

KARYA TULIS ILMIAH

Strategi Pengembangan UMKM untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Lokal (Studi pada Ruang Terbuka Hijau Desa Gedeg)

¹Adi Soleh Al Iqbal; ²Albert Gamot Malau

Email: iqbalal274@gmail.com ; albert@ecampus.ut.ac

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Terbuka

Published: Desember, 2025

ABSTRAK

Pengembangan ekonomi masyarakat melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, termasuk di Desa Gedeg. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan UMKM di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Desa Gedeg melalui pemanfaatan literasi digital, penyelenggaraan event, serta optimalisasi fasilitas pendukung. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan metode usaha tradisional dan memiliki keterbatasan dalam penggunaan teknologi digital, termasuk pemasaran online dan metode pembayaran non-tunai. Selain itu, event yang diselenggarakan di RTH terbukti mampu meningkatkan visibilitas UMKM dan mendorong aktivitas ekonomi masyarakat melalui peningkatan jumlah pengunjung. Fasilitas RTH yang bersih, nyaman, dan memadai juga menjadi faktor pendukung penting yang menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung sehingga meningkatkan length of stay dan konsumsi di area tersebut.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemberdayaan UMKM di Desa Gedeg dapat ditingkatkan melalui pelatihan literasi digital, pendampingan pemasaran online, penyelenggaraan event secara rutin, serta peningkatan fasilitas publik di RTH. Kombinasi ketiga aspek tersebut memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM dan penguatan ekonomi lokal. Penelitian ini merekomendasikan adanya kolaborasi antara pemerintah desa, komunitas lokal, dan pelaku UMKM untuk menciptakan strategi pengembangan yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Kata Kunci: UMKM, Pengembangan Ekonomi, Masyarakat lokal.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Sri Handayani (2019) menyatakan bahwa Indonesia mendapatkan sekitar 60% pendapatan dari sektor UMKM. Karena itu, UMKM di Indonesia merupakan bagian yang sangat penting dalam perekonomian nasional untuk meningkatkan kekayaan negara. Produk yang dihasilkan oleh UMKM bukan barang biasa, mereka adalah barang unik dengan kualitas yang tinggi. Ketika ada UMKM, jumlah orang yang masih miskin menjadi berkurang. UMKM sudah dijadikan prioritas dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Saat krisis ekonomi terjadi pada tahun 1998, hanya sektor UMKM yang bisa bangkit dari kesulitan ekonomi, sedangkan sektor besar justru terpuruk akibat krisis tersebut.

Budiarto (2019:V) menyatakan bahwa, Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah salah satu jenis usaha yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM berperan besar dalam menyerap tenaga kerja, membantu meratakan pendapatan, serta menjadi wadah sosial dan ekonomi bagi masyarakat. UMKM memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian rakyat karena potensinya yang luar biasa dalam mendorong kegiatan

ekonomi masyarakat dan juga menjadi sumber pendapatan utama bagi banyak orang untuk meningkatkan kesejahteraan hidup mereka.

Budiarto (2019:4) menerangkan bahwa, dengan kata lain, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah jenis usaha yang produktif, mampu menciptakan lapangan kerja lebih luas dan memberikan pelayanan ekonomi kepada masyarakat secara menyeluruh. UMKM juga berperan dalam memperluas pendapatan masyarakat dan mendorong pemerataan ekonomi. Selain itu, UMKM juga membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta memperkuat stabilitas nasional. Dari hal tersebut terlihat bahwa UMKM merupakan bagian penting dalam pengembangan perekonomian masyarakat. Dengan demikian, UMKM menunjukkan perannya sebagai bagian terbesar dari seluruh unit usaha yang mencerminkan kehidupan ekonomi rakyat Indonesia. Posisi itu menjadikan UMKM sebagai salah satu pilar utama dalam pengembangan sistem ekonomi yang berbasis rakyat, sebagai bagian dari bangunan ekonomi nasional.

Menurut Blakely dalam Supriadi (2007, h.103-123) menyatakan bahwa dalam keberhasilan pengembangan ekonomi lokal dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu: pertama, adanya peningkatan kesempatan kerja dan usaha bagi masyarakat kecil; kedua, adanya peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan pendapatan mereka; ketiga, kemampuan usaha mikro dan kecil dalam proses produksi serta pemasaran; dan keempat, keterlibatan dan keberdayaan lembaga-lembaga kerja sama antara pemerintah, swasta, dan masyarakat lokal. Dalam konteks pertumbuhan ekonomi, Krugman (1994) menyatakan bahwa peran investasi pada sumber daya manusia menjadi lebih penting dalam pembangunan.

