

## **Pemberdayaan Pelaku UMKM melalui Sosialisasi Program “Njagong Bareng” di Kota Batu**

**Putri Meylin Azza Nabila<sup>1</sup>, Lustina Fajar Prastiwi<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Negeri Malang

<sup>2</sup>[lustina.fajar.fe@um.ac.id](mailto:lustina.fajar.fe@um.ac.id)

*Received: 21 Juni 2024; Revised: 28 Oktober 2024; Accepted: 10 Maret 2025*

### **Abstract**

*Small, medium, and micro enterprises became one of the pillars supporting economic development in Indonesia. Njagong Bareng was an initiative to empower small, medium, and micro enterprises in Batu City with the goal of improving the quality and capabilities of these businesses to enhance their operations. The purpose of the initiative was to increase the knowledge of business owners and create partnerships among them through the signing of cooperation agreements. The methods used in implementing this program included socialization, meetings between MSME entrepreneurs and large business owners, and the signing of MOUs. The results of the Njagong Bareng program yielded three partnerships: Kusuma Agrowisata with Kantin Karyawan, Museum Angkut with the owners of the Floating Market Culinary Business from six countries, and PT Selecta with MSME garment, printing, and craft enterprises. The benefits obtained by MSME entrepreneurs through these partnerships included product expansion, knowledge and experience exchange between MSMEs and their partners. The partners provided guidance and training to MSME entrepreneurs to improve their marketing, production, and financial management capabilities.*

**Keywords:** *empowerment; msme; njagong bareng; partnership*

### **Abstrak**

Pelaku usaha kecil, usaha menengah, dan bisnis mikro menjadi salah satu penopang perkembangan ekonomi di Indonesia. Njagong Bareng adalah inisiatif untuk memberdayakan pelaku usaha kecil, usaha menengah, dan bisnis mikro Kota Batu dengan tujuan meningkatkan kualitas dan kemampuan usaha agar dapat meningkatkan usahanya. Tujuan pengabdian untuk meningkatkan pengetahuan pelaku usaha dan menciptakan kemitraan antar pelaku usaha dengan penandatanganan kerjasama. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program pengabdian ini yaitu, Sosialisasi, Pertemuan pelaku UMKM dan Pelaku Usaha Besar, dan Penandatanganan MOU. Hasil dari program Njagong Bareng telah menghasilkan tiga kerjasama, yaitu antara Kusuma Agrowisata dengan Kantin Karyawan, Museum Angkut dengan Pemilik Usaha Kuliner Apung 6 Negara, dan PT Selecta dengan UMKM Konveksi Garment, Percetakan, Kerajinan. Manfaat yang diperoleh pengusaha UMKM melalui kemitraan yaitu perluasan produk, pertukaran pengetahuan dan pengalaman antara UMKM dan mitranya. Mitra memberikan bimbingan serta pelatihan kepada para pelaku UMKM guna memperbaiki kemampuan dalam pemasaran, produksi, dan manajemen keuangan mereka.

**Kata Kunci:** pemberdayaan; umkm; njagong bareng; kemitraan



## A. PENDAHULUAN

Pemberdayaan pelaku usaha kecil, usaha menengah, dan bisnis mikro termasuk suatu hal yang sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi bagi masyarakat. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat signifikan dalam ekonomi Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia pada tahun 2022, sektor UMKM menghasilkan lebih dari 60% dari Produk Domestik Bruto (PDB) negara dan memberdayakan hampir 97% dari jumlah pekerjaan di sektor non-pertanian (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022). Kontribusi yang besar ini, berdampak terhadap peran sektor UMKM yang menjadi sangat krusial dalam mencapai kemajuan ekonomi yang berkesinambungan. Namun, pelaku UMKM di Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang signifikan. Dalam menghadapi tantangan-tantangan ini, diperlukan upaya konkret untuk memberdayakan pelaku UMKM.

Pemberdayaan UMKM tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi pelaku usaha itu sendiri, tetapi juga berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mengurangi kesenjangan ekonomi (Hasan, M., & Azis, M., 2018). Oleh karena itu, peran pemerintah, lembaga keuangan, lembaga pendidikan, dan stakeholders lainnya sangat penting dalam mendukung pemberdayaan UMKM sebagai salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Salah satu fakta tantangan yang menjadi cobaan bagi pelaku usaha kecil dan menengah yaitu kurangnya jalinan kemitraan. Berdasarkan pernyataan Damaik (2023), bahwa ada sekitar 64 juta usaha kecil dan menengah yang ada. Namun, partisipasi kemitraan UMKM masih relatif rendah. Menurut laporan Badan Perencanaan Pembangunan Nasional tahun 2020, hanya

sekitar 7 persen dari usaha kecil menengah telah menjalin kemitraan dengan usaha menengah besar (Grahadyarini, 2023).

