

Edukasi Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) Dukung Produk Lokal UMKM Bagi Karang Taruna Desa Sukopuro Kecamatan Jabung Kabupaten Malang

Dian Rokhmawati^{1✉}, Agoes Hariyanto², Eko Yuniarto³, Sri Hastutik⁴

^{1,2} Manajemen, ³Matematika, Universitas Wisnuwardhana Malang, Indonesia, Jl. Danau Sentani 99, Kode Pos 65139

E-mail : dianrahmawati@wisnuwardhana.ac.id✉

Info Artikel:

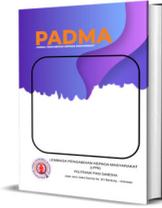
Diterima: 18 Desember 2024

Diperbaiki: 20 Desember 2024

Disetujui: 22 Desember 2024

Keywords: education, UMKM, national movement, Karang Taruna

Abstract: *The Gernas BBI policy was launched since 2020, but due to the COVID-19 pandemic that hit, this movement experienced stagnation until the beginning of 2022. After the COVID-19 pandemic was declared over, on March 22 2022 Gernas BBI began to be pushed back with the issuance of Presidential Instruction (Inpres) Number 2 of 2022 concerning the Acceleration of Increasing the Use of Domestic Products and Products of Micro Businesses, Small Businesses and Cooperatives in the Context of Making the National Movement Proudly Made in Indonesia a Success in Procurement Implementation Government Goods/Services. Through this Gernas BBI policy, the government is very serious about prioritizing government spending using MSME products. The hope for the future is that this movement can be implemented by all Indonesian people with full joy and a high spirit of nationalism with full support from the government through other interconnected and comprehensive MSME empowerment programs. Sukopuro Village is a village in Jabung District, Malang Regency with great potential with many home industries as seeds for the emergence of MSMEs with local superior products, namely cassava. Cassava, the main commodity in this village, is processed into various ready-to-sell products whose distribution is not only in Malang but has reached many cities outside Java. Unfortunately, the business actors in this village are residents who are no longer young. Young people choose to work outside the village and have little concern for home businesses/UMKM in their village, even though if they are*



JURNAL PADMA
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Politeknik Piksi Ganesha
Vol. 04 No. 02 (2024)

<https://journal.piksi.ac.id/index.php/Padma>

p-ISSN : 2797-6394 e-ISSN : 2797-3905



involved in business management, the role of youth is very strategic in advancing the business. Herein lies the importance of service activities in the form of education related to the National Movement Proudly Made in Indonesia (Gernas BBI), namely to build awareness and pride among the youth of Sukopuro Village towards local MSME products, especially in their village to advance village MSMEs..

Kata Kunci: education, UMKM, national movement, Karang Taruna

Abstrak: Kebijakan Gernas BBI dicanangkan sejak tahun 2020, tetapi dikarenakan pandemi COVID-19 yang melanda, gerakan ini sempat mengalami stagnasi hingga awal tahun 2022. Setelah pandemi COVID-19 dinyatakan berakhir, pada tanggal 22 Maret 2022 Gernas BBI mulai didorong kembali dengan dikeluarkannya Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 2 Tahun 2022 tentang Percepatan Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri dan Produk Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Koperasi dalam rangka Menyukseskan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia pada Pelaksanaan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah. Melalui kebijakan Gernas BBI ini, pemerintah sangat serius mengkondisikan belanja pemerintah yang diprioritaskan menggunakan produk UMKM. Harapan ke depan adalah gerakan ini dapat dilaksanakan oleh seluruh rakyat Indonesia dengan penuh suka cita dan semangat nasionalisme yang tinggi dengan disokong penuh oleh pemerintah melalui program-program pemberdayaan UMKM lainnya yang saling terkait dan komprehensif. Desa Sukopuro merupakan sebuah desa di Kecamatan Jabung Kabupaten Malang sangat potensial dengan banyaknya industri rumah tangga sebagai bibit munculnya UMKM dengan produk keunggulan lokal yaitu singkong. Singkong sebagai komoditas utama desa ini diolah menjadi berbagai produk siap jual yang pendistribusiannya tidak hanya di Malang tetapi telah menjangkau banyak kota di luar Jawa. Sayangnya, para pelaku usaha di desa ini adalah warga dengan usia yang tidak muda lagi. Para pemuda memilih untuk bekerja di luar desa dan memiliki kepedulian yang rendah terhadap usaha rumahan/UMKM di desanya, padahal jika



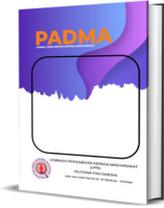
dilibatkan dalam pengelolaan bisnis maka peran pemuda sangat strategis untuk memajukan usaha. Di sinilah letak pentingnya kegiatan pengabdian berupa edukasi terkait Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) yaitu untuk membangun kesadaran dan kebanggaan para pemuda Desa Sukopuro terhadap produk lokal UMKM terutama di desa mereka untuk memajukan UMKM desa.

