



## **TRANSFORMASI PEREKONOMIAN PELAKU UMKM KELURAHAN MELALUI PROGRAM CAPACITY BUILDING DI KOTA MADIUN**

**Rahmah Utari Alfafa<sup>1</sup>, Amal Taufiq<sup>2</sup>**  
[rahmahalfafa@gmail.com](mailto:rahmahalfafa@gmail.com)<sup>1</sup>, [amaltaufiq70@gmail.com](mailto:amaltaufiq70@gmail.com)<sup>2</sup>  
**Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya**

### **Abstrak**

Permasalahan mengenai kesejahteraan dan kemiskinan penduduk memang tak kunjung usai hingga saat ini. Bermula dari kondisi yang berjalan tersebut menggerakkan TJSL PT INKA untuk dapat mendobrak ekonomi lokal tingkat kelurahan bagi masyarakat dengan memberikan pelatihan, fasilitas, serta bantuan bagi lapak UMKM di Kota Madiun yakni melalui program peningkatan kapasitas (capacity building) yang berfokus untuk mengoptimalkan ekonomi lokal UMKM Kota Madiun. Penelitian yang telah dilaksanakan penulis ini menerapkan pendekatan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus (case study). Program Capacity Building merupakan salah satu program kerja yang dilakukan oleh Departemen Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan PT INKA guna meningkatkan kapasitas perekonomian pelaku UMKM kelurahan di Kota Madiun secara cepat dan optimal. Berdasarkan data yang telah penulis dapat, program capacity building memberikan dampak yang signifikan bagi pendapatan para pelaku UMKM kelurahan. Dengan kata lain, program capacity building berjalan dengan sesuai ekspektasi dan kebutuhan masyarakat. Penelitian ini memberikan wawasan mengenai pelaksanaan Program capacity building yang dilakukan TJSL PT INKA terhadap pelaku UMKM di Kota Madiun yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian pelaku UMKM kelurahan setempat. Program ini mencakup sesi pelatihan yang berfokus pada manajemen, pemasaran digital, dan branding produk bagi pelaku UMKM. Namun dalam implementasinya tantangan masih tetap ada, terutama terkait dengan kurangnya pengetahuan teknologi digital.

**Kata Kunci:** Program Capacity Building, Pelaku UMKM, TJSL PT INKA.

### **Abstract**

*Problems regarding the welfare and poverty of the population have not ended until now. Starting from these current conditions, TJSL PT INKA has moved to be able to disrupt the local economy at the sub-district level for the community by providing training, facilities and assistance for MSMEs in Madiun City, namely through a capacity building program which focuses on optimizing the local economy of the City's MSMEs. Madiun. The research that this author has carried out applies a qualitative method approach with a case study type of research. The Capacity Building Program is one of the work programs carried out by the Social and Environmental Responsibility Department of PT INKA to increase the economic capacity of sub-district MSMEs in Madiun City quickly and optimally. Based on the data that the author has obtained, the capacity building program has had a significant impact on the income of sub-district MSMEs. In other words, the capacity building program is running in accordance with community expectations and needs. This research provides insight into the implementation of the capacity building program carried out by TJSL PT INKA for MSME actors in Madiun City which aims to improve the economy of local sub-district MSME actors. This program includes training sessions that focus on management, digital marketing and product branding for MSME players. However, challenges still remain in its implementation, especially*

*related to the lack of digital technology knowledge.*

**Keywords:** *Capacity Building Program, UMKM Actors, TJSL PT INKA.*

## **PENDAHULUAN**

Permasalahan mengenai kesejahteraan dan kemiskinan penduduk memang tak kunjung usai hingga saat ini. Pemerintah masih terus mencari solusi untuk bisa mengatasi isu kemiskinan penduduk. Pengentasan isu kemiskinan telah menjadi prioritas pemerintah di suatu negara, sehingga mendorong urgensi pemerintah untuk merumuskan kebijakan yang efektif guna mengatasi kemiskinan. Pengentasan isu kemiskinan juga dioptimalkan oleh Pemerintah Kota Madiun. Di mana pemerintah yang terus berupaya untuk meningkatkan perekonomian penduduknya. Merambahnya virus COVID-19 yang melanda Indonesia pada empat tahun lalu, khususnya di Kota Madiun membuat banyak masyarakat Kota Madiun yang kehilangan pekerjaannya. Sulitnya masyarakat mendapatkan pekerjaan baru semakin meningkatkan jumlah pengangguran. Banyak masyarakat yang beralih untuk membuka usaha kecil-kecilan (mikro) pada sektor makanan, jasa, dan sebagainya. Berdasar permasalahan itu, Pemkot Madiun memberi terobosan solusi demi dapat meningkatkan perekonomian warganya dengan cara membangun lapak UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) pada lahan kosong di setiap kelurahan di Kota Madiun. Dengan adanya Lapak UMKM ini pemerintah berharap dapat mengangkat ekonomi lokal di 27 kelurahan di Kota Madiun sehingga ke depannya dapat menjadi kelurahan yang mandiri. Pemkot Madiun juga berharap bahwa setiap kelurahan bisa memiliki ikon tersendiri sekaligus sebagai roda perputaran ekonomi masyarakat setempat. Pembangunan lapak UMKM di tiap kelurahan ini juga menjadi wujud pemerataan pembangunan di Kota Madiun.