Ketidakpastian ini dapat menyebabkan gangguan dalam rantai pasokan, yang pada akhirnya menghambat kemampuan UMKM untuk memenuhi permintaan pasar secara konsisten dan menghambat UMKM untuk naik kelas. Kurangnya kemitraan ini tidak hanya menghambat jaringan pasar pelaku UMKM, tetapi juga membatasi akses mereka terhadap sumber daya dan teknologi yang lebih maju (Supriatna, et al., 2023). Hal tersebut didukung dengan kendala yang dialami hotel ASTON kesulitan dalam menemukan pemasok apel untuk hotelnya, dan petani apel yang merasa kesulitan dalam menemukan pelaku usaha besar untuk memasarkan produknya. Dalam banyak kasus karena kurangnya kemitraan, UMKM tidak memiliki kapasitas untuk melakukan pengembangan produk, meningkatkan kualitas produksi, atau mengadopsi inovasi teknologi terbaru yang mampu meningkatkan efektivitas dan kompetitivitas mereka. (Bismala, L., 2016).

Selain itu, pelaku UMKM seringkali tidak mendapatkan dukungan dan pelatihan yang memadai dari berbagai instansi yang terkait, termasuk pemerintah, lembaga pendidikan, dan organisasi swasta. Padahal, dukungan ini sangat penting untuk meningkatkan kapasitas manajerial, keterampilan teknis, dan pemahaman tentang strategi pemasaran yang efektif (Budiwitjaksono, et al., 2023). Tanpa adanya dukungan dan pelatihan yang memadai, pelaku UMKM akan kesulitan untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka dan bersaing di pasar yang lebih luas.

Kendala yang dihadapi oleh hotel ASTON dan pelaku apel jika tidak diatasi, dapat menghambat pertumbuhan bisnis UMKM Kota Batu. Pertumbuhan yang terhambat tidak hanya memengaruhi para pelaku usaha kecil menengah secara langsung, tetapi juga berdampak pada perekonomian lokal dan nasional. UMKM yang kuat dan berkembang dapat berkontribusi secara nyata

untuk memajukan ekonomi, menciptakan peluang kerja, dan mengurangi tingkat kemiskinan (Harahap, et al., 2023). Oleh sebab itu, menjadi penting untuk mengenali dan menangani rintangan-rintangan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM, serta mencari solusi yang efektif untuk memberdayakan mereka.

Sebagai destinasi wisata terkemuka di Jawa Timur, Kota Batu memiliki peluang besar untuk mengembangkan sektor UMKM. Selain sektor pariwisata, UMKM di Kota Batu juga berkontribusi dalam menciptakan produk-produk lokal yang unik dan bernilai ekonomi tinggi (Hapsari, et al., 2024). Untuk mendukung perkembangan UMKM dan mengatasi tantangan pelaku UMKM, maka penulis dan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Batu telah meluncurkan kegiatan pemberdayaan, yaitu kegiatan “Njagong Bareng”. Njagong Bareng adalah program sosialisasi, pertemuan kedua pihak, dan penandatanganan MOU yang dirancang untuk memperkuat jaringan dan kerjasama antar pelaku UMKM dengan pihak pemerintah serta stakeholder lainnya.

Tujuan program ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha kecil dan menengah, serta menciptakan kemitraan yang kuat di antara mereka guna mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka karena adanya permasalahan lemahnya jalinan kemitraan pada pelaku UMKM di Kota Batu oleh karena itu prpgram ini diciptakan. Kegiatan “Njagong Bareng” bertujuan untuk memberikan informasi, edukasi, serta fasilitasi terkait peluang dan tantangan dalam dunia usaha. Melalui kegiatan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat memperoleh wawasan baru, memperluas jaringan bisnis, dan meningkatkan kapabilitas mereka dalam menjalankan usaha. Pada program “Njagong Bareng”, pelaku UMKM Kota Batu diajak untuk berdialog secara langsung dengan para pemangku kepentingan, serta mendapatkan akses informasi terkini mengenai berbagai kebijakan pemerintah yang mendukung sektor UMKM.

