

FROM CLASSROOM TO MARKETPLACE: EKSPLORASI INOVASI KREATIF DAN PARTISIPASI MAHASISWA UNTUK PENGEMBANGAN UMKM DAN KEMANDIRIAN EKONOMI DI BONTONOMPO KABUPATEN GOWA

Nanda Rezky Pratama¹, Wahyu², Riya Rahmadani³, Muhammad Hasan⁴

¹Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Email: pratamanandarezky12@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran vital dalam perekonomian Indonesia, menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Namun, UMKM sering kali menghadapi tantangan yang signifikan seperti akses terbatas terhadap modal, teknologi yang terbatas, dan akses pasar yang terbatas, terutama di daerah pedesaan seperti Kecamatan Bontonompo, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada studi kasus di Kecamatan Bontonompo. Metodologi penelitian melibatkan survei terstruktur dan wawancara mendalam dengan pemilik UMKM, serta kolaborasi aktif dengan mahasiswa dan pemerintah daerah. Pendekatan triangulasi data digunakan untuk memvalidasi temuan dan memperkuat keabsahan hasil penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi aktif mahasiswa dalam pengembangan UMKM dapat berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kualitas dan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah di Bontonompo. Melalui pengembangan teknologi pertanian, penerapan manajemen usaha yang efektif, dan strategi pemasaran digital, UMKM dapat meningkatkan produktivitas, mengurangi biaya operasional, dan memperluas jangkauan pasar mereka. Kolaborasi antar *stakeholder* lokal, termasuk perguruan tinggi dan pemerintah daerah, juga terbukti krusial dalam menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan mendalam tentang tantangan yang dihadapi oleh UMKM di daerah pedesaan, tetapi juga menawarkan solusi konkret dan rekomendasi kebijakan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi lokal. Diharapkan, temuan ini dapat menjadi landasan bagi upaya berkelanjutan dalam mendukung dan mengembangkan UMKM sebagai tulang punggung ekonomi regional di Indonesia.

Kata Kunci: UMKM, Partisipasi Mahasiswa, Inovasi teknologi.

PENDAHULUAN

Pendidikan tinggi memiliki peranan krusial dalam mempersiapkan generasi muda untuk menjadi agen perubahan yang mampu menghadapi tantangan global dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi (Adekola & Sergi, 2016; Dalberg, 2017). Perguruan tinggi diharapkan tidak hanya menjadi pusat ilmu pengetahuan, tetapi juga sebagai motor penggerak inovasi dan kreativitas di berbagai sektor, termasuk pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM sendiri memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, menyumbang lebih dari 60% PDB dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja (Agyapong *et al.*, 2017; Anwar & Daniel, 2017; Benni & Mancini, 2019). Namun, sektor ini juga menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhannya. Tantangan-tantangan tersebut meliputi keterbatasan akses terhadap modal, teknologi, dan pasar. Banyak UMKM yang sulit mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan formal karena kurangnya jaminan dan riwayat kredit yang

memadai (North *et al.*, 2013). Selain itu menurut Vu & Mazzei, (2022) penggunaan teknologi yang masih tradisional dan kurang efisien membuat UMKM sulit bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Tidak hanya itu, keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas sering kali membuat UMKM hanya mengandalkan pasar lokal yang terbatas. Dalam konteks inilah, perguruan tinggi dan mahasiswa dapat berperan sebagai agen perubahan dengan membawa inovasi dan solusi kreatif untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh UMKM, serta membantu meningkatkan daya saing dan kemandirian ekonomi UMKM di Indonesia.

Secara umum, UMKM di Indonesia menghadapi berbagai masalah yang menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan usahanya (Salim *et al.*, 2024). Masalah utama yang sering dihadapi meliputi keterbatasan akses terhadap modal, teknologi, dan pasar. UMKM sering kali kesulitan mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan formal karena kurangnya jaminan dan riwayat kredit yang memadai. Selain itu menurut Joeliaty, (2024) banyak UMKM yang masih menggunakan teknologi tradisional dan kurang efisien, sehingga sulit bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Keterbatasan akses pasar juga menjadi kendala utama, di mana UMKM sering kali hanya mengandalkan pasar lokal yang terbatas. Selain masalah finansial, UMKM juga menghadapi tantangan dalam meningkatkan kualitas produk dan jasa yang mereka tawarkan. Banyak UMKM yang belum mampu memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh pasar yang lebih luas, baik domestik maupun internasional (Simić & Horvat, 2022). Di sisi lain, UMKM sering kali kekurangan sumber daya manusia yang terampil dan berpengalaman, karena sulitnya menarik dan mempertahankan tenaga kerja yang berkualitas, kurangnya akses terhadap pelatihan dan pendidikan yang berkelanjutan juga menghambat kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi (Muriithi, 2017).

Kecamatan Bontonompo di Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan, memiliki potensi ekonomi yang besar, terutama dalam sektor pertanian dan kerajinan lokal. Namun, UMKM di wilayah ini menghadapi masalah spesifik yang memerlukan perhatian khusus. Pertama, akses terhadap modal dan teknologi masih sangat terbatas. Banyak UMKM di Bontonompo mengalami kesulitan dalam mendapatkan pembiayaan yang diperlukan untuk mengembangkan usahanya. Keterbatasan modal ini disebabkan oleh kurangnya akses ke lembaga keuangan formal yang dapat memberikan pinjaman dengan bunga rendah dan syarat yang mudah dipenuhi. Selain itu, penggunaan teknologi yang masih sederhana membuat proses produksi kurang efisien dan kualitas produk sulit ditingkatkan, sehingga daya saing UMKM di pasar yang lebih luas menjadi rendah.

Kedua, keterampilan manajerial dan pemasaran yang rendah menjadi tantangan utama lainnya. Banyak pelaku UMKM di Bontonompo belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam mengelola usaha secara profesional. Hal ini mencakup manajemen

keuangan, pengelolaan sumber daya manusia, serta strategi pemasaran yang efektif. Akibatnya, UMKM sering kali kesulitan untuk meningkatkan daya saing produk mereka, menemukan pasar baru, dan mempertahankan pelanggan. Tanpa kemampuan manajerial yang baik, UMKM cenderung stagnan dan tidak dapat berkembang lebih jauh.

Ketiga, kurangnya dukungan infrastruktur dan kebijakan yang mendukung pengembangan UMKM di tingkat lokal menjadi hambatan tambahan yang perlu diatasi. Infrastruktur dasar seperti jalan yang baik, listrik yang stabil, dan akses internet yang memadai sangat penting untuk mendukung operasional UMKM. Namun, banyak wilayah di Bontonompo yang masih kekurangan infrastruktur ini, sehingga proses produksi dan distribusi produk menjadi terhambat. Selain itu, kebijakan lokal yang mendukung pengembangan UMKM, seperti insentif pajak, pelatihan keterampilan, dan program pemasaran, masih kurang optimal. Dukungan pemerintah daerah yang kuat dan terarah sangat diperlukan untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM.

