

## POTENSI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS KEARIFAN LOKAL

Lia Yuliana<sup>1)</sup>, Annuridya R.P Octasyilva<sup>1)</sup>

1) Program Studi Manajemen Institut Teknologi Indonesia

E-mail: [julialesmana54@gmail.com](mailto:julialesmana54@gmail.com)

### Abstrak

Percepatan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia menunjukkan jumlah pelaku hampir mencapai 66 juta unit usaha pada tahun 2023, memberikan kontribusinya sebesar 61% terhadap PDB dan menyerap sampai dengan 97% tenaga kerja nasional. Dari sekian banyak produk yang di produksi oleh pengusaha UMKM ternyata terdapat pelaku UMKM yang fokus terhadap produk budaya. Kebanyakan Pelaku UMKM masih cenderung plagiat, dalam arti mereka lebih mengejar barang atau produk yang lagi booming, padahal banyak sekali produk dan barang yang berasal dari kearifan lokal belum diangkat dan diperkenalkan. Pengembangan produk budaya masih sangat terbatas dan itu pun baru sebatas di daerah-daerah yang masih memiliki ekosistem kebudayaan. Peluang UMKM produk budaya di Indonesia sangat besar, modal dasar adat istiadat sebagai keunggulan kompetitif untuk pelestarian dan kegiatan ekonomi. Namun harus diakui keberadaan dan perkembangan UMKM produk budaya ini masih terhambat oleh faktor-faktor seperti, akses modal, digitalisasi, kemasalan produk, legalitan UMKM dan pemasaran global yang tentunya berbagai pihak harus bersama-sama membantu menaikkan UMKM berbasis kearifan lokal menjadi pilihan usaha bagi masyarakat yang akan mengubah kehidupan ekonomi masyarakat ke arah yang lebih baik.

**Kata Kunci:** UMKM, Produk Budaya, Kearifan Lokal

### Pendahuluan

Telah lama bahwa UMKM tampil menjadi bintang nya bisnis masyarakat Indonesia bahkan menjadi soko guru nya postur perekonomian negara kita. Pertumbuhan UMKM bagaikan sistem yang autopilot bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat secara luas khususnya bagi masyarakat menengah ke bawah. Dengan adanya perkembangan UMKM telah terjadi penyerapan tenaga kerja yang sangat signifikan yang tentunya berakibat terhadap pendapatan yang merata di seluruh tempat dan wilayah dan juga menjadi penyumbang yang besar bagi Produk Domestik Bruto (PDB). Kondisi situasi sebuah negara tentu akan sangat berdampak terhadap multi sektor termasuk sektor ekonomi. Tetapi UMKM tetap menunjukan performanya yang sangat baik seperti yang terjadi pada waktu wabah Covid 19. Dalam kondisi pandemi sekali pun UMKM tetap berjalan bahkan menjadi pilar utama penyangga ekonomi nasional. Sebagaimana dilansir oleh sebuah media indonesia.go.id bahwa UMKM sangat tangguh pada masa pandemi covid 19[1].

Dimasa sekarang pun pasca pandemi covid 19, UMKM terus bertumbuh sebagaimana diinformasikan secara resmi oleh Kementerian UMKM Republik Indonesia secara resmi [2]



Gambar 1. Pertumbuhan UMKM

KADIN pun memperkuat dengan memberikan pernyataannya bahwa peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia. Dengan jumlahnya yang mencapai

99% dari keseluruhan unit usaha, menjadikan UMKM sebagai sektor yang mendominasi struktur ekonomi Indonesia [3].

Warisan budaya bangsa Indonesia sangat kaya berbagai jenis yang hampir ada di setiap daerah. Ini seharusnya menjadi peluang besar bagi dunia usaha UMKM, apalagi didalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 Tentang Pemajuan Kebudayaan [4] mengamanatkan bahwa produk budaya yang berasal dari warisan budaya dapat di manfaatkan dan harus berdampak terhadap kesejahteraan masyarakat. Produk-produk budaya tidak hanya menawarkan fungsi, tetapi juga membawa nilai filosofis, sejarah, dan identitas suatu daerah. Integrasi antara UMKM dan produk budaya inilah yang menjadi motor penggerak ekonomi kreatif.

### Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian menggunakan studi literatur dengan sumber-sumber informasi yang diambil dari lembaga dan institusi khusus yang berurusan dengan dunia usaha UMKM, seperti Kementerian UMKM Indonesia, KADIN dan lain-lain. Yang akan diterjemahkan dalam diagram alir sebagai berikut :



Gambar 2. Alir penelitian

**Hasil Pembahasan****Produk Budaya**

Produk budaya merupakan barang dan jasa yang dihasilkan atau diciptakan oleh cipta, karsa dan karya manusia yang diwariskan secara turun temurun [5]. Dengan keanekaragaman suku di Indonesia tentu ini menjadi indikator kaya nya akan warisan budaya. Pelaku usaha tentu harus dapat melihat peluang bahwa produk lokal berbasis kearifan budaya dapat menjadi komoditi yang unik dan menarik bahkan berpeluang menarik perhatian pasar global.



