

## **PENINGKATAN KAPASITAS PELAKU UMKM DI NEGERI SAMETH, KECAMATAN PULAU HARUKU, KABUPATEN MALUKU TENGAH**

**Maudy Marla Tanihatu<sup>1)</sup>, Saul Ronald Jacob Saleky<sup>2)</sup>, Stevanus Johan Gomies<sup>3)</sup>,  
Simson Melmambessy<sup>4)</sup>, Cynthia Imelda Tjokro<sup>5)</sup>, Carla Carolien Tousalwa<sup>6)</sup>, Valon  
Payer<sup>7)</sup> Chiska Edelweis Hahury<sup>8)</sup>**

<sup>1,8</sup>Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Ambon

E-mail: [saulsaleky@gmail.com](mailto:saulsaleky@gmail.com)

### **Abstract**

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in the Indonesian economy, particularly in the context of local economic development. This service aims to enhance the capacity of MSME actors in Negeri Sameth, Pulau Haruku District, which was conducted on June 27-28, 2025. The research method used is a qualitative approach with a case study design, involving 30 MSME participants. Data were collected through observations, interviews, and document analysis. The results of the service indicate that this training successfully improved the managerial knowledge and marketing strategies of the participants, with 80% of respondents reporting an increase in their ability to manage their businesses. Furthermore, the training also encouraged the formation of networks among MSME actors, which is essential for collaboration and business growth. The long-term impact of this training is expected to enhance the economic independence of the community and contribute to local economic growth. The conclusion of this service emphasizes the importance of ongoing support for MSME actors through training programs and access to resources to ensure the success and sustainability of their businesses. Thus, capacity-building training for MSME actors in Negeri Sameth is a strategic step that can have a positive impact on regional economic development.

Keywords: MSMEs, capacity-building training, business management, marketing strategies, local economy.

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM), UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja di sektor formal (Kemenkop UKM, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan UMKM sangat vital dalam menciptakan stabilitas ekonomi dan sosial di masyarakat.

Di Negeri Sameth, Kecamatan Pulau Haruku, potensi UMKM sangat besar. Dengan sumber daya alam yang melimpah dan keragaman produk lokal, UMKM di daerah ini memiliki peluang untuk berkembang dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian lokal. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, banyak pelaku UMKM yang menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, kurangnya pengetahuan manajerial, dan akses yang terbatas terhadap pasar.

Menurut penelitian oleh Susilo dan Prasetyo (2020), pelaku UMKM sering kali kurang memiliki pemahaman yang mendalam tentang manajemen usaha, yang dapat menghambat pertumbuhan usaha mereka. Hal ini mencakup pengelolaan keuangan, pengaturan sumber daya manusia, dan strategi pemasaran. Pelatihan peningkatan kapasitas bagi pelaku UMKM menjadi sangat penting untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan agar mereka dapat mengelola usaha mereka secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Pendidikan dan pelatihan merupakan langkah strategis untuk memberdayakan pelaku UMKM. Menurut Daryanto (2021), pelatihan yang baik dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM, sehingga mereka dapat bersaing di pasar yang semakin ketat. Hal ini penting mengingat bahwa dalam situasi ekonomi yang tidak menentu, UMKM sering kali menjadi lebih fleksibel dan responsif terhadap perubahan, sehingga mampu bertahan dan berkembang meskipun dalam kondisi yang sulit.

Pelatihan yang diadakan oleh dosen dan mahasiswa dari Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Ambon, bertujuan untuk memberikan pengetahuan yang relevan, seperti manajemen usaha dan strategi pemasaran. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang manajemen usaha dan pemasaran, diharapkan para pelaku UMKM dapat meningkatkan daya saing produk mereka dan memperluas jangkauan pasar, sehingga dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat di Negeri Sameth.

## **METODE PENELITIAN**

Pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk Pelatihan Peningkatan kapasitas Pelaku UMKM di Negeri Sameth, Kecamatan Pulau Haruku ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu: 1. Melakukan koordinasi dan konsultasi dengan pemerintah Negeri Sameth untuk mendapatkan informasi awal tentang kondisi UMKM di Negeri Sameth, termasuk hambatan yang dihadapi. 2. Melakukan analisis dan pendalaman terhadap temuan dari hasil kordinasi dan konsultasi dengan pemerintah Negeri Sameth. 3. Menentukan sekanrio dan topik materi pelatihan serta narasumber dan fasilitator kelompok dalam pelaksanaan pelatihan. 4. Melaksanakan pelatihan, yang disertai dengan observasi dan wawancara tidak terstruktur kepada para peserta dan pemerintah Negeri Sameth. Selanjutnya kegiatan pelatihan ini diikuti oleh 30 orang peserta yang merupakan pelaku UMKM. Para peserta dibagi ke dalam 6 kelompok kecil yang didampingi oleh 1 orang fasilitator, untuk melakukan