Namun, terkadang realita tak sesuai dengan apa yang diharapkan. Pada realitanya beberapa pelaku usaha di lapak UMKM kelurahan kesulitan untuk mengelola UMKM mereka, sehingga menimbulkan sedikit pengunjung yang datang. Terdapat beberapa factor pemicu diantaranya adalah kurangnya pengetahuan pelaku UMKM terkait cara mengembangkan usahanya, kurangnya wawasan tentang pemasaran digital, serta kurangnya strategi pemasaran sehingga manajemen lapak UMKM kelurahan berjalan kurang baik. Banyak pelaku UMKM yang mengeluh karena penghasilan yang didapat kurang untuk mencukupi kebutuhan mereka. Mayoritas dari pelaku UMKM mengatakan bahwa mereka kurang memiliki pengetahuan terkait mendaftar usaha di e-commerce, sehingga mereka belum bisa mengintegrasikan teknologi dengan kegiatan usaha mereka.

Bermula dari kondisi yang berjalan tersebut menggerakkan PT Industri Kereta Api (Persero) atau yang dikenal INKA untuk dapat mendobrak ekonomi lokal tingkat kelurahan bagi masyarakat dengan memberikan pelatihan, fasilitas, serta bantuan bagi lapak UMKM di Kota Madiun. Melalui konsep CSR (Corporate Social Responsibility) yang dilakukan oleh Departemen Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan PT INKA (Persero) (TJSL PT INKA). TJSL merupakan departemen yang berfokus memberikan kemanfaatan di bidang ekonomi, sosial, lingkungan, dan hukum serta tata kelola. Guna mengatasi masalah perekonomian masyarakat Kota Madiun, TJSL PT INKA memiliki program peningkatan kapasitas (*capacity building*) yang berfokus untuk mengembangkan dan mengoptimalkan agar bisa mendobrak ekonomi lokal UMKM Kota Madiun. Pemberdayaan masyarakat tersebut diantaranya pemberian pelatihan dasar, bantuan alat-alat usaha yang dibutuhkan, digital marketing, dan branding produk.

Program *capacity building* berperan pada bagaimana cara lapak dan para pelaku UMKM dapat memanajemen, mengembangkan, serta memasarkan produk usahanya sendiri sehingga dapat membuat lapangan pekerjaan bagi mereka sendiri. Bentuk kegiatan dari program ini yakni berupa sosialisasi, pelatihan, hingga evaluasi terkait pengelolaan

## UMKM.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis memilih judul laporan penelitian yakni “Transformasi Perekonomian Pelaku UMKM Kelurahan Melalui Program Capacity Building di Kota Madiun”. Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui efektifitas dari program capacity building yang dilakukan oleh TJSL PT INKA terhadap pelaku UMKM kelurahan di Kota Madiun.

## METODE

Penelitian yang telah dilaksanakan penulis ini menerapkan pendekatan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus (case study). Denzin dan Lincoln berpandangan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menafsirkan berbagai fenomena yang terjadi yang didasarkan pada latar alamiah dan dianalisis menggunakan berbagai metode. Penelitian pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang sumber datanya berbasis pada pemahaman serta persepsi dari penulis yang telah didapatkan dari kegiatan pencarian data melalui wawancara mendalam dengan informan. Pendekatan kualitatif juga bisa didefinisikan sebagai pendekatan yang proses penelitiannya membuah kata-kata baik secara lisan maupun tertulis dari perilaku orang yang bisa diamati. Adapun jenis penelitian akademik yang diterapkan penulis adalah jenis studi kasus. Berdasarkan pendapat Basuki, jenis studi kasus merupakan sebuah jenis penelitian yang berfokus pada suatu masalah yang khusus yang dapat dianalisis dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif yang sarannya berupa masyarakat luas, dapat perseorangan maupun kelompok. Studi kasus merupakan metode yang dilaksanakan secara terperinci, khusus, dan intensif guna mendapatkan data yang maksimal. Di mana penulis menggunakan pendekatan dan jenis penelitian ini karena relevan dengan topik yang diangkat. Karena mengevaluasi serta mengamati terkait program untuk pemberdayaan masyarakat dengan membangun usaha.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Capacity Building merupakan salah satu program kerja yang dilakukan oleh Departemen Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan PT INKA guna meningkatkan kapasitas perekonomian pelaku UMKM kelurahan di Kota Madiun secara cepat dan optimal. Program ini berfokus pada pemberdayaan lapak UMKM yang telah dibentuk oleh Pemerintah Kota Madiun. Dalam upaya pemulihan ekonomi pasca pandemi COVID-19, TJSL PT INKA memilih Program Capacity Building sebagai strategi utama untuk mengembangkan usaha para pelaku UMKM agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Program Capacity Building tak hanya bertujuan untuk membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya, tetapi juga untuk memberdayakan pelaku UMKM dengan meningkatkan ekonomi lokal pelaku UMKM secara berkala. Program Capacity Building merupakan hasil dari kolaborasi antara TJSL PT INKA, BAPPEDA Kota Madiun, dan Yayasan Bambu Nusantara yang bertujuan untuk mengoptimalkan keberadaan UMKM kelurahan Kota Madiun agar terbebas dari garis kemiskinan. TJSL PT INKA juga memiliki tujuan bahwa program ini nantinya akan menuntun para pelaku UMKM untuk mendaftar di e-katalog Kota Madiun. Melalui Program Capacity Building, diharapkan 32 lapak UMKM dapat menciptakan lapangan kerja bagi mereka sendiri.

