

PENDAMPINGAN KKN TEMATIK DALAM PENGUATAN FAKTOR PENDUKUNG DAN PENANGANAN FAKTOR PENGHAMBAT PADA UMKM FADKEY (OLEH-OLEH KHAS BENGKULU)

Selvina Dwi Candra¹, Marisa Syuratul Makiya², Wiwik Puji Astuti³,
Ronaldo⁴, Desi Isnaini⁵

Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu,
Indonesia^{1,2,3,4,5}

Email: selvinadwicandra@gmail.com¹, marisasyuratulmakiya03@gmail.com²,
wiwikwikaja316@gmail.com, ronalsanggara@gmail.com⁴,
desi_isnaini@mail.uinfasbengkulu.ac.id⁵

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dan mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. UMKM Fadkey merupakan usaha yang bergerak di bidang produksi makanan dan oleh-oleh khas Bengkulu seperti bay tat, anak tat, keripik bawang, peyek, dan cookies. Kegiatan pengabdian ini bertujuan mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pemberdayaan UMKM Fadkey melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN). Metode yang digunakan adalah pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) dengan jenis pengabdian deskriptif kualitatif melalui observasi, dokumentasi, dan pendampingan langsung. Hasil menunjukkan bahwa faktor pendukung meliputi kualitas produk, cita rasa khas, dukungan keluarga, dan potensi pasar. Faktor penghambat meliputi keterbatasan alat produksi, tenaga kerja, serta belum optimalnya pemasaran digital. Pendampingan KKN dilakukan melalui pembuatan akun media sosial, konten promosi, edukasi digital marketing, dan pengemasan produk. Kegiatan ini membantu meningkatkan pemasaran dan daya saing UMKM Fadkey.

Kata Kunci: Faktor Penghambat, Faktor Pendukung, Pemberdayaan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in improving community welfare and supporting regional economic growth. UMKM Fadkey is a business producing traditional Bengkulu food and souvenirs such as bay tat, anak tat, onion crackers, peyek, and cookies. This community service activity aims to identify supporting and inhibiting factors in empowering UMKM Fadkey through the Community Service Program (KKN). The method used was the Asset Based Community Development (ABCD) approach with descriptive qualitative methods through observation, documentation, and direct assistance. The results showed that supporting factors include product quality, local taste, family support, and market potential. Inhibiting factors include limited production equipment, labor shortages, and underutilization of digital marketing. The KKN program provided assistance through social media creation, promotional content, digital marketing education, and product packaging. This activity helped improve

marketing and business competitiveness.

Keywords: Empowerment, Inhibiting Factors, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs).

A. Pendahuluan

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia.¹UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia sebagai penggerak utama pertumbuhan, sumber pendapatan masyarakat, serta penyedia lapangan kerja dan kebutuhan domestik. Pada tahun 2022, jumlahnya mencapai 64,19 juta unit atau lebih dari 99% total usaha, dengan mayoritas merupakan usaha mikro yang menyerap sekitar 89% tenaga kerja.² Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pada umumnya dipandang sebagai salah satu pilar utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) suatu negara. Selain itu, sektor UMKM memiliki peran strategis dalam upaya pengentasan kemiskinan. Namun, sebagian besar pelaku UMKM masih terbatas pada keterampilan teknis tanpa diimbangi dengan kemampuan yang memadai. Permasalahan utama yang sering dihadapi meliputi keterbatasan dalam aspek keuangan serta pemasaran produk yang dihasilkan.³

Menurut Bayu Mega (2025) Pengabdian terdahulu yang dilakukan oleh menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi besar terhadap PDB, penyerapan tenaga kerja, dan pengurangan kemiskinan. Meski demikian, UMKM masih menghadapi kendala seperti keterbatasan modal, kualitas SDM, pemasaran, dan pemanfaatan digital. Karena itu, peran pemerintah melalui pelatihan dan pendampingan sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing dan produktivitas. Selain itu, UMKM terbukti berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi, sehingga dukungan yang lebih optimal dapat mendorong kesejahteraan masyarakat.⁴ UMKM memiliki peran penting dalam menekan angka pengangguran. Keberhasilan sektor ini turut mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia karena operasionalnya relatif mandiri dan tidak terlalu terbebani saat terjadi krisis. Selain itu, UMKM cenderung lebih tangguh karena memiliki tingkat risiko yang lebih rendah dalam penyaluran dan pemanfaatan dana perbankan.⁵

¹ Email Korespondens and Article Accepted, "Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum," 2026, 4747–58.

² Reynaldo Christian Aotama, "Analisis Faktor Penghambat Pertumbuhan UMKM Kota Tomohon Di Era New Normal," *Jurnal Ekobistek* [Https: 12](https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i1.409) (2023): 466–72, <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i1.409>.

³ Maskarto Lucky et al., "Analisis Faktor-Faktor Penunjang Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)," 2019, 41–48.

⁴ Bayu Mega Nanta et al., "ANALISIS PERKEMBANGAN UMKM DALAM MENINGKATKAN PERTUMBUHAN EKONOMI DI SUMATERA UTARA" 10, no. 204 (2025): 158–69.