praktikum menyelesaikan penugasan yang diberikan oleh narasumber selama berlangsungnya pelatihan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan peningkatan kapasitas yang dilaksanakan di Negeri Sameth memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dari 30 peserta yang mengikuti pelatihan, 80% di antaranya melaporkan peningkatan pemahaman tentang manajemen usaha dan strategi pemasaran. Data ini diperoleh melalui wawancara dan survei yang dilakukan setelah pelatihan.

### **1. Peningkatan Pengetahuan Manajerial**

Salah satu tujuan utama dari pelatihan peningkatan kapasitas bagi pelaku UMKM di Negeri Sameth adalah untuk meningkatkan pengetahuan manajerial mereka. Pengetahuan manajerial yang baik sangat penting bagi keberhasilan suatu usaha, karena mencakup berbagai aspek yang krusial dalam pengelolaan bisnis sehari-hari. Berdasarkan data yang dikumpulkan dari survei dan wawancara, hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta dalam beberapa area kunci manajemen.

#### **a. Pengelolaan Keuangan**

Pelatihan ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pengelolaan keuangan, termasuk cara menyusun anggaran, mengelola arus kas, dan memahami laporan keuangan. Sebanyak 75% peserta melaporkan bahwa mereka kini lebih mampu untuk membuat anggaran yang realistik dan mengelola pengeluaran usaha mereka. Menurut Sari dan Prabowo (2021), pengelolaan keuangan yang baik dapat membantu pelaku UMKM dalam mengidentifikasi sumber daya yang tersedia dan merencanakan penggunaan yang lebih efisien.

#### **b. Perencanaan Bisnis**

Selain pengelolaan keuangan, pelatihan ini juga mencakup aspek perencanaan bisnis. Peserta diajarkan tentang pentingnya memiliki rencana bisnis yang jelas, yang mencakup visi, misi, dan strategi pengembangan usaha. Hasil menunjukkan bahwa 70% peserta merasa lebih percaya diri dalam menyusun rencana bisnis yang dapat menjadi panduan dalam pengambilan keputusan. Hal ini sejalan dengan temuan oleh Nugroho (2020) yang menyatakan bahwa perencanaan bisnis yang baik dapat meningkatkan peluang keberhasilan usaha.

c. Manajemen Sumber Daya Manusia

Pelatihan ini juga memberikan wawasan tentang manajemen sumber daya manusia, termasuk cara merekrut, melatih, dan memotivasi karyawan. Peserta belajar tentang pentingnya menciptakan lingkungan kerja yang positif untuk meningkatkan produktivitas. Sebanyak 65% peserta melaporkan bahwa mereka kini lebih memahami cara mengelola tim dan memotivasi karyawan untuk mencapai tujuan bersama. Menurut Hadi dan Santoso (2019), manajemen sumber daya manusia yang efektif dapat berkontribusi pada peningkatan kinerja usaha secara keseluruhan.

d. Strategi Pemasaran

Meskipun fokus utama adalah pada manajemen, pelatihan ini juga menyentuh aspek pemasaran yang erat kaitannya dengan manajemen usaha. Peserta diajarkan bagaimana cara mengidentifikasi target pasar, merancang strategi pemasaran yang efektif, dan menggunakan media sosial untuk promosi. Hasil menunjukkan bahwa 80% peserta merasa lebih siap untuk menerapkan strategi pemasaran yang telah dipelajari. Rahayu (2020) mencatat bahwa pemahaman yang baik tentang pemasaran dapat meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar.

e. Evaluasi Kinerja

Pelatihan ini menekankan pentingnya evaluasi kinerja usaha. Peserta diajarkan cara untuk menetapkan indikator kinerja yang relevan dan melakukan evaluasi secara berkala. Selanjutnya, peserta diharapkan dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan mengambil tindakan yang tepat untuk meningkatkan kinerja usaha mereka. Menurut Daryanto (2021), evaluasi kinerja yang baik dapat membantu pelaku UMKM dalam mengambil keputusan yang lebih informasi dan strategis.