## **B. PELAKSANAAN DAN METODE**

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan melalui kegiatan “Njagong Bareng” untuk melaksanakan solusi pemberdayaan pelaku UMKM Kota Batu yang dilaksanakan di Warung Ardiasih pada 21 September 2023. Mitra yang terlibat dalam kegiatan ini yaitu pelaku UMKM Kota Batu yang berjumlah 53 peserta. Berdasarkan hasil pra-survei, pelaku UMKM di Kota Batu menghadapi sejumlah permasalahan utama yang mempengaruhi perkembangan usaha mereka, yaitu:

### **Kurangnya pemahaman pelaku UMKM untuk memasarkan produk ke pemasok.**

Banyak pelaku UMKM masih kurang memahami strategi pemasaran yang efektif untuk menarik minat pemasok besar (Saputra, H. T., et al., 2023). Mereka menghadapi tantangan besar dalam menghasilkan proposal atau presentasi yang menarik, karena kurangnya pemahaman akan strategi komunikasi yang efektif; juga, mereka belum memiliki keterampilan dalam bernegosiasi dengan pemasok untuk memperoleh harga yang kompetitif dan syarat-syarat yang menguntungkan. Selain itu, pemanfaatan platform digital untuk pemasaran produk mereka belum optimal, sehingga produk yang mereka tawarkan kurang dikenal di pasar dan belum berhasil menjangkau audiens yang lebih luas, mengakibatkan kesulitan dalam meningkatkan penetrasi pasar dan mengoptimalkan potensi bisnis mereka.

### **Kurangnya jalinan kemitraan.**

Jalinan kemitraan yang kuat antara UMKM dan pelaku usaha besar sangat penting untuk pengembangan bisnis yang berkelanjutan. Namun, banyak pelaku UMKM di Kota Batu belum memiliki jaringan atau akses yang memadai untuk membangun kemitraan tersebut. Mereka seringkali tidak mengetahui cara mencari mitra bisnis yang potensial, atau bagaimana menjalin dan menjaga hubungan baik dengan mitra (Damuri, Y. R., et al., 2022). Hal ini menyebabkan kurangnya kolaborasi dan dukungan yang dapat membantu mereka dalam aspek produksi, distribusi, hingga pemasaran.

### **Ketidakpastian stok produk UMKM ke pelaku usaha besar.**

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam konteks kerjasama dengan pelaku usaha besar adalah ketidakmampuan mereka untuk memastikan ketersediaan stok yang konsisten, seperti yang diungkapkan dalam penelitian oleh Pramayoga, P. M. N. (2019). Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor kompleks, termasuk keterbatasan kapasitas produksi UMKM, fluktuasi permintaan di pasar, serta masalah yang timbul dalam rantai logistik dan distribusi produk. Ketidakpastian terkait ketersediaan stok ini seringkali menjadi kendala utama yang membuat pelaku usaha besar enggan untuk menjalin kerjasama jangka panjang dengan UMKM, karena mereka sangat mengutamakan pasokan yang stabil, terjamin, dan dapat diandalkan untuk menjaga kualitas dan kontinuitas operasional mereka.

Pengabdian masyarakat yang melibatkan metode sosialisasi, pertemuan antara pelaku UMKM dan pelaku usaha besar, serta penandatanganan MOU dirancang untuk mencapai beberapa tujuan dan mengatasi berbagai permasalahan. Berikut adalah penjelasan mengenai fungsi dan permasalahan yang akan dipecahkan dengan setiap metode tersebut, yaitu:

#### **Sosialisasi**

Sosialisasi merupakan langkah awal yang sangat krusial dalam upaya peningkatan kolaborasi antara pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan pelaku usaha besar (Nashoihi, A. K., & Fadhli, K. F. K., 2023). Sosialisasi mengenai pentingnya menjalin kemitraan dalam sebuah bisnis untuk meningkatkan pertumbuhan pelaku UMKM dan ekonomi lokal di Kota Batu. Langkah ini berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman para pelaku UMKM mengenai berbagai peluang dan manfaat yang dapat diperoleh melalui kolaborasi bisnis. Melalui sosialisasi, informasi yang komprehensif dan mendetail disampaikan kepada para pelaku UMKM,

mencakup prosedur, persyaratan, serta keuntungan yang bisa mereka peroleh dari kemitraan dengan pelaku usaha besar. Hal ini bertujuan untuk mempersiapkan dan memberdayakan pelaku UMKM, sehingga mereka merasa lebih siap dan percaya diri dalam menjajaki peluang kolaborasi tersebut.

