

PENINGKATAN KAPASITAS KELOMPOK USAHA DI PULAU SUMBA

Firmike Lidyatami Radja

Universitas Kristen Wira Wacana Sumba

**Corresponding Author: firmikeradja@unkrswina.ac.id*

Article Info

Article History:

Received November 25, 2025

Revised December 8, 2025

Accepted December 23, 2025

Keywords:

Business,
OVOP,
financial management,
customer loyalty,
community empowerment,

Copyright © 2025, The Author(s).
This is an open access article
under the CC-BY-SA license



ABSTRAK

Peningkatan kapasitas lembaga ekonomi dan kelompok usaha masyarakat di empat kabupaten di Pulau Sumba ini bertujuan untuk memperkuat pengelolaan usaha melalui pengembangan kemampuan dalam pengelolaan keuangan usaha dan strategi membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Kegiatan ini merupakan bagian dari Program One Village One Product (OVOP) yang diselenggarakan oleh Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) bekerja sama dengan perguruan tinggi di Pulau Sumba. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan edukatif dan partisipatif. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pada pemahaman peserta mengenai pencatatan keuangan, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta penyusunan laporan keuangan sederhana. Selain itu, peserta juga memahami pentingnya orientasi pelanggan melalui peningkatan kualitas pelayanan dan komunikasi berkelanjutan.

ABSTRACT

The capacity-building program for economic institutions and community business groups in four districts on Sumba Island aims to strengthen business management by improving skills in enterprise financial management and in developing strategies for building long-term relationships with customers. This activity is part of the One Village One Product (OVOP) Program organized by the Provincial Office of Community and Village Empowerment (DPMD) of East Nusa Tenggara (NTT), in collaboration with higher education institutions on Sumba Island. The implementation method uses an educational and participatory approach. The results of the program show an improvement in participants' understanding of financial record-keeping, separating personal and business finances, and preparing simple financial statements. In addition, participants also gained an understanding of the importance of customer orientation through enhanced service quality and continuous communication.

How to cite: Radja, F. L. (2025). PENINGKATAN KAPASITAS KELOMPOK USAHA DI PULAU SUMBA. *Devote: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 4(4), 857–863. <https://doi.org/10.55681/devote.v4i4.5070>

PENDAHULUAN

Pulau Sumba merupakan salah satu wilayah strategis di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) yang memiliki potensi ekonomi lokal yang sangat besar untuk dikembangkan dalam kerangka program *One Village One Product (OVOP)*. Empat kabupaten yang meliputi Pulau Sumba yaitu Sumba Timur, Sumba Tengah, Sumba Barat, dan Sumba Barat Daya, menyimpan beragam kekayaan sumber daya alam dan budaya yang unik, seperti hasil pertanian organik, madu hutan, garam tradisional, tenun ikat, serta produk kriya berbasis bambu dan kulit (Amah et al. 2022; Limono 2019). Keanekaragaman komoditas ini merepresentasikan karakteristik khas ekonomi lokal yang dapat menjadi dasar pengembangan produk unggulan daerah berbasis kearifan lokal.

Potensi ekonomi di Pulau Sumba memiliki peluang besar untuk tumbuh melalui penguatan kapasitas usaha masyarakat dan pemanfaatan inovasi digital. Namun, sebagian besar kelompok usaha masyarakat masih beroperasi dalam skala kecil, bersifat tradisional, dan belum memiliki perencanaan bisnis jangka panjang. Keterbatasan modal, SDM yang terbatas serta sistem pembukuan dan manajemen keuangan usaha masih sederhana, serta belum sepenuhnya menerapkan prinsip tata kelola yang transparan. Akibatnya, produktivitas dan nilai tambah ekonomi yang dihasilkan masih terbatas (Siregar et al., 2025).

Permasalahan serupa juga ditemukan pada aspek pemasaran. Banyak produk unggulan desa di Pulau Sumba belum memiliki strategi pemasaran yang efektif dan berorientasi pada pasar global. Produk masih dijual dalam lingkup lokal, tanpa diferensiasi merek atau inovasi kemasan yang menarik. Kondisi ini diperkuat oleh rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha, yang menghambat kemampuan mereka untuk memanfaatkan platform *e-commerce* dan media sosial sebagai sarana promosi (Fauziah and Suarantalla 2025).