Program Capacity Building diartikan sebagai program jangka panjang karena program ini akan mendampingi para pelaku UMKM dari awal hingga akhir. Artinya, berawal dari minimnya tingkat pengetahuan para pelaku UMKM tentang pengoperasian usaha hingga pendampingan pendaftaran e-katalog. Para pelaku UMKM diberikan sebuah pelatihan yang sesuai dengan kekurangan mereka. Maka, harapannya dengan adanya pelatihan tersebut

dapat menambah wawasan serta dapat dipraktikkan secara nyata untuk para pelaku UMKM. Adapun rangkaian acara dari Program Capacity Building yang diterapkan oleh TJSL PT INKA diantaranya yaitu, kegiatan sosialisasi dan pelatihan mengenai manajemen dan digital marketing serta branding produk, lomba bazar ramadhan, serta evaluasi dari lomba bazar ramadhan tersebut.

Kegiatan pelatihan manajemen dan digital marketing bagi pelaku UMKM bertujuan untuk menambah pengetahuan serta mengasah kemampuan lapak UMKM kelurahan. Pelatihan manajemen lapak difokuskan pada bagaimana cara mengelola modal usaha dengan baik, membangun hubungan yang baik dengan klien, memahami target pasar dan kebutuhan klien, dan bagaimana cara mengelola stok bahan dan inventori. Untuk pelaksanaan pelatihan digital marketing, materi utama yang diberikan adalah bagaimana strategi memasarkan produk-produk usahanya di sosial media dengan rapi, sehingga masyarakat yang melihat dapat tergugah selernya untuk membeli produk yang dipasarkan. Selain itu, pelatihan digital marketing juga membahas bagaimana cara untuk membuat feed atau konten di sosial media seperti Instagram, YouTube, TikTok, GoFood, ShopeeFood, dan sebagainya agar konten yang dihasilkan menarik dan kreatif sesuai dengan topik masa kini. Pelatihan digital marketing juga mengajarkan para pelaku UMKM untuk dapat membuat logo dan buku menu sendiri dari aplikasi editing yakni Canva, agar usaha mereka memiliki kekhasan sendiri. Saat ini, hampir seluruh lapak UMKM di Kota Madiun telah memiliki sosial media baik di Instagram maupun sosial media lainnya. Pelatihan manajemen dan digital marketing yang digelar pada tanggal 11 Desember 2023 lalu dihadiri oleh perwakilan dari 32 pengelola lapak UMKM kelurahan, yang mana pengelola lapak ini bertugas sebagai ketua di lapak kelurahan tersebut dan juga menjadi pelaku UMKM. Pengisi materi dari pelatihan ini adalah Yayasan Bambu Nusantara dan Dinas Koperasi yang ditunjuk oleh TJSL PT INKA untuk memberikan pengetahuan, arahan, dan masukan bagi pelaku UMKM. Pelatihan ini berfokus pada penguatan manajemen lapak, agar para pelaku UMKM dapat melakukan tata kelola bisnis yang efektif dan efisien untuk dapat meningkatkan omzet lapak kelurahan. Maka berdasarkan pernyataan tersebut, TJSL PT INKA mengharapkan beberapa output daripada pelatihan tersebut adalah pengelola lapak dapat memahami syarat-syarat pendaftaran di dalam e-katalog lokal, pengelola lapak dapat menyusun proposal kerja sama, serta pengelola lapak dapat mengidentifikasi ke-“khas”an lapaknya untuk dijadikan branding lapak. Setelah output dari pelatihan tersebut terwujud, maka diharapkan dapat berdampak pada pelaku UMKM kelurahan untuk bisa mengembangkan jaringan kerja sama antara lapak dengan berbagai pihak dengan tujuan meningkatkan omzet lapak.