Sosialisasi juga berperan penting dalam mengatasi berbagai permasalahan yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM. Salah satu masalah utama adalah kurangnya informasi dan edukasi mengenai peluang kolaborasi dan investasi (Nurchayati, N., et al., 2023). Banyak pelaku UMKM yang tidak memiliki akses atau pengetahuan yang memadai tentang bagaimana memanfaatkan peluang kolaborasi ini untuk mengembangkan usaha mereka. Dengan adanya sosialisasi, informasi yang dibutuhkan dapat disebarkan secara luas dan merata, sehingga semua pelaku UMKM memiliki kesempatan yang sama untuk memahami dan memanfaatkan peluang tersebut.

Sosialisasi juga dimaksudkan untuk mengatasi masalah ketidakpercayaan diri yang sering dialami oleh pelaku UMKM, yang merasa kurang percaya diri atau tidak mampu bersaing dengan pelaku usaha besar. Tujuannya adalah memberikan pemahaman dan motivasi kepada pelaku UMKM bahwa mereka memiliki potensi dan keunggulan yang bisa diakui dan dikembangkan oleh pelaku usaha besar, sehingga meningkatkan rasa percaya diri dan optimisme mereka dalam menjalin kemitraan. Selain itu, sosialisasi juga berperan dalam mengatasi hambatan administratif yang seringkali menjadi kendala bagi pelaku UMKM dalam berkolaborasi dengan pelaku usaha besar, dengan menyampaikan informasi mengenai prosedur dan persyaratan administratif secara jelas dan rinci untuk mempersiapkan pelaku UMKM dengan lebih baik dan mengurangi hambatan di masa mendatang (Astuti, S., et al., 2023). Secara keseluruhan, sosialisasi tidak hanya bertujuan untuk menyebarluaskan informasi, tetapi juga untuk memberdayakan pelaku UMKM agar lebih siap dan percaya diri dalam menjalin kolaborasi dengan pelaku

usaha besar. Pertemuan pelaku UMKM dan Pelaku Usaha Besar

### **Pertemuan Pelaku UMKM dan Pelaku Usaha Besar**

Pertemuan antara pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan pelaku Usaha Besar memiliki signifikansi yang mendalam dalam konteks pengembangan ekonomi local (Nia Intikaroh, N., 2020). Langkah ini berfungsi sebagai jembatan penting dalam membangun kolaborasi yang berkelanjutan dan memberi peluang bagi pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

Pertama-tama, pertemuan tersebut menciptakan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk secara langsung berinteraksi dengan pelaku Usaha Besar, membuka ruang komunikasi yang lebih personal dan mendalam (Larasati, S. A., et al., 2024). Ini sangat penting karena seringkali kesenjangan komunikasi menjadi kendala utama dalam pengembangan kolaboratif. Dalam suasana yang lebih intim seperti pertemuan ini, pelaku UMKM dapat dengan lebih jelas mengungkapkan kebutuhan, tantangan, dan potensi mereka kepada pelaku Usaha Besar, sedangkan pelaku Usaha Besar dapat lebih memahami keberagaman dan kreativitas yang dimiliki oleh UMKM.

Kedua, pertemuan tersebut memainkan peran kunci dalam membangun kepercayaan antara kedua belah pihak (Hasibuan, M., & Nawawi, Z. M., 2024). Adanya berkomunikasi secara langsung, pelaku UMKM dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang standar dan harapan yang diinginkan oleh pelaku Usaha Besar, sedangkan pelaku Usaha Besar dapat mengamati potensi dan integritas bisnis dari UMKM secara lebih mendalam. Kepercayaan yang terbangun dari pertemuan ini menjadi fondasi kuat untuk kerjasama yang berkelanjutan dan saling menguntungkan di masa depan.

Ketiga, pertemuan ini juga memungkinkan kedua pihak untuk mengidentifikasi peluang kolaborasi yang spesifik dan relevan. Melalui diskusi dan dialog yang terjadi, pelaku UMKM dan Usaha

Besar dapat menemukan titik temu dalam hal kebutuhan pasar, inovasi produk, distribusi, pemasaran, atau bahkan peningkatan kapasitas produksi (Syahbudi, M., & Ma, S. E. I., 2021). Identifikasi ini tidak hanya mengarah pada kesepakatan bisnis yang lebih kuat, tetapi juga dapat menciptakan sinergi yang menguntungkan kedua belah pihak serta memberikan nilai tambah bagi ekosistem bisnis secara keseluruhan.

