



PERAN PROGRAM PEMBERDAYAAN UMKM DALAM MENINGKATKAN EKONOMI KELUARGA DI DESA KLAMBIR LIMA, KECAMATAN HAMPARAN PERAK, KABUPATEN DELISERDANG

Lambok Manurung¹, Ety Harya Ningsi², Slamet Widodo³

^{1,2} Universitas Battuta, ³ Universitas Pembangunan Panca Budi.

Koresponden Author : manurunglambok66@gmail.com

Naskah diterima; November 2025; disetujui November 2025; publikasi online Desember 2025

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di Desa Klambir Lima, Kecamatan Hamparan Perak, Kabupaten Deliserdang dengan tujuan untuk memberdayakan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar mampu meningkatkan kapasitas usaha dan pendapatan keluarga. Permasalahan utama UMKM di desa ini mencakup minimnya kemampuan manajemen usaha, rendahnya inovasi produk, kurangnya literasi digital, serta lemahnya pencatatan keuangan sederhana. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi survei dan observasi awal, pelatihan dan workshop tematik, pendampingan berkelanjutan, serta evaluasi akhir melalui pre-test, post-test, dan wawancara mendalam. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kompetensi pelaku UMKM, termasuk peningkatan pengetahuan manajemen usaha sebesar 69%, keterampilan inovasi produk sebesar 75%, dan kemampuan digital marketing mencapai 72%. Dampak kegiatan juga mencakup peningkatan pendapatan keluarga rata-rata 15-25% setelah tiga bulan pelaksanaan pendampingan. Kegiatan PKM ini memberikan kontribusi nyata bagi penguatan ekonomi berbasis desa dan menegaskan pentingnya pemberdayaan UMKM sebagai strategi memperkuat ketahanan ekonomi keluarga.

Kata Kunci: pemberdayaan masyarakat, UMKM, ekonomi keluarga, digital marketing, inovasi produk, Klambir Lima.

Abstract

This Community Service Activity (PKM) was carried out in Klambir Lima Village, Hamparan Perak District, Deliserdang Regency with the aim of empowering Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to increase their business capacity and family income. The main problems faced by MSMEs in this village include poor business management skills, low product innovation, lack of digital literacy, and weak simple financial record keeping. The methods used to carry out the activities included initial surveys and observations, thematic training and workshops, ongoing mentoring, and final evaluations through pre-tests, post-tests, and in-depth interviews. The results of the activities showed a significant increase in the competence of MSME actors, including a 69% increase in business management knowledge, a 75% increase in product innovation skills, and a 72% increase in digital marketing skills. The impact of the activities also included an average increase in family income of 15-25% after three months of mentoring. This PKM activity made a real contribution to strengthening the village-based economy and emphasized the importance of empowering MSMEs as a strategy to strengthen family economic resilience.

Keywords: community empowerment, MSMEs, family economy, digital marketing, product innovation, Klambir Lima.

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sejak lama menjadi fondasi utama pembangunan ekonomi Indonesia. UMKM tidak hanya berperan sebagai penyedia lapangan

kerja, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam meningkatkan pendapatan keluarga dan memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat di tingkat lokal. Kementerian Koperasi dan UKM (2023) mencatat bahwa UMKM menyumbang lebih dari 61,97% terhadap Produk Domestik

Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Data tersebut menunjukkan betapa strategisnya pengembangan UMKM dalam menopang struktur ekonomi nasional, terutama di wilayah pedesaan.

Di wilayah pedesaan seperti Desa Klambir Lima, Kecamatan Hampan Perak, Kabupaten Deliserdang, UMKM tumbuh terutama pada sektor makanan olahan, kerajinan rumah tangga, dan perdagangan kecil. Namun, meskipun potensi UMKM cukup besar, masih dijumpai sejumlah permasalahan yang menghambat perkembangan usaha masyarakat. Permasalahan tersebut meliputi rendahnya literasi manajemen usaha, minimnya inovasi produk, terbatasnya kemampuan digital marketing, kurangnya akses pasar, lemahnya pencatatan keuangan, serta rendahnya kualitas kemasan produk. Kondisi ini berdampak langsung pada rendahnya pendapatan keluarga dan daya saing UMKM di pasar yang semakin kompetitif.