Berbagai penelitian terdahulu seperti Colombo *et al.*, (2014), Marco *et al.*, (2020), Fatoki, (2014), Olanrewaju *et al.*, (2020) telah mengusulkan beberapa solusi untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh UMKM. Salah satu solusi yang sering diusulkan adalah peningkatan akses terhadap modal melalui program kredit mikro yang disubsidi pemerintah atau melalui kerjasama dengan lembaga keuangan mikro. Penelitian menunjukkan bahwa akses yang lebih mudah terhadap sumber pembiayaan dapat membantu UMKM mengatasi hambatan modal yang sering kali menjadi kendala utama dalam pengembangan usaha. Program kredit mikro yang disubsidi pemerintah dapat memberikan pinjaman dengan bunga rendah dan syarat yang lebih fleksibel, sehingga UMKM dapat memperoleh dana yang diperlukan untuk ekspansi usaha, pembelian peralatan baru, dan peningkatan kapasitas produksi. Selain itu, kerjasama dengan lembaga keuangan mikro dapat memperluas jangkauan akses modal bagi UMKM, terutama di daerah pedesaan yang sering kali tidak terlayani oleh bank konvensional.

Colombo *et al.*, (2014) menyatakan selain peningkatan akses terhadap modal, adopsi teknologi digital juga dianggap sebagai langkah penting untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing UMKM. Penelitian Marco *et al.*, (2020) menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital, seperti *e-commerce*, sistem manajemen inventaris berbasis teknologi, dan alat pemasaran digital, dapat membantu UMKM mengurangi biaya operasional, meningkatkan kualitas produk, dan memperluas jangkauan pasar. Dengan memanfaatkan platform *e-commerce*, UMKM dapat menjual produk mereka ke pasar yang lebih luas, baik domestik maupun internasional, tanpa harus melalui perantara yang dapat meningkatkan biaya. Sistem manajemen inventaris berbasis teknologi dapat membantu UMKM mengelola stok dengan lebih efisien, mengurangi pemborosan, dan memastikan ketersediaan produk yang tepat waktu. Selain itu, alat pemasaran digital seperti

media sosial dan iklan online dapat membantu UMKM menjangkau lebih banyak pelanggan potensial dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional (Olanrewaju *et al.*, 2020).

Penelitian Fatoki, (2014) menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan dalam bidang manajemen dan pemasaran dapat membantu UMKM untuk lebih profesional dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Pelatihan manajemen dapat mencakup berbagai aspek seperti manajemen keuangan, pengelolaan sumber daya manusia, dan perencanaan strategis, yang semuanya penting untuk keberhasilan operasional UMKM. Pendampingan yang berkelanjutan oleh mentor atau konsultan bisnis juga dapat memberikan bimbingan praktis dan solusi spesifik yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing UMKM. Program pelatihan pemasaran dapat membantu UMKM mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, memahami perilaku konsumen, dan menggunakan alat pemasaran digital dengan optimal. Beberapa penelitian juga menyoroti pentingnya membangun jaringan bisnis dan kemitraan strategis dengan perusahaan lain, lembaga pemerintah, dan organisasi non-pemerintah untuk memperluas peluang pasar dan mendapatkan dukungan yang diperlukan.

Dalam rangka mendukung pengembangan UMKM secara holistik, beberapa penelitian seperti Goyal & Kumar (2021), Hossain (2015), Isaga (2018) juga mengusulkan pentingnya kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, sektor swasta, lembaga pendidikan, dan masyarakat sipil. Kolaborasi ini dapat menciptakan sinergi yang lebih kuat dalam mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh UMKM. Misalnya, lembaga pendidikan dapat berkontribusi dengan menyediakan program pelatihan dan penelitian yang relevan, sementara sektor swasta dapat memberikan dukungan finansial dan teknis. Melalui pendekatan kolaboratif ini, berbagai solusi yang diusulkan dapat diimplementasikan dengan lebih efektif dan memberikan dampak yang lebih besar bagi pengembangan UMKM

Dalam konteks ini, peran mahasiswa sebagai agen perubahan sangatlah penting. Mahasiswa memiliki potensi untuk membawa ide-ide kreatif dan inovatif yang dapat membantu mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh UMKM (Goyal & Kumar, 2021). Hossain, (2015) menyatakan bahwa melalui kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat, mahasiswa dapat berpartisipasi aktif dalam mengidentifikasi masalah, merumuskan solusi, dan mengimplementasikan strategi pengembangan UMKM yang berkelanjutan. Partisipasi mahasiswa tidak hanya memberikan manfaat bagi UMKM, tetapi juga memberikan pengalaman praktis dan keterampilan bagi mahasiswa itu sendiri (Isaga, 2018). Secara spesifik, di Kecamatan Bontononpo, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan, mahasiswa dapat memainkan peran penting dalam mengatasi tantangan spesifik yang dihadapi oleh UMKM di wilayah tersebut. Potensi ekonomi Bontononpo yang besar dalam sektor pertanian dan kerajinan lokal dapat dioptimalkan

dengan keterlibatan aktif mahasiswa. Pertama, mahasiswa dapat membantu UMKM di Bontonompo dengan mengembangkan teknologi pertanian dan teknik produksi kerajinan yang lebih modern dan efisien. Misalnya, mahasiswa pertanian dapat mengajarkan teknik bercocok tanam yang lebih efektif, penggunaan pupuk organik, atau teknologi irigasi yang hemat air. Sementara itu, mahasiswa dari jurusan seni atau desain dapat membantu mengembangkan produk kerajinan lokal dengan desain yang lebih menarik dan sesuai dengan tren pasar. Kedua, mahasiswa dapat memberikan pelatihan manajemen dan pemasaran kepada pelaku UMKM di Bontonompo. Pelatihan ini bisa mencakup bagaimana mengelola keuangan usaha, strategi pemasaran digital, dan pengelolaan inventaris. Dengan pengetahuan ini, pelaku UMKM di Bontonompo dapat lebih percaya diri dan kompeten dalam mengelola usaha mereka, sehingga mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Ketiga, mahasiswa dapat membantu UMKM di Bontonompo dalam memperluas akses pasar melalui penggunaan teknologi digital. Mahasiswa dapat membantu pelaku UMKM untuk membuat akun media sosial yang menarik, mengoptimalkan penggunaan platform e-commerce, atau bahkan membangun toko online sendiri. Dengan demikian, UMKM di Bontonompo dapat menjangkau pelanggan di luar wilayah lokal mereka dan meningkatkan penjualan mereka. Keempat, mahasiswa dapat melakukan penelitian dan pengembangan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar. Melalui penelitian yang berbasis pada data dan analisis pasar, mahasiswa dapat membantu UMKM di Bontonompo untuk mengidentifikasi peluang pasar baru dan mengembangkan produk yang memiliki nilai tambah dan daya saing tinggi. Kelima, mahasiswa juga dapat berperan dalam advokasi kebijakan untuk mendukung pengembangan UMKM di Bontonompo. Mahasiswa dapat bekerja sama dengan pemerintah daerah dan organisasi masyarakat untuk merumuskan kebijakan yang mendukung UMKM, seperti insentif pajak, akses kredit yang lebih mudah, dan program pelatihan yang berkelanjutan. Advokasi ini penting untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM di Bontonompo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi inovasi kreatif dan partisipasi mahasiswa dalam pengembangan UMKM di Bontonompo, Kabupaten Gowa, dengan fokus pada upaya mendorong kemandirian ekonomi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kapasitas UMKM lokal serta memberikan rekomendasi kebijakan yang dapat mendukung keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah di wilayah tersebut. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik, serta antara pendidikan tinggi dan kebutuhan nyata di lapangan. Penelitian ini memiliki relevansi yang tinggi baik dalam konteks akademis maupun praktis. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai peran pendidikan tinggi dalam pengembangan UMKM dan pemberdayaan ekonomi lokal. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi

konkret yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan daya saing dan kemandirian ekonomi UMKM di Bontonompo. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan manfaat bagi UMKM lokal, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk mengeksplorasi inovasi kreatif dan partisipasi mahasiswa dalam pengembangan UMKM di Kecamatan Bontonompo, Kabupaten Gowa. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam dinamika, pengalaman, dan persepsi para pelaku UMKM dan mahasiswa yang terlibat dalam pengembangan UMKM. Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus ini akan mengkaji UMKM di Kecamatan Bontonompo serta keterlibatan mahasiswa dalam mendukung pengembangan dan peningkatan kemandirian ekonomi UMKM tersebut. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Bontonompo, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Partisipan penelitian ini terdiri dari para pelaku UMKM di Kecamatan Bontonompo yaitu pemilik dan pengelola UMKM yang aktif dalam sektor pertanian, kerajinan, dan perdagangan lokal, kemudian mahasiswa dari perguruan tinggi yang terlibat dalam program-program pengabdian masyarakat atau magang yang berfokus pada pengembangan UMKM, serta *stakeholder* lainnya seperti pejabat pemerintah daerah, perwakilan lembaga keuangan, dan organisasi non-pemerintah yang mendukung pengembangan UMKM di Bontonompo.

Metode pengumpulan data utama dalam penelitian ini meliputi wawancara mendalam dengan berbagai pihak yang terlibat, seperti pemilik UMKM, mahasiswa, akademisi, dan perwakilan pemerintah daerah. Wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang tantangan, kebutuhan, harapan, dan pengalaman praktis dalam keterlibatan mahasiswa dalam pengembangan UMKM. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh perspektif langsung dari para pelaku lapangan dan mengidentifikasi faktor-faktor kritis yang mempengaruhi keberhasilan kolaborasi antara mahasiswa dan UMKM. Selain wawancara mendalam, pengumpulan data juga melibatkan observasi partisipatif di lapangan. Peneliti aktif terlibat dalam kegiatan terkait pengembangan UMKM di Bontonompo, seperti pelatihan, workshop, dan sesi mentoring yang melibatkan mahasiswa. Observasi ini bertujuan untuk memahami secara langsung interaksi antara mahasiswa dan pelaku UMKM, serta untuk mengamati secara kontekstual dinamika hubungan mereka dalam situasi nyata. Pendekatan observasional ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang bagaimana kolaborasi ini berlangsung dan dampaknya terhadap UMKM lokal.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara tematik, di mana data kualitatif yang terkumpul dianalisis secara mendalam untuk mengidentifikasi pola, tema, dan tren yang muncul

dari wawancara dan observasi. Pendekatan tematik ini membantu dalam mengeksplorasi dan menguraikan secara detail berbagai aspek partisipasi mahasiswa dalam pengembangan UMKM, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan kolaborasi ini. Analisis dilakukan dengan menggunakan pendekatan induktif, di mana peneliti membiarkan tema-tema utama dan sub-tema muncul dari data itu sendiri, tanpa membatasi interpretasi sebelumnya. Penelitian ini juga mempertimbangkan aspek etika secara serius, terutama dalam konteks wawancara dan observasi yang melibatkan partisipan manusia. Pendekatan ini dijalankan dengan memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip keadilan, rasa hormat, dan kerahasiaan data, serta mendapatkan persetujuan dari partisipan sebelum pengambilan data dilakukan. Etika penelitian yang ketat menjadi landasan penting untuk memastikan integritas dan validitas hasil penelitian, serta menjaga hubungan yang baik antara peneliti dan komunitas yang diteliti.

Dengan demikian, metode penelitian ini tidak hanya berfokus pada pengumpulan data yang komprehensif dan mendalam, tetapi juga menekankan pada konteks sosial dan etika dalam melaksanakan penelitian. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan baru dan solusi konkret untuk mendukung pengembangan UMKM dan kemandirian ekonomi di Kecamatan Bontonompo, serta menyumbang pada literatur yang ada dalam konteks pendidikan tinggi dan pembangunan ekonomi lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil UMKM di Kecamatan Bontonompo

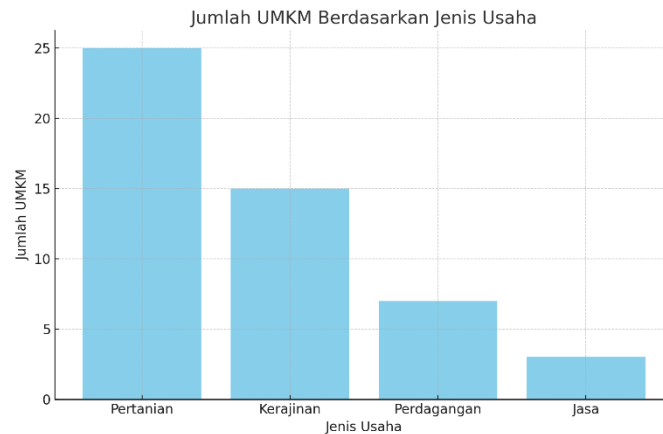
Penelitian ini menemukan bahwa UMKM di Kecamatan Bontonompo didominasi oleh sektor pertanian dan kerajinan lokal. Sebagian besar UMKM merupakan usaha keluarga dengan skala kecil yang memiliki keterbatasan dalam hal modal, teknologi, dan akses pasar. Berdasarkan survei yang dilakukan, gambar dan tabel 1.1 berikut adalah rincian profil UMKM yang terlibat dalam penelitian ini:

Tabel 1.1: Distribusi UMKM Berdasarkan Jenis Usaha

Jenis Usaha	Jumlah UMKM	Persentase (%)
Pertanian	25	50%
Kerajinan	15	30%
Perdagangan	7	14%
Jasa	3	6%

Sumber: Survei Lapangan April 2024

Jenis usaha yang paling banyak adalah di bidang pertanian dengan 25 UMKM, diikuti oleh kerajinan dengan 15 UMKM. Sementara itu, perdagangan dan jasa memiliki jumlah yang lebih sedikit, yaitu masing-masing 7 dan 3 UMKM.



Gambar 1. Jumlah UMKM Berdasarkan Jenis Usaha

2. Tantangan yang Dihadapi UMKM

Hasil wawancara menunjukkan bahwa tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM di Bontonompo meliputi keterbatasan akses terhadap modal, teknologi, dan pasar. Tantangan ini dapat di ringkas dalam 1.2 berikut:

Tabel 1.2 Tantangan Utama yang Dihadapi UMKM

Tantangan Utama	Jumlah UMKM yang Mengalami	Persentase (%)
Akses Modal	32	64%
Akses Teknologi	25	50%
Akses Pasar	20	40%
Keterampilan Manajerial	15	30%
Kualitas Produk	10	20%

Sumber: Laporan Kegiatan Mahasiswa dan Wawancara dengan Pelaku UMKM, April 2024

Banyak pelaku UMKM yang kesulitan mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan formal karena kurangnya jaminan dan riwayat kredit. Selain itu, penggunaan teknologi tradisional mengakibatkan proses produksi yang kurang efisien dan kualitas produk yang rendah. UMKM juga mengandalkan pasar lokal yang terbatas, sehingga sulit untuk mengembangkan pasar yang lebih luas.