Pertemuan antara pelaku UMKM dan pelaku Usaha Besar bukan hanya sekedar rangkaian diskusi formal, tetapi merupakan landasan penting dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan, berbasis pada kepercayaan, transparansi, dan kesamaan visi untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

### **Penandatanganan MOU**

Penandatanganan Memorandum of Understanding (MOU) merupakan salah satu langkah kunci dalam metode pengabdian yang berfungsi untuk meningkatkan investasi dan kolaborasi bisnis antara pelaku UMKM dan pelaku usaha besar (Husein, M. S., 2023). MOU tidak hanya sekedar formalitas hukum, tetapi juga menjadi fondasi yang kuat bagi kerja sama yang berkelanjutan dan saling menguntungkan. Pertama-tama, MOU memberikan kepastian hukum bagi kedua belah pihak dengan mengatur hak dan kewajiban masing-masing dalam kerangka yang jelas dan terstruktur. Hal ini sangat penting untuk mengurangi ketidakpastian dan konflik yang mungkin timbul dalam proses kolaborasi. Selain itu, MOU juga mencerminkan komitmen yang kuat dari kedua pihak untuk bekerja sama dan mencapai tujuan bersama.

Selanjutnya, MOU juga berperan sebagai alat untuk mengatur implementasi program-program kolaboratif yang telah disepakati (Susiatiningsih, H., et al., 2018). Dalam MOU, tercantum rincian mengenai target, jangka waktu, sumber daya yang akan dialokasikan, serta mekanisme evaluasi dan monitoring. Hal ini membantu memastikan bahwa kolaborasi tersebut berjalan sesuai dengan rencana dan memberikan manfaat

yang maksimal bagi kedua belah pihak. MOU juga dapat menjadi instrumen untuk mengukur kinerja dan menciptakan akuntabilitas, sehingga memotivasi kedua pihak untuk memenuhi komitmen yang telah disepakati.

Selain itu, penandatanganan MOU juga memiliki dampak psikologis yang positif. Proses penandatanganan tersebut seringkali menjadi momen penting yang memperkuat hubungan antara pelaku UMKM dan usaha besar (Sianturi, N., & Rani, F., 2017). Adanya penandatanganan secara resmi, kedua belah pihak merasa dihargai dan diakui dalam kerja sama mereka, sehingga meningkatkan rasa saling percaya dan loyalitas. Ini juga membantu menciptakan lingkungan kerja yang kolaboratif dan mendukung bagi pertumbuhan bisnis kedua belah pihak.

Melalui MOU, kedua belah pihak dapat menciptakan kerangka kerja yang jelas, mengurangi risiko, dan memaksimalkan manfaat dari kolaborasi bisnis yang dilakukan.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberdayaan pelaku UMKM di Kota Batu adalah salah satu prioritas utama dalam meningkatkan ekonomi lokal dan kemakmuran masyarakat (Putri, K., 2015). Mengingat UMKM adalah tulang punggung ekonomi daerah, berbagai inisiatif pemberdayaan dilakukan untuk menangani hambatan yang dihadapi oleh pengusaha dengan skala usaha kecil dan menengah, seperti keterbatasan akses ke modal dan teknologi, kurangnya keterampilan manajerial dan pemasaran, serta tantangan dalam memasuki pasar yang kompetitif. Ketika melakukan pemberdayaan melalui program pelatihan, bimbingan teknis, akses ke pasar dan sumber daya, serta dukungan kelembagaan, diharapkan para pelaku UMKM dapat berkembang secara berkelanjutan, memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi lokal, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitarnya. Berikut beberapa strategi dan

program pemberdayaan yang diterapkan di Kota Batu:

#### Melaksanakan Kegiatan Sosialisasi

Adanya permasalahan kurangnya pemahaman pelaku UMKM untuk memasarkan produk ke perusahaan besar, maka dilakukan kegiatan sosialisasi dengan target peserta pelaku UMKM Kota Batu (Nasyi'ah, E. Z., et al., 2022). Diperkuat dengan terus meningkatnya pelaku UMKM di Kota Batu, namun masih kurangnya dalam hal menjalin kemitraan bisnis. Kegiatan sosialisasi diawali dengan pemaparan materi yang disampaikan oleh narasumber tentang pentingnya menjalin kemitraan dalam sebuah bisnis untuk meningkatkan pertumbuhan pelaku UMKM dan ekonomi lokal di Kota Batu (Gambar 1).



