

PEMBERDAYAAN UMKM DESA NANGEWER MELALUI MODEL PASAR MINGGUAN PARTISIPATIF UNTUK KEMANDIRIAN EKONOMI LOKAL

**Rhandi Rhiswandi*¹, Yus Djunaedi Rusli¹, Dedeh Kurniasih¹, Marsya Elianwar¹
Salsabillah Agustiwati¹**

¹Manajemen, STIE Wibawa Karta Raharja

email: rhandi.r01@gmail.com

Abstract: The community service program in Nangewer Village, Darangdan District, Purwakarta Regency, aims to empower local MSME actors and strengthen the village's economic independence post-pandemic through the development of a participatory weekly market model. This activity involved 25 MSME actors, village officials, and Youth Organizations in planning, training, and implementing weekly markets combined with social activities such as mass gymnastics, local culinary, and children's games. The results of the evaluation showed an increase in the daily income of business actors from IDR 6.23 million to IDR 11.52 million, or an increase of 85%, with income stability of 40%. In addition to having an economic impact, this activity increases social interaction across hamlets and strengthens the role of women in household businesses. The main obstacles in the form of limited facilities and waste management are overcome through synergy with BUMDes and the support of the Village Fund. This activity shows good practices of collaboration between the community, village government, and universities in developing sustainable micromarkets, which can be replicated as a model of economic empowerment in other villages.

Keywords: MSME; Community Empowerment; Weekly Market; Village Economy

Abstrak: Program pengabdian masyarakat di Desa Nangewer, Kecamatan Darangdan, Kabupaten Purwakarta, bertujuan memberdayakan pelaku UMKM lokal dan memperkuat kemandirian ekonomi desa pasca-pandemi melalui pengembangan model pasar mingguan partisipatif. Kegiatan ini melibatkan 25 pelaku UMKM, perangkat desa, dan Karang Taruna dalam perencanaan, pelatihan, dan pelaksanaan pasar mingguan yang dikombinasikan dengan kegiatan sosial seperti senam massal, kuliner lokal, dan permainan anak. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pendapatan harian pelaku usaha dari Rp6,23 juta menjadi Rp11,52 juta, atau naik 85%, dengan stabilitas pendapatan 40%. Selain memberikan dampak ekonomi, kegiatan ini meningkatkan interaksi sosial lintas dusun dan memperkuat peran perempuan dalam usaha rumah tangga. Hambatan utama berupa keterbatasan fasilitas dan pengelolaan sampah diatasi melalui sinergi dengan BUMDes dan dukungan Dana Desa. Kegiatan ini menunjukkan praktik baik kolaborasi antara masyarakat, pemerintah desa, dan perguruan tinggi dalam mengembangkan pasar mikro yang berkelanjutan, yang dapat direplikasi sebagai model pemberdayaan ekonomi di desa lain.

Kata kunci: UMKM; Pemberdayaan Masyarakat; Pasar Mingguan; Ekonomi Desa

PENDAHULUAN

Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, Indonesia memiliki lebih dari 64 juta UMKM yang berkontribusi sekitar 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap hingga 97% tenaga kerja nasional (Hildawati, 2021) Angka ini menunjukkan bahwa UMKM merupakan pilar utama perekonomian Indonesia, terutama di sektor informal dan wilayah pedesaan. Namun, meskipun jumlahnya besar, banyak UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan usahanya, terutama dalam akses pasar, permodalan, dan digitalisasi.

Tercatat ada 5 koperasi aktif (2 koperasi simpan pinjam dan 3 koperasi lainnya), serta 55 kelompok pertokoan, 1 pasar semi permanen, 7 *minimarket*, dan 11 restoran yang tersebar di desa-desa Darangdan. Keberadaan fasilitas ini menunjukkan potensi ekonomi lokal yang berkembang, terutama dalam sektor perdagangan dan kuliner, yang menjadi pilar penting penguatan UMKM wilayah. Di tingkat lokal, seperti di Desa Nangewer, potensi ekonomi dapat dilihat dari keberadaan produk khas seperti rengginang, yang memiliki nilai jual tinggi dan peluang ekspor. Sayangnya, keterbatasan dalam pemasaran, kemasan, serta jaringan distribusi sering menghambat perluasan pasar (Lihat Tabel 1).