Gambar 1. Profil Instagram Lapak Margo Asri

Rangkaian kegiatan selanjutnya adalah pelatihan pemasaran produk bagi pelaku UMKM lapak kelurahan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan solusi bagi lapak UMKM mengenai bagaimana cara memasarkan produk hingga dijangkau masyarakat luas. Dalam pelatihan ini, Departemen TJSL PT INKA juga memfasilitasi serta mendampingi pelaku UMKM untuk dapat memenuhi syarat-syarat serta cara-cara pembuatan e-katalog.

Namun dalam pembuatan e-katalog, harus melengkapi beberapa persyaratan seperti NIB, NPWP, Sertifikat PIRT, dan sebagainya. Pelatihan pemasaran produk berfungsi agar pelaku UMKM dapat terjun ke ranah global, tidak hanya di sekitar Madiun saja tetapi juga ke seluruh Indonesia bahkan ranah internasional. Untuk menjangkau pemasaran produk hingga ke pelosok negeri, maka dibutuhkan pengetahuan, keterampilan, serta kreativitas para pelaku UMKM. Sebelum menuju ke ranah tersebut, pelaku UMKM harus memahami dan melakukan survei tentang segmentasi pasar. Tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa banyak minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Dengan begitu, pelaku UMKM akan mudah untuk menganalisis produk apa yang paling diminati dan mudah untuk dipasarkan. Selain itu, pelaku UMKM juga harus memiliki produk unggulan yang mana produk unggulan tersebut memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan produk lain. Sehingga konsumen akan mudah mengenal serta mengingat akan produk yang dipasarkan. Pelatihan pemasaran produk yang digelar pada 12 Desember 2023 lalu dihadiri oleh perwakilan dari setiap 32 lapak UMKM kelurahan di Kota Madiun. Pelatihan ini dijelaskan oleh Tim Yayasan Bambu Nusantara dan Dinas Koperasi yang diminta oleh TJSL PT INKA untuk mengisi pelatihan tersebut. Dari hasil pelatihan tersebut terlihat bahwa pelaku UMKM sangat antusias dan mempraktikkan tentang materi yang disampaikan. Harapan dari diadakannya pelatihan pemasaran produk ini adalah bahwa produk yang dijual oleh para pelaku UMKM dapat terjangkau luas. Adanya produk unggulan juga memiliki peran penting untuk memikat daya tarik masyarakat agar produk yang dipasarkan tidak monoton dengan produk yang berada diluaran. Karena setiap lapak UMKM pasti memiliki potensi tersendiri untuk dapat bertahan dengan berbagai tantangan.

Rangkaian kegiatan ketiga pada Program Capacity Building adalah pengadaan lomba bazar Ramadhan untuk para pelaku UMKM. Mekanisme dari kegiatan ini adalah setiap lapak UMKM di Kota Madiun diberikan sejumlah voucher belanja senilai Rp10.000 yang kemudian dibagikan kepada masyarakat setempat. Masyarakat setempat mengaku senang karena diberikan voucher senilai Rp10.000 dengan belanja minimal Rp20.000. acara bazar ramadhan ini digelar mulai dari tanggal 25 hingga 27 Maret 2024 di setiap lapak UMKM kelurahan. Selain kegiatan pemberian voucher gratis, acara ini juga melombakan lapak-lapak UMKM kelurahan dengan berbagai kategori lomba. Kategori lomba tersebut diberikan untuk menguji sudah sejauh manakah tingkat manajemen lapak UMKM. Lomba bazar ramadhan juga sebagai bentuk tindak lanjut melalui praktik dan evaluasi dari pemberian pelatihan-pelatihan kemarin. Voucher bazar yang dibagikan kepada masyarakat juga sebagai bentuk pemberian stimulus kepada masyarakat untuk lebih mengenal hasil produk dari lapak UMKM di sekitar tempat tinggalnya. Melalui lomba bazar ramadhan, diharapkan pendapatan dari para pelaku UMKM ini dapat meningkat dari sebelumnya. Selain itu, diharapkan masyarakat lebih mengenal serta mengetahui bahwa produk dari lapak UMKM juga memiliki citra rasa yang tidak kalah jauh dengan restoran lainnya.

