

Community Empowerment Through the Utilization of Local Food-Based Pecotot Reborn MSMEs in Pulau Sejuk Village, Datuk Limapuluh District

Rodhiatam Mardiah Damanik¹, Elizon Nainggolan²

^{1,2}Program Studi Pendidikan Luar Sekolah, Universitas Negeri Medan, Indonesia

Email: rodhidamanik@gmail.com; elizonnaingg06@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan UMKM Pecotot Reborn berbasis pangan lokal di Desa Pulau Sejuk, Kecamatan Datuk Limapuluh. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan UMKM Pecotot Reborn mencerminkan pola pemberdayaan kolaboratif antara pemerintah desa dan pelaku usaha. Pemerintah tetap memegang peran utama namun memberikan ruang partisipatif dalam pengambilan keputusan strategis. Pemberdayaan masyarakat tercermin melalui enam indikator utama, yaitu *wewenang (authority)*, *kepercayaan dan kemampuan (confidence and competence)*, *keyakinan (trust)*, *kesempatan (opportunities)*, *tanggung jawab (responsibilities)*, dan *dukungan (support)*. UMKM Pecotot Reborn mampu meningkatkan kemampuan promosi digital, menjaga kualitas produk, memperluas jaringan usaha, serta berinovasi dalam pengembangan pangan lokal. Dukungan pemerintah melalui pelatihan, modal, dan promosi juga memperkuat keberlanjutan usaha. Secara keseluruhan, UMKM Pecotot Reborn berkontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan, kemandirian ekonomi, dan pelestarian pangan lokal masyarakat Desa Pulau Sejuk.

Keyword: Pemberdayaan Masyarakat; UMKM; Pecotot Reborn

ABSTRACT

This study aims to analyze community empowerment through the utilization of local food-based Pecotot Reborn MSMEs in Pulau Sejuk Village, Datuk Limapuluh District. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The results show that the management of Pecotot Reborn MSMEs reflects a collaborative empowerment pattern between the village government and business actors. The government still plays a primary role but provides participatory space in strategic decision-making. Community empowerment is reflected through six main indicators: authority, confidence and competence, trust, opportunities, responsibilities, and support. Pecotot Reborn MSMEs are able to improve digital promotion capabilities, maintain product quality, expand business networks, and innovate in local food development. Government support through training, capital, and promotion also strengthens business sustainability. Overall, Pecotot Reborn MSMEs contribute significantly to increasing income, economic independence, and preserving local food for the people of Pulau Sejuk Village.

Keyword: Community Empowerment; MSMEs; Pecotot Reborn

Corresponding Author:

Rodhiatam Mardiah Damanik,
Universitas Negeri Medan,
Jl. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan,
Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20221, Indonesia
Email: rodhidamanik@gmail.com



1. INTRODUCTION

Setiap individu memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya guna mencapai kesejahteraan. Oleh karena itu, masyarakat yang memiliki potensi dan mampu mengidentifikasi serta

memahami kemampuan yang dimiliki, serta dapat menganalisis lingkungan sekitarnya, berpeluang untuk menemukan dan mengembangkan usaha yang ada. Diharapkan, keberadaan peluang usaha ini dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat, sehingga kondisi kehidupan mereka menjadi lebih baik. Selain itu, peluang usaha yang muncul di suatu daerah diharapkan dapat menjadi identitas khas bagi wilayah tersebut.

Dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Pasal I ayat 12 tentang Desa menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat desa merupakan usaha untuk mengembangkan masyarakat menjadi mandiri dan sejahtera. Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu pendekatan yang memperhatikan seluruh aspek kehidupan masyarakat dengan melibatkan semua lapisan. Melalui pemberdayaan ini, diharapkan dapat membangkitkan kemampuan mandiri (*self-help*) masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui modernisasi, yang mencakup perubahan cara berpikir, sikap, dan perilaku menuju kemajuan. Oleh karena itu, bidang pemberdayaan masyarakat menjadi titik strategis yang perlu diperbarui dan diperluas.

Di pedesaan, pemberdayaan masyarakat berfokus pada pemanfaatan sumber daya lokal, serta mendorong kepedulian semua pihak untuk mencapai kemandirian dan meningkatkan partisipasi. Desa berperan sebagai ujung tombak pemerintahan terendah yang memiliki otonomi dalam mengatur pembangunan demi kesejahteraan rakyat. Namun, pelaksanaan pemberdayaan ini harus tetap diawasi untuk mencegah terjadinya penyimpangan dan penyalahgunaan wewenang (Pratiwi et al., 2023).

Dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan hidup, salah satu alternatif yang dapat diambil adalah dengan menjalankan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di Indonesia, UMKM telah menjadi salah satu *platform* yang dapat membuka wawasan untuk menciptakan lapangan pekerjaan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah tahun 2020, perkembangan industri Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memainkan peran yang sangat penting bagi negara. Kontribusi UMKM terlihat dari pendapatan nasional, penyerapan tenaga kerja, penghasil devisa, serta dominasi UMKM dalam sektor usaha di Indonesia. Pada tahun 2020, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 61% dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Selain itu, UMKM menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja Indonesia, yang setara dengan 117 juta pekerja (Bank Indonesia, 2016:25). Dominasi UMKM dalam sektor usaha di Indonesia mencapai 99,99% dari total usaha yang ada, dengan jumlah pelaku usaha diperkirakan mencapai 6,42 juta hingga tahun 2024. Diperkirakan, jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2024 akan melebihi 65 juta unit.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tersebar di berbagai sektor, termasuk kuliner, *fashion*, kerajinan tangan, dan teknologi digital. Di antara jenis-jenis UMKM, usaha kuliner merupakan salah satu yang paling diminati, bahkan di kalangan generasi muda. Dengan memanfaatkan inovasi dalam bidang makanan dan modal yang relatif kecil, usaha ini menunjukkan prospek yang cukup menjanjikan, mengingat kebutuhan makanan yang selalu ada setiap hari. Salah satu contoh usaha kuliner yang terkenal adalah Pecotot Reborn.