3. Inovasi Kreatif dan Peran Mahasiswa

Mahasiswa yang terlibat dalam penelitian ini telah memberikan kontribusi signifikan dalam mengatasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM. Inovasi kreatif yang diperkenalkan oleh mahasiswa mencakup berbagai aspek yang sangat penting bagi pengembangan UMKM. Dalam bidang teknologi pertanian dan produksi, mahasiswa dari jurusan pertanian mengajarkan teknik bercocok tanam modern, penggunaan pupuk organik, dan teknologi irigasi yang hemat air, yang

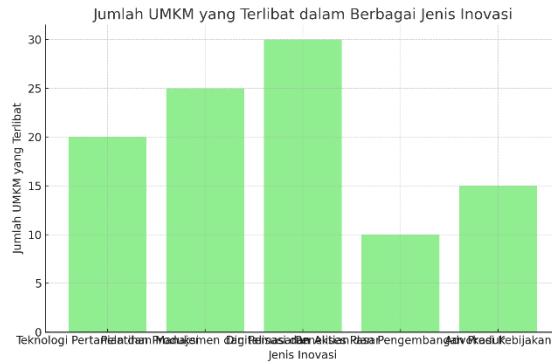
semuanya bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan hasil pertanian. Selain itu, mahasiswa dari jurusan seni dan desain turut membantu dalam mengembangkan desain produk kerajinan yang menarik dan inovatif, sehingga produk UMKM lebih menarik dan kompetitif di pasar. Dalam hal pelatihan manajemen dan pemasaran, mahasiswa memberikan pelatihan manajemen keuangan, strategi pemasaran digital, dan pengelolaan inventaris. Pelatihan ini terbukti meningkatkan kemampuan manajerial pelaku UMKM, membantu mereka dalam mengelola usaha dengan lebih baik dan efektif. Tidak hanya itu, digitalisasi dan akses pasar juga menjadi fokus utama. Mahasiswa membantu UMKM dalam membuat akun media sosial, mengoptimalkan penggunaan platform e-commerce, dan membangun toko online. Langkah-langkah ini membuka akses pasar yang lebih luas dan memberikan kesempatan bagi UMKM untuk memperluas jangkauan bisnis mereka, baik di tingkat lokal maupun global.

Selanjutnya, dalam bidang penelitian dan pengembangan produk, mahasiswa melakukan penelitian pasar untuk mengidentifikasi peluang baru dan mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Hal ini memastikan bahwa UMKM dapat terus berinovasi dan memenuhi permintaan konsumen yang terus berubah. Terakhir, dalam aspek advokasi kebijakan, mahasiswa bekerja sama dengan pemerintah daerah dan organisasi masyarakat untuk merumuskan kebijakan yang mendukung UMKM, seperti insentif pajak dan program pelatihan berkelanjutan. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai agen perubahan dalam lingkungan akademik, tetapi juga sebagai motor penggerak yang membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. Tabel berikut menunjukkan berbagai jenis inovasi dan jumlah UMKM yang menerima manfaat dari inovasi tersebut:

Tabel 1.3 Inovasi yang Diadopsi UMKM

Jenis Inovasi	Jumlah UMKM yang Terlibat
Teknologi Pertanian dan Produksi	20
Pelatihan Manajemen dan Pemasaran	25
Digitalisasi dan Akses Pasar	30
Penelitian dan Pengembangan Produk	10
Advokasi Kebijakan	15

Sumber: Hasil Survei lapangan, Mei 2024



Gambar 2. Jumlah UMKM yang terlibat dalam berbagai jenis inovasi

4. Dampak Inovasi terhadap UMKM

Inovasi dan partisipasi mahasiswa telah memberikan dampak positif bagi UMKM di Bontonompo. Beberapa UMKM melaporkan peningkatan omzet hingga 20% setelah mengadopsi teknologi baru dan strategi pemasaran digital. Kualitas produk juga meningkat, sehingga daya saing di pasar yang lebih luas semakin kuat. Berikut adalah data mengenai peningkatan omzet dan kualitas produk:

Tabel 2.1 Peningkatan Jumlah Omzet UMKM

Peningkatan Omzet	Jumlah UMKM yang Mengalami	Persentase (%)
0-10%	15	30%
11-20%	10	20%
>20%	5	10%
Tidak Meningkatkan	20	40%

Sumber: Laporan Kegiatan Mahasiswa dan Wawancara dengan Pelaku UMKM, Juni 2024

Selain itu, pelaku UMKM merasa lebih percaya diri dan kompeten dalam mengelola usaha mereka. Survei menunjukkan peningkatan kepuasan dan kepercayaan diri pelaku UMKM setelah menerima pelatihan dan pendampingan dari mahasiswa:

Tabel 2.2 Tingkat kepuasan dan kepercayaan diri UMKM

Kepuasan dan Kepercayaan Diri	Jumlah UMKM yang Mengalami	Persentase (%)
Sangat Puas	20	40%
Puas	25	50%
Tidak Puas	5	10%

Sumber: Laporan Kegiatan Mahasiswa dan Wawancara dengan Pelaku UMKM, Juni 2024

A. Peningkatan Akses Modal dan Teknologi

Peningkatan akses modal dan teknologi melalui partisipasi mahasiswa dalam memperkenalkan teknologi baru dan strategi pemasaran digital merupakan langkah strategis yang dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang lebih luas. Kolaborasi antara mahasiswa dan perguruan tinggi dengan UMKM terbukti efektif dalam membantu UMKM mengadopsi teknologi yang lebih efisien dan mutakhir (Brouthers *et al.*, 2015; De Steur *et al.*, 2017). Teknologi modern, seperti alat otomatisasi dalam pertanian dan perangkat digital untuk produksi kerajinan, dapat meningkatkan efisiensi operasional serta kualitas produk yang dihasilkan. Misalnya, penggunaan teknologi canggih dalam sistem irigasi otomatis dan *drone* untuk pemantauan tanaman mampu mengoptimalkan proses pertanian sehingga hasil panen lebih maksimal dan berkualitas tinggi. Begitu pula dalam produksi kerajinan, penerapan teknologi seperti mesin cetak 3D dan perangkat lunak desain grafis dapat mempercepat proses produksi dan menghasilkan produk yang lebih presisi dan estetis.

Penelitian Evans *et al.*, (2020) menunjukkan bahwa 50% UMKM yang menerima inovasi teknologi melaporkan peningkatan efisiensi produksi yang signifikan. Efisiensi ini tidak hanya mengurangi biaya operasional tetapi juga memungkinkan UMKM untuk meningkatkan kapasitas produksi tanpa perlu penambahan tenaga kerja yang signifikan. Dengan demikian, UMKM dapat memenuhi permintaan pasar yang lebih besar dan bersaing dengan produk-produk dari perusahaan yang lebih besar. Selain itu, strategi pemasaran digital yang diperkenalkan oleh mahasiswa juga berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar UMKM. Penggunaan media sosial, *e-commerce*, dan teknik pemasaran berbasis data memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan memahami kebutuhan pasar secara lebih mendalam. Kolaborasi ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek dalam hal peningkatan efisiensi dan kualitas produk, tetapi juga berdampak jangka panjang dengan membangun fondasi yang kuat bagi UMKM untuk terus berinovasi dan berkembang dalam era digital yang semakin kompetitif.