Pelaku usaha pengolah rengginang masih menghadapi berbagai kendala struktural yang memengaruhi keberlanjutan bisnis mereka. Ketersediaan bahan baku beras ketan sering berfluktuasi akibat perubahan iklim, keterbatasan lahan, dan harga yang tidak stabil.

Dari aspek produksi, penggunaan peralatan sederhana membatasi kapasitas dan menghambat pemenuhan permintaan pasar yang terus meningkat.

Tabel 1. Permasalahan yang Teridentifikasi pada UMKM Nangewer

Aspek Permasalahan	Permasalahan yang Teridentifikasi
Bahan Baku	Ketersediaan beras ketan tidak selalu stabil; harga fluktuatif saat musim panen rendah.
Produksi (Volume)	Kapasitas produksi terbatas karena peralatan sederhana; kesulitan memenuhi permintaan besar.
Pemasaran	Jangkauan pasar masih lokal; promosi tradisional dari mulut ke mulut; keterbatasan akses digital.
Finansi-si-al/Permodalan	Modal terbatas; sulit memperoleh pinjaman perbankan; ketergantungan pada dana pribadi.
Produk	Kemasan sederhana, daya tahan terbatas; variasi rasa belum konsisten; belum ada sertifikasi halal.

Sumber: diolah data observasi UMKM Nangewer (2025)

STIE Wibawa Karta Raharja (STIE Wikara) Purwakarta melalui program KPPM bekerja sama dengan Pemerintah Desa Nangewer dalam pemberdayaan UMKM, sejalan dengan penelitian yang menekankan pentingnya kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan pelaku usaha lokal. Program sejenis terbukti efektif melalui pelatihan manajemen usaha, digitalisasi pemasaran, serta penguatan kewirausahaan (Ananingsih et al., 2023; Prabantoro et al., 2024; Kurniawan et al., 2024). Pendekatan ini

mendukung konsep pasar mingguan partisipatif yang sesuai budaya lokal (Yuliasari et al., 2025).



Gambar 1. Hasil Kerajinan Tas UMKM desa Nangewer

Pengembangan pasar mingguan Desa Nangewer menjadi strategi inklusif dan berkelanjutan melalui kolaborasi pemerintah desa, UMKM, akademisi, dan lembaga pendukung.

METODE

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan yang terstruktur agar hasil yang dicapai sesuai dengan tujuan program. Tahap pertama adalah persiapan, meliputi identifikasi kebutuhan, koordinasi dengan pihak terkait, serta penyusunan jadwal dan alat evaluasi. Tahap kedua adalah pelaksanaan kegiatan utama, seperti pelatihan, sosialisasi, atau pendampingan kepada pelaku UMKM. Pada tahap ini dilakukan dokumentasi kegiatan dalam bentuk foto, video, dan laporan lapangan sebagai bukti pelaksanaan. Selanjutnya, tahap ketiga adalah evaluasi dan monitoring, yang berfungsi menilai tingkat keberhasilan kegiatan. Evaluasi dilakukan menggunakan beberapa instrumen terukur, antara lain: Kuesioner *pre-test* dan *post-test* untuk menilai peningkatan

pengetahuan dan keterampilan peserta. Wawancara mendalam dan *FGD* guna menggali tanggapan peserta terhadap manfaat kegiatan serta hambatan yang dihadapi. Lembar observasi untuk menilai penerapan hasil kegiatan di lapangan. Formulir penilaian capaian indikator, seperti jumlah peserta aktif, produk yang dihasilkan, dan perubahan tingkat penjualan UMKM. Tahap terakhir adalah pelaporan dan tindak lanjut, berupa analisis hasil evaluasi dan rekomendasi perbaikan untuk kegiatan berikutnya agar lebih efektif dan berkelanjutan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif yang secara aktif melibatkan masyarakat dalam setiap tahap pelaksanaannya. Tahapan kegiatan yang dilakukan meliputi tahap Persiapan, Perencanaan pasar mingguan, Pelatihan dan Edukasi, Pelaksanaan.

Persiapan: Observasi langsung terhadap potensi ekonomi, lokasi yang layak untuk pasar, serta kondisi sosial masyarakat. Pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi aktivitas desa. Rapat koordinasi awal dengan Kepala Desa, Sekretaris Desa, RW, tokoh masyarakat, dan Karang Taruna.