Gambar 1. Pemaparan Materi Pentingnya Menjalinkan Kemitraan Usaha

Dalam rangka memberikan pemahaman yang mendalam kepada pelaku UMKM tentang pentingnya kemitraan bisnis, diselenggarakan sesi pelatihan yang melibatkan presentasi materi melalui media PowerPoint yang diproyeksikan pada layar proyektor, yang secara terperinci menggambarkan konsep dan manfaat kemitraan bisnis dalam konteks ekonomi lokal. Melalui penyajian materi yang visual dan terstruktur ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat dengan lebih efektif memahami konsep-konsep yang disampaikan oleh narasumber, sehingga pelaku usaha mampu mengaplikasikan pengetahuan tersebut secara praktis dalam upaya memperkuat kemitraan bisnis mereka dengan berbagai pihak, baik dalam hal pengembangan produk, distribusi, pemasaran, maupun strategi bisnis lainnya.

#### Pertemuan Pelaku UMKM dan Pelaku Usaha Besar



Adanya permasalahan mengenai kurang kemitraan karena sulitnya pelaku usaha besar dalam menemukan pemasok (Yoga, 2023). Maka penulis dan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Batu mengundang pelaku usaha besar (Kusuma Agrowisata, Museum Angkut, dan PT. Selektta) dan pelaku UMKM sebesar 53 peserta untuk melakukan kegiatan Njagong Bareng agar saling berdiskusi usaha. Njagong Bareng adalah program yang bertujuan untuk meningkatkan kemandirian UMKM di Kota Batu. Program ini diharapkan dapat mengembangkan dan meningkatkan level UMKM yang ada. Njagong Bareng menjadi sarana bagi UMKM di Kota Batu untuk menjalin komunikasi dan bertukar informasi mengenai peraturan yang berkaitan dengan dunia usaha.

#### **Penandatanganan MOU antara pelaku UMKM dan pelaku usaha besar**

Untuk memastikan kelancaran aliran stok produk dari para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah ke usaha menengah besar, telah diadakan suatu kegiatan penting yaitu penandatanganan Memorandum of Understanding (MOU) antara kedua belah pihak. Kegiatan ini tidak hanya melibatkan para pelaku usaha besar, tetapi juga melibatkan pelaku UMKM Kota Batu yang berperan sebagai mitra dalam menjalankan kemitraan yang erat melalui penandatanganan MOU.



Gambar 2. Pertemuan Kerjasama Kemitraan

Dalam kesempatan ini, para pelaku usaha besar dan UMKM saling berkolaborasi untuk membentuk kerangka kerja yang jelas dan terstruktur, yang mencakup aspek distribusi produk, dukungan pemasaran, pelatihan, akses ke sumber daya, dan pengembangan bisnis yang berkelanjutan. Adanya penandatanganan MOU menjadi

langkah strategis untuk memperkuat hubungan bisnis antara pelaku UMKM dan usaha menengah besar, serta untuk menciptakan lingkungan bisnis yang lebih inklusif dan berkelanjutan di Kota Batu.

Gambar 2 menunjukkan pertemuan antara perwakilan dari pelaku usaha besar dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Batu yang telah resmi melakukan tanda tangan kontrak untuk menjalin kerjasama yang berkelanjutan, dengan tujuan agar kedua belah pihak memiliki tanggung jawab yang jelas dan sesuai dengan komitmen yang telah disepakati. Data yang disajikan mengenai hasil kemitraan antara kedua pihak tersebut terkait dengan kegiatan Njagong Bareng menyoroti berbagai aspek, mulai dari peningkatan kualitas produk, penguatan jaringan distribusi, hingga efektivitas strategi pemasaran yang dilakukan bersama untuk mencapai tujuan bersama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat.

Tabel 1. Hasil Kemitraan Kegiatan Njagong Bareng

No	Pihak I	Pihak II
1	Kusuma Agrowisata	Kantin Karyawan
2	Museum Angkut	Pemilik Usaha Kuliner Apung 6 Negara
3	PT Selecta	UMKM Konveksi Garment, Percetakan, Kerajinan

Terciptanya kerjasama antara pelaku UMKM dengan para pelaku usaha besar dapat berpengaruh pada luasan sasaran pasar pengusaha mikro, kecil, dan menengah dapat meningkatkan standar kualitas produk dan layanan mereka sehingga lebih berdaya saing, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi. Manfaat utama yang diperoleh pengusaha UMKM melalui kemitraan antara lain perluasan produk mereka, serta pertukaran pengetahuan dan pengalaman antara UMKM dan mitranya (Halik, R. A. F., et al., 2020).