Tempat tersebut dinamakan Pecotot Reborn karena pada awalnya daerah itu merupakan lokasi yang ramai dikunjungi oleh masyarakat. Di lokasi ini, warga setempat banyak yang menjajakan makanan khas Jawa, seperti getuk, cenil, tiwol, dan klepon, yang juga dikenal dengan sebutan *pecotot*. Tempat ini sempat menjadi favorit bagi kalangan anak muda untuk berkumpul sambil menikmati jajanan tradisional. Dengan diperkenalkannya desa wisata di bidang kuliner, terutama yang berkaitan dengan pangan lokal, perhatian yang lebih serius menjadi sangat penting sebagai bagian dari rangkaian kegiatan wisata. Tren pariwisata belakangan ini menunjukkan bahwa wisatawan tidak hanya mengunjungi suatu daerah untuk menikmati keindahan alam dan keunikan budaya masyarakat lokal, tetapi juga untuk berwisata kuliner, menikmati berbagai produk pangan lokal, baik sebagai hidangan di lokasi wisata maupun sebagai oleh-oleh atau buah tangan (Purnomo et al., 2020).

Keberadaan kuliner malam Pecotot Reborn juga berfungsi untuk melestarikan kearifan lokal yang telah ada sejak dahulu. Di Pecotot Reborn terdapat 16 gerai yang menawarkan makanan tradisional serta berbagai kuliner lainnya, dilengkapi dengan fasilitas tempat duduk dan area bermain anak, yang beroperasi setiap malam Kamis dan malam Minggu. Berdasarkan hasil observasi, jumlah pendapatan keluarga sebelum berjualan di Pecotot Reborn Desa Pulau Sejuk rata-rata berkisar antara Rp500.000–Rp1.000.000 setiap bulan. Setelah berjualan di Pecotot Reborn, mendapatkan keuntungan Rp300.000–Rp400.000 dalam dua kali berjualan selama seminggu.

Penelitian ini berfokus pada pemberdayaan masyarakat, yang diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang peran pendidikan masyarakat dalam mendukung pelaku UMKM berwirausaha agar dapat memperoleh laba yang maksimum sehingga usaha tersebut dapat terus berkembang untuk meningkatkan pendapatan, termasuk meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Pulau Sejuk yang berjualan di Pecotot Reborn tersebut. Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana UMKM Pecotot Reborn menjadi model pemberdayaan berbasis komunitas yang efektif. Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut, peneliti terdorong untuk meneliti sebuah penelitian dengan judul “Pemberdayaan Masyarakat melalui

Pemanfaatan UMKM Pecotot Reborn Berbasis Pangan Lokal di Desa Pulau Sejuk Kecamatan Datuk Limapuluh”.

2. RESEARCH METHOD

Metodologi penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Peneliti mengumpulkan dan menganalisis data ini secara kualitatif tanpa menggunakan angka, sebaliknya justru memberikan penafsiran data daripada menggunakan angka.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif, yaitu pendekatan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian dengan cara mencari sumber informasi, wawancara, dan hasil dokumentasi internal meliputi Pemerintah Desa Pulau Sejuk dan pelaku UMKM yang berada dalam kegiatan Pecotot Reborn.

Menurut Purba et al. (2021), penelitian deskriptif adalah pengumpulan data untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan tentang status terlahir subjek penelitian, yang merupakan metode penelitian faktual tentang status sekelompok orang, suatu objek, suatu keadaan, sistem pemikiran, atau peristiwa dalam saat ini.

Penelitian dilakukan di UMKM Pecotot Reborn dengan mengambil tiga informan yang aktif berjualan di UMKM Pecotot Reborn sebagai informan dengan menggunakan teknik pengambilan *purposive sampling*. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pedoman observasi (pengamatan langsung ke lokasi penelitian), pedoman wawancara yang berisikan pertanyaan mendalam tentang bagaimana pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan UMKM Pecotot Reborn berbasis pangan lokal di Desa Pulau Sejuk, Kecamatan Datuk Limapuluh.

Data dianalisis dengan menggunakan analisis data yang mengikuti model analisis interaktif menurut Rukminingsih (2020), yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan keabsahan penelitian yaitu triangulasi sumber, triangulasi teori, serta triangulasi teknik.

3. RESULTS AND DISCUSSION

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan teori pemberdayaan *ACTORS* dalam kegiatan UMKM Pecotot Reborn berbasis pangan lokal di Desa Pulau Sejuk menekankan pada individu yang dapat melakukan perubahan dengan memberikan kebebasan kepada pelaku UMKM untuk bertanggung jawab atas ide, keputusan, dan tindakan mereka. Peneliti melakukan observasi, dokumentasi, dan wawancara secara langsung kepada tiga pelaku UMKM Pecotot Reborn. Ketiga informan memberikan penjelasan bagaimana pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan UMKM Pecotot Reborn berbasis pangan lokal dapat membantu dan membuka peluang usaha bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan pendapatan mereka. Dalam mencapai keberhasilan pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan UMKM Pecotot Reborn berbasis pangan lokal, dibutuhkan strategi pemberdayaan yang dapat diterapkan, sebagai berikut: 1. *Authority* (wewenang), 2. *Confidence and competence* (percaya diri dan kemampuan), 3. *Trust* (keyakinan), 4. *Opportunity* (kesempatan), 5. *Responsibilities* (tanggung jawab), 6. *Support* (dukungan).