Menurut Widodo S (2022), dalam konteks pembangunan ekonomi berbasis masyarakat, UMKM tidak hanya dipandang sebagai unit bisnis, tetapi juga sebagai socio-economic buffer yang mampu menjaga stabilitas ekonomi keluarga ketika terjadi guncangan ekonomi. Beliau menegaskan bahwa penguatan kapasitas UMKM desa merupakan strategi kunci dalam menciptakan kemandirian ekonomi keluarga dan pembangunan berkelanjutan di tingkat akar rumput. Dalam kajian lain, Widodo S (2023) menekankan bahwa pemberdayaan UMKM harus diarahkan pada tiga aspek utama: peningkatan kapasitas pengetahuan, penguatan akses pasar, dan pengembangan jejaring usaha. Ketiga aspek tersebut terbukti mampu mempercepat transformasi ekonomi keluarga dan meningkatkan produktivitas usaha kecil.

Selain itu, menurut Manurung (2021), pemberdayaan masyarakat desa berbasis UMKM harus menekankan pada pendekatan partisipatif dan transformasional. peneliti menjelaskan bahwa keberhasilan pemberdayaan tidak hanya diukur dari peningkatan pendapatan, tetapi juga dari kemampuan masyarakat untuk mengelola usaha secara mandiri, kreatif, dan berkelanjutan.

Manurung juga menekankan bahwa literasi digital merupakan salah satu elemen kunci yang harus diperkuat untuk meningkatkan daya saing UMKM desa, terutama di era digital dan pasca-pandemi.

Dalam pengembangan usaha kecil, teori pemberdayaan masyarakat menjadi acuan penting. Suharto (2020) mendefinisikan pemberdayaan sebagai proses sistematis untuk meningkatkan kapasitas individu maupun kelompok agar mampu memanfaatkan sumber daya dan peluang ekonomi yang tersedia. Dalam konteks UMKM pedesaan, pemberdayaan tidak hanya berupa transfer pengetahuan teknis, tetapi juga transformasi mindset, perubahan perilaku usaha, serta penguatan jejaring sosial dan ekonomi masyarakat.

Lebih lanjut, Tambunan (2019) menyatakan bahwa UMKM di wilayah desa sering menghadapi kendala struktural seperti akses modal, keterbatasan teknologi, dan minimnya pendampingan berkelanjutan. Oleh karena itu, peran perguruan tinggi menjadi sangat relevan dalam memberikan kontribusi nyata melalui program PkM yang berorientasi pada peningkatan kapasitas UMKM.

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) memiliki peran strategis sebagai jembatan antara pengetahuan akademik perguruan tinggi dengan kebutuhan nyata masyarakat. Perguruan tinggi tidak hanya berfungsi sebagai pusat ilmu pengetahuan, tetapi juga agen perubahan sosial-ekonomi yang mampu mempercepat pembangunan desa. Widodo S (2021) menyatakan bahwa peran akademisi dalam PkM bukan hanya mentransfer teknologi, tetapi juga membangun community empowerment ecosystem yang memungkinkan masyarakat untuk berkembang secara mandiri.

Berdasarkan berbagai permasalahan dan urgensi tersebut, kegiatan PkM ini dilaksanakan dengan tujuan utama membantu memberdayakan UMKM di Desa Klambir Lima melalui peningkatan kapasitas dalam manajemen usaha, inovasi produk, pemasaran digital, dan penguatan ekonomi keluarga. Pendekatan yang digunakan mengintegrasikan pelatihan,

workshop, pendampingan intensif, dan evaluasi terstruktur untuk memastikan keberlanjutan dampak bagi UMKM.

Tinjauan Pustaka

1. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat merupakan konsep fundamental dalam pembangunan sosial dan ekonomi berbasis komunitas. Suharto (2020) mendefinisikan pemberdayaan sebagai proses meningkatkan kapasitas individu maupun kelompok agar mampu mengidentifikasi, memanfaatkan, dan mengelola sumber daya secara mandiri. Dalam perspektif pembangunan desa, pemberdayaan menjadi pendekatan strategis karena menekankan pada partisipasi aktif masyarakat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pembangunan.