Mitra secara aktif memberikan pelatihan dan bimbingan intensif kepada pelaku usaha kecil dan menengah di Kota Batu, bertujuan untuk meningkatkan tidak hanya keterampilan pemasaran, produksi, dan manajemen keuangan mereka, tetapi juga untuk mendorong terciptanya sebuah rantai kerjasama kemitraan yang kokoh. Adanya kolaborasi yang erat ini, diharapkan bahwa kualitas produk dan layanan dari UMKM di Kota Batu akan mengalami peningkatan yang signifikan, sehingga mampu menarik minat investor dari luar kota untuk berinvestasi dan menjalin kerjasama yang saling menguntungkan. Hal ini didorong tidak hanya oleh dukungan positif dari lingkungan bisnis di Kota Batu yang progresif, tetapi juga oleh peningkatan kualitas dan profesionalisme yang semakin terlihat pada para pelaku UMKM di wilayah tersebut.

#### **D. PENUTUP**

##### **Simpulan**

Menurut uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan kegiatan memberikan jawaban atas masalah yang dihadapi mitra dengan menawarkan solusi berupa kegiatan sosialisasi dan kesempatan bagi pengusaha skala kecil bertemu dengan pengusaha besar untuk memfasilitasi kemitraan antara pengusaha UMKM dan perusahaan besar agar pertumbuhan UMKM tidak menurun dan tidak adanya keterbatasan akses pasar. Hasil dari kegiatan ini terdapat tiga hasil kemitraan dengan penandatanganan MOU antara kedua belah pihak. Adanya kegiatan ini membawa dampak positif dan menumbuhkan kesadaran pelaku UMKM. Pelaku UMKM menjadi sadar akan pentingnya menjalin kemitraan bisnis dengan pelaku usaha besar dan kemudahan bagi pelaku UMKM untuk bertemu dengan pelaku usaha besar. Tujuan adanya kegiatan Njagong Bareng ini untuk memperkuat kerjasama antara pengusaha skala kecil dengan perusahaan menengah besar di Kota Batu.

##### **Saran**

Diharapkan kegiatan Njagong Bareng terus dikuatkan lagi sebagai jembatan dalam

mengembangkan jaringan kerjasama dengan lembaga yang relevan, baik itu pemerintah, lembaga pendidikan, organisasi non-pemerintah, maupun perusahaan swasta. Oleh karena itu, diharapkan kegiatan ini tidak hanya memecahkan tiga permasalahan yang menjadi fokus utama, yaitu akses modal, pemasaran, dan sertifikasi produk, tetapi juga dapat menjadi sarana yang efektif dalam meningkatkan skala produksi dari UMKM yang terlibat, sekaligus memperluas jaringan mitra baik dari kalangan UMKM maupun dari kalangan usaha menengah besar, yang pada gilirannya akan membuka peluang baru untuk kerjasama yang lebih luas dan berkelanjutan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan regional secara menyeluruh.

##### **Ucapan Terima Kasih**

Terimakasih kepada pemerintah melalui DPMPTSP, mitra UMKM, mitra pengusaha besar, dan tim Njagong Bareng.

#### **E. DAFTAR PUSTAKA**

- Astuti, S., Anggraeni, L., Puspita, D., Dewi, N. A. K., Nagara, E. S., Gumanti, M., ... & Fitriani, Y. (2023). Sosialisasi Pendampingan masyarakat dalam pembuatan NIB sebagai Pendukung Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Pringsewu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 1(2), 175-178.
- Bismala, L. (2016). Model manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan efektivitas usaha kecil menengah. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 5(1), 19-26.
- Budiwitjaksono, G. S., Aprilya, R. A., Aringgani, S. D., Istyalita, D., Ummah, W., & Ramadhan, M. R. (2023). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) di Kelurahan Klampok Kota Blitar. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 1(3), 31-49.
- Damuri, Y. R., Aswicahyono, H., Hirawan, F., Setiati, I., & Simanjuntak, I. (2022). Langkah Pemberdayaan UMKM Dalam