Gambar 3. Salah satu contoh produk kebudayaan

Produk kebudayaan yang berbentuk barang meliputi; kerajinan, makanan, pakaian, aksesoris, pekakas dan lain sebagainya. Inovasi produk melalui pengembangan potensi kearifan lokal akan memberikan solusi yang sangat tepat dalam oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Usaha yang berakar dari kearifan lokal akan mampu membangun roda perekonomian mandiri dan berdaya saing dengan keunggulan tersendiri yang kaya dengan nilai-nilai tradisional.

**Potensi UMKM Berbasis Produk Budaya**

Kelebihan UMKM berbasis kearifan lokal yaitu karena memiliki keunggulan kompetitif melalui keunikan produk, nilai budaya, dan potensi pasar modern yang menghargai keaslian.

Dikutip dari Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kemendikbudristek, kearifan lokal bisa didefinisikan sebagai kekayaan budaya lokal yang mengandung pandangan hidup untuk mengakomodasi kebijakan dan kearifan hidup. Kearifan lokal mencerminkan cara hidup yang harmonis dengan alam dan lingkungan, yang dapat menjadi sumber inspirasi bagi pelaku UMKM.

Produk yang berbasis pada nilai-nilai ini seringkali memiliki keunikan, baik dari segi desain, bahan, maupun teknik pembuatan. Dengan menggunakan kearifan lokal, UMKM dapat menciptakan nilai tambah pada produknya dan berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan. Teknik pembuatan yang ramah lingkungan serta penggunaan bahan baku lokal adalah contoh nyata dari kontribusi ini. Produk berbasis kearifan lokal juga memiliki daya tarik budaya yang kuat, baik di pasar domestik maupun internasional [6]. Kenapa UMKM berbasis kearifan lokal sangat besar peluang nya ?

**Kreativitas Lokal, Nilai Jual Global**

Salah satu kunci kesuksesan UMKM saat ini adalah kemampuan mengangkat unsur lokal dalam kemasan modern. Contohnya, pengrajin batik kini tidak hanya memproduksi kain, tapi juga tas, sepatu, hingga aksesoris batik yang diminati generasi muda. UMKM kuliner juga banyak menghadirkan makanan tradisional dalam kemasan praktis dan higienis, siap dijual secara online. Hal serupa terjadi pada produk herbal Indonesia yang semakin diminati di pasar internasional. Bahan alami seperti jahe merah, temulawak, dan kunyit dikemas menjadi suplemen kekinian yang tetap mengedepankan kualitas dan keamanan produk.

**Digitalisasi Mendorong Inovasi UMKM**

Kemajuan teknologi memberi peluang lebih besar bagi UMKM untuk berkembang. Kini, dengan modal smartphone dan koneksi internet, UMKM dapat memasarkan produknya secara global. E-commerce, media sosial, hingga marketplace internasional menjadi sarana efektif untuk menjangkau konsumen baru. Tak hanya itu, pelaku usaha juga semakin terbantu dengan platform digital untuk mengatur keuangan, produksi, hingga layanan pelanggan. Hal ini membuat proses bisnis menjadi lebih efisien dan terstruktur, bahkan bagi UMKM skala rumah tangga.

**Kolaborasi dan Komunitas sebagai Kekuatan Baru**

UMKM masa kini tak lagi berjalan sendiri. Kolaborasi dengan sesama pelaku usaha, desainer, fotografer produk, hingga influencer menjadi strategi baru untuk memperluas jangkauan. Komunitas lokal maupun nasional juga aktif memberikan pelatihan, akses pendanaan, hingga bimbingan bisnis digital. Banyak UMKM yang memulai dari komunitas kecil di desa, lalu berkembang berkat kerja sama dan berbagi pengetahuan. Nilai gotong royong yang kuat ini menjadi keunikan tersendiri dari ekosistem UMKM Indonesia.

**Dukungan Pemerintah dan Lembaga Swasta**

Berbagai inisiatif pemerintah, seperti program Bangga Buatan Indonesia (BBI), pelatihan transformasi digital, serta pembiayaan berbunga ringan telah memberi napas segar bagi ribuan pelaku UMKM. Tak ketinggalan, peran lembaga swasta dan startup yang menyediakan platform digital juga turut mempercepat adaptasi UMKM menuju pasar yang lebih luas.