Padahal perkembangan sektor pariwisata dan ekonomi digital di wilayah NTT dalam beberapa tahun terakhir membuka peluang yang sangat besar bagi produk lokal Sumba untuk menembus pasar yang lebih luas. Pertumbuhan wisata berbasis alam dan budaya telah mendorong peningkatan permintaan terhadap produk khas lokal seperti tenun ikat, madu hutan, dan kriya bambu sebagai suvenir wisata. Selain itu, meningkatnya akses internet dan penggunaan teknologi informasi di wilayah NTT memungkinkan pelaku usaha mikro untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital, memperluas jaringan kemitraan, dan meningkatkan daya saing produk di tingkat nasional maupun internasional (Sayyidina et al., 2024).

Dengan demikian, Pulau Sumba memiliki potensi ekonomi yang besar, tetapi memerlukan strategi penguatan kelembagaan, peningkatan kapasitas manajerial, serta inovasi dalam produksi dan pemasaran. Melalui pendekatan pemberdayaan berbasis OVOP yang kolaboratif melibatkan pemerintah, akademisi, dan sektor swasta diharapkan pelaku usaha lokal di Pulau Sumba dapat bertransformasi dari usaha skala kecil menuju ekonomi desa yang mandiri, kreatif, dan berorientasi global.

Berdasarkan hal tersebut, kegiatan pelatihan ini dirancang sebagai salah satu langkah strategis Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) dalam memperkuat arah pembangunan ekonomi berbasis potensi lokal di kawasan pedesaan. Melalui koordinasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi NTT, kegiatan ini menjadi wujud nyata sinergi antara pemerintah daerah, lembaga akademisi, serta pemangku kepentingan lainnya dalam upaya meningkatkan kapasitas dan kemandirian masyarakat desa secara berkelanjutan. Program ini diharapkan tidak hanya memperkuat kemampuan sumber daya manusia di tingkat desa, tetapi juga mampu menciptakan inovasi ekonomi lokal yang berdaya saing dan berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat pedesaan di Provinsi Nusa Tenggara Timur.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini dirancang dengan menggunakan pendekatan edukatif dan partisipatif, yang menekankan pada proses pembelajaran aktif, sehingga peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis, tetapi juga mampu mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam konteks nyata di unit usaha mereka masing-masing (Aditama et al., 2025).

Kegiatan ini juga secara khusus melibatkan perguruan tinggi, dengan menghadirkan dosen sebagai pelatih dan narasumber utama. Keterlibatan dosen tidak hanya berfungsi sebagai fasilitator dalam proses transfer pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga menjadi wujud nyata kontribusi akademisi dalam mengimplementasikan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam bidang pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada pemberdayaan ekonomi desa.

Sebelum kegiatan dilaksanakan, narasumber bersama panitia terlebih dahulu melakukan konsolidasi dan koordinasi teknis guna memastikan seluruh rangkaian kegiatan dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan. Dalam pertemuan tersebut, dibahas berbagai hal penting seperti penyesuaian materi pelatihan, pembagian peran dan tanggung jawab, serta kesiapan logistik dan peserta. Melalui proses konsolidasi ini, diharapkan pelaksanaan pelatihan dapat berlangsung efektif, terarah, dan memberikan hasil yang maksimal bagi para peserta.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada bulan September tahun 2025 dan bertempat di Hotel Elvin, Waingapu, Kabupaten Sumba Timur. Kegiatan diikuti oleh 50 peserta, yang merupakan perwakilan dari empat kabupaten di Pulau Sumba, yaitu Sumba Barat Daya, Sumba Barat, Sumba Tengah, dan Sumba Timur. Setiap peserta turut didampingi oleh staf Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD)

tingkat kabupaten. Adapun desa peserta kegiatan yang telah mengembangkan produk unggulan lokal sebagai hasil potensi dan kearifan masing-masing wilayah, dapat dirinci sebagai berikut.

1. Kabupaten Sumba Barat Daya
 - *Desa Laga Lete*: Kopi Laga Lete, Jahe Laga Lete, Temulawak Laga Lete
 - *Desa Wee Kokora*: Saos Tomat, Sambal Asli, Ekstrak Jahe Merah
2. Kabupaten Sumba Barat
 - *Desa Ubu Pede*: Tenun Ikat dan produk turunannya
 - *Desa Wailibo*: Gerabah dan kerajinan tanah liat
3. Kabupaten Sumba Tengah
 - *Desa Susu Wendewa*: Garam produksi dan garam konsumsi
 - *Desa Mataredi*: Teh Lalia Moru, Teh Lalia Linu, Minyak Atsiri (Sereh dan Kemiri), Simplisia Jahe (Jahe Kering), Sabun Mandi Atsiri (Bodywash), dan Sabun Muka Atsiri
4. Kabupaten Sumba Timur
 - *Desa Paribakul, Kecamatan Haharu*: Kacang Telur Haharu dan Manila Humba
 - *Desa Laindeh, Kecamatan Pandawai*: Kain Tenun Ikat Sumba dan Aksesori Tenu