- Menghadapi Covid-19. Centre for Strategic and International Studies..
- Halik, R. A. F., Rifin, A., & Jahroh, S. (2020). Pengaruh Kemitraan terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil Tahu di Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 8(2), 164-174.
- Hapsari, P. P., Hakim, A., & Noor, I. (2014). Pengaruh pertumbuhan usaha kecil menengah (UKM) terhadap pertumbuhan ekonomi daerah (studi di pemerintah kota batu). *WACANA, Jurnal Sosial dan Humaniora*, 17(2), 88-96.
- Harahap, I., Nawawi, Z. M., & Syahputra, A. (2023). Signifikansi Perananan Umkm Dalam Pembangunan Ekonomi Di Kota Medan Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(2), 718-728.
- Hasibuan, M., & Nawawi, Z. M. (2024). Peran Etika Bisnis dalam Membangun Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 3(1), 50-68.
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707-6714.
- Husein, M. S. (2023). Kedudukan Memorandum Of Understanding Dalam Joint Venture Agreement Sebagai Bentuk Kerja Sama Penanaman Modal Asing. *Eksekusi: Jurnal Ilmu Hukum dan Administrasi Negara*, 1(4), 218-233.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2022). Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Labirin (2023). Kemitraan UMKM Masih Rendah. <https://v1.labirin.id/news/30701/kemitraan-umkm-masih-rendah>
- Larasati, S. A., Istiqomah, A., Ramadani, A. S., Khoiriyah, A., & Radianto, D. O. (2024). Peran Media Sosial Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(2), 321-332.
- Nashoih, A. K., & Fadhli, K. F. K. (2023). Socialization and Assistance in the Production of NIB, PIRT, and Halal Certification as Efforts to Improve the Quality of MSME Products in Ngogri Village, Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 114-118.
- Nasyi'ah, E. Z., Andriansyah, R. J., Puspitarini, S., Sholeh, B., Alfiani, R. N. A., & Putri, N. W. H. (2022, January). Pengembangan Umkm Melalui Pengenalan E-Commerce Guna Peningkatan Penjualan. In *Konferensi Nasional Pengabdian Masyarakat (KOPEMAS) 2021*.
- Nia Intikaroh, N. (2020). Collaborative Governance dalam pengelolaan UMKM tenun troso di kecamatan pecangaan Kabupaten Jepara (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Nizar, C., Hamzah, A., & Syahnur, S. (2013). Pengaruh investasi dan tenaga kerja terhadap pertumbuhan ekonomi serta hubungannya terhadap tingkat kemiskinan di indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi ISSN*, 2302, 172.
- Nurchayati, N., Sukardi, S., Riyadi, B., & Nugraha, C. A. (2023). Motivasi Usaha Melalui Diversifikasi Produk Jamune Buk'e Yang Berkelanjutan. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 2(7), 1583-1592.
- Prasetyo, B., & Suryoko, S. (2018). Dampak pengembangan pariwisata terhadap perkembangan umkm pada kawasan wisata Dieng. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 310-320.

- Putri, K. (2015). Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Berbasis Agroindustri (Studi Pada Dinas Koperasi, Ukm, Perindustrian Dan Perdagangan Kota Batu) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Saputra, H. T., Rif'ah, F. M., & Andrianto, B. A. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Economics, Management, Business, and Entrepreneurship*, 1(1), 29-37.
- Sekretariat Kabinet Republik Indonesia (2021). Presiden Dorong Kemitraan UMKM – Usaha Besar Berkontribusi Signifikan Pada Pertumbuhan Ekonomi Inklusif. <https://setkab.go.id/presiden-dorong-kemitraan-umkm-usaha-besar-berkontribusi-signifikan-pada-pertumbuhan-ekonomi-inklusif/>
- Sembiring, R. A., & Subekti, T. (2021). Analisis aktor dalam tata kelola Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kota Batu untuk kualitas internasional. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 7(1), 31-44.
- Sianturi, N., & Rani, F. (2017). Pengaruh Saudi Vision 2030 dan Agenda Foreign Direct Investment (FDI) Arab Saudi di Indonesia (Doctoral dissertation, Riau University).
- Sudarmiatin, S., & Fitri, R. (2021). Social capital: Senjata ampuh bagi UMKM dalam menghadapi era new normal. *VIVABIO: Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 3(1), 30-37.
- Supriatna, D., Candra, E., Adinugroho, I., Nasution, M. A., & Yanti, N. (2023). Pengaruh Kinerja UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Sukabumi. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(02), 43-53.
- Susiatiningsih, H., Wahyudi, F. E., & Rosyidin, M. (2018). Memperkuat Lokalitas Kota Semarang di Era Globalisasi melalui Diplomasi Lokal.
- Syahbudi, M., & Ma, S. E. I. (2021). Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentahelix). *Merdeka Kreasi Group*.
- Witjaksono, A., Gai, A. M., & Poerwati, T. (2022). Tinjauan Kebijakan Pengembangan Pertanian Berwawasan Lingkungan Di Kota Batu. *Bioma: Jurnal Biologi Makassar*, 7(1), 1-11.