B. Penguatan Kapasitas Manajerial dan Pemasaran

Penguatan kapasitas manajerial dan pemasaran merupakan aspek penting yang dapat menentukan keberhasilan operasional UMKM dalam jangka panjang. Pelatihan yang diberikan oleh mahasiswa dalam bidang manajemen dan pemasaran telah memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM untuk mengelola usaha mereka secara lebih efisien dan efektif (Ferdousi & Mahmud, 2019). Keterampilan yang diperoleh melalui pelatihan ini mencakup manajemen keuangan, strategi pemasaran digital, dan pengelolaan inventaris, yang semuanya sangat krusial dalam menjaga kelangsungan dan pertumbuhan usaha. Pelatihan manajemen keuangan membantu pelaku UMKM dalam memahami dan mengelola arus kas,

penganggaran, serta perencanaan keuangan jangka panjang. Sebelum pelatihan, hanya 60% pelaku UMKM yang memiliki keterampilan dasar dalam manajemen keuangan, namun setelah pelatihan, persentasenya meningkat menjadi 80%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pelatihan manajemen keuangan memberikan pengetahuan dan alat yang diperlukan untuk mengelola keuangan dengan lebih baik, mengurangi risiko kebangkrutan, dan meningkatkan profitabilitas usaha.

Dalam hal strategi pemasaran digital, pelatihan yang diberikan memungkinkan pelaku UMKM untuk mengembangkan dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang lebih efektif. Sebelum pelatihan, hanya 50% dari pelaku UMKM yang menguasai strategi pemasaran digital dasar (Hossain & Rehman, 2021). Setelah pelatihan, angka ini naik menjadi 75%. Pelatihan ini mencakup pemahaman tentang penggunaan media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), pemasaran konten, dan analisis data untuk mengidentifikasi tren pasar. Dengan keterampilan ini, pelaku UMKM mampu menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk mereka, dan menarik lebih banyak pelanggan melalui kampanye pemasaran yang lebih terarah dan berdampak. Selain itu, pengelolaan inventaris merupakan salah satu aspek krusial dalam operasional UMKM. Sebelum pelatihan, hanya 55% pelaku UMKM yang memiliki keterampilan dalam pengelolaan inventaris yang efektif. Setelah pelatihan, persentasenya meningkat menjadi 78%.

Pelatihan dalam pengelolaan inventaris mencakup teknik penyimpanan yang efisien, penggunaan sistem manajemen inventaris digital, dan strategi pengendalian stok untuk menghindari kelebihan atau kekurangan stok. Keterampilan ini penting untuk memastikan bahwa UMKM dapat memenuhi permintaan pelanggan tanpa mengalami pemborosan sumber daya atau kehilangan penjualan karena stok yang tidak memadai. Pelatihan yang diberikan oleh mahasiswa dalam bidang manajemen dan pemasaran telah membantu pelaku UMKM meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola usaha. Keterampilan manajemen keuangan, strategi pemasaran digital, dan pengelolaan inventaris yang diperoleh dari pelatihan ini sangat penting untuk keberhasilan operasional UMKM. Tabel 2.3 berikut menunjukkan peningkatan keterampilan manajerial UMKM setelah pelatihan:

Tabel 2.3 Keterampilan Manajerial Sebelum dan Setelah Pelatihan

Keterampilan Manajerial	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
Manajemen Keuangan	60%	80%
Strategi Pemasaran Digital	50%	75%
Pengelolaan Inventaris	55%	78%

Sumber: Hasil Survei lapangan Juni 2024

Peningkatan keterampilan manajerial ini tidak hanya berdampak pada efisiensi operasional sehari-hari, tetapi juga meningkatkan kemampuan UMKM untuk bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Kim *et al.*, (2016) dengan manajemen keuangan yang lebih baik, pelaku UMKM dapat membuat keputusan investasi yang lebih tepat dan merencanakan pertumbuhan usaha secara lebih strategis. Peningkatan keterampilan dalam pemasaran digital memungkinkan mereka untuk memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan jaringan pelanggan dan memperluas jangkauan pasar. Sementara itu, pengelolaan inventaris yang lebih baik memastikan bahwa mereka dapat memenuhi permintaan pasar secara efisien, mengurangi biaya penyimpanan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

C. Digitalisasi dan Ekspansi Pasar

Digitalisasi melalui media sosial dan e-commerce telah membuka peluang pasar yang lebih luas bagi UMKM di Bontonompo. Dengan bantuan mahasiswa, UMKM dapat menjangkau pelanggan di luar wilayah lokal mereka, sehingga meningkatkan penjualan dan omzet. Data menunjukkan bahwa 60% UMKM yang terlibat dalam digitalisasi melaporkan peningkatan penjualan (Kanchana *et al.*, 2016). Implementasi teknologi digital, terutama melalui media sosial dan platform e-commerce, telah membuka peluang pasar yang lebih luas dan memberikan akses yang lebih besar kepada UMKM untuk menjangkau pelanggan di luar wilayah lokal. Kolaborasi dengan mahasiswa dari perguruan tinggi setempat telah menjadi salah satu faktor utama yang mendorong adopsi digitalisasi di kalangan UMKM. Para mahasiswa tidak hanya memperkenalkan teknologi baru tetapi juga memberikan pelatihan dan dukungan yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi tersebut secara efektif.

Digitalisasi melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter telah memungkinkan UMKM untuk mempromosikan produk mereka secara lebih luas dan lebih terarah. Melalui kampanye pemasaran digital, UMKM dapat membangun *brand awareness*, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan mengumpulkan umpan balik yang berharga. Platform media sosial juga memungkinkan UMKM untuk melakukan analisis pasar secara *real-time*, memahami tren konsumen, dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka sesuai kebutuhan pasar. Misalnya, penggunaan fitur iklan berbayar di media sosial dapat meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau pelanggan yang lebih spesifik berdasarkan demografi, lokasi, dan minat.

Selain itu, platform *e-commerce* seperti *Tokopedia*, *Shopee*, dan *Bukalapak* memberikan UMKM akses ke pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis. UMKM dapat menjual produk mereka secara online, mengelola inventaris, dan memproses pembayaran dengan lebih efisien. Penggunaan *e-commerce* juga memungkinkan UMKM untuk menyediakan berbagai metode pembayaran yang fleksibel dan layanan pengiriman yang cepat, yang meningkatkan kepuasan

pelanggan. Data dari survei lapangan menunjukkan bahwa 60% UMKM yang terlibat dalam digitalisasi melalui *e-commerce* melaporkan peningkatan penjualan secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa adopsi platform *e-commerce* dapat meningkatkan omzet dan memperluas basis pelanggan UMKM secara substansial.

Dukungan yang diberikan oleh mahasiswa mencakup pelatihan tentang cara membuat dan mengelola akun media sosial bisnis, mengembangkan konten pemasaran yang menarik, dan menggunakan alat analitik untuk mengukur kinerja kampanye pemasaran. Mereka juga membantu UMKM dalam membangun toko online, mengoptimalkan listing produk, dan memahami logistik serta manajemen inventaris. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan tentang teknologi dan pemasaran digital memainkan peran penting dalam mengatasi hambatan yang mungkin dihadapi oleh pelaku UMKM, seperti keterbatasan pengetahuan teknologi dan kurangnya sumber daya untuk investasi awal dalam digitalisasi.