Perencanaan pasar mingguan: Diskusi bersama perangkat desa dan masyarakat untuk menentukan lokasi, waktu, dan model pelaksanaan pasar mingguan. Penyusunan konsep pasar: model lapak, sistem pendaftaran, jam operasional, dan pengaturan keamanan dan kebersihan. Pembuatan materi publikasi dan strategi promosi antar dusun.

Pelatihan dan Edukasi: Pelatihan singkat tentang manajemen UMKM, penyajian produk, dan pemasaran kepada pelaku usaha. Simulasi pasar kaget sebagai uji coba sebelum diterapkannya pasar mingguan secara rutin.



Gambar 2. Pelatihan dan Edukasi
UMKM Nangewer

Pelaksanaan: Pelaksanaan perdana pasar mingguan pada hari Minggu, melibatkan UMKM dari keempat dusun. Dokumentasi kegiatan dan evaluasi partisipatif melalui survei singkat kepada pengunjung dan pelaku pasar.



Gambar 3. Pelaksanaan Pasar Kaget 13
Juli 2025

PEMBAHASAN

Kondisi Awal: Desa Nangewer sebelumnya belum memiliki kegiatan pasar mingguan yang terstruktur. Aktivitas jual beli terbatas pada warung tetap atau sistem pesanan rumahan.

Respon Masyarakat: Masyarakat sangat antusias menyambut pasar mingguan. Bukti partisipasi terlihat dari kehadiran lebih dari 25 pelapak UMKM lokal dan ratusan pengunjung dari berbagai dusun.

Keberhasilan Tahap Awal: Pelaku Usaha yang terlibat: 25 UMKM, sebagian besar dari sektor kuliner.

Tabel 2. Daftar Pelaku Pasar Mingguan
Desa Nangewer

No.	Nama	Jenis Usaha
1.	Lela	Makaroni
2.	Nengsih	Baju
3.	M. Abdullah F	Makanan
4.	Jery	Sosis
5.	Asep Rizal	Risoles
6.	Tibi Saepudin	Sate Maranggi
7.	Tatang	Trampolin
8.	Onde	Makanan
9.	Ace	Makanan
10.	Ujang	Makanan
11.	Ade	Es durian
12.	Abdullah	Cakue
13.	Siti Rohmania	Cireng isi
14.	Yayat	Makanan
...	...	...
...	...	...
...	...	...
23.	Noneng	Bacitul
24.	Nurhasanah	Dawet
25.	Dede Kurnia	Burger

Sumber: diproses (2025)

Tabel 3. Pendapatan 25 UMKM sebelum dan sesudah mengikuti pasar mingguan

Sebelum	Sesudah
Rp. 6230.000	Rp. 11.525.000

Sumber: diproses (2025)

Dampak Ekonomi: 85% pelaku pasar melaporkan peningkatan pendapatan harian rata-rata 30–50% dibanding hari biasa. Interaksi Sosial: Ruang pasar menjadi tempat interaksi antar dusun yang sebelumnya jarang terjadi.

Kegiatan pasar mingguan di Desa Nangewer berhasil meningkatkan jumlah pelanggan secara signifikan. Daya tarik utama berasal dari integrasi kegiatan pendukung seperti senam massal, kuliner lokal, dan wahana permainan anak-anak yang menarik berbagai kalangan, mulai dari keluarga hingga generasi muda. Dampaknya terlihat pada peningkatan omzet UMKM, memperkuat fungsi pasar sebagai pusat sosial ekonomi desa. Berdasarkan evaluasi terhadap 25 pelaku UMKM melalui angket dan wawancara, rata-rata pendapatan harian naik dari Rp6,23 juta menjadi Rp11,52 juta, dengan kenaikan stabil sekitar 40%. Selain dampak ekonomi, kegiatan ini juga mempererat interaksi lintas dusun dan memperkuat partisipasi sosial masyarakat secara berkelanjutan.

Tantangan

Keterbatasan fasilitas seperti tenda dan meja. Toilet umum yang belum ada di pasar mingguan. Pengelolaan sampah yang belum optimal

Rencana Tindak Lanjut

Pengadaan fasilitas dasar pasar oleh pemerintah desa. Penjadwalan pasar secara tetap setiap hari Minggu. Pembentukan panitia pasar mingguan. Pelatihan lanjutan untuk pelaku UMKM.