Kini, UMKM tak lagi identik dengan usaha kecil-kecilan semata. Dengan ide segar, semangat belajar, dan konektivitas digital, UMKM mampu melahirkan brand yang kuat dan produk yang bersaing secara global.

Era baru UMKM bukan sekadar bertahan hidup, tapi menjadi pemain penting dalam roda ekonomi nasional. Dengan terus menggali potensi lokal, menjaga kualitas, dan berinovasi secara konsisten, masa depan UMKM Indonesia terlihat makin menjanjikan.

**Potensi Ekspor**

Produk berbasis kearifan lokal yang memiliki nilai budaya dapat menjadi daya tarik untuk pasar internasional, terutama pasar yang menghargai keunikan dan cerita di balik sebuah produk [7].

**Permasalahan Yang Dihadapi**

Sangat penting sekali bagi para pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) menganalisa permasalahan dan tantangan yang dihadapi sehingga dapat mengurai dan mendapatkan solusi yang tepat. Berikut permasalahan Utama yang Dihadapi UMKM:

**Akses Terbatas ke Modal dan Pembiayaan**

Ini merupakan permasalahan klasik yang sangat sering ditemukan dikalangan dunia UMKM, kebanyakan mereka mengeluhkan sulitnya persyaratan yang harus dilengkapi untuk pengajuan permodalan, itupun dikarenakan kurangnya sosialisasi dari pihak perbankan yang bekerjasama dengan pemerintah.

**Keterbatasan dalam Akses Teknologi dan Inovasi**

Kurangnya edukasi tentang digitalisasi pun menjadi permasalahan tertentu, apalagi tidak sedikit pelaku UMKM dari kalangan orang tua yang buta teknologi sehingga mereka tetap bertahan dengan pola-pola lama.

### **Tantangan dalam Pemasaran dan Promosi**

Pola pemasaran kebanyakan UMKM memakai pola lama, tidak semua pelaku UMKM dapat memahami wawasan pemasaran secara digital. Ditambah dengan program-program pemerintah yang berhubungan dengan bimtek atau dklat tentang pemasaran digitan dan inovasi produk tidak menyentuh langsung terhadap pelaku UMKM murni. [8].

### **Pemetaan Solusi**

Solusi yang tepat untuk menyelesaikan permasalahan UMKM tersebut adalah dengan cara memberikan edukasi dan pendampingan secara langsung terhadap para pelaku UMKM berbasis kearifan lokal tersebut, edukasi tersebut diantaranya :

#### **1. Penggalan Potensi Daerah untuk Pengembangan Produk**

Untuk penggalan potensi produk lokal harus dimulai dengan cara membuka forum diskusi bersama, dengan cara menginventarisasi dan mengidentivikasi produk-produk yang terinspirasi dari nilai-nilai tradisi kearifan lokal, yang selajutkan data tersebut dijadikan bahan untuk mentransformasi menjadi produk baru yang lebih menarik sesuai dengan permintaan pasar.

Pemasaran Digital Di sesi kedua, peserta dikenalkan dengan konsep pemasaran digital.

- 2. Memberikan edukasi berkenaan dengan digitalisasi, tentu tahap ini harus dapat disesuaikan dengan SDM yang melek teknologi, karena itu akan lebih mudah dikondisikan. Tetapi bagi pelaku usaha yang memiliki keterbatasan terhadap teknologi maka dapat diupayakan pemasarannya kepada orang yang memang fokus dalam maeketing.**
- 3. Melengkapi legalitan produk merupakan bagian terpenting juga untuk menambah kepercayaan konsumen, seperti kelengkapan perijinan usaha, sertifikat halal, P-IRT dan lain sebagainya [9].**

### **Kesimpulan**

Penguatan ekonomi masyarakat harus dibangun ditahap perekonomian masyarakat pedesaan. Dipedesaan tentu sangat beririsan dengan keberadaan produk-produk lokal yang berasal dari warisan budaya. Maka menjadi strategi yang sangat tepat apabila strategi penguatan ekonomi dibangun dari UMKM berbasis kearifan lokal. Dengan pola dan strategi yang tepat maka UMKM berbasis kearifan lokal dapat menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat luas. Keunggulan Usaha Menengah, Mikro dan Kecil berbasis kearifan lokal yaitu :

- a. Selain dapat melestarikan warisan budaya juga dapat mengangkat potensi unik dan berbeda dengan produk lainnya.**
- b. UMKM yang mengangkat produk lokal akan lebih mudah mendapatkan sumber daya baik bahan baku maupun tenaga kerja, sehingga dapat memberdayakan warga setempat.**
- c. Ketika pertumbuhan ekonomi desa menggeliat maka akan berdampak positif terhadap perekonomian pada umumnya.**