Pada konteks ekonomi masyarakat di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Desa Gedeg, saat ini terjadi kondisi deflasi yang menyebabkan daya beli masyarakat menurun, sehingga berdampak langsung pada penjualan pelaku UMKM. Penurunan permintaan membuat sebagian pedagang mengalami ketidakstabilan pendapatan, bahkan beberapa lapak terpaksa tutup karena biaya operasional yang digunakan tidak sama atau tidak pas (mendapatkan untung) dengan pendapatan yang diperoleh. Situasi ini mencerminkan bahwa pengembangan UMKM di Desa Gedeg masih menghadapi tantangan serius dan memerlukan dukungan lebih dari banyak pihak. Masyarakat maupun perangkat desa perlu meningkatkan dukungan, terutama dalam bentuk pendampingan, pemberdayaan, dan strategi pemulihan ekonomi agar UMKM mampu bertahan, kembali produktif, serta berkontribusi optimal terhadap perekonomian lokal.

Dalam penelitian berjudul “Strategi Pengembangan UMKM untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Lokal (Studi pada Ruang Terbuka Hijau Desa Gedeg)” ditujukan untuk menjawab “Bagaimana strategi pengembangan UMKM dalam upaya meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat lokal khususnya pelaku UMKM di Ruang Terbuka Hijau Desa Gedeg?”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk merumuskan strategi pengembangan UMKM yang efektif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat lokal di Desa Gedeg.

Penulis berharap hasil penelitian ini tidak hanya memberikan rekomendasi yang aplikatif bagi pemerintah desa, pelaku UMKM, maupun pihak terkait lainnya dalam mengoptimalkan potensi ekonomi lokal melalui upaya pemberdayaan UMKM, tetapi juga mampu menjadi dasar pertimbangan dalam penyusunan program, kebijakan, atau strategi pengembangan ekonomi desa yang lebih terarah dan berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak kajian ilmiah mengenai fokus pengembangan UMKM di tingkat lokal, serta menjadi referensi yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, khususnya yang berfokus pada penguatan ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan ruang publik seperti Ruang Terbuka Hijau Desa Gedeg.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengutamakan penggunaan metode yang sesuai dengan pokok permasalahan dalam penelitian yang dilakukan, agar diperoleh data yang relevan dan valid untuk dibahas lebih lanjut. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2023), penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan secara rinci, faktual, dan sistematis mengenai suatu fenomena, masalah, atau peristiwa tanpa menggunakan analisis angka atau statistik. Pendekatan ini menekankan pemahaman

mendalam terhadap konteks dan makna yang terkandung dalam data. Dalam penelitian ini, sumber data utama diperoleh dari wawancara yang dilakukan kepada informan yang dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman terkait pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Gedeg, seperti pelaku UMKM, aparat pemerintah desa, serta masyarakat yang terlibat dalam aktivitas ekonomi di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Desa Gedeg. Melalui wawancara, peneliti berupaya menggali informasi mengenai kondisi faktual, proses pengembangan UMKM, strategi yang diterapkan, serta hambatan dan dukungan yang mereka alami. jurnal ilmiah, buku, serta penelitian terdahulu yang relevan sebagai dasar analisis.

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran secara menyeluruh mengenai pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam upaya meningkatkan ekonomi masyarakat lokal di Desa Gedeg. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara rinci, faktual, dan sistematis berbagai aspek, proses, serta strategi pengembangan UMKM yang dilakukan di desa tersebut. Selain itu, penelitian ini juga berupaya memahami konteks, kondisi faktual, serta faktor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi pengembangan UMKM berdasarkan data yang diperoleh dari jurnal, buku, dan penelitian terdahulu, sehingga mampu memberikan gambaran yang utuh mengenai peran UMKM dalam peningkatan ekonomi masyarakat lokal.