Gambar 1. Wawancara bersama ketiga narasumber

A. *Authority* (wewenang)

Berdasarkan hasil temuan penelitian, diketahui bahwa meskipun kewenangan penuh dalam pengelolaan UMKM Pecotot Reborn berada di tangan Pemerintah Desa Pulau Sejuk, pelaku UMKM tetap memiliki ruang partisipatif yang signifikan dalam proses pengambilan keputusan. Dalam praktiknya, para pedagang tidak secara mandiri menentukan lokasi gerai masing-masing, melainkan mengikuti sistem

pengundian nomor secara acak yang disepakati bersama dalam rapat. Mekanisme ini dianggap adil karena memberikan kesempatan yang setara bagi seluruh pedagang tanpa adanya intervensi atau favoritisme. Selain itu, terdapat kebijakan kolektif yang disepakati bersama, seperti larangan menjual makanan atau minuman dengan jenis yang sama antargerei. Menurut teori Nikmah (2022), strategi diferensiasi baik produk maupun pelayanan meningkatkan daya saing UMKM. Aturan kolektif di Pulau Sejuk secara langsung menciptakan diferensiasi produk antar pedagang. Hal ini mendukung temuan bahwa UMKM yang berbeda lebih menarik pengunjung dan menghindarkan persaingan negatif. Aturan ini bertujuan untuk menciptakan diferensiasi produk, meningkatkan daya tarik pengunjung, serta mencegah terjadinya persaingan tidak sehat antar pelaku usaha.

Hasil observasi di lapangan mendukung temuan wawancara, di mana UMKM Pecotot Reborn terlihat aktif beroperasi setiap hari Rabu dan Sabtu mulai pukul 15.00 hingga 23.00 WIB. Peningkatan jumlah pengunjung mulai terlihat sejak pukul 16.00 WIB. Tata letak gerai yang rapi, diferensiasi produk antar pedagang, serta penggunaan pakaian batik menciptakan suasana yang tertib dan bernuansa lokal. Interaksi antara pedagang dan pengunjung berlangsung secara dinamis, memperlihatkan bahwa keteraturan dan kedisiplinan pelaku usaha merupakan cerminan dari efektivitas sistem pengelolaan yang telah disepakati bersama. Secara keseluruhan, meskipun otoritas utama berada di tangan pemerintah desa, pola hubungan yang terbangun bersifat kolaboratif dan partisipatif, di mana suara pelaku UMKM diakomodasi melalui proses yang demokratis dan berkelanjutan.

Berdasarkan wawancara dengan ketiga informan serta hasil observasi langsung, dapat disimpulkan bahwa meskipun wewenang penuh atas pengelolaan UMKM Pecotot Reborn berada di tangan pemerintah desa, pelaku UMKM tetap memiliki ruang partisipasi aktif dalam proses pengambilan keputusan. Kebijakan yang dibuat oleh pemerintah desa, seperti aturan tentang diferensiasi produk dan pemakaian batik, bersifat mengikat namun tetap mempertimbangkan masukan dari para pedagang. Kegiatan musyawarah rutin dan respons cepat terhadap usulan seperti masalah relokasi gerai atau kebersihan lingkungan menunjukkan bahwa ada sistem kolaboratif dan partisipatif yang terbangun di antara pengelola dan pelaku UMKM. Temuan tersebut didukung oleh teori Elani et al. (2025) yang menekankan bahwa keterlibatan pemerintah desa dan sektor lainnya melalui forum formal (seperti rapat bulanan) mampu meningkatkan daya saing dan kapasitas usaha regional. Hal senada dikemukakan oleh Nastiti dkk. (2023) yang menunjukkan pentingnya dialog dan pemahaman bersama dalam pengelolaan UMKM desa. Meskipun partisipasi pelaku UMKM belum optimal di sebagian besar kasus, struktur musyawarah yang rutin dan kebijakan inklusif dapat memperkuat rasa kepemilikan dan harmoni sosial. Pendekatan seperti ini tidak hanya menjaga harmoni sosial, tetapi juga memperkuat rasa memiliki di kalangan pedagang terhadap keberlangsungan dan identitas Pecotot Reborn.

B. Confidence and Competence (Rasa percaya diri dan kemampuan)

Berdasarkan hasil temuan penelitian, diketahui bahwa pelaku UMKM Pecotot Reborn memiliki rasa percaya diri dan kemampuan (*confidence and competence*) yang menjadi kunci keberhasilan mereka dalam menjalankan usaha. Kepercayaan diri tercermin dari keberanian mereka untuk tampil di ruang publik, menawarkan produk langsung kepada konsumen, hingga memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Sementara kompetensi usaha terlihat dari penguasaan mereka dalam mengelola bahan lokal, merancang menu unik, menjaga kualitas dan kebersihan, serta menciptakan inovasi dalam pelayanan seperti diskon atau penyajian yang estetis. Rasa percaya diri ini selaras dengan teori Hanny dkk. (2024) yang menyebut bahwa wirausahawan yang sukses adalah mereka yang mandiri dan percaya pada potensi diri sendiri. Selain itu, kemampuan dalam mengelola usaha termasuk kemampuan promosi, pelayanan, dan manajemen produk mencerminkan kompetensi kewirausahaan yang matang, yang juga diperkuat oleh observasi lapangan. Hal ini diperjelas dengan konsep *self-efficacy*, di mana pelaku UMKM menunjukkan keyakinan bahwa mereka mampu mengendalikan hasil usaha dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan bisnis.