Setelah digelarnya acara lomba bazar ramadhan, maka TJSL PT INKA serta BAPPEDA Kota Madiun melakukan evaluasi terhadap 32 lapak UMKM kelurahan. Adapun kegiatan evaluasi tersebut dilakukan selama 2 hari yakni pada tanggal 22-23 April 2024 di setiap lapak UMKM kelurahan Kota Madiun. Terdapat beberapa kriteria penilaian lapak yang diusung oleh tim BAPPEDA diantaranya mengenai perawatan lapak, keamanan, kebersihan dan sanitasi, serta fasilitas dan kelengkapan seperti wastafel, tempat sampah, dan lain-lain. Semua kriteria tersebut menjadi poin-poin penting dalam penilaian lomba bazar ramadhan. Penilaian lapak ini merupakan kerjasama antara Pemerintah Kota Madiun dengan TJSL PT. INKA (Persero), sebagai wujud pembangunan pentahelix yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas lapak UMKM kelurahan. Daftar lapak UMKM pemenang lomba bazar Ramadhan dirincikan sebagai berikut:

Tabel 1. Daftar Pemenang Lomba Bazar Ramadhan

Kategori Lomba	Pemenang
Juara 1	Lapak Sriti Kel. Nambangan Lor
Juara 2	Lapak Kutho Miring Kel. Demangan
Juara 3	Lapak Kembul Sari Kel. Sukosari
Juara Lapak Percontohan Kategori Inovatif	Lapak Kampir Kel. Kanigoro
Juara Lapak Percontohan Kategori Tata Kelola	Lapak Pesona Kel. Madiun Lor
Juara Lapak Percontohan Kategori Implementatif	Lapak Obor Kel. Oro-oro Ombo
Juara Lapak Percontohan Kategori Kolaboratif	Lapak Ronggo Kuning Kel. Ngegong
Juara Lapak Percontohan Kategori Sinergitas	Lapak Simander Kel. Pandean
Juara Lapak Percontohan Kategori Responsif Gender	Lapak UMKM Pojok Gulun Kel. Kejuron
Juara Lapak Kategori Perolehan Voucher Bazar Takjil	Lapak Teras Balikul Kel. Pangongangan

*Sumber: Bappeda Kota Madiun*

Lapak yang terpilih menjadi pemenang akan mendapatkan bantuan alat-alat produksi yang dibutuhkan dari TJSL PT INKA. Adapun alat-alat produksi yang dibutuhkan para lapak UMKM seperti CCTV, tempat sampah, lemari es, dan sebagainya. Pemberian hadiah berupa alat-alat produksi digunakan untuk mengantisipasi adanya kecemburuan sosial antar pelaku UMKM di lapak tersebut. Karena nantinya agar alat-alat produksi itu dapat digunakan untuk semua anggota pelaku UMKM di kelurahan, bukan hanya perseorangan saja. Evaluasi yang dilakukan oleh TJSL PT INKA juga sebagai gambaran mengenai program pelatihan untuk lapak selanjutnya. Dengan adanya evaluasi tersebut, maka pihak TJSL PT INKA dan BAPPEDA dapat menggolongkan pelatihan-pelatihan yang akan diberikan untuk setiap lapak UMKM di fase berikutnya. Adanya penggolongan pelatihan, digunakan untuk mengetahui sudah di tingkat manakah lapak-lapak UMKM tersebut berjalan. Kekurangan dari lapak UMKM akan menjadi catatan bagi TJSL PT INKA yang kemudian digunakan untuk menggelar pelatihan-pelatihan. Dengan demikian, disinilah peran penting dari program capacity building untuk meningkatkan taraf hidup para pelaku UMKM Kelurahan di Kota Madiun. Adapun harapan dari TJSL PT INKA, yaitu dapat mengayomi semua lapak UMKM dan dapat mendukung bisnis para pelaku UMKM dengan cara sebagai konsumen dari produk pelaku lapak UMKM.

Partisipasi para pelaku UMKM dalam hal ini menjadi hal yang sangat penting dan menjadi tolak ukur bagi keberhasilan dari diadakannya program capacity building. Bentuk timbal balik atau respon masyarakat sangat dibutuhkan karena menjadi evaluasi bagi TJSL

PT INKA dan Pemerintah Kota Madiun dalam merencanakan program berbasis kesejahteraan masyarakat. Apabila program capacity building telah memenuhi target dan dapat membantu peningkatan perekonomian pelaku UMKM secara nyata, maka dapat dikatakan program ini telah berhasil untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Berdasarkan data yang telah penulis dapat, program capacity building memberikan dampak yang signifikan bagi pendapatan para pelaku UMKM kelurahan. Dengan kata lain, program capacity building berjalan dengan sesuai ekspektasi dan kebutuhan masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan wawancara mendalam kepada beberapa pelaku UMKM dan pengelola lapak UMKM. Mayoritas dari mereka mengaku bahwa senang dengan diadakannya program capacity building ini karena dibuktikan dengan pendapatan para pelaku UMKM yang meningkat secara berkala.