Pengembangan UMKM berbasis kearifan lokal cenderung menggunakan sumber daya lokal dan teknik yang lebih ramah lingkungan. Hal ini sejalan dengan tren global menuju konsumsi yang berkelanjutan (*sustainable consumption*). UMKM jenis ini memperkuat rantai pasok lokal, mengurangi jejak karbon akibat transportasi bahan baku jarak jauh, dan secara langsung memberdayakan komunitas pengrajin di tingkat desa. Dengan demikian, UMKM berbasis kearifan lokal tidak hanya mengejar profit, tetapi juga mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*). Ketiga, dari aspek penguatan identitas nasional dan *nation branding*. Produk budaya yang diangkat oleh UMKM berfungsi sebagai duta budaya bangsa. Ketika produk ini menembus pasar internasional, ia secara tidak langsung mempromosikan pariwisata dan citra positif Indonesia. Keberhasilan UMKM mengeksport produknya secara tidak langsung menegaskan bahwa warisan budaya mampu beradaptasi dan bersaing di era modern, mengubah warisan menjadi aset ekonomi kreatif yang dinamis. Secara keseluruhan, potensi pengembangan

UMKM berbasis kearifan lokal adalah potensi yang multidimensi, mencakup dimensi ekonomi, sosial, dan budaya. Dengan perpaduan antara kekuatan otentisitas, narasi yang mendalam, dan adopsi strategi modern (inovasi desain, digitalisasi pemasaran, dan perlindungan legal), UMKM dapat bertransformasi menjadi aktor kunci dalam ekonomi kreatif Indonesia. Keberhasilannya akan menjadi model ideal di mana kemajuan ekonomi berjalan beriringan dengan pelestarian budaya, menciptakan pertumbuhan yang inklusif, berkelanjutan, dan berakar kuat pada identitas bangsa. Demi keberhasilan strategi pengembangan UMKM berbasis kearifan lokal maka semua pihak harus terlibat, mulai dari keterbukaan pelaku usaha untuk menerima saran dan wawasan tentang pasar kekinian, penyedia modal yang lebih respek terhadap kemudahan persyaratan akses modal, regulasi pemerintah yang harus mendukung dan tentunya semua unsur media yang harus dapat menjangkau publikasi tentang keberadaan produk-produk mereka. Tidak kalah pentingnya untuk membangun ekosistem perekonomian dengan pola bahwa masyarakat setempat bangga membeli produk yang berasal dari tempatnya sendiri sehingga perputaran uang tidak terlalu banyak keluar. Pemangku kebijakan setempat sangat diharapkan dapat mengorkestrasi semua pihak sehingga ekosistem perekonomian baru dapat terwujud [10].

#### Daftar Pustaka

- [1] Kristantyo Wisnubroto. (2022). "UMKM Terbukti Tangguh di Masa Pandemi." <https://indonesia.go.id/kategori/kabar-g20/5504/umkm-terbukti-tangguh-di-masa%20pandemi?lang=1>
- [2] Kementerian UMKM Republik Indonesia. (2025). <https://umkm.go.id/>
- [3] Indonesian Chamber Of Commerce and Industry. (2024). "Statistik Data UMKM Indonesia 2024". <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- [4] Undang-undang (UU) No. 5 Tahun 2017. "Pemajuan Kebudayaan." <https://peraturan.bpk.go.id/Details/37642/uu-no-5-tahun-2017>
- [5] Lembaga Missi Reclasseering Republik Indonesia (LMR-RI) Internasional. "Mengapa Kebudayaan Lokal Adalah Aset Utama Ekonomi Kreatif Indonesia." <https://lmrri.com/mengapa-kebudayaan-lokal-adalah-aset-utama-ekonomi-kreatif-indonesia/>
- [6] Yanti. (2025). "UMKM Bangkit Lewat Kreasi Lokal yang Mendunia." <https://www.gonews.id/umkm-bangkit-lewat-kreasi-lokal-yang-mendunia/>
- [7] Rifda. (2024). "Permasalahan Umum UMKM yang Sering Terjadi." <https://izin.co.id/indonesia-business-tips/2024/05/10/permasalahan-umkm/>
- [8] Dadtun, S. (2024). "Pengembangan Produk UMKM melalui Pendekatan Kearifan Lokal: Studi Kasus di Desa Durenan Kabupaten Magetan."
- [9] Muhaimin., Wahyudi, S., Junaiti, L., & Merina, B. (2025). "Kearifan Lokal sebagai Kunci Sukses UMKM di Pantai Pasir Putih: Membangun Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya."
- [10] Panda. (2024). "Meningkatkan Potensi Desa: Pengembangan UMKM Berbasis Kearifan Lokal." <https://www.panda.id/meningkatkan-potensi-desa-pengembangan-umkm-berbasis-kearifan-lokal/>