Temuan ini juga didukung dengan hasil observasi di lapangan, terlihat bahwa ketiga informan tampil percaya diri dalam menjalankan aktivitas jual beli di arena Pecotot Reborn. Mereka berinteraksi secara aktif dengan pengunjung, tidak ragu menawarkan produk mereka, dan menunjukkan antusiasme tinggi dalam melayani pelanggan. Penyajian produk juga tampak tertata dengan rapi dan menarik. Produk-produk yang mereka jual menampilkan keragaman kuliner lokal yang unik dan tidak pasaran. Selain itu, pelaku UMKM tampak mampu mengelola lapak mereka dengan baik, menjaga kebersihan, dan tetap ramah kepada setiap pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan diri para pedagang dibarengi dengan kemampuan teknis dan keterampilan interpersonal yang baik, yang menjadi keunggulan tersendiri dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kombinasi antara rasa percaya diri yang kuat dan kemampuan usaha tidak hanya mendorong keberhasilan bisnis para pelaku UMKM Pecotot Reborn, tetapi juga membentuk model usaha mikro berbasis nilai lokal yang kompetitif, kreatif, dan adaptif. Strategi mereka yang menyatu antara kualitas produk, pelayanan, promosi, dan estetika merupakan contoh nyata bagaimana

confidence and competence dapat menjadi fondasi penting dalam membangun kemandirian ekonomi masyarakat lokal melalui sektor UMKM.

C. *Trust (Keyakinan)*

Berdasarkan hasil temuan penelitian, diketahui bahwa keyakinan (*trust*) memainkan peran fundamental dalam membentuk pola pikir dan tindakan pelaku UMKM Pecotot Reborn. Keyakinan mendorong mereka untuk berani memulai usaha, mengambil risiko, dan terus berinovasi, seperti terlihat dari upaya mereka dalam menjaga kualitas produk, membangun relasi dengan pelanggan, serta menyesuaikan strategi harga agar tetap kompetitif. Sejalan dengan pendapat Sari dkk. (2023) bahwa intensi atau niat yang kuat adalah bagian dari keyakinan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan secara konsisten, dalam konteks ini berwirausaha.

Dari hasil observasi di lapangan, terlihat bahwa kepercayaan diri dan keyakinan para pelaku UMKM tercermin dalam cara mereka menjalankan usahanya secara konsisten. Mereka menyambut pengunjung dengan penuh antusias, menyusun produk secara menarik, dan menawarkan produk mereka secara aktif. Temuan ini juga didukung oleh Tabel 4.2 *Perbandingan Pendapatan Pelaku UMKM saat Berjualan dan Pendapatan Per Bulan*, di mana data perbandingan pendapatan memperkuat temuan tersebut. Sebelum bergabung dalam kegiatan UMKM Pecotot Reborn, ketiga pelaku usaha rata-rata memperoleh pendapatan sekitar Rp1.000.000 per bulan. Setelah aktif berjualan dua kali seminggu, pendapatan mereka meningkat secara signifikan menjadi antara Rp1.200.000 hingga Rp2.800.000 per bulan, atau mengalami peningkatan dua hingga tiga kali lipat. Fakta ini menegaskan bahwa keyakinan mereka terhadap potensi usaha yang dijalankan berbanding lurus dengan hasil nyata dalam bentuk peningkatan kesejahteraan ekonomi.

Perbedaan pendapatan yang mencolok antara malam Kamis dan malam Minggu menunjukkan bahwa pelaku UMKM tidak hanya percaya terhadap usahanya, tetapi juga memiliki pemahaman kontekstual terhadap perilaku konsumen dan pola kunjungan. Malam Minggu cenderung menghasilkan pendapatan lebih tinggi, mencapai hingga Rp700.000 bagi sebagian pelaku usaha, karena adanya lonjakan pengunjung yang memanfaatkan waktu akhir pekan untuk berkuliner bersama keluarga. Keyakinan para pelaku UMKM terhadap produk mereka, ditambah dengan kepekaan terhadap ritme pasar lokal, menciptakan kombinasi kekuatan mental dan keterampilan manajerial yang memperkuat keberhasilan usaha mereka.

Tabel 1. Perbandingan Pendapatan Pelaku UMKM saat berjualan dan pendapatan perbulan

Pelaku UMKM	Pendapatan perbulan sebelum berjualan di UMKM Pecotot Rebont	Pendapatan berjualan di UMKM Pecotot Rebont (2x seminggu)	Pendapatan berjualan (x sebulan)	Peningkatan (x kali)
Ibu Wiwin	±Rp.1.000.000	Rp. 300.000-Rp. 600.000	Rp. 1.200.000-Rp. 2.400.000	2-3 kali
Ibu Rika	±Rp.1.000.000	Rp. 400.000-Rp. 600.000	Rp. 1.600.000-Rp. 2.400.000	2-3 kali
Ibu Sriyati	±Rp.1.000.000	Rp. 400.000-Rp. 700.000	Rp. 1.600.000-Rp. 2.800.000	2-3 kali

Dapat disimpulkan bahwa hasil temuan ini membuktikan bahwa keyakinan bukan hanya faktor internal yang mendorong keberanian berusaha, tetapi juga komponen penting yang berdampak langsung pada keputusan strategis dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha. Dalam konteks UMKM Pecotot Reborn, keyakinan telah menjadi faktor utama yang menggerakkan pelaku usaha untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal, menciptakan kemandirian, dan memperluas peluang kerja berbasis potensi daerah.