Materi yang disampaikan dalam kegiatan pelatihan ini mencakup berbagai aspek penting dalam penguatan kapasitas pelaku usaha dan pengelola usaha, antara lain:

1. Izin Penerapan Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik (CPPOB) dan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) di Sarana Produksi Pangan Olahan.
2. Peranan Kemasan dan Labeling dalam Meningkatkan Nilai Tambah Produk.
3. Pengelolaan dan Pelaporan Keuangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).
4. Strategi Membangun Hubungan Jangka Panjang dengan Pelanggan.
5. Digital Marketing untuk Pengembangan Produk OVOP dan Pemanfaatan Marketplace (praktik pembuatan akun, login, upload produk, serta promosi digital).
6. Langkah-Langkah Membuat Konten Video yang Menarik untuk Promosi Produk.
7. Kebijakan Pemerintah Provinsi dalam Program *One Village One Product* (OVOP).
8. Pemanfaatan Aplikasi Canva sebagai Alat untuk Membuat Label dan Media Promosi Produk.
9. Praktik Langsung Menggunakan Canva untuk Mendesain Label dan Media Promosi serta Pembuatan Tugas Desain Label.
10. Kegiatan Praktik Lapangan di Rumah Produksi UMKM Kawini Raing sebagai bentuk penerapan langsung dari materi yang telah diberikan.

Dari sejumlah materi yang disampaikan dalam pelatihan tersebut, penulis turut berperan sebagai narasumber dalam penyampaian materi mengenai *Pengelolaan dan Pelaporan Keuangan UMKM* serta *Strategi Membangun Hubungan Jangka Panjang dengan Pelanggan*. Kedua materi ini berfokus pada penguatan kapasitas manajerial dan peningkatan profesionalisme pelaku usaha agar mampu mengelola keuangan secara akuntabel serta menciptakan loyalitas pelanggan melalui pelayanan yang berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Peningkatan Kapasitas Lembaga Ekonomi dan Kelompok Usaha Masyarakat di Desa dan Kelurahan Lokasi Program *One Village One Product* (OVOP) telah terlaksana dengan baik dan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Adapun rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan dalam program ini meliputi beberapa tahapan dan bentuk kegiatan sebagai berikut:

1. Pengelolaan dan pelaporan Keuangan UMKM

Kegiatan pelatihan pengelolaan dan pelaporan keuangan usaha telah dilaksanakan dan diikuti oleh kelompok-kelompok usaha yang menjadi peserta kegiatan. Para peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Materi yang disampaikan dinilai sangat relevan dan dibutuhkan oleh peserta, mengingat sebagian besar pelaku usaha belum menerapkan sistem pengelolaan dan pelaporan keuangan secara optimal. Melalui kegiatan ini, peserta memperoleh

pemahaman baru bahwa keberlanjutan dan perkembangan usaha sangat bergantung pada kemampuan dalam pengelolaan dan pelaporan keuangan secara baik dan terencana (Arifin et al. 2024; Musqari et al. 2022; Wardi and Putri 2020).

Dalam kegiatan ini, para peserta juga berkesempatan untuk melakukan *sharing* mengenai praktik pengelolaan dan pelaporan keuangan yang selama ini diterapkan dalam usaha mereka. Dari proses diskusi tersebut terungkap bahwa hampir seluruh peserta belum melakukan pengelolaan dan pelaporan keuangan secara optimal. Sebagian besar hanya melakukan pencatatan sederhana yang belum mencerminkan kondisi keuangan usaha secara menyeluruh. Peserta juga menyampaikan bahwa mereka masih mengalami kesulitan dalam menerapkan prinsip-prinsip dasar pengelolaan keuangan yang baik. Permasalahan utama yang ditemukan adalah belum terbentuknya kebiasaan untuk melakukan pencatatan keuangan secara rutin, teratur, dan disiplin. Selain itu, mayoritas pelaku usaha belum mampu memisahkan keuangan pribadi dari keuangan usaha. Kondisi ini menyebabkan proses penyusunan laporan keuangan menjadi tidak akurat dan menyulitkan mereka dalam melakukan analisis terhadap kondisi finansial usaha, termasuk untuk pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat (Himawan & sujaya, 2025; Saraswati et al., 2023).