HASIL PENELITIAN

Ruang Terbuka Hijau (RTH) Desa Gedeg merupakan salah satu ruang publik yang dimanfaatkan oleh masyarakat untuk berbagai aktivitas sosial, ekonomi, dan rekreasi. RTH ini terletak di wilayah Desa Gedeg, Kecamatan Gedeg, Kabupaten Mojokerto, dan menjadi salah satu pusat kegiatan masyarakat desa. Keberadaannya tidak hanya berfungsi sebagai tempat beristirahat atau bersantai, tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial yang mendukung aktivitas ekonomi lokal, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Munandar & Fikri, 2020). Secara fisik, RTH Desa Gedeg memiliki tata ruang yang tertata rapi dengan fasilitas umum yang cukup memadai. Area ini dilengkapi dengan tempat duduk, ruang terbuka untuk berkumpul, area bermain anak, serta pepohonan rindang yang menciptakan suasana teduh dan nyaman. Lingkungan yang bersih dan terawat menjadi daya tarik utama bagi warga setempat maupun pengunjung dari luar desa.

Selain berfungsi sebagai ruang rekreasi, RTH Desa Gedeg juga menjadi pusat kegiatan ekonomi masyarakat. Banyak pelaku UMKM membuka lapak di area ini, terutama pada hari-hari tertentu atau saat event desa dilaksanakan. Berbagai produk ditawarkan, mulai dari kuliner, kerajinan tangan, hingga produk khas lokal lainnya. Aktivitas perdagangan di RTH ini memberikan kontribusi penting dalam mendukung pendapatan masyarakat, serta menjadi wadah pemberdayaan ekonomi lokal. Secara keseluruhan, RTH Desa Gedeg merupakan ruang publik yang memiliki multifungsi. Selain menyediakan ruang hijau yang nyaman, area ini juga mendukung pengembangan UMKM, memperkuat interaksi sosial, dan menjadi daya tarik wisata lokal. Keberadaan RTH ini memiliki peran strategis dalam mendorong peningkatan kualitas hidup masyarakat serta memperkuat potensi desa sebagai destinasi wisata berbasis komunitas.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Desa Gedeg masih menjalankan usahanya secara tradisional sehingga menghadapi kesulitan dalam beradaptasi dengan persaingan pasar yang semakin kompetitif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM, terutama yang berusia lanjut, belum memiliki kemampuan literasi digital yang memadai. Kondisi ini menyebabkan mereka kesulitan menggunakan platform pemasaran dan layanan penjualan daring seperti GoFood, GrabFood, maupun ShopeeFood. Selain itu, sebagian besar lapak UMKM belum memanfaatkan metode pembayaran digital seperti QRIS, sehingga fleksibilitas transaksi menjadi terbatas dan dapat mengurangi minat konsumen. Seperti yang disampaikan oleh bapak rusiadi selaku pelaku UMKM di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Desa Gedeg.

“Untuk pemasarannya, kami masih mengandalkan lapak dagang yang kami miliki dan belum dapat mendaftarkannya ke ShopeeFood.”

Selain permasalahan terkait literasi digital, penelitian juga menemukan bahwa penyelenggaraan event secara rutin di RTH Desa Gedeg memiliki dampak positif terhadap dinamika sosial dan ekonomi masyarakat. Event yang diselenggarakan secara berkala mampu meningkatkan jumlah kunjungan baik dari wisatawan maupun warga sekitar. Kegiatan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai ruang interaksi sosial yang mempererat hubungan antarwarga, tetapi juga menjadi sarana pelestarian budaya lokal melalui pertunjukan seni, festival, dan kegiatan komunitas. Seperti yang ditegaskan oleh bu marsinah pelaku UMKM di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Desa Gedeg.

“kalanu pas ada event seperti pasar malam, penjualan kami biasanya meningkat dibandingkan hari-hari biasa.”

Penelitian juga menemukan bahwa keberadaan fasilitas yang memadai di RTH Desa Gedeg, seperti area tempat duduk, ruang bermain anak, pepohonan yang memberikan kenyamanan, serta fasilitas pendukung lainnya, turut meningkatkan pengalaman pengunjung. Fasilitas yang baik mendorong pengunjung untuk tinggal lebih lama, sehingga memberikan dampak ekonomi langsung bagi UMKM yang beroperasi di kawasan tersebut. Hal tersebut disampaikan oleh kak Fitri salah satu pengunjung di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Desa Gedeg.

“Menurut saya untuk fasilitasnya sudah oke, ada tempat duduk, tempat bermain anak, dan cukup rindang pula.”

