 2*.
- Wardoni, I., Andri Setianto, N., Nur Wakhidati, Y., Dharmawan, B., Lestari, S., Studi Agribisnis, P., Jenderal Soedirman, U., Profesor Hr Boenyamin, J. D., & Purwokerto Utara Kabupaten Banyumas, K. (2023). Strategi Pengembangan Umkm Sate Kelinci Di Lokawisata Baturraden Kabupaten Banyumas Rabbit Satay Development

Strategy In Baturraden Tourism Banyumas Regency. *Jurnal Peternakan Nusantara*, Volume 9 Nomor 2.

- Yasinta, & Nadapdap, P. J. (2022). Pengembangan Umkm Dengan Modul Ilo Score Pada Warkop Icha Di Kabupaten Bengkayang. *Epmas: Edukasi Dan Pengabdian Masyarakat*, Volume Iii Nomor 1, 001–011. Journal.Ukrim.Ac.Id/Index.Php/Epmas
- Yuliana, E. L., Suryani, E. I., & Islam, N. (2024). Peran Komunitas Perempuan Kecamatan Tanjung Bintang Dalam Pengembangan Umkm (Studi Pada Umkm Binaan Dinas Koperasi Dan Umkm Lampung Selatan). *As-Siyasah : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 9(2), 159. <https://doi.org/10.31602/As.V9i2.14317>