Sebagai tindak lanjut dari permasalahan tersebut, dalam kegiatan tersebut diberikan pemahaman mengenai langkah-langkah praktis pengelolaan keuangan usaha. Materi yang disampaikan meliputi pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan usaha, disiplin dalam melakukan pencatatan transaksi keuangan, penyusunan laporan keuangan sederhana, penguatan pondasi finansial usaha, perencanaan serta pengelolaan utang secara bijak, dan evaluasi kinerja keuangan serta target usaha. Melalui tahapan tersebut, diharapkan para pelaku usaha mampu menilai kinerja usahanya, mengukur kekuatan finansial, membuat keputusan bisnis yang tepat, serta mendeteksi potensi masalah keuangan sejak dini.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan



Gambar 2. Foto bersama peserta kegiatan

2. Membangun Hubungan Jangka Panjang dengan Pelanggan

Setelah peserta memperoleh materi pelatihan mengenai pengelolaan keuangan usaha, kegiatan dilanjutkan dengan sesi edukasi yang berfokus pada strategi membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan sebagai salah satu aspek penting dalam menjaga keberlanjutan usaha. Pada sesi ini, peserta diajak untuk memahami bahwa keberhasilan suatu bisnis tidak hanya ditentukan oleh kemampuan dalam mengelola keuangan secara efektif, tetapi juga oleh kemampuan menjaga hubungan yang kuat, konsisten, dan saling menguntungkan dengan pelanggan. Dari hasil diskusi, diketahui bahwa sebagian besar pelaku usaha masih menghadapi berbagai kendala dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang yang berkesinambungan. Beberapa faktor penyebabnya antara lain keterbatasan pemahaman terhadap perilaku konsumen, pelayanan purna jual yang belum optimal, serta kurangnya penerapan strategi komunikasi yang efektif untuk menjaga kedekatan dengan pelanggan. Kondisi tersebut berdampak pada sulitnya usaha-usaha peserta membangun basis pelanggan tetap, padahal keberadaan pelanggan loyal merupakan aset strategis yang sangat penting bagi pertumbuhan dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang (Putri and Muanas, 2025).

Sebagai tindak lanjut dari kondisi tersebut, memberikan pemahaman yang berfokus pada penerapan strategi *relationship marketing*, seperti menjaga komunikasi yang berkelanjutan, memberikan pelayanan yang responsif dan personal, serta menciptakan pengalaman pelanggan yang positif di setiap interaksi. Peserta juga dibekali pemahaman tentang pentingnya mendengarkan masukan pelanggan, mengelola keluhan dengan empati, serta memberikan nilai tambah melalui inovasi produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar (Anggraeni, 2024; Metris et al. 2025; Saepuloh et al 2024).



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan



Gambar 4. Foto bersama peserta kegiatan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelatihan pengelolaan keuangan usaha dan membangun kepuasan serta loyalitas pelanggan bagi usaha di empat kabupaten di Pulau Sumba berlangsung dengan baik dan mendapat sambutan positif dari peserta. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengelola usaha dalam menerapkan tata kelola keuangan yang transparan, akuntabel, dan efisien, seperti pencatatan transaksi, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta penyusunan laporan keuangan sederhana. Selain itu, pelatihan juga memberikan pemahaman tentang pentingnya hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui kepuasan dan loyalitas pelanggan sebagai kunci keberlanjutan usaha melalui peningkatan kualitas pelayanan dan konsistensi produk. Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya memperkuat kapasitas teknis, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya inovasi, kolaborasi, dan profesionalisme dalam pengelolaan usaha desa.