Secara keseluruhan, penelitian menunjukkan bahwa kombinasi antara peningkatan kapasitas digital UMKM, keberlanjutan penyelenggaraan event, dan ketersediaan fasilitas yang memadai di RTH Desa Gedeg memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal. Ketiga aspek tersebut saling melengkapi dan memperkuat, sehingga menjadikan RTH Desa Gedeg sebagai ruang publik yang produktif, inklusif, dan berkelanjutan.

PEMBAHASAN

Pengembangan ekonomi melalui UMKM merupakan proses pemberdayaan dan penguatan kegiatan usaha skala mikro, kecil, dan menengah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi daerah maupun nasional. UMKM berperan sebagai penggerak ekonomi karena mampu menciptakan lapangan kerja, memperluas kesempatan berusaha, serta meningkatkan pendapatan masyarakat lokal. Menurut UU No. 20 Tahun 2008, UMKM adalah unit usaha produktif yang dapat berdampak langsung pada kesejahteraan masyarakat melalui aktivitas perdagangan, produksi, dan jasa. Dalam perspektif pembangunan ekonomi, UMKM menjadi instrumen strategis karena mudah dibentuk, memanfaatkan sumber daya lokal, dan memiliki daya adaptasi tinggi terhadap kebutuhan pasar. Oleh karena itu, pengembangan ekonomi melalui UMKM dilakukan melalui peningkatan kapasitas pelaku usaha, penyediaan akses permodalan, penguatan pemasaran, peningkatan literasi digital, serta dukungan regulasi dan fasilitas dari pemerintah. Dengan pendampingan yang tepat, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai sumber penghidupan, tetapi juga sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat istilah *digital marketing* menjadi bagian penting dalam dunia bisnis, termasuk bagi UMKM. Istilah ini mulai populer pada awal tahun 2000-an, meskipun praktik pemasaran digital sendiri telah berkembang lebih dari 100 tahun yang lalu (Kannan & Li, 2017). Digital marketing merupakan aktivitas pemasaran atau periklanan yang memanfaatkan media digital atau Internet dengan tujuan menjangkau pelanggan dan konsumen potensial secara cepat dan efektif. Menurut Sudarwati (2017), peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam bisnis e-commerce menuntut adanya pembenahan sistem pendidikan, pelatihan, dan pendampingan. Pemerintah juga dapat bekerja sama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan kemampuan SDM melalui pendidikan vokasi dan pengembangan keterampilan yang berfokus pada kewirausahaan, terutama bagi kaum muda dan perempuan.

Pelaku UMKM di ruang terbuka hijau Desa Gedeg sebagian besar masih menjalankan usahanya secara tradisional sehingga sulit bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Banyak pelaku UMKM, khususnya yang telah berusia lanjut, belum memahami teknologi digital sehingga kesulitan mengoperasikan platform penjualan seperti GoFood, GrabFood, atau ShopeeFood. Selain itu, minimnya penggunaan metode pembayaran digital seperti QRIS pada lapak UMKM membuat fleksibilitas transaksi menjadi terbatas dan dapat mengurangi minat konsumen. Permasalahan ini

menunjukkan perlunya langkah strategis untuk meningkatkan kapasitas digital UMKM di Desa Gedeg. Pemerintah desa dapat menyediakan pelatihan literasi digital yang berfokus pada penggunaan smartphone, media sosial, dan aplikasi pemasaran online, serta melengkapi program tersebut dengan pendampingan intensif oleh relawan digital atau karang taruna, termasuk dalam pendaftaran dan pengelolaan akun penjualan online. Dengan upaya ini, UMKM Desa Gedeg diharapkan mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan menciptakan transaksi yang lebih efisien guna mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal.

Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa event merupakan sarana promosi yang paling efektif untuk membangun pengalaman konsumen secara langsung (*experiential marketing*), sehingga berpengaruh pada peningkatan minat beli dan loyalitas pelanggan. Penyelenggaraan event menjadi strategi efektif untuk mendorong pengembangan ekonomi UMKM karena mampu menarik keramaian, meningkatkan jumlah pengunjung, dan membuka peluang promosi langsung. Event seperti festival kuliner, bazar UMKM, dan pertunjukan seni terbukti meningkatkan visibilitas produk serta penjualan UMKM (Hermawan & Hastuti, 2018). Selain itu, event lokal menciptakan *multiplier effect* bagi ekonomi masyarakat, karena aktivitas ekonomi juga bergerak di sektor pendukung seperti parkir, transportasi, dan kuliner (Nurhayati & Saputra, 2020). Event yang rutin dan terkelola baik memperkuat citra wilayah sebagai pusat kegiatan masyarakat serta membantu UMKM menjadi lebih adaptif dan kompetitif. Dengan demikian, event tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga instrumen strategis dalam meningkatkan ekonomi lokal.