Seperti yang diungkapkan oleh salah satu pelaku UMKM di Lapak UMKM Margo Asri, Bu Tatik mengungkapkan bahwa beliau bersyukur dan senang dengan rangkaian kegiatan dari program capacity building. Karena melalui program ini, beliau dapat memahami tentang cara-cara mengelola usaha dengan baik, bagaimana strategi memasarkan produk, hingga cara-cara untuk membangun hubungan dengan konsumen secara baik. Bu Tatik memiliki usaha berupa pembuatan jenang jawa. Adapun produk yang dipasarkan yakni berbagai macam aneka jenang seperti jenang sumsum, jenang grendul, ketan ireng, kacang hijau, dan berbagai jenis jenang lainnya. Dengan adanya program capacity building ini Bu Tatik mengaku senang karena omzet yang pada awalnya hanya Rp20.000-Rp100.000 per hari setelah diadakannya lomba bazar ramadhan kemarin meningkat hingga Rp200.000-Rp250.000 per hari. Belum lagi jika ada acara jalan sehat atau kunjungan dari sekolah SD atau TK terdekat, maka pendapatan yang dihasilkan bisa meningkat hingga tiga kali lipat dari biasanya. Adanya acara jalan sehat pada akhir pekan sangat membantu peningkatan omzet dari para pelaku UMKM. Dengan begitu, masyarakat di luar kelurahan tersebut juga menjadi kenal bahwa masih terdapat UMKM yang hasil masakannya tak kalah enak dengan restoran besar. Bu Tatik juga bercerita bahwa terkadang terdapat ibu-ibu yang memesan jenang kepada Bu Atik untuk suguhan arisan PKK di rumah ibu tersebut. Sehingga hal tersebut menambah semangat Bu Tatik untuk mencari nafkah bagi keluarganya. Namun kendala yang dirasakan Bu Atik adalah masih kurangnya pengetahuan tentang teknologi. Alhasil Bu Tatik belum mendaftarkan usahanya di aplikasi pengantar makanan dan minuman sehingga hanya bisa melayani secara langsung saja, tanpa via online.

Pada informan kedua yakni Ibu Ika selaku pelaku UMKM di Lapak Pagu Indah, Bu Ika menuturkan bahwa beliau sangat senang dan terbantu dengan adanya program capacity building. Terlebih lagi dengan diadakannya lomba bazar ramadhan kemarin yang dapat menaikkan omzet penjualan UMKM Bu Ika. Adapun persiapan yang dilakukan saat adanya bazar tersebut adalah para pelaku UMKM di lapak tersebut memiliki varian makanan dan minuman yang berbeda-beda. Hal ini dilakukan untuk menghindari adanya persaingan ketat antar pelaku UMKM. Bu Ika bercerita bahwa omzet pendapatan sebelum diadakannya bazar takjil kemarin sekitar Rp50.000-Rp150.000 per hari, namun dengan diadakannya bazar ramadhan kemarin omzet penjualan meningkat hingga Rp200.000-Rp350.000. Hal ini sangat menguntungkan bagi pelaku UMKM karena dapat menambah penghasilan untuk memenuhi kebutuhannya. Selain itu, adanya aplikasi seperti Gofood, Grabfood dan lain-lain sangat membantu Bu Ika untuk memperluas usahanya. Kemahiran dalam bidang teknologi sangat membantu pelaku usaha untuk memasarkan produknya. Karena di zaman serba canggih seperti ini, orang akan cenderung memilih cara yang praktis termasuk dalam hal pangan. Adapun usaha yang dimiliki Bu Ika adalah usaha gorengan, nasi bungkus, serta minuman kemasan. Program bazar ramadhan lalu, membuat para pelanggan kian bertambah serta lebih mengenal dagangan Bu Ika. Mayoritas konsumen yang mampir ke UMKM Bu

Ika adalah anak-anak sekolah serta para remaja. Kendatipun penghasilan UMKM meningkat, masih terdapat beberapa kendala yakni apabila ada acara yang berlokasi di tengah kota, maka pelanggan dari UMKM ini cenderung berkurang karena sebagian masyarakat memilih untuk membeli makanan di area acara tersebut. Hal tersebut dapat menjadi evaluasi bagi program capacity building yang dilakukan oleh TJSL PT INKA.