2. Strategi Pemasaran yang Lebih Baik

Salah satu fokus utama dari pelatihan peningkatan kapasitas bagi pelaku UMKM di Negeri Sameth adalah untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Dalam era digital saat ini, pemasaran yang tepat sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan keberhasilan bisnis. Pelatihan ini berhasil meningkatkan kemampuan peserta dalam beberapa aspek penting pemasaran.

a. Pemahaman tentang Pemasaran Digital

Pelatihan ini memberikan wawasan mendalam tentang pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial, SEO (Search Engine Optimization), dan pemasaran konten. Sebanyak 80% peserta melaporkan bahwa mereka kini lebih percaya diri dalam

memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produk mereka. Menurut Rahayu (2020), pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional.

**b. Identifikasi Target Pasar**

Peserta diajarkan cara untuk mengidentifikasi dan memahami target pasar mereka. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang karakteristik dan preferensi pelanggan, peserta dapat merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Hasil menunjukkan bahwa 75% peserta merasa lebih mampu untuk melakukan segmentasi pasar dan menyesuaikan penawaran produk mereka sesuai dengan kebutuhan konsumen. Hal ini sejalan dengan temuan oleh Nugroho (2020) yang menyatakan bahwa pemahaman tentang target pasar dapat meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran.

**c. Pengembangan Konten Pemasaran**

Pelatihan ini juga mencakup teknik pengembangan konten pemasaran yang menarik dan relevan. Peserta belajar bagaimana cara membuat konten yang dapat menarik perhatian audiens dan mendorong interaksi. Sebanyak 70% peserta melaporkan bahwa mereka kini lebih mampu untuk membuat konten yang menarik, baik dalam bentuk teks, gambar, maupun video. Menurut penelitian oleh Sari dan Prabowo (2021), konten yang berkualitas dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dan memperkuat citra merek.

**d. Strategi Promosi yang Efektif**

Dalam pelatihan ini, peserta diajarkan berbagai strategi promosi yang dapat digunakan untuk meningkatkan visibilitas produk. Teknik-teknik seperti iklan berbayar di media sosial, kolaborasi dengan influencer, dan penggunaan email marketing diperkenalkan sebagai cara untuk menjangkau pelanggan baru. Hasil menunjukkan bahwa 68% peserta merasa lebih siap untuk menerapkan strategi promosi yang telah dipelajari. Hal ini penting karena promosi yang efektif dapat meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar UMKM (Daryanto, 2021).

**e. Analisis dan Evaluasi Kinerja Pemasaran**

Salah satu aspek penting yang ditekankan dalam pelatihan adalah pentingnya analisis dan evaluasi kinerja pemasaran. Peserta diajarkan untuk menggunakan alat analitik untuk melacak efektivitas kampanye pemasaran mereka. Dengan pemahaman ini, peserta dapat mengidentifikasi strategi yang berhasil dan yang perlu diperbaiki. Sebanyak 65% peserta melaporkan bahwa mereka kini lebih mampu untuk melakukan evaluasi terhadap hasil pemasaran dan mengambil keputusan berbasis data.

### 3. Pembentukan Jaringan

Selain peningkatan pengetahuan, pelatihan ini juga berhasil membangun jaringan antar pelaku UMKM. Sekitar 65% peserta menyatakan bahwa mereka telah menjalin hubungan bisnis baru dengan peserta lain, yang memungkinkan mereka untuk saling mendukung dan berbagi sumber daya. Jaringan ini penting untuk menciptakan kolaborasi dan peluang baru di masa depan. Salah satu hasil signifikan dari pelatihan peningkatan kapasitas bagi pelaku UMKM di Negeri Sameth adalah pembentukan jaringan antar pelaku UMKM. Jaringan ini berfungsi sebagai platform penting untuk kolaborasi, berbagi pengetahuan, dan dukungan satu sama lain dalam menghadapi tantangan yang ada. Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui survei dan wawancara, hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil mendorong pembentukan jaringan yang kuat di antara peserta.

#### a. Pentingnya Jaringan dalam Bisnis

Jaringan antar pelaku UMKM sangat penting karena dapat memperkuat posisi mereka di pasar. Peserta pelatihan mengakui bahwa memiliki jaringan yang baik dapat membuka peluang baru, baik dalam hal pemasaran, kolaborasi, maupun akses ke sumber daya. Sebanyak 70% peserta melaporkan bahwa mereka merasa lebih terhubung dengan pelaku UMKM lainnya setelah mengikuti pelatihan. Hal ini sejalan dengan temuan oleh Hadi dan Santoso (2019), yang menyatakan bahwa kolaborasi antar pelaku UMKM dapat meningkatkan daya saing dan inovasi.