D. *Opportunities (Kesempatan)*

Berdasarkan hasil temuan penelitian, diketahui bahwa kesempatan (*opportunities*) merupakan elemen kunci dalam perkembangan UMKM Pecotot Reborn. Kesempatan tidak hanya datang dalam bentuk ruang berjualan di lokasi tertentu, tetapi juga dalam bentuk ruang kreasi, pengembangan jaringan, dan eksplorasi pasar yang lebih luas. Menurut Fauziah (2022), membangun jaringan yang melibatkan kerja sama formal dengan lembaga (perusahaan besar, pemerintah) sangat penting untuk menembus pasar global, meningkatkan volume produksi, mutu, dan inovasi produk.

Dari hasil observasi lapangan, pelaku UMKM di Pecotot Reborn terlihat aktif dan kreatif dalam menciptakan inovasi produk berbahan pangan lokal. Mereka tidak sekadar menjual produk makanan atau minuman secara konvensional, melainkan juga mengeksplorasi varian baru yang menarik perhatian pengunjung. Produk seperti nasi bakar isi ayam rica-rica, lumpia tape, pangsit kuah isi keju, goyong kuah pecel, *corndog* mie isi telur puyuh, hingga es sereh jumbo campur buah lokal adalah bukti konkret dari kreativitas pelaku usaha dalam mengolah bahan sederhana menjadi produk bernilai jual tinggi.

Dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM Pecotot Reborn telah mampu mengoptimalkan kesempatan yang ada dengan baik—baik dari sisi tempat, produk, maupun strategi pemasaran. Mereka menunjukkan bahwa ketika diberi ruang untuk berkembang, pelaku usaha mikro dapat menjadi agen perubahan ekonomi yang berdampak langsung terhadap kesejahteraan keluarga dan lingkungan sekitarnya. Oleh karena itu, pendekatan pemberdayaan berbasis peluang nyata seperti yang dilakukan dalam Pecotot Reborn perlu terus dikembangkan oleh pemerintah desa dan pemangku kebijakan lainnya, sebagai upaya membangun ekonomi lokal yang kuat, inklusif, dan berkelanjutan.

E. Responsibilities (Tanggung Jawab)

Berdasarkan hasil temuan penelitian, diketahui bahwa tanggung jawab (*responsibilities*) merupakan elemen fundamental dalam pengembangan usaha mikro di UMKM Pecotot Reborn. Menurut Putri et al. (2024), etika kerja yang kuat meningkatkan profesionalisme, menumbuhkan tanggung jawab, disiplin, dan komitmen yang kemudian berdampak langsung pada pelayanan yang andal, efisien, dan responsif, serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Tanggung jawab tidak hanya ditunjukkan dalam upaya menjaga kualitas produk, tetapi juga dalam bagaimana para pelaku usaha menyikapi keluhan, menjaga ketersediaan bahan baku, serta merespons kebutuhan dan ekspektasi pelanggan secara proaktif. Sikap tanggap, etika pelayanan, dan komitmen terhadap kualitas adalah refleksi dari jiwa kewirausahaan yang matang.

Hal ini juga menunjukkan bahwa pelaku UMKM tidak hanya bekerja untuk kepentingan pribadi, tetapi juga untuk mempertahankan reputasi desa mereka sebagai destinasi kuliner yang unggul. Sejalan dengan hasil penelitian Rosari (2025), UMKM kuliner tidak hanya memberdayakan ekonomi desa, tetapi juga melestarikan kearifan lokal dan budaya tradisional, serta memperkuat identitas dan reputasi desa sebagai tujuan wisata berkelanjutan. Tanggung jawab mereka juga memberikan kontribusi signifikan terhadap keberlanjutan ekonomi lokal. Dengan melihat kebutuhan masyarakat dan wisatawan, menjaga mutu produk berbahan pangan lokal, serta mengangkat budaya kuliner khas desa, para pelaku UMKM turut mendukung pengembangan ekonomi berbasis komunitas (*community-based economic development*).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab bukan hanya menjadi bentuk kewajiban moral dan operasional, tetapi juga sebagai fondasi utama keberhasilan dan keberlanjutan UMKM Pecotot Reborn. Komitmen yang ditunjukkan oleh pelaku UMKM dalam berbagai aspek usaha mereka menunjukkan bahwa ketika masyarakat lokal diberi kepercayaan dan ruang untuk bertanggung jawab atas usahanya, maka potensi untuk berkembang menjadi komunitas wirausaha yang kuat dan mandiri akan semakin besar. Hal ini sekaligus memperkuat posisi Desa Pulau Sejuk sebagai model desa wisata kuliner berbasis pemberdayaan dan tanggung jawab sosial yang patut dijadikan contoh.

F. Support (Dukungan)

Berdasarkan hasil temuan penelitian, diketahui bahwa dukungan dari Pemerintah Desa Pulau Sejuk memiliki dampak nyata terhadap pengembangan usaha UMKM di Pecotot Reborn. Menurut Nurhayati (2025) yang mengungkapkan hasil penelitian di Desa Pinggirpapas, Madura, peran pemerintah desa melalui pemberian modal, pelatihan, dan pendampingan dapat meningkatkan kesadaran UMKM akan perizinan, penggunaan media sosial untuk promosi, dan partisipasi aktif dalam program desa. Meski implementasinya belum sepenuhnya maksimal, dukungan ini terbukti membantu meningkatkan kapasitas dan kesiapan usaha. Para pelaku UMKM tidak hanya menerima bantuan finansial seperti PKH, bantuan modal usaha awal, dan bantuan khusus UMKM, tetapi juga mendapatkan program pelatihan keterampilan yang relevan.