Informan ketiga yakni Ibu Nova sebagai pelaku usaha di Lapak Simpang lima Bunderan. Bu Nova memiliki usaha berupa aneka makanan kekinian seperti burger, hotdog, sosis, dan beraneka macam es. Beliau mengaku bahwa dengan adanya program capacity building, dapat membantu perekonomian keluarganya secara signifikan. Hal ini dibuktikan dengan penambahan omzet yang awal mulanya berkisar Rp50.000-Rp100.000 per hari menjadi Rp150.000-Rp350.000 per hari. Adanya program capacity building juga menambah semangat beliau untuk terus mencari rezeki. Persiapan ketika adanya bazar takjil ramadhan pun dipersiapkan dengan matang dan telah dipikirkan. Adanya peraturan bahwa setiap pelaku UMKM di lapak tersebut tidak boleh menjual produk yang sama membuat Bu Nova memutar otak untuk memikirkan produk apa yang khas serta cocok untuk dijadikan hidangan berbuka puasa. Bu Nova menambah sedikit menu untuk produk takjil seperti es kopyor, es blewah, dan sayur matang. Hasil pengembangan ide dari Bu Nova pun membuahkan hasil, respon dari masyarakat sangat baik sehingga dagangan yang dijual ludes hanya dalam waktu 2 jam. Namun permasalahan pun juga tak dapat terhindarkan, Bu Nova masih belum memahami cara mendaftar produk makanan dan minumannya di aplikasi pengantar makanan dan minuman. Beliau mengaku masih awam dengan aplikasi-aplikasi tersebut sehingga belum bisa menggunakannya. Faktanya jika para pelaku UMKM sudah mengerti dan memahami terkait penggunaan aplikasi seperti GoFood, GrabFood, dan sebagainya maka akan sangat memudahkan mobilitas perdagangan para pelaku UMKM. Masyarakat akan mudah mengenal serta mengetahui tentang produk apa yang dipasarkan oleh lapak UMKM tersebut.

Berdasarkan hasil jawaban dari para informan di atas, dapat dianalisis bahwa program capacity building yang dilakukan oleh TJSL INKA cukup membantu dan berhasil dalam meningkatkan perekonomian lapak UMKM Kelurahan Kota Madiun. Hal ini diperjelas oleh adanya pertambahan beberapa unsur, baik pengetahuan, strategi pemasaran, maupun pendapatan dari para pelaku UMKM meningkat setelah diadakannya rangkaian proses program capacity building TJSL INKA. Dengan begitu, dapat dikatakan bahwa program jangka panjang ini berhasil karena memberi perubahan dan dampak yang cukup besar bagi masyarakat yaitu pelaku UMKM Kelurahan. Akan tetapi, pihak penyelenggara, salah satunya TJSL INKA juga harus mengevaluasi dan memberi inovasi terus menerus mengenai pelatihan maupun pengimplementasian program, agar program ini dapat tetap berjalan dan memberikan dampak positif di masyarakat.

Dari berbagai informasi di atas, adapun kendala yang paling menonjol adalah terkait strategi pemasaran berbasis teknologi. Banyak pelaku UMKM di Kota Madiun yang kurang paham mengenai sistem Q-RIS dan aplikasi online. Alhasil mereka hanya mengandalkan dan menunggu konsumen yang membeli produk secara langsung. Selain itu, mereka dapat kalah secara sistem dibandingkan dengan restoran besar yang memiliki sistem teknologi digital yang canggih. Untuk itu diperlukan evaluasi serta pelatihan kembali bagi para lapak UMKM yang masih awam mengenai pentingnya teknologi digital untuk pemasaran UMKM. Program capacity building tidak hanya dirancang untuk meningkatkan perekonomian para pelaku UMKM saja, tetapi juga dirancang agar para pelaku UMKM tersebut dapat menjadi ekonomi lokal yang menyediakan lapangan pekerjaan bagi mereka sendiri. Lapak UMKM kelurahan diharapkan mampu bersaing dengan restoran besar yang berada di Kota Madiun, karena pada sejatinya lapak UMKM ini memiliki potensi besar

untuk meluaskan produknya hingga kancah nasional maupun internasional. Dengan demikian, ini merupakan catatan penting bagi pemangku kepentingan dalam program capacity building seperti TJSI PT INKA dan Pemerintah Kota Madiun agar terus mengevaluasi serta memonitoring pengelolaan 32 lapak UMKM kelurahan di Kota Madiun.

## **KESIMPULAN**

Hasil kesimpulan dari penelitian yang berjudul “Transformasi Perekonomian Pelaku UMKM Kelurahan Melalui Program Capacity Building di Kota Madiun” menjelaskan bahwa kesejahteraan dan kemiskinan penduduk merupakan salah satu masalah terbesar saat ini. Pengentasan isu kemiskinan telah menjadi prioritas pemerintah di suatu negara, sehingga mendorong urgensi pemerintah untuk merumuskan kebijakan yang efektif guna mengatasi kemiskinan. Salah satu program yang direalisasikan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat adalah program capacity building bagi para pelaku UMKM Kelurahan.