⁵ Elisabeth Pk et al., "Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm)" 10, no. 2 (2012).

UMKM merupakan pilar utama perekonomian Indonesia yang berperan besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menyerap tenaga kerja, mengurangi pengangguran, serta menanggulangi kemiskinan. Dengan jumlah yang mendominasi struktur usaha nasional, UMKM menjadi sumber pendapatan masyarakat dan penyedia kebutuhan domestik. Meskipun demikian, UMKM masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan modal, kualitas SDM, pemasaran, dan pemanfaatan teknologi digital. Oleh karena itu, diperlukan dukungan pemerintah melalui pelatihan dan pendampingan agar UMKM semakin produktif, kompetitif, serta mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

UMKM Fadkey yang berlokasi di RT 10, RW 07, Kelurahan Pekan Sabtu, Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu merupakan salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang produksi kue tradisional dan modern. Usaha ini memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan ekonomi masyarakat setempat. Melalui kegiatan produksi berbagai jenis kue, seperti bay tat, anak tat, juada keghas, keripik bawang, peyek, serta cookies, UMKM Fadkey mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta berkontribusi dalam mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan di lingkungan sekitar. Produk pangan yang dihasilkan juga menjadi kebutuhan masyarakat, sehingga keberadaannya memiliki nilai ekonomi dan sosial yang tinggi.

Dalam menjalankan usahanya, UMKM Fadkey didukung oleh faktor seperti dukungan keluarga, lingkungan sekitar, dan pelayanan yang baik kepada konsumen. Keluarga berperan dalam membantu produksi, pemasaran, dan distribusi, sedangkan masyarakat sekitar turut memberikan dukungan melalui kerja sama. Namun, usaha ini juga masih menghadapi hambatan, seperti keterbatasan tenaga kerja, fasilitas produksi, distribusi yang masih terbatas, serta pemanfaatan media sosial yang belum optimal. Selain itu, perubahan harga dan ketersediaan bahan baku juga memengaruhi pendapatan usaha. Meski demikian, UMKM Fadkey tetap berupaya menjaga kualitas produk agar tetap diminati masyarakat dan mampu bertahan dalam persaingan usaha. Melihat pentingnya peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, sektor ini perlu terus dikembangkan agar mampu bertahan dan bersaing di tengah kondisi ekonomi yang semakin dinamis. Perkembangan UMKM dipengaruhi oleh adanya faktor pendukung dan penghambat. Dukungan keluarga, lingkungan sekitar, serta pelayanan yang baik kepada konsumen menjadi faktor yang dapat menunjang keberlangsungan usaha. Di sisi lain, keterbatasan sumber daya manusia, fasilitas produksi, distribusi, serta pemanfaatan teknologi digital masih menjadi tantangan yang kerap dihadapi oleh pelaku UMKM.⁶ Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis faktor pendukung dan penghambat dalam pemberdayaan UMKM Fadkey. Pengabdian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara

⁶ Efni Anita and Ahmad Syahrizal, "Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Tahu Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi UMKM TAHU Desa Mendis Kabupaten Musi Banyuasin)" 1, no. 4 (2023): 1–17.

teoretis dalam bidang pemberdayaan UMKM serta secara praktis bagi pelaku usaha dalam mengembangkan strategi usaha yang berkelanjutan dan berdaya saing.

B. Landasan Teori

1. Pemberdayaan

Menurut Ferry Duwi Kurniawan dan Luluk Fauziah, (2014) Pemberdayaan diartikan sebagai upaya meningkatkan kemampuan individu atau kelompok agar mampu melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya sesuai tuntutan kinerja. Proses ini dilakukan melalui pemberian wewenang, peningkatan partisipasi, serta kepercayaan, sehingga mereka dapat memahami perannya dengan baik dan pada akhirnya mampu mencapai tujuan secara efektif dan efisien.⁷ Pemberdayaan adalah upaya untuk meningkatkan kemampuan individu maupun kelompok agar dapat menjalankan tugas dan tanggung jawab sesuai dengan tuntutan yang dihadapi. Proses pemberdayaan dapat dilakukan melalui pemberian wewenang, peningkatan partisipasi, serta penumbuhan rasa percaya diri. Dengan adanya pemberdayaan, individu atau kelompok akan lebih memahami peran yang dijalankan sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai dengan baik. Konsep ini menegaskan bahwa pemberdayaan tidak hanya berfokus pada peningkatan kemampuan, tetapi juga pada penguatan kemandirian dan tanggung jawab.

Pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan langkah penting dalam meningkatkan kemampuan pelaku usaha agar mampu bersaing di tengah perkembangan usaha yang semakin pesat. Pada dasarnya, pemberdayaan adalah proses memperkuat kapasitas masyarakat melalui pengembangan kelembagaan untuk mencapai kemajuan, kemandirian, dan kesejahteraan secara berkelanjutan. Dalam konteks UMKM, pemberdayaan bertujuan mendorong pelaku usaha agar dapat berkembang dan memiliki daya saing yang lebih baik. Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM perlu dilakukan melalui berbagai upaya, seperti peningkatan kualitas sumber daya manusia, pemanfaatan potensi yang dimiliki, serta penguatan kemampuan dalam mengelola usaha. Dengan demikian, pemberdayaan UMKM diharapkan dapat meningkatkan kapasitas, produktivitas, dan kesejahteraan pelaku usaha.⁸

2. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) secara normatif diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, yang mengelompokkan jenis usaha berdasarkan kriteria tertentu. Usaha mikro merupakan usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria tertentu. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dijalankan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan

⁷ Ferry, "PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM PENANGGULANGAN KEMISKINAN Ferry," *JKMP* 2, no. 2 (2014): 165–76.

⁸ Desika Karinayah S, "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Sidoarjo Sumber : Lembaga Pengembangan Perbankan," 2012, 1–13.

anak atau cabang dari perusahaan menengah maupun besar. Sementara itu, usaha menengah adalah usaha produktif yang juga berdiri sendiri, tidak menjadi bagian dari usaha kecil maupun besar, serta memiliki jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku.⁹

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021, UMKM diklasifikasikan berdasarkan besaran modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Peraturan ini menjelaskan bahwa UMKM memiliki karakteristik berupa keterbatasan sumber daya dan sistem manajemen yang umumnya masih sederhana atau informal. Kondisi tersebut membuat UMKM mampu mengambil keputusan dengan cepat serta lebih fleksibel dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan usaha. Kemampuan ini menjadikan UMKM berperan penting sebagai penopang perekonomian nasional, terutama dalam menghadapi berbagai situasi, termasuk masa krisis. Namun, di sisi lain, keterbatasan yang dimiliki juga membuat UMKM lebih rentan terhadap perubahan, baik dari faktor internal seperti pergantian tenaga kerja, maupun faktor eksternal seperti ketidakstabilan ekonomi.¹⁰

Menurut Rudjito, Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) (2021) MKM merupakan sektor usaha yang memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia, baik dalam menciptakan lapangan kerja maupun dari segi jumlah unit usahanya yang sangat besar. Sementara itu, Ina Primiana memandang UMKM sebagai penggerak utama pembangunan ekonomi nasional melalui pengembangan sektor industri manufaktur, agribisnis, bisnis kelautan, dan sumber daya manusia. Adapun menurut M. Kwartono, UMKM (2020) adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200.000.000, di luar tanah dan bangunan tempat usaha. Dari berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan usaha produktif yang berperan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, membuka lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.¹¹

Usaha mikro umumnya tergolong sebagai usaha marjinal karena menggunakan teknologi sederhana, memiliki modal terbatas, akses terhadap kredit yang rendah, serta cenderung berorientasi pada pasar lokal. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemberdayaan yang tepat agar UMKM dapat berkembang dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Meskipun memiliki peran strategis dalam perekonomian, UMKM masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan permodalan, lemahnya kemampuan manajemen, serta rendahnya kualitas sumber daya manusia. Selain itu, sulitnya akses terhadap informasi, modal, dan teknologi juga menjadi

⁹ Yusuf Hariyoko, "Pengembangan UMKM Di Kabupaten Tuban," 2010, 1011–15.

¹⁰ Aotama, "Analisis Faktor Penghambat Pertumbuhan UMKM Kota Tomohon Di Era New Normal."

¹¹ Audrey M. Siahaan Rusliaman Siahaan, "FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT KINERJA UMKM DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING," *Stindo Profesional* VI, no. 6 (2020): 143–56.

hambatan yang menyebabkan terbatasnya kemampuan UMKM untuk berkembang secara optimal.¹²

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan UMKM

Keberhasilan suatu kegiatan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor pendukung maupun faktor penghambat. Faktor-faktor tersebut menjadi penentu keberhasilan UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.¹³ Faktor pendukung merupakan berbagai hal yang mendorong suatu kegiatan agar berkembang dan menjadi lebih maju. Dalam konteks pemberdayaan UMKM, faktor pendukung mencakup kondisi yang mempercepat pertumbuhan dan keberhasilan program yang dijalankan. Beberapa di antaranya adalah jumlah penduduk yang besar, luas serta letak geografis yang strategis, nilai Produk Domestik Bruto (PDB) yang tinggi, ketersediaan sumber daya alam yang melimpah dan beragam, serta kekayaan kreativitas masyarakat. Keberagaman budaya, suku, dan wilayah di Indonesia juga turut menghasilkan berbagai produk UMKM yang variatif dan bernilai ekonomi.¹⁴ Agar produk UMKM mampu menarik minat konsumen, diperlukan kualitas produk yang unggul dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Kualitas produk mencerminkan manfaat yang ditawarkan kepada konsumen, sehingga menjadi faktor penting dalam memenangkan persaingan. Meski menghadapi berbagai keterbatasan, pelaku UMKM dituntut untuk tetap menjaga dan meningkatkan mutu produk mereka.¹⁵