Hasil wawancara juga mengungkap bahwa pemerintah desa tidak hanya hadir dalam bentuk materi dan pelatihan, tetapi juga memberikan dukungan fisik berupa pembangunan fasilitas umum di area Pecotot Reborn. Fasilitas seperti area parkir yang luas, akses listrik dan air bersih, toilet umum yang bersih, tempat duduk bagi pelanggan, papan informasi makanan, hingga hiburan seperti musik dan taman bermain anak menjadi bukti konkret bahwa pemerintah desa berkomitmen menciptakan ruang jual yang nyaman bagi pedagang dan pengunjung. Sejalan dengan teori Sucahyo (2024), pembangunan alun-alun desa dengan fasilitas lengkap (kios, area parkir, ruang publik) mampu meningkatkan kunjungan masyarakat, memperluas kesempatan usaha bagi pelaku UMKM, dan bahkan memperoleh pengakuan sebagai *Desa Inspiratif*.

Selain bantuan dan fasilitas, peran pemerintah desa dalam mempromosikan Pecotot Reborn juga dinilai sangat membantu, seperti diungkapkan dalam tanggapan mereka terhadap pertanyaan promosi. Semua bentuk promosi ini sangat efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan menjadikan Pecotot Reborn lebih dikenal, tidak hanya oleh masyarakat lokal tetapi juga oleh pengunjung dari luar daerah. Berdasarkan hasil observasi langsung di lapangan, dukungan pemerintah desa tidak hanya terbatas pada bantuan teknis dan finansial, tetapi juga terlihat dari pengelolaan lingkungan Pecotot Reborn secara menyeluruh. Lokasi yang strategis di tepi jalan sangat mudah diakses. Penataan lokasi yang bersih, tertata rapi, serta adanya elemen visual seperti dekorasi khas lokal dan tempat duduk yang nyaman semakin memperkuat daya tarik kawasan tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dukungan pemerintah yang tepat sasaran, konsisten, dan berbasis pada kebutuhan nyata pelaku usaha akan terus menjadi fondasi kuat dalam pengembangan UMKM di

daerah, mempercepat pemulihan ekonomi pascapandemi, dan menjadikan masyarakat lokal sebagai pelaku utama dalam pembangunan ekonomi desa. UMKM Pecotot Reborn adalah bukti bahwa kolaborasi antara pelaku usaha dan pemerintah desa dapat melahirkan model pemberdayaan yang inspiratif dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian, temuan utama yang berkaitan dengan *Authority* (wewenang), *Confidence and Competence* (kepercayaan diri dan kemampuan), *Trust* (keyakinan), *Opportunities* (kesempatan), *Responsibilities* (tanggung jawab), dan *Support* (dukungan), penelitian ini juga menemukan beberapa hal di luar fokus utama tersebut. Salah satu temuan yang cukup menonjol adalah adanya rasa kebersamaan dan solidaritas tinggi antar pelaku UMKM Pecotot Reborn. Mereka tidak hanya berkompetisi untuk menarik pelanggan, tetapi juga saling membantu seperti berbagi bahan baku, saling mempromosikan produk, hingga menukar ide dalam mengembangkan cita rasa kuliner. Hubungan sosial ini menciptakan lingkungan kerja yang hangat dan kolaboratif, yang jarang ditemukan pada usaha kecil lain di daerah wisata.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan peran penting media sosial dan teknologi digital dalam mendukung promosi usaha. Banyak pelaku UMKM yang awalnya tidak paham teknologi kini mulai belajar menggunakan media sosial untuk memasarkan produk mereka secara mandiri, berkat bimbingan dan pendampingan dari pihak desa maupun sesama pelaku usaha. Temuan lain menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Pecotot Reborn wajib menjual produk yang berbeda-beda dan tidak diperbolehkan menjual produk dengan jenis yang sama seperti pelaku lainnya.

Temuan lain yang menarik adalah terbentuknya identitas baru bagi Desa Pulau Sejuk sebagai desa wisata kuliner berbasis komunitas. Pecotot Reborn tidak hanya meningkatkan ekonomi masyarakat, tetapi juga mengubah cara pandang warga terhadap potensi lokal mereka sendiri. Masyarakat mulai bangga terhadap produk buatan sendiri dan bersemangat menjaga keindahan lingkungan demi kenyamanan pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa program UMKM Pecotot Reborn tidak hanya berdampak pada peningkatan ekonomi, tetapi juga pada perubahan sikap, budaya kerja, dan rasa percaya diri masyarakat. Secara tidak langsung, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan sebuah program pemberdayaan tidak hanya diukur dari hasil ekonomi semata, tetapi juga dari tumbuhnya nilai-nilai sosial dan kultural yang memperkuat ketahanan komunitas dalam jangka panjang.

4. CONCLUSION

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengelolaan UMKM Pecotot Reborn mencerminkan pola pemberdayaan yang kolaboratif antara pemerintah desa dan pelaku UMKM.

Wewenang (*Authority*), penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM Pecotot Reborn tidak hanya karena peran kuat pemerintah desa sebagai pengelola, tetapi juga karena adanya kolaborasi dan rasa kebersamaan antara pengelola dan pedagang. Keunikan dari Pecotot Reborn terletak pada kemampuannya memadukan konsep ekonomi kreatif dengan nilai-nilai budaya dan sosial masyarakat lokal. Aturan sederhana seperti pembagian gerai secara adil, diferensiasi menu, dan penggunaan batik bukan sekadar kebijakan administratif, tetapi simbol dari identitas bersama yang memperkuat citra UMKM ini. Pecotot Reborn menjadi contoh bagaimana tata kelola partisipatif yang berpadu dengan kearifan lokal bisa menciptakan usaha yang berdaya saing, berkarakter, dan berkelanjutan.