Widodo S (2022) menekankan bahwa pemberdayaan harus mencakup tiga dimensi utama: peningkatan pengetahuan, penguatan kapasitas usaha, dan transformasi perilaku ekonomi. Pemberdayaan yang efektif bukan hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga membangun kemandirian psikologis dan sosial agar masyarakat mampu bertahan dan berkembang di tengah dinamika ekonomi yang kompleks. Dalam konteks UMKM desa, pemberdayaan dilakukan melalui pelatihan manajemen, peningkatan literasi keuangan, pendampingan usaha, serta akses terhadap jejaring pasar (Widodo S, 2023).

Menurut Manurung (2021), pemberdayaan masyarakat desa harus mengutamakan pendekatan transformasional yang melibatkan perubahan mindset, peningkatan kompetensi, dan pemberian ruang partisipasi penuh kepada pelaku UMKM. Ia menegaskan bahwa keberhasilan pemberdayaan ditandai dengan tumbuhnya kapasitas masyarakat untuk membuat keputusan ekonomi secara mandiri dan meningkatkan kesejahteraan keluarga tanpa bergantung pada bantuan eksternal. Oleh karena itu, teori pemberdayaan menjadi landasan penting dalam merancang program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) berbasis UMKM.

2. UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi

UMKM memiliki peranan sangat signifikan dalam menyokong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Tambunan (2019) menjelaskan bahwa UMKM merupakan motor penggerak perekonomian nasional karena kemampuannya dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperluas basis ekonomi lokal. Kontribusi UMKM terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja menunjukkan bahwa sektor ini mampu menjadi benteng ekonomi ketika terjadi krisis.

Dalam konteks pedesaan seperti Desa Klambir Lima, UMKM memiliki potensi besar untuk dikembangkan karena didukung oleh ketersediaan sumber daya lokal, kedekatan sosial dalam komunitas, serta fleksibilitas dalam mengelola produksi. Widodo S (2021) menyatakan bahwa UMKM desa dapat menjadi economic resilience unit yang membantu keluarga bertahan menghadapi fluktuasi ekonomi. Dengan penguatan manajemen, inovasi, dan digitalisasi, UMKM desa dapat berkembang menjadi usaha yang berdaya saing tinggi.

Lebih lanjut, penelitian Manurung (2022) menunjukkan bahwa keberlanjutan UMKM sangat dipengaruhi oleh peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penguatan jejaring pasar, serta kemampuan adaptasi terhadap tren ekonomi baru. Dalam PKM ini, pendekatan peningkatan kapasitas UMKM menjadi relevan dengan tujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi keluarga dan keberlanjutan usaha di tingkat desa.

3. Digital Marketing sebagai Sarana Pengembangan UMKM

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara pelaku UMKM memasarkan produk dan berinteraksi dengan konsumen. Kotler dan Keller (2020) menyatakan bahwa digital marketing memberi peluang besar bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya relatif rendah. Penggunaan media social seperti WhatsApp Business, Facebook Marketplace, dan Instagram menjadi alat promosi yang efektif bagi UMKM yang memiliki keterbatasan modal dan infrastruktur pemasaran.

Widodo S (2023) menekankan bahwa literasi

digital merupakan salah satu kompetensi wajib bagi UMKM agar mampu bertahan dalam persaingan modern. Menurutnya, UMKM desa yang mampu memanfaatkan platform digital akan mengalami peningkatan visibilitas produk, perluasan pasar, serta peningkatan omset secara signifikan. Digitalisasi tidak hanya terkait promosi, tetapi juga mencakup komunikasi dengan pelanggan, penjualan online, pengelolaan reputasi, hingga pelayanan pelanggan berbasis digital.