Pendahuluan

Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak yang cukup besar terhadap perekonomian, terutama bagi UMKM secara umum dan toko kelontong secara khusus. Menurut laporan dari Katadata Insight Center, sekitar 82,9% UMKM terdampak negatif akibat pandemi. Beberapa tantangan utama yang dihadapi UMKM meliputi keterbatasan bahan baku, kendala permodalan, berkurangnya pelanggan, hambatan distribusi, serta gangguan dalam proses produksi (Benedictus Adhitia, 2023).

Sebagai langkah pemulihan, pemerintah menghadirkan berbagai insentif melalui program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Pada tahun 2020, anggaran yang dialokasikan untuk mendukung UMKM mencapai Rp 112,84 triliun dan memberikan manfaat bagi lebih dari 30 juta pelaku usaha. Sementara itu, di tahun 2021, anggaran meningkat menjadi Rp 121,90 triliun untuk memastikan keberlanjutan pemulihan ekonomi (Benedictus Adhitia, 2023).

Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) yang diperkenalkan pada tahun 2020 sempat terhambat akibat pandemi. Namun, pascapandemi, pemerintah kembali menggalakkan program ini melalui Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 2 Tahun 2022 mengenai percepatan peningkatan penggunaan produk dalam negeri serta produk UMKM dan koperasi (Christiana et al., 2023). Kebijakan ini menegaskan komitmen pemerintah dalam mempercepat serta memprioritaskan penggunaan produk UMKM untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Desa Sukopuro, yang berada di Kecamatan Jabung, Kabupaten Malang, Jawa Timur, memiliki luas wilayah sekitar 651 hektar dengan ketinggian antara 548 hingga 768 meter di atas permukaan laut. Desa ini terdiri dari empat dusun, yaitu Dusun Loring, Karangrejo, Kepuh, dan Pandanrejo. Berikut adalah data potensi yang dimiliki Desa Sukopuro:



Tabel 1. Potensi Desa Sukopuro

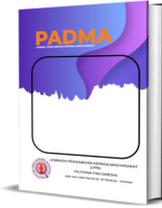
No	Potensi	Jumlah
1.	Penduduk	– Laki-laki: 3364 jiwa – Perempuan: 3257 jiwa
2.	Perkebunan rakyat	5.112,3 Ha
3.	Perkebunan perorangan	6 Ha
4.	Kebun desa	33 Ha
5.	Agrowisata	1 Ha
6.	Wisata air (air terjun)	1 Ha

Pada 28 Juni 2024, tim pengabdian melakukan pertemuan dengan Kepala Desa Sukopuro, Bapak Tohari, S.H., serta staf Pemberdayaan Masyarakat Desa, Bapak Muhammad Abdul Ghani, guna membahas berbagai permasalahan desa, khususnya dalam pengembangan sumber daya manusia (SDM). Dari hasil diskusi, ditemukan beberapa tantangan utama yang dihadapi desa, yaitu:

1. Kurangnya wawasan dan pemahaman pemuda mengenai UMKM, yang menghambat perkembangan usaha rumahan secara optimal.
2. Minimnya kepedulian serta kebanggaan generasi muda terhadap produk lokal UMKM, sehingga tingkat dukungan terhadap produk desa masih rendah.

Permasalahan ini menjadi fokus utama dalam mendukung kebijakan pemerintah yang bertujuan meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap produk lokal serta menjaga keberlangsungan UMKM pascapandemi Covid-19. UMKM sendiri memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, khususnya dalam pemanfaatan sumber daya alam dan tenaga kerja secara efisien, terutama di sektor pertanian dan perkebunan (Sofyan, 2017).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian Program Kemitraan Masyarakat (PKM) tahun ini mengusung tema “Edukasi Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) dalam Mendukung Produk UMKM bagi Karang Taruna Desa Sukopuro, Kecamatan Jabung, Kabupaten Malang.”

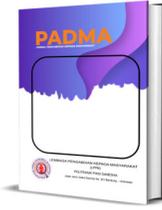


Sebagai bagian krusial dalam pertumbuhan ekonomi, UMKM berkontribusi dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta mempercepat pertumbuhan ekonomi. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa pada periode 2018–2019 terdapat 64,2 juta UMKM yang menyumbang 61,07% terhadap PDB nasional, atau sekitar Rp 8.573,89 triliun (Harto, 2023). Selain itu, UMKM juga mampu menyerap 97% tenaga kerja nasional dan memberikan kontribusi sebesar 60,4% terhadap total investasi.