Kepercayaan diri dan kemampuan (*Confidence and Competence*), para pelaku UMKM Pecotot Reborn memiliki rasa percaya diri dalam menjalankan usahanya. Mereka bukan hanya berani tampil di depan publik dan mempromosikan produknya, tetapi juga memiliki keahlian dalam mengelola usaha dengan ciri khas masing-masing. Setiap pedagang memiliki keunikan tersendiri—ada yang menonjol lewat cita rasa makanan lokal, ada yang kreatif dalam penyajian produk, dan ada juga yang pandai menarik pelanggan lewat diskon serta pelayanan ramah. Menariknya, semua pelaku UMKM ini mengandalkan bahan-bahan lokal sebagai kekuatan utama, yang membuat produk mereka terasa lebih autentik dan memiliki identitas daerah yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan diri mereka tumbuh dari kemampuan nyata dalam mengolah bahan, melayani pelanggan, dan mempromosikan produk dengan cara yang menarik. Pecotot Reborn menjadi bukti nyata bahwa rasa percaya diri dan kemampuan dapat menjadi kekuatan besar untuk membangun UMKM yang mandiri, kreatif, dan bernilai lokal.

Keyakinan (*Trust*), UMKM Pecotot Reborn ditopang oleh keyakinan yang kuat dari para pelaku usahanya. Keyakinan ini bukan sekadar rasa percaya diri, tetapi juga menjadi kekuatan penggerak yang membuat mereka berani memulai, bertahan, dan terus berinovasi dalam usahanya. Ketiga pelaku UMKM menunjukkan bahwa rasa yakin terhadap potensi usaha mereka membuat mereka mampu menghadapi berbagai tantangan, mulai dari jumlah pelanggan yang fluktuatif hingga persaingan antar gerai. Mereka tidak hanya menjual produk, tetapi juga membangun hubungan hangat dengan pelanggan melalui komunikasi yang baik dan pemberian diskon sebagai bentuk penghargaan. Keyakinan ini berdampak nyata pada peningkatan pendapatan yang mencapai dua hingga tiga kali lipat dibanding sebelum mereka ikut berjualan di Pecotot

Reborn. Temuan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki kemampuan membaca peluang pasar dan menyesuaikan strategi jualan mereka dengan kondisi lapangan. Jadi, *trust* di sini bukan hanya tentang percaya pada diri sendiri, tetapi juga tentang kepekaan, semangat, dan ketekunan dalam menjaga hubungan dengan pelanggan serta memahami dinamika pasar.

Peluang (*Opportunities*), pelaku UMKM Pecotot Reborn memiliki kemampuan dalam memanfaatkan peluang yang ada di sekitar mereka. Kesempatan yang diberikan melalui program ini tidak hanya berupa tempat berjualan, tetapi juga menjadi wadah untuk belajar, berinovasi, dan memperluas jaringan usaha. Setiap pelaku UMKM menunjukkan caranya sendiri dalam mengelola peluang—ada yang fokus mengembangkan kualitas produk, ada yang memperluas usaha hingga membuka warung di rumah, dan ada yang berani berkreasi dengan menciptakan varian makanan baru dari bahan lokal seperti lumpia tape, es sereh jumbo, dan *corndog* mie isi telur puyuh. Keunikan dari temuan ini terletak pada semangat adaptif dan kreatif para pelaku UMKM yang tidak menunggu peluang datang, tetapi justru aktif menciptakan peluang baru dari keterbatasan yang mereka miliki. Hal ini menggambarkan bagaimana pemberdayaan ekonomi berbasis kesempatan mampu menumbuhkan kemandirian dan inovasi lokal yang nyata di masyarakat Desa Pulau Sejuk.

Tanggung jawab (*Responsibilities*), menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM Pecotot Reborn tidak hanya karena lokasinya yang strategis atau dukungan pemerintah desa, tetapi terutama karena adanya rasa tanggung jawab yang tinggi dari para pelaku usahanya. Keunikan penelitian ini terlihat dari bagaimana tanggung jawab itu diwujudkan dalam hal-hal kecil namun berdampak besar, seperti menjaga bahan baku lokal tetap digunakan, menanggapi keluhan pelanggan dengan rendah hati, dan menjaga kebersihan tempat jualan. Semua itu menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Pecotot Reborn bukan sekadar pedagang, tetapi juga agen perubahan yang berperan menjaga kualitas, budaya, dan nama baik desanya. Dengan komitmen dan tanggung jawab seperti ini, Pecotot Reborn berhasil menjadi contoh nyata desa wisata kuliner yang tumbuh dari rasa kepedulian dan kesadaran bersama—sederhana tetapi bermakna, mandiri tetapi tetap menjunjung nilai lokal.

Dukungan (*Support*), penelitian ini memperlihatkan bahwa keberhasilan UMKM Pecotot Reborn didukung oleh peran pemerintah desa Pulau Sejuk yang kuat, menyeluruh, dan manusiawi. Bentuk dukungan ini tidak kaku; pemerintah desa tidak hanya memberikan modal atau pelatihan, tetapi juga hadir di tengah pelaku UMKM dengan menyediakan fasilitas yang nyaman, ruang promosi yang luas, dan suasana yang mendukung semangat wirausaha lokal. Dukungan ini memperkuat hubungan sosial antarwarga dan membangun citra positif desa sebagai destinasi wisata kuliner yang bersih, tertata, dan bernuansa budaya. Pecotot Reborn bukan sekadar tempat berjualan, tetapi simbol kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat yang sama-sama peduli untuk maju. Dengan adanya dukungan yang konsisten seperti ini, Pecotot Reborn menjadi contoh nyata bahwa pemberdayaan ekonomi lokal dapat berhasil bila dilandasi kerja sama, kepedulian, dan rasa saling percaya antara pemerintah dan pelaku UMKM.