Pendapat tersebut sejalan dengan Manurung (2022) yang menyatakan bahwa digital marketing merupakan katalisator penting dalam pengembangan UMKM berbasis komunitas. Pemanfaatan platform digital yang tepat dapat meningkatkan keberlanjutan usaha melalui efisiensi promosi, kemudahan transaksi, dan penguatan branding produk desa.

4. Inovasi Produk dalam Pengembangan Usaha

Inovasi merupakan salah satu determinan utama keberhasilan dan keberlanjutan UMKM. Afuah (2018) menjelaskan bahwa inovasi dapat mencakup pengembangan produk baru, modifikasi varian, peningkatan kualitas, dan pembaruan desain kemasan agar lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Inovasi membantu UMKM meningkatkan daya saing, menciptakan nilai tambah, serta memperluas segmen konsumen.

Dalam UMKM pedesaan, inovasi seringkali menjadi tantangan karena keterbatasan akses terhadap teknologi, informasi pasar, dan pengetahuan desain produk. Widodo S (2023) menegaskan bahwa inovasi produk harus menjadi bagian inti dalam strategi pemberdayaan UMKM, terutama pada sektor kuliner dan kerajinan. Melalui pelatihan inovasi, UMKM mampu menghasilkan produk yang memiliki unique selling proposition (USP) dan daya tarik visual yang lebih kuat.

Sementara itu, Manurung (2021) menambahkan bahwa inovasi tidak hanya terkait produk fisik, tetapi juga dapat berupa inovasi proses, inovasi pemasaran, dan inovasi organisasi. Pendekatan ini penting untuk UMKM di desa agar mampu mengoptimalkan sumber daya lokal

secara kreatif dan efektif.

B. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan partisipatif (participatory approach) yang menempatkan pelaku UMKM sebagai subjek utama pengembangan. Metode ini dipilih karena sejalan dengan konsep pemberdayaan masyarakat yang menekankan peningkatan kapasitas dan kemandirian sebagaimana dikemukakan Suharto (2020) dan dipertegas oleh Widodo S (2021) bahwa pemberdayaan yang efektif harus melibatkan masyarakat secara aktif dalam identifikasi masalah, proses pembelajaran, hingga implementasi solusi. Kegiatan PKM ini berlangsung di Desa Klambir Lima, Kecamatan Hampan Perak, Kabupaten Deliserdang, selama empat bulan, yaitu Agustus hingga November 2024. Desa ini dipilih karena memiliki potensi UMKM yang cukup besar, namun masih menghadapi kendala kapasitas usaha, literasi digital, dan inovasi produk.

Peserta kegiatan terdiri atas 32 pelaku UMKM dari sektor kuliner, kerajinan tangan, sembako, dan produk olahan rumah tangga. Pemilihan peserta dilakukan secara purposive berdasarkan kriteria kebutuhan pembinaan dan komitmen mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Jumlah peserta tersebut dianggap ideal untuk proses pembinaan intensif, sebagaimana direkomendasikan oleh Manurung (2022), bahwa skala kelompok kecil hingga menengah memungkinkan proses transfer pengetahuan berlangsung lebih efektif dan personal.

Pelaksanaan PKM dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah survei awal dan identifikasi masalah, yang meliputi observasi lapangan, wawancara mendalam, serta diskusi kelompok terarah (FGD). Hasil identifikasi menunjukkan empat persoalan utama yang menghambat perkembangan UMKM, yaitu rendahnya kemampuan manajerial, minimnya inovasi produk, rendahnya literasi digital, serta belum adanya sistem pencatatan keuangan yang tertata. Temuan ini memperkuat pandangan Tambunan (2019) dan Widodo S (2022) bahwa mayoritas UMKM menghadapi kendala

fundamental dalam hal manajemen, inovasi, dan akses pemasaran digital.

Tahap berikutnya adalah pelatihan dan workshop, yang dilaksanakan secara terstruktur dalam tiga tema besar, yaitu manajemen usaha, inovasi produk, dan digital marketing. Pada sesi manajemen usaha, peserta dilatih mulai dari penyusunan Harga Pokok Produksi (HPP), strategi penentuan harga, pengelolaan stok, hingga pencatatan keuangan sederhana seperti laporan arus kas dan buku kas harian. Pendekatan ini dirancang untuk memberikan pemahaman praktis sebagaimana ditekankan oleh Widodo S (2023) bahwa UMKM membutuhkan sistem pencatatan keuangan yang sederhana tetapi aplikatif untuk meningkatkan akuntabilitas usaha.