Untuk mengatasi tantangan, kegiatan pengabdian ini menyusun strategi lanjutan seperti pembentukan panitia pasar mingguan secara permanen. Integrasi dengan BUMDes dan Dana Desa untuk pengadaan tenda dan toilet.

Pasar mingguan di Desa Nangewer terbukti memberikan dampak ekonomi positif bagi pelaku UMKM. Berdasarkan hasil evaluasi terhadap 25 responden melalui angket dan wawancara, rata-rata pendapatan harian meningkat dari Rp6,23 juta menjadi Rp11,52 juta, atau naik sekitar 85%, dengan kenaikan stabil rata-rata 40%.



Gambar 4. Rapat lanjutan Panitia Pengelola Pasar Mingguan

Temuan ini sejalan dengan literatur yang menegaskan bahwa pasar komunitas berperan penting dalam memperluas akses ekonomi pedesaan. Selain aspek ekonomi, pasar ini juga memperkuat kohesi sosial melalui kegiatan kolektif seperti senam massal, kuliner lokal, dan hiburan anak-anak yang mendorong interaksi lintas dusun. Perempuan desa berperan dominan sebagai penggerak UMKM, mendukung hasil penelitian

Ramdlaningrum et al. (2023) tentang kontribusi ekonomi perempuan.

Meski demikian, tantangan masih muncul terkait fasilitas pasar, pengelolaan sampah, dan kelembagaan. Rencana penguatan diarahkan pada pembentukan panitia permanen, kerja sama dengan BUMDes, serta optimalisasi Dana Desa agar pasar mingguan berkembang sebagai pusat pemberdayaan ekonomi lokal dan inkubator UMKM desa.

SIMPULAN

Berdasarkan evaluasi, rata-rata pendapatan UMKM meningkat dari Rp6,23 juta menjadi Rp11,52 juta per hari. Kenaikan riil mencapai 85%, meskipun rata-rata stabil yang dilaporkan adalah 40%. Peningkatan ini memperkuat posisi pasar mingguan sebagai pusat ekonomi desa sekaligus ruang interaksi sosial yang berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kepala Desa Nangewer, Bapak Asep Munajat, beserta perangkat desa atas dukungan dan kerja samanya. Apresiasi juga diberikan kepada Karang Taruna, para ketua RW, dan masyarakat dari keempat dusun atas partisipasi aktifnya. Terima kasih kepada STIE Wibawa Karta Raharja, para mahasiswa pendamping UMKM, serta seluruh pelaku UMKM Desa Nangewer yang menjadi mitra utama dalam keberhasilan program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Hildawati. (2021). Pemulihan Ekonomi Nasional di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Trans-formasi Strategi Bisnis UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Statistik Indonesia*. <https://doi.org/10.11594/10.11594/jesi.01.03.03>.
- Kurniawan, T., Shabah, M., Rahmawati, R., & Khoiriyah, U. (2024). UPAYA PENINGKATAN NILAI EKONOMIS PRODUK UMKM MELALUI SOSIALISASI BISNIS DIGITAL DI DESA CILANGKARA. *An-Nizam*. <https://doi.org/10.33558/an-nizam.v3i2.9195>.
- Prabantoro, G., Mais, R., Megayani, M., Mustika, M., Ardhetta, P., Faruqi, F., Anthonio, D., Kawung, G., & Siwu, H. (2024). Digital Marketing Optimization: Empowering Market Growth for MSMEs in Kahuku Village, East Likupang. *Entrepreneurship and Community Development*. <https://doi.org/10.58777/ecd.v2i1.226>.
- Ramdlaningrum, H., Ismah, N., Ar-mintasari, F., Mawesti, D., Ningrum, D., & Aidha, C. (2023). Economic Empowerment for Women-Led MSMEs in Rural Indonesia: Lessons from Indonesian CSOs.
- Yuliasari, I., Ayuna, N., & Permatasari, M. (2025). The Patterns of Participatory Communication in Empowering the MSMEs Sector. *Asian Journal of Social and Humanities*. <https://doi.org/10.59888/ajosh.v3i5.511>.