Faktor penghambat merupakan segala hal yang dapat memperlambat, mengurangi, bahkan menghentikan perkembangan suatu kegiatan. Dalam konteks pemberdayaan UMKM, faktor penghambat adalah berbagai kendala yang memberikan dampak negatif terhadap proses pemberdayaan yang sedang berlangsung. Menurut Sudaryanto dan Hanim Anifatul (2002), faktor-faktor penghambat pemberdayaan UMKM meliputi keterbatasan modal, terbatasnya sumber daya manusia, rendahnya kualitas manajemen, serta kesulitan dalam pemasaran.¹⁶ Keterbatasan akses permodalan menjadi salah satu kendala utama, terutama bagi pelaku usaha skala mikro yang memiliki kemampuan keuangan terbatas. Kondisi ini dapat menghambat investasi dalam teknologi, inovasi produk, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia. Selain itu, rendahnya literasi

¹² Ferry Duwi Kurniawan Luluk Fauziah, "PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM PENANGGULANGAN KEMISKINAN," *Program Studi Administrasi Negara Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, n.d., 165–76.

¹³ Anita and Syahrizal, "Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Tahu Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi UMKM TAHU Desa Mendis Kabupaten Musi Banyuasin)."

¹⁴ Fauziah, "PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM PENANGGULANGAN KEMISKINAN."

¹⁵ Adelia Safitri, Fathiya Syahidah Nasution, and Maulida Rahma, "Analisis Faktor-Faktor Pendukung Pertumbuhan UMKM: Studi Kasus Toko Salamah," *Journal of Innovative Research* 02 (2025): 585–93.

¹⁶ S, "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Sidoarjo Sumber : Lembaga Pengembangan Perbankan."

digital serta adanya resistensi terhadap perubahan juga menjadi hambatan tersendiri. Sebagian pelaku UMKM masih menganggap teknologi digital sebagai sesuatu yang rumit, sehingga belum memanfaatkannya secara optimal. Di samping itu, keterbatasan waktu dan tingginya beban kerja sering kali menyulitkan pelaku UMKM untuk mengikuti pelatihan atau menyusun strategi pemasaran digital secara efektif. Ketimpangan akses terhadap infrastruktur digital antarwilayah juga menjadi hambatan struktural, terutama bagi UMKM yang berada di wilayah pedesaan atau daerah tertinggal. Keterbatasan jaringan internet dan akses teknologi menyebabkan proses transformasi digital belum merata, sehingga pengembangan UMKM tidak hanya bergantung pada kemampuan individu, tetapi juga memerlukan dukungan kebijakan dan infrastruktur yang memadai.¹⁷

C. Metode

Pengabdian ini menggunakan metode Asset Based Community Development (ABCD), yaitu pendekatan pemberdayaan masyarakat yang berfokus pada pemanfaatan aset, potensi, dan kekuatan yang dimiliki oleh mitra untuk mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan. Dalam kegiatan ini, aset UMKM Fadkey meliputi kualitas produk oleh-oleh khas Bengkulu, dukungan keluarga, keterampilan produksi, serta potensi pasar yang cukup besar. Melalui pendekatan ABCD, tim pengabdian membantu memperkuat faktor pendukung dan mengatasi faktor penghambat usaha.

Pendekatan yang digunakan adalah pengabdian lapangan (*field research*) yang didukung studi literatur. Data diperoleh melalui observasi, pendampingan, dokumentasi, serta sumber tertulis seperti jurnal, buku, dan artikel ilmiah. Pelaksanaan metode ABCD dilakukan melalui tahapan identifikasi aset, pemetaan faktor pendukung dan penghambat, pelaksanaan pendampingan, serta evaluasi hasil kegiatan. Data yang terkumpul terdiri atas data primer dan data sekunder, kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Melalui metode ini, tim pengabdian memperoleh gambaran kondisi UMKM Fadkey serta membantu memperkuat potensi usaha secara berkelanjutan.

D. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM Fadkey, sebuah usaha yang bergerak di bidang produksi makanan oleh-oleh khas Bengkulu. UMKM ini mulai dirintis pada tahun 2024 dan secara aktif menjalankan usahanya sejak tahun 2026 hingga saat ini. Kehadiran UMKM Fadkey tidak hanya menjadi sarana dalam melestarikan makanan khas daerah, tetapi juga berperan penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat melalui pengembangan sektor usaha mikro, kecil,

¹⁷ Fejri Yuliani, Anis Nur Khairiah, and Muhammad Dedy Triatmojo, "Strategi Transformasi UMKM Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif Di Era Digital Dan Implikasinya Terhadap Kesejahteraan Keluarga" 2, no. 1 (2026): 215–24, <https://doi.org/10.64845/optimanus.v2i1>.

dan menengah (UMKM). Dalam pelaksanaan pengabdian, pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) diterapkan sebagai dasar dalam mendukung pengembangan UMKM Fadkey. Pendekatan ini menekankan pada pemanfaatan aset dan potensi yang telah dimiliki oleh mitra usaha, seperti kualitas produk, keterampilan pelaku usaha, dukungan keluarga, serta potensi pasar lokal. Dengan demikian, pengembangan usaha dilakukan melalui penguatan aset internal agar dapat berkembang secara mandiri dan berkelanjutan.

Dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Kelompok 8, mahasiswa berperan aktif dalam mendukung proses pemberdayaan UMKM Fadkey, terutama dalam mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat yang memengaruhi perkembangan usaha. Mahasiswa juga membantu dalam pendampingan pengolahan produk, promosi digital, pemasaran langsung, serta penguatan identitas usaha agar UMKM Fadkey dapat berkembang lebih optimal. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM Fadkey, usaha ini didirikan untuk memperkenalkan dan melestarikan makanan khas Bengkulu kepada masyarakat luas. Produk yang dihasilkan memiliki cita rasa khas daerah dan menjadi salah satu pilihan oleh-oleh bagi wisatawan maupun masyarakat lokal.

1. Faktor Pendukung Pemberdayaan UMKM Fadkey

a. Kualitas Produk yang Baik dan Memiliki Ciri Khas Daerah

Salah satu faktor pendukung perkembangan UMKM Fadkey adalah kualitas produk yang baik. Produk memiliki cita rasa khas Bengkulu, bahan baku berkualitas, dan proses produksi yang terjaga, sehingga diminati oleh masyarakat lokal maupun wisatawan. Keunikan rasa tersebut menjadi nilai tambah dalam meningkatkan daya saing usaha.

Gambar 1. Produk UMKM Fadkey



Berdasarkan Gambar 1, produk yang dihasilkan oleh UMKM Fadkey menunjukkan kualitas yang baik dan memiliki ciri khas sebagai oleh-oleh khas Bengkulu. Produk seperti bay tat, juada keghas, keripik bawang, peyek, dan aneka kue lainnya dikemas dengan rapi sehingga menarik minat konsumen. Selain itu, variasi produk yang beragam menunjukkan kreativitas usaha dalam memenuhi kebutuhan pasar. Cita rasa khas Bengkulu yang dipadukan

dengan bahan baku berkualitas menjadi keunggulan utama produk UMKM Fadkey. Hal ini menjadikan produk diminati oleh masyarakat lokal maupun wisatawan. Dengan kualitas yang terjaga dan kemasan yang menarik, UMKM Fadkey memiliki potensi untuk terus berkembang dan meningkatkan daya saing di pasar.

b. Dukungan Keluarga dan Lingkungan Sekitar

Dukungan keluarga dan lingkungan sekitar menjadi salah satu faktor penting yang mendukung keberlangsungan dan perkembangan UMKM Fadkey. Keluarga memiliki peran yang sangat besar dalam membantu berbagai aktivitas usaha, mulai dari proses produksi, pengemasan, hingga pemasaran produk. Keterlibatan anggota keluarga dalam operasional sehari-hari membuat kegiatan usaha dapat berjalan dengan lebih efektif dan efisien. Selain dukungan keluarga, masyarakat sekitar juga memberikan kontribusi yang positif terhadap perkembangan usaha. Dalam proses produksi, tetangga sekitar kerap turut membantu, terutama ketika jumlah pesanan meningkat atau saat produksi dalam skala besar. Bantuan tersebut sangat berarti bagi UMKM Fadkey, mengingat jumlah tenaga kerja tetap yang masih terbatas. Kehadiran lingkungan yang peduli dan kooperatif menjadi kekuatan tersendiri dalam menjaga kelancaran proses produksi.

Tidak hanya membantu dalam proses produksi, masyarakat sekitar juga berperan sebagai konsumen setia. Banyak warga yang membeli produk untuk kebutuhan pribadi, acara keluarga, maupun sebagai oleh-oleh untuk dibawa ke luar daerah. Dukungan ini secara tidak langsung membantu memperluas pemasaran melalui promosi dari mulut ke mulut, sehingga produk UMKM Fadkey semakin dikenal oleh masyarakat luas. Adanya dukungan keluarga dan lingkungan sosial yang kuat memberikan motivasi bagi pemilik usaha untuk terus mengembangkan usahanya. Sinergi antara keluarga, tetangga, dan masyarakat sekitar menjadi modal sosial yang sangat berharga dalam mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM Fadkey.

c. Potensi Pasar yang Menjanjikan

Produk oleh-oleh khas Bengkulu memiliki potensi pasar yang sangat menjanjikan. Tingginya minat masyarakat terhadap makanan khas daerah menjadi peluang besar bagi UMKM Fadkey untuk terus berkembang. Produk yang dihasilkan tidak hanya diminati oleh masyarakat lokal, tetapi juga banyak dibeli sebagai oleh-oleh untuk dibawa ke luar daerah. Selain itu, wisatawan yang berkunjung ke Bengkulu turut menjadi konsumen potensial. Dengan peluang pasar yang luas, UMKM Fadkey memiliki kesempatan besar untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan usahanya.

2. Faktor Penghambat Pemberdayaan UMKM Fadkey

a. Keterbatasan Peralatan Produksi

Salah satu kendala yang dihadapi UMKM Fadkey adalah keterbatasan alat produksi. Peralatan yang digunakan masih sederhana sehingga kapasitas produksi belum maksimal, terutama saat permintaan konsumen meningkat. Kondisi ini membuat proses produksi memerlukan waktu lebih lama dan memengaruhi efisiensi usaha.