Pada sesi inovasi dan pengembangan produk, peserta diberikan praktik langsung mulai dari peningkatan kualitas produk, penciptaan varian baru, hingga pengemasan modern menggunakan standing pouch dan kemasan food grade. Peserta juga mempelajari pembuatan label dengan desain menarik yang sesuai standar pemasaran modern. Materi ini disusun berdasarkan konsep inovasi Afuah (2018) yang menekankan inovasi sebagai strategi penting dalam meningkatkan daya saing UMKM, terutama di sektor kuliner dan kerajinan rumah tangga.

Sesi ketiga adalah pelatihan digital marketing yang berfokus pada penggunaan WhatsApp Business, Facebook Marketplace, dan Instagram sebagai media utama promosi UMKM. Peserta belajar membuat konten foto produk, video reels sederhana, penulisan caption, serta strategi penentuan target pasar. Materi ini disusun dengan merujuk pada teori pemasaran digital Kotler & Keller (2020) serta diperkuat oleh kajian Widodo S dan Manurung (2022) yang menjelaskan bahwa literasi digital merupakan faktor kunci bagi UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan di era ekonomi digital.

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan intensif selama dua bulan. Pendampingan ini dilakukan secara langsung dan daring untuk memastikan implementasi materi pelatihan pada usaha masing-masing peserta. Kegiatan

pendampingan berfokus pada pembuatan konten harian, penerapan pencatatan keuangan, pengelolaan pesan pelanggan, dan evaluasi kualitas produk. Pendampingan berbasis praktik ini selaras dengan rekomendasi Widodo S (2024) bahwa pendampingan berkelanjutan merupakan faktor kritis yang membedakan PKM yang berhasil dengan yang tidak.

Tahap terakhir adalah evaluasi dan monitoring, yang dilakukan melalui pre-test dan post-test, wawancara mendalam, serta analisis rekap penjualan sebelum dan sesudah kegiatan. Evaluasi ini bertujuan mengukur efektivitas program, mengetahui perubahan kompetensi pelaku UMKM, serta mengidentifikasi faktor penghambat dan pendukung dalam implementasi di lapangan. Hasil evaluasi menjadi dasar bagi keberlanjutan program dan rekomendasi pengembangan UMKM di Desa Klambir Lima.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peningkatan Kompetensi UMKM

Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan menunjukkan adanya peningkatan kompetensi yang signifikan pada pelaku UMKM Desa Klambir Lima. Hasil evaluasi pre-test dan post-test memperlihatkan peningkatan pada tiga kompetensi inti, yaitu manajemen usaha, inovasi produk, dan digital marketing. Kemampuan manajemen usaha meningkat dari 32% menjadi 78%, kompetensi inovasi produk meningkat dari 30% menjadi 79%, dan pemahaman digital marketing naik dari 28% menjadi 78%.

Peningkatan ini membuktikan bahwa proses pelatihan dan pendampingan efektif dalam membangun kapasitas pelaku UMKM sebagai subjek pengembangan ekonomi lokal. Temuan ini sejalan dengan konsep pemberdayaan Suharto (2020) yang menegaskan bahwa peningkatan pengetahuan dan keterampilan merupakan inti dari proses transformasi sosial-ekonomi masyarakat. Widodo S (2021) juga menyatakan bahwa UMKM yang mendapatkan intervensi terstruktur melalui pelatihan berbasis kebutuhan (needs-based learning) cenderung mengalami percepatan peningkatan kapasitas dibandingkan UMKM tanpa pendampingan.