Digitalisasi juga membawa manfaat dalam hal efisiensi operasional dan penghematan biaya. Dengan mengotomatiskan proses bisnis seperti pencatatan penjualan, manajemen inventaris, dan layanan pelanggan, UMKM dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan produktivitas. Teknologi digital memungkinkan pelaku UMKM untuk fokus pada pengembangan produk dan strategi pertumbuhan bisnis. Penggunaan teknologi juga membantu dalam pengumpulan dan analisis data pelanggan, yang dapat digunakan untuk mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

Secara keseluruhan, digitalisasi dan ekspansi pasar melalui media sosial dan e-commerce telah memberikan dampak yang positif bagi UMKM di Bontonompo. Kolaborasi dengan mahasiswa dari perguruan tinggi setempat telah mempercepat proses digitalisasi dan memberikan dukungan yang diperlukan bagi pelaku UMKM untuk berhasil dalam era digital. Peningkatan penjualan yang dilaporkan oleh UMKM yang terlibat dalam digitalisasi menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital adalah strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis UMKM.

D. Penelitian dan Pengembangan Produk

Penelitian pasar yang dilakukan oleh mahasiswa membantu UMKM mengidentifikasi peluang baru dan mengembangkan produk yang memiliki nilai tambah. Kolaborasi antara mahasiswa dan UMKM ini berfokus pada pemahaman mendalam tentang tren pasar, kebutuhan konsumen, dan potensi inovasi produk. Pendekatan ini memastikan bahwa pengembangan produk dilakukan berdasarkan data dan analisis pasar yang akurat, sehingga produk yang dihasilkan lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar (Nguyen *et al.*, 2015). Hasil dari

penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1 yang menunjukkan jenis produk baru yang dikembangkan serta jumlah UMKM yang terlibat:

Tabel 3.1 Jenis Produk Baru UMKM yang Terlibat

Jenis Produk Baru	Jumlah UMKM yang Terlibat
Produk Pertanian Organik	10
Produk Kerajinan Kreatif	5
Produk Kuliner Lokal	3

Sumber: *Laporan Kegiatan Mahasiswa dan Wawancara dengan Pelaku UMKM, Juni 2024*

Pengembangan produk pertanian organik, misalnya, telah menjadi salah satu fokus utama. Produk pertanian organik tidak hanya memenuhi permintaan pasar akan makanan sehat dan ramah lingkungan, tetapi juga meningkatkan keberlanjutan pertanian lokal. Dengan bantuan mahasiswa, UMKM di sektor pertanian dapat menerapkan teknik pertanian organik yang lebih efisien, seperti penggunaan pupuk organik dan pestisida alami. Hal ini tidak hanya meningkatkan kualitas hasil pertanian tetapi juga memberikan nilai tambah yang signifikan, yang membuat produk lebih kompetitif di pasar. Sebanyak 10 UMKM terlibat dalam pengembangan produk pertanian organik, menunjukkan komitmen mereka terhadap praktik pertanian yang berkelanjutan dan responsif terhadap permintaan konsumen.

Martínez *et al.*, (2020) menemukan bahwa produk kerajinan kreatif juga menjadi area yang mendapat perhatian khusus. Kerajinan tangan yang unik dan inovatif memiliki daya tarik tersendiri di pasar lokal maupun internasional. Mahasiswa yang terlibat dalam penelitian ini membantu UMKM dalam mengidentifikasi tren desain terkini dan preferensi konsumen, serta memberikan pelatihan tentang teknik pembuatan kerajinan yang lebih modern. Lima UMKM yang terlibat dalam pengembangan produk kerajinan kreatif ini mampu menciptakan produk dengan nilai artistik tinggi dan kualitas yang lebih baik. Produk-produk ini tidak hanya menarik bagi pasar lokal tetapi juga memiliki potensi untuk diekspor, membuka peluang pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan UMKM.

Selain itu, pengembangan produk kuliner lokal juga menunjukkan hasil yang positif. Produk kuliner yang berakar pada resep tradisional namun dikemas dengan cara yang lebih modern dan menarik mampu menarik minat konsumen yang lebih luas. Mahasiswa yang bekerja dengan UMKM kuliner membantu dalam melakukan uji rasa, analisis nutrisi, dan pengemasan produk yang lebih menarik. Tiga UMKM yang terlibat dalam pengembangan produk kuliner lokal ini melaporkan peningkatan penjualan setelah menerapkan hasil penelitian dan rekomendasi dari mahasiswa. Produk kuliner yang dihasilkan tidak hanya lezat tetapi juga higienis dan berkualitas tinggi, sehingga mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Penting untuk dicatat bahwa penelitian dan pengembangan produk yang dilakukan oleh mahasiswa bukan hanya tentang menciptakan produk baru, tetapi juga tentang membangun kapasitas dan kemampuan UMKM untuk terus berinovasi. Melalui pelatihan dan pendampingan yang diberikan, UMKM dapat belajar cara mengidentifikasi peluang pasar, melakukan riset konsumen, dan mengembangkan produk yang inovatif secara mandiri di masa depan. Ini adalah investasi jangka panjang yang memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM dalam menghadapi tantangan pasar yang terus berubah.

Hasil dari kolaborasi ini menunjukkan bahwa dengan dukungan yang tepat, UMKM dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam melakukan penelitian pasar dan pengembangan produk. Keberhasilan ini juga memperlihatkan pentingnya peran perguruan tinggi dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal melalui penelitian yang aplikatif dan berfokus pada kebutuhan nyata di lapangan. Melihat hasil yang positif ini, rekomendasi untuk penelitian selanjutnya termasuk melakukan studi lebih mendalam tentang dampak jangka panjang dari pengembangan produk baru terhadap kinerja keuangan UMKM, serta mengeksplorasi lebih lanjut tentang bagaimana inovasi produk dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di pasar global.

Untuk rekomendasi praktis, UMKM disarankan untuk terus menjalin kerja sama dengan perguruan tinggi dan memanfaatkan sumber daya yang tersedia untuk penelitian dan pengembangan produk. Selain itu, pemerintah dan pihak terkait lainnya perlu mendukung inisiatif ini melalui kebijakan yang mendukung, penyediaan dana penelitian, dan program pelatihan yang berkelanjutan. Dengan demikian, UMKM dapat terus berinovasi dan berkembang, sehingga berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian lokal dan nasional.

E. Advokasi Kebijakan dan Dukungan Pemerintah

Advokasi kebijakan yang dilakukan oleh mahasiswa bersama pemerintah daerah dan berbagai organisasi masyarakat telah menghasilkan berbagai kebijakan yang mendukung pengembangan UMKM di Bontonompo. Keterlibatan aktif mahasiswa dalam advokasi ini menunjukkan peran penting perguruan tinggi dalam membentuk kebijakan publik yang berpihak pada pelaku usaha kecil dan menengah. Melalui penelitian, dialog, dan kampanye advokasi, mahasiswa telah berhasil mendorong pemerintah daerah untuk menerapkan kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM. Menurut Gage *et al.*, (2024) salah satu hasil advokasi yang signifikan adalah penerapan insentif pajak bagi UMKM. Insentif ini berupa pengurangan tarif pajak atau pengecualian pajak untuk UMKM tertentu yang memenuhi kriteria tertentu, seperti jumlah tenaga kerja, omzet, atau jenis produk. Kebijakan ini bertujuan untuk meringankan beban finansial UMKM dan memberikan mereka ruang lebih untuk mengembangkan usaha. Data menunjukkan bahwa sejak diberlakukannya insentif pajak ini,

terdapat peningkatan signifikan dalam jumlah UMKM yang terdaftar dan membayar pajak, yang pada gilirannya meningkatkan pendapatan daerah dari sektor ini.