Gambar 2. Peralatan Produksi yang Masih Terbatas



Berdasarkan Gambar 2, terlihat bahwa peralatan produksi yang dimiliki UMKM Fadkey masih tergolong sederhana dan jumlahnya terbatas. Beberapa alat utama yang digunakan dalam proses produksi, seperti oven, blender, dan peralatan pendukung lainnya, belum sepenuhnya memadai untuk menunjang kapasitas produksi dalam jumlah besar. Kondisi ini menjadi salah satu kendala dalam proses pengembangan usaha. Keterbatasan peralatan tersebut menyebabkan proses produksi membutuhkan waktu yang relatif lebih lama, terutama ketika jumlah pesanan meningkat. Selain itu, penggunaan alat yang masih sederhana juga berdampak pada efisiensi kerja, sehingga kapasitas produksi belum dapat dioptimalkan secara maksimal. Hal ini tentu menjadi tantangan bagi UMKM Fadkey dalam memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang. Dengan demikian, penambahan dan modernisasi peralatan produksi menjadi salah satu langkah penting yang perlu dilakukan. Adanya peralatan yang lebih memadai diharapkan dapat meningkatkan produktivitas, mempercepat proses produksi, serta mendukung perkembangan UMKM Fadkey agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

b. Sumber Daya Manusia yang Belum Memadai

Keterbatasan jumlah tenaga kerja menjadi hambatan dalam pengembangan usaha. Saat ini, kegiatan produksi masih dikelola oleh pemilik bersama anggota keluarga, sehingga ketika permintaan meningkat, proses produksi sering kali mengalami kendala. Kurangnya tenaga kerja membuat UMKM Fadkey belum mampu memaksimalkan kapasitas produksi dan memperluas jangkauan pemasaran.

Gambar 3. Proses Produksi dengan Tenaga Kerja Terbatas



Berdasarkan Gambar 3, proses produksi di UMKM Fadkey masih dilakukan dengan sumber daya manusia yang terbatas. Kegiatan operasional usaha sebagian besar dikelola secara mandiri oleh pemilik dengan dukungan anggota keluarga. Keterlibatan keluarga tersebut menjadi salah satu bentuk dukungan yang sangat berarti dalam menjaga keberlangsungan usaha. Namun demikian, jumlah tenaga kerja yang masih minim menjadi salah satu hambatan dalam pengembangan UMKM Fadkey. Ketika permintaan konsumen meningkat, proses produksi sering kali membutuhkan waktu lebih lama karena seluruh tahapan produksi, mulai dari persiapan bahan hingga pengemasan, dilakukan oleh tenaga yang terbatas. Kondisi ini menyebabkan kapasitas produksi belum dapat dioptimalkan secara maksimal. Selain berdampak pada proses produksi, keterbatasan sumber daya manusia juga memengaruhi efektivitas pemasaran dan distribusi produk. Dengan tenaga kerja yang masih terbatas, pengelolaan usaha harus dilakukan secara merangkap, sehingga perluasan usaha belum dapat berjalan secara optimal. Oleh karena itu, penambahan tenaga kerja menjadi salah satu langkah penting untuk mendukung peningkatan produktivitas dan pengembangan UMKM Fadkey di masa mendatang.

3. Upaya Pemberdayaan yang Dilakukan Mahasiswa KKN

a. Pendampingan Pembuatan Media Sosial

Sebagai bentuk pemberdayaan, mahasiswa KKN membantu UMKM Fadkey dalam pembuatan akun media sosial resmi, seperti Instagram, serta pembuatan titik lokasi usaha pada Google Maps. Langkah ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan visibilitas produk di masyarakat, serta memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi usaha. Dengan adanya media sosial dan titik lokasi digital, UMKM Fadkey diharapkan dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.

Gambar 4. Pembuatan Akun Media Sosial UMKM Fadkey



Berdasarkan Gambar 4, mahasiswa KKN melakukan pendampingan kepada UMKM Fadkey dalam pembuatan akun media sosial resmi, khususnya Instagram, sebagai sarana promosi digital, serta pembuatan titik lokasi usaha di Google Maps. Pembuatan akun

Instagram ini merupakan langkah awal dalam memperkenalkan produk UMKM Fadkey kepada masyarakat yang lebih luas melalui platform digital. Kehadiran akun media sosial resmi juga menjadi identitas usaha yang dapat meningkatkan profesionalitas dan kepercayaan konsumen. Melalui akun Instagram tersebut, UMKM Fadkey dapat menampilkan berbagai informasi terkait produk, seperti foto, video, harga, serta proses produksi. Selain itu, penambahan lokasi usaha di Google Maps memudahkan konsumen dalam mencari dan mengakses keberadaan UMKM Fadkey secara langsung. Hal ini juga membantu meningkatkan kemudahan akses informasi serta memperluas jangkauan pemasaran, tidak hanya melalui media sosial tetapi juga melalui pencarian lokasi digital. Konten yang menarik dan informatif di media sosial diharapkan mampu meningkatkan minat konsumen sekaligus memperluas jangkauan pemasaran hingga di luar wilayah Bengkulu.