#### b. Kolaborasi dalam Pemasaran dan Penjualan

Pembentukan jaringan ini juga mendorong kolaborasi dalam pemasaran dan penjualan produk. Beberapa peserta melaporkan bahwa mereka telah melakukan kerjasama untuk mengadakan pameran bersama, yang memungkinkan mereka untuk memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas. Dengan berkolaborasi, pelaku UMKM dapat berbagi biaya promosi dan menarik lebih banyak pelanggan. Menurut Rahayu (2020), kolaborasi dalam pemasaran dapat meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jangkauan pasar.

#### c. Berbagi Pengetahuan dan Pengalaman

Selama pelatihan, peserta juga diberikan kesempatan untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan satu sama lain. Sesi diskusi yang diadakan memungkinkan peserta untuk mendiskusikan tantangan yang mereka hadapi dalam usaha mereka dan mencari solusi bersama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 75% peserta merasa bahwa berbagi pengalaman dengan sesama pelaku UMKM membantu mereka menemukan solusi yang

lebih kreatif dan inovatif. Hal ini mendukung pernyataan oleh Sari dan Prabowo (2021) bahwa berbagi pengetahuan dapat memperkuat komunitas bisnis dan meningkatkan keterampilan pelaku UMKM.

d. Akses ke Sumber Daya dan Dukungan

Jaringan yang terbentuk juga memberikan akses yang lebih baik ke sumber daya, seperti informasi tentang pembiayaan, pelatihan tambahan, dan peluang pasar. Peserta yang memiliki koneksi yang baik dengan pelaku UMKM lainnya melaporkan bahwa mereka lebih mudah mendapatkan informasi tentang program dukungan pemerintah atau lembaga swasta yang dapat membantu usaha mereka. Menurut Nugroho (2020), akses ke sumber daya dan dukungan sangat penting untuk pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM.

e. Pembangunan Komunitas yang Kuat

Pembentukan jaringan ini tidak hanya bermanfaat bagi individu pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan komunitas yang lebih kuat di Negeri Sameth. Dengan adanya jaringan yang saling mendukung, pelaku UMKM dapat bekerja sama untuk mengatasi tantangan bersama dan mempromosikan produk lokal. Hal ini sejalan dengan tujuan pemberdayaan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

## SIMPULAN

1. Pelatihan yang dilaksanakan berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai manajemen usaha dan pemasaran digital. Sebanyak 80% peserta melaporkan peningkatan kemampuan dalam mengelola keuangan dan memasarkan produk mereka.
2. Pelatihan ini memberikan pengetahuan tentang strategi pemasaran digital yang relevan, yang memungkinkan peserta untuk lebih percaya diri dalam memanfaatkan media sosial dan platform online sehingga dapat memperluas jangkauan pasar mereka, yang penting dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini.
3. Salah satu hasil positif dari pelatihan ini adalah terbentuknya jaringan antar pelaku UMKM, yang memungkinkan peserta untuk saling mendukung, berbagi pengalaman, dan menciptakan peluang bisnis baru, karena kolaborasi antar pelaku UMKM terbukti dapat meningkatkan daya saing dan inovasi, yang merupakan kunci untuk bertahan dalam pasar yang kompetitif.
4. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan dampak jangka panjang terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan meningkatnya kapasitas dan kemandirian pelaku

UMKM, diharapkan mereka dapat berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian daerah, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40. <https://doi.org/10.1108/14439880910952385>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Creswell, J. W. (2014). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Daryanto. (2021). Pendidikan dan pelatihan untuk pemberdayaan UMKM. Jakarta: Penerbit Universitas.
- Hadi, S., & Santoso, B. (2019). Kolaborasi antar UMKM: Meningkatkan daya saing dan inovasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 123-135.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. (2022). Laporan tahunan koperasi dan UMKM 2022. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kumar, R. (2019). Research methodology: A step-by-step guide for beginners (5th ed.). London: SAGE Publications.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). Naturalistic inquiry. Beverly Hills, CA: SAGE Publications.
- Nugroho, A. (2020). Pemasaran digital bagi UMKM: Peluang dan tantangan. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 8(1), 45-58.
- Patton, M. Q. (2015). Qualitative research & evaluation methods (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Rahayu, S. (2020). Strategi pemasaran digital untuk UMKM di era globalisasi. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 9(3), 67-80.
- Riani, D. (2021). Pentingnya manajemen bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 7(1), 89-102.
- Sari, Y., & Prabowo, H. (2021). Dampak pelatihan manajemen keuangan terhadap UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 10(2), 101-115.
- Susilo, A., & Prasetyo, B. (2020). Tantangan dan peluang UMKM di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 45-60.