Dalam konteks Desa Gedeg, penyelenggaraan event yang rutin dan terencana di Ruang Terbuka Hijau (RTH) memiliki potensi besar untuk menciptakan dinamika sosial dan ekonomi yang positif bagi masyarakat lokal. Event yang digelar secara berkala tidak hanya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan maupun warga sekitar, tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial yang memperkuat ikatan antarwarga serta melestarikan nilai-nilai budaya lokal melalui pertunjukan seni, festival, maupun kegiatan komunitas. Dari sisi ekonomi, tingginya arus pengunjung secara langsung menciptakan peluang bagi pelaku UMKM untuk memasarkan produk secara lebih luas, memperkenalkan inovasi baru, serta membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Kehadiran event juga mendorong terciptanya permintaan baru, baik untuk produk kuliner, kerajinan, maupun jasa lain yang berhubungan dengan aktivitas acara. Dengan demikian, event di RTH tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga katalisator yang mampu menggerakkan roda perekonomian lokal, memperluas daya jangkauan UMKM, dan memperkuat posisi Desa Gedeg sebagai ruang publik yang produktif, inklusif, dan berdaya saing.

Selain itu, Cooper (2016) menegaskan bahwa lingkungan dengan fasilitas pendukung yang baik dapat menciptakan *experience value*, yaitu nilai pengalaman yang meningkatkan kecenderungan pengunjung untuk melakukan konsumsi. Fasilitas yang berfungsi optimal menjadi salah satu faktor utama keberlanjutan aktivitas ekonomi di suatu destinasi karena mampu mempertahankan arus kunjungan secara konsisten. Dengan demikian, fasilitas yang nyaman, bersih, dan tertata tidak hanya mendukung aktivitas wisata, tetapi juga menjadi motor penggerak bagi UMKM untuk berkembang dan menciptakan sirkulasi ekonomi yang berkelanjutan. Menurut Dewi & Rahmawati (2019), kelengkapan fasilitas di ruang publik secara signifikan meningkatkan kenyamanan pengunjung yang berdampak pada lama waktu tinggal (*length of stay*) dan jumlah pengeluaran. Hal ini menciptakan peluang yang lebih besar bagi UMKM untuk menarik konsumen dan meningkatkan volume penjualan.

Keberadaan fasilitas yang memadai di RTH Desa Gedeg, seperti tempat duduk yang nyaman, area bermain anak, pepohonan yang memberikan suasana teduh, serta fasilitas pendukung pariwisata lainnya, turut menjadi daya tarik yang memperkuat minat masyarakat dan wisatawan untuk datang. Fasilitas yang baik menciptakan kenyamanan dan meningkatkan pengalaman berkunjung, sehingga mendorong wisatawan untuk tinggal lebih lama dan membelanjakan uang mereka di area tersebut. Dengan demikian, kombinasi antara event yang aktif dan fasilitas yang lengkap memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan aktivitas ekonomi lokal. Pada akhirnya, keberadaan RTH sebagai ruang publik yang hidup dan produktif dapat menjadi pusat pemberdayaan ekonomi masyarakat Desa Gedeg, sekaligus memperkuat posisi desa sebagai destinasi wisata berbasis komunitas yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian teori dan pembahasan, penulis menyimpulkan bahwa pengembangan ekonomi melalui UMKM di Desa Gedeg sangat dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu kemampuan adaptasi terhadap teknologi digital, penyelenggaraan event, dan keberadaan fasilitas yang memadai di Ruang Terbuka Hijau (RTH). UMKM terbukti memiliki peran strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal sebagaimana ditegaskan dalam UU No. 20 Tahun 2008. Namun, sebagian pelaku UMKM di Desa Gedeg masih menjalankan usaha secara tradisional dan belum mampu memanfaatkan digital marketing serta layanan transaksi digital, sehingga daya saing mereka menjadi terbatas. Penyelenggaraan event di RTH secara rutin berkontribusi signifikan dalam meningkatkan kunjungan, memperluas peluang pemasaran, dan memperkuat interaksi sosial-budaya, yang berdampak langsung pada peningkatan penjualan UMKM. Selain itu, ketersediaan fasilitas yang lengkap dan nyaman meningkatkan experience value bagi pengunjung, memperpanjang durasi kunjungan, dan mendorong perputaran ekonomi lokal. Dengan demikian, sinergi antara pemanfaatan teknologi digital, event yang terencana, dan fasilitas yang baik menjadi kunci dalam memperkuat ekosistem UMKM dan menjadikan RTH Desa Gedeg sebagai ruang publik yang produktif, inklusif, dan berkelanjutan.

SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka penulis ingin memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pemerintah desa perlu menyelenggarakan pelatihan digital marketing secara berkala, termasuk penggunaan media sosial, marketplace, layanan pesan-antar, dan pembayaran digital seperti QRIS. Pendampingan intensif oleh relawan digital, karang taruna, atau akademisi dapat membantu pelaku UMKM yang berusia lanjut agar mampu mengoperasikan teknologi dengan baik.
2. Event di Ruang Terbuka Hijau perlu dijadwalkan secara rutin dan tematik, seperti festival kuliner, bazar UMKM, dan pertunjukan seni budaya. Kolaborasi dengan komunitas, sekolah, dan pelaku kreatif perlu diperkuat untuk menciptakan variasi acara yang menarik sehingga konsistensi arus pengunjung dapat dijaga.
3. Pemerintah desa perlu memastikan fasilitas seperti tempat duduk, area bermain, penerangan, kebersihan, dan papan informasi dapat terus berfungsi dengan baik. Fasilitas tambahan seperti area khusus UMKM atau *creative corner* juga dapat meningkatkan daya tarik kawasan dan memperluas ruang usaha bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarto, A. (2019). *Analisis strategi pengembangan UMKM dalam meningkatkan perekonomian daerah*. Jurnal Ekonomi & Bisnis, 12(2), 45–57.
- Cooper, C. (2016). *Tourism: Principles and practice* (5th ed.). Pearson.
- Dewi, R., & Rahmawati, S. (2019). Pengaruh fasilitas wisata terhadap tingkat kunjungan dan dampaknya pada ekonomi lokal. *Jurnal Parwisata Nusantara*, 7(1), 22–35.
- Handayani, S. (2019). *Pemberdayaan UMKM sebagai upaya peningkatan ekonomi masyarakat*. Jurnal Ekonomi Lokal Indonesia, 5(3), 101–112.
- Handayani, Sri. (2019). *Manajemen UMKM dan Koperasi*. Surabaya: Jakad Publishing.
- Hermawan, H., & Hastuti, S. (2018). Event lokal dan kontribusinya terhadap peningkatan aktivitas ekonomi masyarakat. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 10(1), 55–68.
- Kannan, P. K., & Li, H. (2017). Digital marketing: A framework, review, and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22–45.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Munandar, A., & Fikri, A. (2020). “Peran Ruang Terbuka Publik dalam Pemberdayaan UMKM Lokal.” *Jurnal Pembangunan Wilayah*

- Nurhayati, N., & Saputra, H. (2020). Dampak penyelenggaraan event terhadap ekonomi UMKM di kawasan publik. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 8(2), 77–90.
- Nurjaman, Kadar. (2022). Pemberdayaan E-Commerce di Kalangan Pelaku UMKM di Indonesia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 3 (1): 37.
- Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.
- Salman, S. A., Fasa, M. I., Suharto. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*. 9 (1): 75.
- Sudarwati, S. (2017). Peningkatan kapasitas SDM UMKM berbasis digital marketing. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 33–42.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supriadi, D. (2007). *Pemberdayaan ekonomi masyarakat: Konsep dan strategi*. RajaGrafindo Persada.
- Trulline, Putri. (2021). Pemasaran Produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*. 5 (2): 259-279.
- Yoewawinata, j. & Auliya, Anisatul. (2025) Analisis Dampak Pelaksanaan Event dalam Mewujudkan Ekonomi Berkelanjutan Pelaku UMKM di Kota Bandung (Studi Kasus Event Bazar 101 Project). *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*. 7 (2): 3.