Dengan adanya pendampingan ini, UMKM Fadkey memiliki peluang yang lebih besar untuk berkembang di era digital. Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi dan Google Maps sebagai penunjuk lokasi usaha diharapkan dapat meningkatkan visibilitas usaha, memperluas pangsa pasar, serta mendorong peningkatan penjualan secara berkelanjutan. Gambar 4 menunjukkan salah satu bentuk nyata kontribusi mahasiswa KKN dalam mendukung transformasi digital UMKM Fadkey.

b. Pembuatan Konten Promosi Digital

Mahasiswa KKN juga membantu membuat foto produk, video promosi, serta desain konten menarik untuk diunggah ke Instagram. Konten tersebut bertujuan untuk menarik minat konsumen dan memperkenalkan produk UMKM Fadkey kepada masyarakat luas. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan serta memperkuat branding usaha.

Gambar 5. Proses Pembuatan Konten Promosi



Berdasarkan Gambar 5, mahasiswa KKN turut berperan aktif dalam membantu UMKM Fadkey membuat konten promosi digital yang menarik dan informatif. Kegiatan ini meliputi pengambilan foto produk, pembuatan video promosi, serta penyusunan desain konten

yang akan diunggah pada media sosial, khususnya Instagram. Konten yang dibuat dirancang untuk menampilkan keunggulan produk sekaligus menarik perhatian calon konsumen. Pembuatan konten promosi ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik visual produk sehingga lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas. Foto dan video yang berkualitas mampu memberikan kesan profesional serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM Fadkey. Selain itu, konten yang kreatif juga dapat memperkuat identitas merek dan membedakan produk dari para pesaing. Melalui strategi promosi digital ini, UMKM Fadkey diharapkan dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta mendorong peningkatan penjualan. Gambar 5 menunjukkan salah satu bentuk pendampingan mahasiswa KKN dalam mendukung pengembangan pemasaran digital dan penguatan branding UMKM Fadkey di era modern.

c. Pemberian Edukasi tentang Digital Marketing

Selain memberikan pendampingan teknis, mahasiswa KKN juga membekali pemilik UMKM Fadkey dengan edukasi mengenai pentingnya pemasaran digital di era modern. Materi yang diberikan meliputi strategi promosi melalui media sosial, cara membuat konten yang menarik, serta langkah-langkah dalam mengelola akun usaha secara efektif dan konsisten. Edukasi ini sangat penting agar pemilik usaha memahami manfaat penggunaan media digital dalam memperluas jangkauan pasar. Melalui kegiatan ini, pemilik UMKM Fadkey diharapkan mampu mengelola media sosial secara mandiri setelah program KKN berakhir. Pengetahuan yang diberikan tidak hanya membantu dalam meningkatkan promosi produk, tetapi juga mendukung keberlanjutan usaha dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin berkembang. Dengan demikian, pemasaran digital dapat menjadi salah satu strategi utama dalam pengembangan UMKM Fadkey di masa mendatang.

d. Hasil Pemberdayaan

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang dilakukan pada UMKM Fadkey, dapat disimpulkan bahwa proses pemberdayaan memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha. Hal ini terlihat dari meningkatnya pemahaman pemilik usaha dalam mengelola bisnis, terutama pada aspek produksi, pemasaran, dan pengembangan produk. Pemberdayaan juga membantu membuka wawasan mengenai pentingnya inovasi agar usaha tetap mampu bersaing di tengah persaingan yang semakin ketat.

Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor pendukung utama dalam pemberdayaan UMKM Fadkey meliputi kualitas produk yang memiliki ciri khas sebagai oleh-oleh Bengkulu, dukungan keluarga yang kuat, serta peluang pasar yang masih luas. Faktor-faktor tersebut menjadi modal penting dalam mendukung keberlangsungan dan perkembangan usaha. Namun, masih terdapat beberapa kendala,

seperti keterbatasan alat produksi, jumlah tenaga kerja yang terbatas, serta pemasaran digital yang belum optimal. Kondisi ini menjadi tantangan yang perlu diatasi agar usaha dapat berkembang lebih maksimal.

Melalui pendampingan mahasiswa KKN, UMKM Fadkey memperoleh tambahan pengetahuan dan keterampilan, khususnya dalam pemasaran digital, pengelolaan media sosial, serta pembuatan konten promosi produk. Pendampingan ini membantu pemilik usaha memahami pentingnya strategi pemasaran modern untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan adanya kerja sama antara pemilik usaha, mahasiswa KKN, dan masyarakat sekitar, hasil pemberdayaan ini diharapkan mampu memberikan dampak jangka panjang. UMKM Fadkey memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan menjadi salah satu ikon oleh-oleh khas Bengkulu yang mampu bersaing di tingkat lokal maupun nasional.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengabdian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan UMKM Fadkey sebagai usaha makanan oleh-oleh khas Bengkulu dipengaruhi oleh berbagai faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung utama meliputi kualitas produk yang baik, cita rasa khas daerah, dukungan keluarga dan lingkungan sekitar, serta potensi pasar yang cukup menjanjikan. Keunggulan produk lokal yang dimiliki UMKM Fadkey menjadi modal penting dalam menarik minat konsumen, baik masyarakat lokal maupun wisatawan. Dukungan keluarga juga berperan besar dalam keberlangsungan usaha, mulai dari proses produksi hingga pemasaran.