2. Dampak Implementasi Digital Marketing

Implementasi strategi digital marketing menunjukkan dampak positif terhadap perubahan pola pemasaran UMKM. Sebanyak 80% peserta mulai aktif menggunakan WhatsApp Business untuk promosi dan pengelolaan pelanggan, 55% memanfaatkan Facebook Marketplace sebagai media penjualan, dan 30% menggunakan Instagram untuk membangun brand identity. Peningkatan ini menunjukkan pergeseran pola pemasaran dari cara konvensional menuju pemasaran berbasis digital yang lebih modern dan efisien.

Hasil ini sejalan dengan kajian Kotler & Keller (2020) yang menegaskan bahwa digital marketing memberikan akses lebih luas kepada pelaku usaha untuk menjangkau pelanggan baru dengan biaya rendah serta meningkatkan engagement melalui komunikasi dua arah. Widodo S & Manurung (2022) juga menambahkan bahwa pemanfaatan media digital adalah salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan UMKM dalam beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen di era teknologi.

Dengan semakin aktifnya UMKM memanfaatkan platform digital, terlihat adanya peningkatan respons pelanggan, pemesanan yang lebih cepat, serta perluasan pasar hingga ke kecamatan dan kota terdekat. Perubahan ini menunjukkan bahwa literasi digital berperan signifikan dalam memperkuat keberlanjutan usaha.

3. Perkembangan Inovasi Produk

Program PKM juga menghasilkan perkembangan signifikan pada aspek inovasi produk UMKM. Peserta menghasilkan beberapa varian baru seperti keripik pedas manis, bolu kukus rasa pandan, minuman herbal kesehatan, dan beberapa varian olahan rumahan lainnya. Selain varian produk, desain label dan kemasan menunjukkan peningkatan kualitas, dengan penggunaan standing pouch, kemasan food grade, serta label beridentitas visual yang lebih menarik.

Inovasi ini berdampak pada peningkatan nilai tambah produk dan memperkuat posisi kompetitif

UMKM di pasar lokal. Afuah (2018) menyatakan bahwa inovasi, baik pada kualitas, varian, maupun kemasan, merupakan faktor kunci yang meningkatkan peluang UMKM untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Temuan ini juga sesuai dengan pandangan Widodo S (2023) bahwa inovasi berbasis kebutuhan konsumen terutama pada sektor kuliner dan kerajinan mampu meningkatkan keunggulan diferensiasi produk UMKM pedesaan.

4. Peningkatan Pendapatan Keluarga

Salah satu dampak paling signifikan dari program PKM adalah adanya peningkatan pendapatan keluarga UMKM. Selama tiga bulan masa pendampingan, 65% peserta mengalami peningkatan penjualan, dengan rata-rata kenaikan pendapatan keluarga berkisar antara 15% hingga 25%. Sebagian UMKM bahkan mampu memperluas pasar hingga ke wilayah Hamparan Perak, Medan Sunggal, serta menjual produk melalui platform toko daring lokal.

Temuan ini menguatkan pernyataan Tambunan (2019) bahwa UMKM memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi lokal terutama dalam hal peningkatan pendapatan dan kesejahteraan rumah tangga. Widodo S (2024) juga menegaskan bahwa pemberdayaan UMKM yang berfokus pada peningkatan kompetensi dan akses pasar berdampak langsung terhadap meningkatnya ketahanan ekonomi keluarga. Dengan bertambahnya pendapatan, keluarga pelaku UMKM menjadi lebih mandiri dan mampu memenuhi kebutuhan hidup secara lebih stabil.

5. Analisis Keberlanjutan Program

Keberlanjutan program PKM menjadi aspek penting yang dianalisis untuk memastikan dampak jangka panjang. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat empat faktor utama yang mempengaruhi keberlanjutan program, yaitu komitmen pelaku UMKM, pendampingan berkelanjutan, kolaborasi dengan pemerintah desa, serta kebutuhan pelatihan lanjutan terkait branding, akses permodalan, dan pemasaran digital tingkat lanjut.