Saran

Diperlukan pelatihan lanjutan dan pendampingan berkelanjutan bagi pengelola usaha untuk memperkuat kemampuan dalam pengelolaan keuangan dan peningkatan kinerja usaha. Penguatan kapasitas sumber daya manusia menjadi prioritas utama agar pengelola usaha lebih kompeten, inovatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi dan pasar. Usaha juga perlu mengadopsi sistem keuangan dan layanan berbasis digital untuk meningkatkan efisiensi serta memperluas jangkauan pelanggan. Selain itu, penting dilakukan evaluasi rutin terhadap kepuasan pelanggan guna menciptakan loyalitas dan pelayanan yang berkelanjutan. Kolaborasi usaha di empat kabupaten di Pulau Sumba serta dukungan aktif dari pemerintah dan lembaga terkait diharapkan dapat memperkuat daya saing, memperluas jaringan usaha, dan mewujudkan kemandirian ekonomi desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) atas kerja sama dan kolaborasi yang terjalin dengan Universitas Kristen Wira Wacana (Unkriswina) Sumba, khususnya dalam pelibatan dosen sebagai pemateri pada kegiatan Peningkatan Kapasitas Lembaga Ekonomi dan Kelompok Usaha Masyarakat di Desa dan Kelurahan Lokasi Program One Village One Product (OVOP). Kolaborasi ini menjadi wujud nyata sinergi antara pemerintah daerah dan perguruan tinggi dalam mendukung penguatan kapasitas kelembagaan ekonomi masyarakat menuju kemandirian dan keberlanjutan pembangunan desa di Nusa Tenggara Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, W., Mukti, P., & Saputra, H. (2025). Pemberdayaan Posyandu Lansia untuk Meningkatkan Produktifitas Lansia Desa Sombro Kabupaten Nganjuk. *Cendekia : Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 7(2), 54–62.
- Amah, Y. A., Meiyasa, F., & Tega, R. (2022). Kajian Mutu Garam Di Beberapa Sentra Produksi Di Kabupaten Sumba Timur [*Study Of Salt Quality In Some Production Centers In East Sumba District*]. *Jurnal Aquatik*. 108–117.
- Anggraeni, R., & Susianti, D. (2024). Pengaruh Penanganan Keluhan Pelanggan dan Fitur Aplikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*. 3(2), 797–810.
- Arifin, M. A., Ghozali, Z., Sutandi, S., Irwadi, M., & Sjakhyakirti, U. (2024). Pentingnya laporan keuangan untuk pengembangan usaha bagi umkm wilayah belitung. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*. 2(2), 555–560.
- Fauzuah, & Suarantalla. (2025). Pengaruh Literasi Digital, Inovasi Produk, Dan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*. 10(1), 221-240.
- Himawan, A. A., & Sujaya, A. F. (2025). Strategi Efektif Dalam Memisahkan Keuangan Pribadi Dengan Usaha. *Jurnal Pengabdian Mahasiswa*. 3(2), 2199–2203.

- Sayyidinaa, S. H., Azzahra, Y., & Hamndani (2024). Strategi Pemasaran Efektif untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Bisnis UMKM di Era Digital Modern. *MANABIS (Jurnal Manajemen dan Bisnis)*. 3(3), 105–111.
- Limono, L. (2019). *Potensi Kriya di Kabupaten Sumba Barat Daya*. *Jurnal Senirupa Warna*. 7(1), 47-59.
- Metris, D., Rasyiddin, A., Siahaan, F. S., Aulia, K. R., & Faatihah, A. R. (2025). Inovasi , Teknologi dan Kepuasan Pelanggan : Kunci Keberhasilan UMKM di Pasar yang Kompetitif. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*. 8, 90–102.
- Musqari, N., Paramita, G., Kisworo, Y., & Sundawa, R. D. (2022). Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Pelaporan Keuangan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. 1(1), 41–47.
- Putri, N. S., & Muanas, A. (2025). *Pengaruh Digital Marketing , Customer Relationship Management , dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Pasar BTC Surakarta Abstrak Pendahuluan*. *Jurnal Ilmu Ekonomi*. 8(3), 764–774.
- Saepuloh, A., Nurasih, O. B., S. P. E., S, E. M., & Simanjutak, V. (2024). Pentingnya Komunikasi Bagi Pelaku Umkm Dalam Memasarkan Product. *Jurnal Pengabdian Mandiri*. 3(8), 755–762.
- Saraswati, F. D., Astuti, T. D. (2023). Penerapan pembukuan sederhana pada pelaku umkm di kabupaten kulon progo. *Communnity Development Journal*. 4(6), 12013–12017.
- Siregar, R., Anindya, D. A., & Arianto, B. (2025). Pendampingan Struktur Modal dan Pengendalian Internal bagi UMKM Perdesaan Jawa Kresinografi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat..* 1(3), 149–158.
- Wardi, J., & Putri, G. E. (2020). Pentingnya Penerapan Pengelolaan Keuangan Bagi Umkm. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*. 17(1), 56–62.