Di sisi lain, UMKM Fadkey masih menghadapi beberapa kendala dalam proses pengembangannya. Keterbatasan alat produksi menyebabkan kapasitas produksi belum maksimal, terutama saat permintaan meningkat. Selain itu, jumlah tenaga kerja yang masih terbatas membuat proses produksi dan distribusi belum berjalan optimal. Hambatan lainnya adalah pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi yang sebelumnya belum dilakukan secara maksimal, sehingga pemasaran digital masih terbatas.

Melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN), mahasiswa berperan aktif dalam membantu pemberdayaan UMKM Fadkey, khususnya dalam bidang pemasaran digital. Pendampingan yang dilakukan meliputi pembuatan akun media sosial resmi, penyusunan konten promosi, pengambilan foto dan video produk, serta edukasi mengenai strategi digital marketing. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan pemilik usaha dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi dan perluasan pasar.

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa kerja sama antara pemilik usaha, mahasiswa KKN, dan lingkungan sekitar mampu meningkatkan kapasitas UMKM Fadkey dalam menghadapi persaingan usaha. Pemanfaatan media sosial diharapkan dapat memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan daya saing produk, serta memperkuat branding UMKM Fadkey sebagai salah

satu usaha oleh-oleh khas Bengkulu. Dengan demikian, pemberdayaan UMKM Fadkey tidak hanya memerlukan dukungan internal dari pemilik dan keluarga, tetapi juga dukungan eksternal melalui pendampingan, inovasi, dan pemanfaatan teknologi. Jika kendala yang ada dapat diatasi secara bertahap, UMKM Fadkey memiliki potensi besar untuk berkembang lebih pesat, meningkatkan kesejahteraan pemilik dan tenaga kerja, serta menjadi salah satu ikon oleh-oleh khas Bengkulu di pasar lokal maupun nasional.

Daftar Pustaka

- Anita, Efni, and Ahmad Syahrizal. "Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Tahu Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi UMKM TAHU Desa Mendis Kabupaten Musi Banyuasin)" 1, no. 4 (2023): 1–17.
- Aotama, Reynaldo Christian. "Analisis Faktor Penghambat Pertumbuhan UMKM Kota Tomohon Di Era New Normal." *Jurnal Ekobistek* *Https*: 12 (2023): 466–72. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i1.409>.
- Fauziah, Ferry Duwi Kurniawan Luluk. "PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM PENANGGULANGAN KEMISKINAN." *Program Studi Administrasi Negara Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, n.d., 165–76.
- Ferry. "PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM PENANGGULANGAN KEMISKINAN Ferry." *JKMP* 2, no. 2 (2014): 165–76.
- Hariyoko, Yusuf. "Pengembangan UMKM Di Kabupaten Tuban," 2010, 1011–15.
- Korespondens, Email, and Article Accepted. "Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum," 2026, 4747–58.
- Lucky, Maskarto, Nara Rosmadi, Maskarto Lucky, and Nara Rosmadi. "Analisis Faktor-Faktor Penunjang Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)," 2019, 41–48.
- Nanta, Bayu Mega, Hafiz Yazid Tanjung, Muhammad Akmal Parlindungan, Murniati Arinda Saragih, Rizki Ramadhan Tanjung, Sari Wulandari, Universitas Islam, et al. "ANALISIS PERKEMBANGAN UMKM DALAM MENINGKATKAN PERTUMBUHAN EKONOMI DI SUMATERA UTARA" 10, no. 204 (2025): 158–69.
- Pk, Elisabeth, Paskah Ika, Chandra Arifin, and D A N Menengah Umkm. "Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm)" 10, no. 2 (2012).
- S, Desika Karinayah. "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Sidoarjo Sumber : Lembaga Pengembangan Perbankan," 2012, 1–13.
- Safitri, Adelia, Fathiya Syahidah Nasution, and Maulida Rahma. "Analisis Faktor-Faktor Pendukung Pertumbuhan UMKM : Studi Kasus Toko Salamah." *Journal of Innovative Research* 02 (2025): 585–93.
- Siahaan, Audrey M. Siahaan Rusliaman. "FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT KINERJA UMKM DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING." *Stindo Profesional* VI, no. 6 (2020): 143–56.
- Yuliani, Fejri, Anis Nur Khairiah, and Muhammad Dedy Triatmojo. "Strategi Transformasi UMKM Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif Di Era Digital Dan Implikasinya Terhadap Kesejahteraan Keluarga" 2, no. 1 (2026): 215–24. <https://doi.org/10.64845/optimanus.v2i1>.