Manurung (2022) menegaskan bahwa

keberlanjutan program pemberdayaan memerlukan ekosistem kolaboratif antara masyarakat, perguruan tinggi, pemerintah desa, dan mitra swasta. Dalam konteks kegiatan ini, dukungan pemerintah desa Klambir Lima menjadi modal penting untuk melanjutkan program, terutama dalam menyediakan sarana pemasaran, memfasilitasi akses modal, dan mempromosikan UMKM desa ke forum ekonomi tingkat kecamatan.

Dengan demikian, keberlanjutan program masih sangat terbuka jika sinergi antar-pemangku kepentingan diperkuat dan pendampingan dilakukan secara periodik. Hal ini sejalan dengan rekomendasi Widodo S (2023) bahwa keberhasilan pemberdayaan UMKM tidak hanya ditentukan oleh pelatihan awal, tetapi juga oleh keberlanjutan pendampingan dan dukungan kelembagaan.

D. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Desa Klambir Lima, Kecamatan Hampan Perak, Kabupaten Deliserdang, terbukti memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan kapasitas dan kemandirian para pelaku UMKM. Program pelatihan yang mencakup manajemen usaha, inovasi produk, dan digital marketing berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri pelaku UMKM sebagaimana tercermin dari peningkatan hasil pre-test dan post-test.

Pemberdayaan UMKM melalui pendekatan pelatihan terpadu dan pendampingan intensif sejalan dengan konsep pemberdayaan masyarakat menurut Suharto (2020) serta temuan Widodo S (2021; 2023) yang menekankan bahwa kapasitas individu menjadi fondasi transformasi ekonomi keluarga. Pelaku UMKM tidak hanya mampu mengelola usaha dengan lebih profesional, tetapi juga melakukan inovasi produk serta memanfaatkan platform digital untuk memperluas pasar. Dampak nyata berupa peningkatan penjualan dan pendapatan keluarga sebesar 15–25% menunjukkan bahwa intervensi PKM mampu memperkuat ketahanan ekonomi rumah tangga.

Untuk keberlanjutan program, sangat

disarankan adanya pelatihan lanjutan terkait digital branding, akses permodalan, pembentukan koperasi UMKM desa, dan pendampingan jangka panjang. Manurung (2022) menegaskan bahwa keberlanjutan pemberdayaan membutuhkan sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, komunitas, dan pelaku usaha. Oleh karena itu, kolaborasi multipihak perlu diperkuat agar UMKM Desa Klambir Lima dapat terus berkembang secara mandiri, inovatif, dan kompetitif.

Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada:

1. Pemerintah Desa Klambir Lima, Kecamatan Hampan Perak, Kabupaten Deliserdang,
2. Para pelaku UMKM Desa Klambir Lima,
3. Universitas Battuta,
4. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.

Atas dukungan, kerjasama, dan partisipasi aktif selama kegiatan PKM berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Afuah, A. (2018). *Innovation Management: Strategies, Concepts, and Tools*. Routledge.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Laporan Perkembangan UMKM Nasional*. Jakarta.
- Manurung, L. (2022). Kolaborasi Multipihak dalam Penguatan UMKM Berbasis Komunitas. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Lokal*, 5(2), 67–78.
- Manurung, L., Ningsi, E. H., & Widodo, S. (2025). The influence of UMKM service and product quality on tourist satisfaction. *International Journal of Applied Finance and Business Studies*, 13(2), 220–226.
- Manurung, L., & Ningsi, E. H. (2025). Penguatan UMKM Melalui Penerapan Manajemen Organisasi di Deli Serdang. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 15(1), 56–59.
- Nugroho, Y., Rahmawati, E., & Sari, M. (2022). Pelatihan Manajemen Usaha pada UMKM Desa. *Jurnal Abdimas Kreatif*, 3(1), 45–55.
- Suharto, E. (2020). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: Refika Aditama.

- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Tantangan dan Prospeknya*. Jakarta: LP3ES.
- Wahyuni, S., & Lubis, A. (2021). Literasi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Pengabdian Nusantara*, 4(2), 112–121.
- Widodo, S. (2021). Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis Kapasitas Lokal. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 23–34.
- Widodo, S. (2023). Inovasi dan Transformasi Digital UMKM di Era Ekonomi Baru. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 4(2), 55–70.