Penelitian ini memberikan wawasan mengenai pelaksanaan Program capacity building yang dilakukan TJSI PT INKA terhadap pelaku UMKM di Kota Madiun yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian pelaku UMKM kelurahan setempat. Program ini mencakup sesi pelatihan yang berfokus pada manajemen, pemasaran digital, dan branding produk bagi pelaku UMKM, sehingga memfasilitasi integrasi mereka ke dalam perekonomian lokal berbasis kreativitas. Meskipun program ini memberikan dampak positif terhadap pendapatan pelaku UMKM, dalam implementasinya tantangan masih tetap ada, terutama terkait dengan kurangnya pengetahuan teknologi digital, yang menghambat ekspansi mereka ke platform digital. Hal tersebut disebabkan karena adanya faktor usia yang dapat mempengaruhi tingkat pemahaman para pelaku UMKM. Selain itu, program capacity building mendorong pelaku UMKM untuk berpartisipasi dalam bazar ramadhan, dimana bazar ramadhan ini memiliki tujuan untuk mengenalkan, memperluas, serta memasarkan produk-produk UMKM agar dikenal oleh masyarakat luas. selain itu, adanya takjil bazar ramadhan mendorong pertumbuhan ekonomi pelaku UMKM dan memungkinkan pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya. Selain itu, masukan dari para pelaku UMKM menyoroti hasil positif dari program ini, termasuk pertumbuhan pendapatan yang signifikan, meskipun masih terdapat tantangan dalam pemanfaatan teknologi untuk pengembangan usaha. Pada kesimpulannya, hal ini menekankan pentingnya peran Program capacity building dalam meningkatkan perekonomian lokal dan memberdayakan pelaku UMKM sekaligus menggarisbawahi perlunya penguatan kemampuan teknologi untuk pertumbuhan berkelanjutan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anita, R., & Himmawan, D. (2022). Efektivitas Metode Qiroati dalam Meningkatkan Kemampuan Membaca Al-Qur'an Santri TPQ Hidayatul Ihsan Sindang Indramayu. *Journal Islamic Pedagogia*, 2(2), 100-105.
- Arifien, S. A. (2017). Penggunaan Bimbingan Dan Konseling Individu Dalam Menangani Permasalahan Transeksual Femalo To Male Dengan Menggunakan Pendekatan Feminisme (Studi Kasus Di Smp Negeri 12 Bandar Lampung) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Aini, Q., & Wafirah, M. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Optimalisasi Pembelajaran Daring Di Desa Gunungpring. *Khidmatan*, 1(2), 166-174.
- Gaus, N. Z., & Meirinawati, M. (2021). Efektivitas Program Pusat Ekonomi Jambangan Hebat (Pejabat) Melalui Csr (Corporate Social Responsibility) Umkm Pt. Pertamina Di Kelurahan Jambangan Kota Surabaya. *Publika*, 9(3), 125-138.
- Haryono, E. (2023). Metodologi Penelitian Kualitatif Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam. An-

- Nuur, 13(2).
- Heri Retnawati, 'Teknik Pengambilan Sampel', Ekp, 13.3 (2015), 1576–80.
- Irawan, D. (2024). TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN (TJSL) KEWAJIBAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP OPERASI DAN KEBERLANJUTAN BISNIS PERUSAHAAN. *Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics*, 1(1), 1-9.
- Kaliurang, L. S. (2019). ASSET-BASED COMMUNITY DEVELOPMENT: Strategi Pengembangan Masyarakat di Desa Wisata. <https://core.ac.uk/download/pdf/276535413.pdf>
- Limarandani, N. P., Patera, A. K., & Girsang, L. R. (2023). PENGELOLAAN COMMUNITY DEVELOPMENT PROGRAM PADA UMKM "KAMPUNG KULINER PUJASERA ENERGI". *MULIA (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)*, 2(1), 15-21.
- Khusna, A. (2019). PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH MELALUI CAPACITY BUILDING DALAM MENGHADAPI PASAR BEBAS ASEAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada UD Sehati dan UD Bintang Antik Sejahtera Tulungagung) (Doctoral dissertation, IAIN Tulungagung).
- Latisia, S. (2017). Strategi pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kota Kediri. *Jurnal Mediasosian: Jurnal Ilmu Sosial Dan Administrasi Negara*, 1(2).
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian kualitatif di bidang kesehatan masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145-151.
- Rijali, A. (2018). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.
- Rinawati, A., & Arifah, U. (2022). Implementasi Model Asset Based Community Development (ABCD) dalam Pendampingan Pemenuhan Kompetensi Leadership Pengurus MWC NU Adimulyo. *Ar-Rihlah: Jurnal Inovasi Pengembangan Pendidikan Islam*, 7(1), 1-11.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117-127.
- Setyowati, M. A. (2023). Pelaksanaan Program Pembangunan Lapak Untuk Menjamin Kesejahteraan UMKM Di Kota Madiun (Doctoral dissertation, IAIN PONOROGO).
- Yuliana, Y., Zamzam, F., & Marnisah, L. (2020). Pengaruh Pelatihan, Penempatan Dan Kinerja Kelompok Pakar Secara Parsial Dan Secara Simultan Terhadap Capacity Building Dprd Ogan Komering Ilir. *Jurnal Ecoment Global*, 5(1), 90-97.