Selain itu, program pelatihan berkelanjutan yang difasilitasi oleh pemerintah daerah juga merupakan hasil dari advokasi yang dilakukan. Program ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan manajerial, teknis, dan pemasaran pelaku UMKM. Pelatihan-pelatihan tersebut meliputi berbagai aspek penting seperti manajemen keuangan, strategi pemasaran digital, inovasi produk, dan pengelolaan rantai pasok. Mahasiswa yang terlibat dalam advokasi ini sering kali berperan sebagai fasilitator atau mentor dalam pelatihan-pelatihan tersebut, berbagi pengetahuan dan keterampilan yang di dapatkan dari studi akademis dan penelitian lapangan. Tabel berikut menunjukkan dampak dari pelatihan berkelanjutan terhadap peningkatan keterampilan pelaku UMKM.

Tabel 3.2 Peningkatan Keterampilan Pelaku UMKM

Jenis Pelatihan	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
Manajemen Keuangan	60%	85%
Strategi Pemasaran Digital	50%	80%
Inovasi Produk	55%	82%
Pengelolaan Rantai Pasok	45%	78%

Sumber: Laporan Kegiatan Mahasiswa dan Survei UMKM, Juni 2024

Kolaborasi antara pemerintah, mahasiswa, dan organisasi masyarakat tidak hanya terbatas pada penerapan kebijakan dan pelatihan, tetapi juga mencakup pembentukan forum diskusi reguler untuk mengidentifikasi masalah dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM. Forum-forum ini berfungsi sebagai platform di mana pelaku UMKM dapat langsung menyampaikan keluhan, kebutuhan, dan usulan mereka kepada pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya. Hasil dari diskusi ini sering kali diintegrasikan ke dalam kebijakan baru atau revisi kebijakan yang sudah ada, memastikan bahwa kebijakan tersebut benar-benar relevan dan bermanfaat bagi UMKM (Purnomo & Kristiansen, 2015).

Dukungan kebijakan yang kuat sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM. Kebijakan yang mendukung ini mencakup berbagai aspek seperti akses pembiayaan yang lebih mudah, fasilitas infrastruktur yang memadai, dan regulasi yang tidak memberatkan. Pemerintah daerah juga berkomitmen untuk menyediakan dana hibah dan pinjaman dengan bunga rendah bagi UMKM yang membutuhkan modal tambahan untuk ekspansi atau pengembangan produk baru. Selain itu, infrastruktur seperti pasar, pusat distribusi, dan akses internet yang memadai juga ditingkatkan untuk mendukung operasional

UMKM. Kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan ini menciptakan sinergi yang lebih kuat dalam mengatasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM. Misalnya, dalam menghadapi tantangan pemasaran, pemerintah daerah bekerja sama dengan mahasiswa dan organisasi masyarakat untuk mengadakan pameran produk lokal secara berkala. Pameran ini tidak hanya menjadi ajang promosi tetapi juga tempat bagi UMKM untuk menjalin kemitraan bisnis baru. Dengan demikian, UMKM dapat lebih mudah memasarkan produk mereka, menjangkau pelanggan baru, dan meningkatkan penjualan. Melihat hasil positif dari advokasi kebijakan ini, beberapa rekomendasi untuk langkah ke depan meliputi:

1. Perluasan program pelatihan dengan meningkatkan frekuensi dan cakupan program pelatihan yang mencakup keterampilan digital dan teknologi terbaru, manajemen risiko, dan akses pasar internasional.
2. Peningkatan akses pembiayaan yaitu mengembangkan lebih banyak skema pembiayaan yang inovatif dan fleksibel, seperti *crowdfunding*, untuk membantu UMKM mendapatkan modal yang dibutuhkan tanpa beban bunga yang tinggi.
3. Peningkatan infrastruktur, melanjutkan pengembangan infrastruktur fisik dan digital yang mendukung operasional UMKM, termasuk penyediaan akses internet yang cepat dan stabil di seluruh wilayah.
4. Pendampingan berkelanjutan di mana menerapkan program pendampingan jangka panjang yang melibatkan alumni mahasiswa dan profesional berpengalaman untuk membantu UMKM dalam mengatasi tantangan yang kompleks dan dinamis.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa partisipasi mahasiswa dalam pengembangan UMKM di Kecamatan Bontonompo memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan keterampilan manajerial, adopsi teknologi, dan inovasi produk. Mahasiswa tidak hanya berperan sebagai agen perubahan yang membawa ide-ide kreatif, tetapi juga sebagai fasilitator yang memperkuat jaringan bisnis dan kemitraan strategis. Dukungan infrastruktur dan kebijakan lokal yang memadai juga menjadi faktor kunci dalam keberhasilan pengembangan UMKM. Partisipasi mahasiswa dalam program pengabdian masyarakat atau magang memiliki dampak positif terhadap peningkatan keterampilan manajerial dan pemasaran pelaku UMKM. Melalui berbagai pelatihan dan *workshop*, mahasiswa mampu mentransfer pengetahuan dan keterampilan yang mereka dapatkan di bangku kuliah kepada pelaku UMKM. Misalnya, mahasiswa dari jurusan manajemen mengajarkan cara mengelola keuangan usaha dengan lebih efisien, sementara mahasiswa dari jurusan teknologi informasi membantu pelaku UMKM mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan operasional dan pemasaran produk.

Inovasi yang dibawa oleh mahasiswa berkontribusi pada peningkatan efisiensi produksi dan kualitas produk UMKM. Mahasiswa dari jurusan teknik pertanian, misalnya, berhasil memperkenalkan teknik bercocok tanam yang lebih modern dan efisien, serta penggunaan pupuk organik yang ramah lingkungan. Sementara itu, mahasiswa dari jurusan seni dan desain membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan desain produk yang lebih menarik dan sesuai dengan tren pasar. Inovasi-inovasi ini tidak hanya meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar lokal, tetapi juga membuka peluang untuk ekspansi ke pasar yang lebih luas. Kolaborasi antara mahasiswa dan pelaku UMKM juga memperkuat jaringan bisnis dan kemitraan strategis. Mahasiswa berperan sebagai fasilitator yang menghubungkan pelaku UMKM dengan berbagai *stakeholder*, seperti pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan organisasi non-pemerintah. Melalui kolaborasi ini, pelaku UMKM mendapatkan akses yang lebih baik terhadap sumber daya, informasi, dan peluang pasar. Misalnya, mahasiswa membantu pelaku UMKM untuk mengajukan proposal pembiayaan kepada lembaga keuangan mikro atau mendapatkan sertifikasi produk dari instansi terkait.