Semua temuan ini menunjukkan bahwa sinergi antara partisipasi aktif pelaku UMKM dan fasilitasi dari pemerintah desa mampu menciptakan ekosistem usaha mikro yang tangguh, inklusif, dan berkelanjutan di Desa Pulau Sejuk. Pemberdayaan masyarakat melalui UMKM Pecotot Reborn di Desa Pulau Sejuk menunjukkan bahwa dengan penerapan teori *A.C.T.O.R.S*, masyarakat dapat meningkatkan pendapatan dan kualitas hidup mereka.

REFERENCES

- Afriansyah, A., Afdhal, A., Mustanir, A., Ilmi Faried, A., Mursalat, A., Henri Kusnadi, I., ... & Abdurrohm, A. (2023). *Pemberdayaan masyarakat* (hlm. 23). PT Global Eksekutif Teknologi.
- Elani, K. A., Pribadi, I. A. P., Sutikno, C., Amanda, A., & Atika, Z. R. (2025). Collaborative governance dalam pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas. *Journal of Community Development and Disaster Management*, 7(1), 77–95. <https://doi.org/10.37680/jcd.v7i1.6821>
- Fauziah, M. N. (2022). Pengembangan jaringan usaha dalam perspektif syariah pada UMKM kriya kayu untuk menembus pasar ekspor. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)*, 1(1), 31–41.
- Hanny, I. S., Mustanir, A., Farida, N., & Rahmadani, D. (2024). Entrepreneurial self-efficacy sebagai determinan kesuksesan wirausahawan mandiri. *Jurnal Pengembangan Kewirausahaan*, 5(1), 45–58.
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022b). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam pembangunan ekonomi nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707–6714. <https://doi.org/10.47492/jip.v3i6.2133>
- Irwan, M., Rosdiana, R., Hasibuan, J., & Syahputa, D. D. (2023). Model pemberdayaan masyarakat berbasis kemandirian pangan untuk pengentasan kemiskinan di Kampung Matfa. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 11(2), 118–129. <http://dx.doi.org/10.37064/jpm.v11i2.17748>
- Maani, K. D. (2011). Teori ACTORS dalam pemberdayaan masyarakat. *Demokrasi*, 10(1).
- Nastiti, H. D., Hanafi, I., & Praja, B. A. (2023). *Pengembangan UMKM dalam perspektif collaborative governance (studi pada Desa Kemantren Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan)* [Skripsi Sarjana, Universitas Brawijaya].
- Nikmah, M., & Siswahyudianto, S. (2022). Strategi diferensiasi untuk menciptakan keunggulan kompetitif pada UMKM Catering Pawon Gusti Desa Surondakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Madani*, 4(1), 66–82. <https://doi.org/10.51353/jmbm.v4i1.627>

- Nurhayati, N., & Abrar, U. (2024). Peran pemerintah desa dalam pemberdayaan pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Desa Pinggirpapas. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 10(1), 152–160. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v10i1.1659>
- Pramono, Y. B., Mulyani, S., Dwiloka, B., & Rizqati, H. (2020). Diversifikasi produk berbasis pangan lokal untuk pengembangan desa wisata Tambahrejo Kabupaten Kendal. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(5), 735–741. <https://doi.org/10.31764/jmm.v4i5.2939>
- Pratiwi, L. R., & Mulyono, D. (2023). Pemberdayaan masyarakat melalui digital marketing dalam pengembangan usaha Kupa Tahu Khas Padalarang (studi pada para pedagang Kupa Tahu Khas Padalarang di wilayah Desa Kertamulya). *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 6(2), 281–288.
- Pudjowati, J., Prasetyo, A. E., Fauzan, M. N., & Astuti, A. T. (2024). Pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan hasil pertanian dalam mendukung terciptanya kemandirian pangan lokal dan UMKM di Dusun Sumberbendo, Desa Candiawatu, Pacet Mojokerto. *Jurnal Inovasi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 413–418. <https://doi.org/10.54082/jipppm.673>
- Purba, A., Siregar, R., & Manurung, T. (2021). *Metodologi penelitian: Teori dan aplikasi*. CV Widya Puspita.
- Putri, N. T., & Sinaga, S. A. (2024). Pentingnya kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap keberlangsungan bisnis UMKM. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(3), 473–478. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i3.610>
- Rosari, D. (2025). Pemanfaatan UMKM kuliner lokal dan kearifan lokal dalam pengembangan desa wisata berkelanjutan: Studi kasus di Desa Buluh Duri, Serdang Bedagai, Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Sosial*, 6(2), 1054–1060. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i2.3929>
- Rukminingsih, R. (2020). *Metodologi penelitian kualitatif: Teori dan praktik*. Deepublish.
- Sari, A. K., & Sulhan, M. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi, branding pada produk UMKM olahan pisang dan olahan susu. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 4(4), 875–883. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i4.21185>
- Sucahyo, I., Hidayatullah, M. R., Amrullah, M. J., Karimah, Z., Musthofa, A., & Aisyah, S. (2023). Upaya pemerintah dalam mengembangkan UMKM melalui program car free day di Kota Kraksaan. *Dialektika: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 8(1), 99–111. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v8i1.2088>
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.