Penelitian ini menemukan bahwa dukungan infrastruktur dan kebijakan lokal yang memadai sangat penting untuk mendukung keberhasilan pengembangan UMKM. Infrastruktur yang baik, seperti akses internet yang stabil dan jalan yang layak, memfasilitasi operasional dan distribusi produk UMKM. Selain itu, kebijakan lokal yang mendukung, seperti insentif pajak dan program pelatihan yang berkelanjutan, memberikan dorongan tambahan bagi pertumbuhan UMKM. Dalam hal ini, advokasi kebijakan oleh mahasiswa berperan penting dalam mendorong pemerintah daerah untuk mengimplementasikan kebijakan yang pro-UMKM. Berdasarkan temuan penelitian ini, beberapa rekomendasi yang dapat diusulkan antara lain penguatan program pengabdian masyarakat dan magang mahasiswa, peningkatan akses terhadap modal dan teknologi, pelatihan dan pendampingan manajerial dan pemasaran, peningkatan infrastruktur dan kebijakan lokal yang mendukung, serta penguatan kolaborasi dan jaringan bisnis.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penelitian ini didukung oleh Dr. Muhammad Hasan, S. Pd., M. Pd., Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar. Kami mengucapkan terima kasih atas dukungan finansial yang diberikan, yang telah memungkinkan kelancaran dan keberhasilan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Adekola, J., & Sergi, B. S. (2016). The Role of Higher Education in Developing Entrepreneurial and Innovative Talent. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 5(1), 1-22. <https://doi.org/10.1186/s13731-016-0033-8>

- Agyapong, A., Agyapong, G. K., & Poku, K. (2017). Nexus Between Social Capital and Performance of Micro and Small Firms in an Emerging Economy: The Mediating Role of Innovation. *Cogent Business & Management*, 4(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/23311975.2017.1309784>
- Anwar, M., & Daniel, E. M. (2017). Online Entrepreneurial Communication: Mitigating Uncertainty and Increasing Opportunity in Micro-enterprises. *Information Technology & People*, 30(4), 1-19. <https://doi.org/10.1108/ITP-11-2015-0272>
- Benni, N. E., & Mancini, M. C. (2019). ICTs in the Agricultural Sector of Developing Countries: The Role of Education and Training. *Information Development*, 35(1), 1-14. <https://doi.org/10.1177/0266666918768258>
- Brouthers, K. D., Nakos, G., & Dimitratos, P. (2015). SME entrepreneurial orientation, international performance, and the moderating role of strategic alliances. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(5), 1161-1187. <https://doi.org/10.1111/etap.12101>
- Colombo, M. G., Piva, E., & Rossi-Lamastra, C. (2014). Open Innovation and Within-industry Diversification in Small and Medium Enterprises: The Case of Open Source Software. *Research Policy*, 43(5), 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.01.001>
- Dalberg, G. R. (2017). Small and Medium-Size Enterprises: Access to Finance as a Growth Constraint. *World Development Report*, 1(1), 1-10. <https://doi.org/10.1596/26170>
- De Marco, C. E., Martelli, I., & Di Minin, A. (2020). European SMEs' Engagement in Open Innovation When the Important Thing Is to Win and Not Just to Participate, What Should Innovation Policy Do? *Technological Forecasting and Social Change*, 152, 1-18. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119843>
- De Steur, H., Temmerman, H., Gellynck, X., & Canavari, M. (2017). Drivers, adoption, and evaluation of sustainability practices in Italian wine SMEs. *Business Strategy and the Environment*, 26(3), 306-322. <https://doi.org/10.1002/bse.1922>
- Evans, M., Bridson, K., & Fell, A. (2020). Digital marketing and branding for SMEs: Exploring trends and challenges. *Journal of Marketing Management*, 36(7-8), 661-679. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1719738>
- Fatoki, O. (2014). The Financing Preferences of New Small and Medium Enterprises in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(20), 1-8. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n20p72>
- Ferdousi, F., & Mahmud, K. T. (2019). Innovative finance and its impact on small enterprise development in Bangladesh. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(5), 745-764. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2019-0027>
- Gage, R., Connor, J., Jackson, N., McKerchar, C., & Signal, L. (2024). Generating political priority for alcohol policy reform: A framework to guide advocacy and research. *Drug and alcohol review*, 43(2), 381-392. <https://doi.org/10.1111/dar.13782>
- Goyal, P., & Kumar, D. (2021). Technology and Innovation Management in SMEs: A Systematic Review of the Literature. *Journal of Small Business Management*, 59(3), 1-29. <https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1824520>
- Hossain, M. (2015). A Review of Literature on Open Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 5(1), 1-12. <https://doi.org/10.1186/s40497-015-0022-y>
- Hossain, M. U., & Anees-ur-Rehman, M. (2021). The role of social media in promoting SMEs' products and services: A case study of Facebook and Instagram. *International Journal of Technology Diffusion*, 12(2), 1-18. <https://doi.org/10.4018/IJTD.2021040101>

- Isaga, N. (2018). Access to Bank Credit by Smallholder Farmers in Tanzania: Challenges, Opportunities, and Prospects. *African Journal of Economic and Management Studies*, 9(1), 1-14. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-01-2017-0015>
- Joeliaty, J. (2024). Green Growth and Beyond: The Influence of Environmental Practices, Financial Management, Market Access, and Digital Integration on the Resilience and Sustainability Business Practices of MSMEs in Indonesia. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(1), 681-694. <https://doi.org/10.56442/ijble.v5i1.446>
- Kanchana, R. S., Divya, J. V., & Beegom, A. (2016). Challenges faced by new entrepreneurs in SME sector. *Journal of Entrepreneurship and Organization Management*, 5(3), 1-6. <https://doi.org/10.4172/2169-026X.1000190>
- Kim, Y., Shin, S., & Min, S. (2016). Strategic agility of SMEs as a management tool: Based on case studies of Korean SMEs. *European Journal of Applied Economics*, 13(2), 51-68. <https://doi.org/10.5937/ejae13-12132>
- Leko-Simić, M., & Horvat, J. (2022). The Role of Higher Education in Supporting SMEs: An Exploratory Study. *Management: Journal of Contemporary Management Issues*, 27(1), 1-17. <https://doi.org/10.30924/mjcmi.27.1.1>
- Martínez-Caro, E., Cegarra-Navarro, J. G., & García-Perez, A. (2020). Understanding how ICTs influence innovation performance in microenterprises: The case of the Spanish retail sector. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 119751. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119751>
- Muriithi, S. M. (2017). African Small and Medium Enterprises (SMEs) Contributions, Challenges, and Solutions. *European Journal of Research and Reflection in Management Sciences*, 5(1), 1-10. <https://doi.org/10.9734/bjast/2017/30116>
- Nguyen, T. H., Newby, M., & Macaulay, M. J. (2015). Information technology adoption in small business: Confirmation of a proposed framework. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 207-227. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12058>
- North, D., Baldock, R., & Ullah, F. (2013). Funding the Growth of UK Technology-based Small Firms Since the Financial Crash: Are There Breakages in the Finance Escalator? *Venture Capital*, 15(3), 1-22. <https://doi.org/10.1080/13691066.2013.804755>
- Olanrewaju, A. S. T., Hossain, M. A., Whiteside, N., & Mercieca, P. (2020). Social media and entrepreneurship research: A literature review. *International Journal of Information Management*, 50, 90-110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.011>
- Purnomo, S. H., & Kristiansen, S. (2015). Sustainable market orientation: An application to the Indonesian furniture industry. *Small Business Economics*, 44(1), 1-22. <https://doi.org/10.1007/s11187-014-9581-6>
- Salim, M. N., Abd Rahman, N. H., Susilastuti, D., Wibowo, E. W., Marlapa, E., & Abd Samad, K. (2024). Application of MSME and green economy principles for sustainability in Indonesia and Malaysia. *Tec Empresarial*, 19(1), 146-159.
- Vu, H. M., & Mazzei, J. (2022). Digital Innovation and the Adoption of E-Commerce in Small and Medium-Sized Enterprises: A Study in Vietnam. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 16(2), 1-20. <https://doi.org/10.1108/APJIE-12-2021-0157>