Desa Sukopuro sendiri memiliki potensi besar di sektor perkebunan dengan hasil utama berupa pisang, singkong, dan berbagai jenis kerupuk. Produk-produk ini telah dipasarkan hingga ke berbagai kota di Jawa Timur dan Jawa Barat. Namun, usaha rumahan yang menjadi pilar utama ekonomi warga masih didominasi oleh pelaku usaha berusia 46–65 tahun. Keterlibatan pemuda dalam sektor ini masih tergolong rendah, karena sebagian besar lebih memilih bekerja di luar desa sebagai tenaga kerja swasta. Menurut Bapak M. Abdul Ghani dari Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Desa, jumlah pemuda di Desa Sukopuro cukup besar, namun aktivitas Karang Taruna masih belum berjalan secara optimal. Keterlibatan mereka lebih bersifat insidental, seperti dalam kegiatan peringatan hari besar desa. Selain itu, pemahaman mereka tentang pentingnya UMKM dan produk lokal masih tergolong rendah.

Tabel 2. Potensi Ekonomi Desa Sukopuro

No	Potensi	Jumlah
1.	Perkebunan rakyat	5.112,3 Ha
2.	Perkebunan perorangan	6 Ha
3.	Kebun desa	33 Ha
4.	Agrowisata	1 Ha
5.	Wisata air (air terjun)	1 Ha



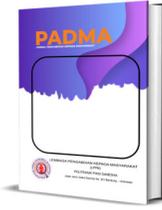
Globalisasi membawa dampak pada perubahan pola konsumsi masyarakat, di mana banyak orang cenderung menganggap produk luar negeri lebih unggul dan bergengsi (Wahyunti et al., 2020). Padahal, produk dalam negeri juga memiliki kualitas yang baik dan mampu bersaing di pasar nasional maupun internasional. Oleh karena itu, program pengabdian ini mengusulkan solusi sebagai berikut:

Tabel 3. Permasalahan Mitra dan Solusi

No	Permasalahan	Solusi
1.	Rendahnya kepedulian pemuda terhadap produk lokal UMKM	Penyelenggaraan kegiatan edukasi berupa penyuluhan tentang Gernas BBI untuk mendukung produk lokal UMKM
2.	Kurangnya wawasan pemuda dalam bidang UMKM sehingga usaha rumahan warga tidak berkembang secara maksimal.	<ul style="list-style-type: none">• Pembuatan X-banner di kantor desa• Penyebaran pamflet kepada peserta penyuluhan• Pemasangan poster di balai desa

Tabel 4. Target dan Luaran

No	Target	Luaran
1.	Membangun kesadaran dan kebanggaan pemuda terhadap produk lokal UMKM/produk UMKM Desa Sukopuro.	<ul style="list-style-type: none">• Peningkatan pemahaman /kesadaran/kepedulian/kebanggaan peserta penyuluhan (pemuda karang taruna) terhadap produk dalam negeri/produk lokal didasarkan pada hasil <i>pre-test</i> dan <i>post-test</i> dalam rangkaian kegiatan penyuluhan• Publikasi ilmiah di jurnal nasional terakreditasi• Video diunggah di <i>channel youtube</i>



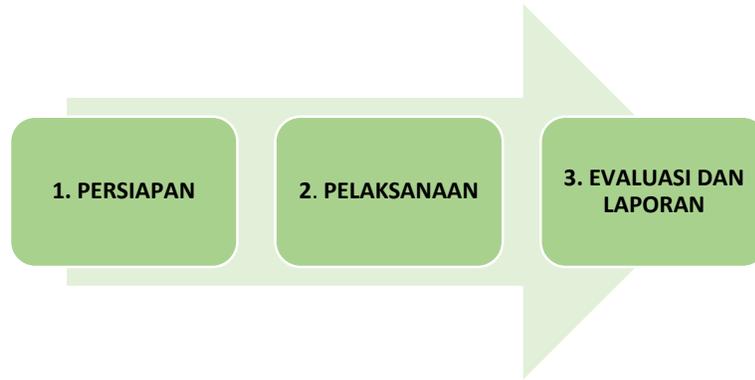
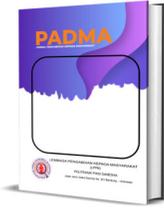
2.
 - Menyebarkan informasi Gernas BBI secara efektif kepada warga desa yang berkunjung ke kantor desa
 - Menyebarkan informasi Gernas BBI kepada pemuda karang taruna. Pamflet dapat dibawa pulang dan disimpan untuk dibaca di rumah
 - Menyebarkan informasi Gernas BBI kepada warga desa yang berkegiatan di Balai Desa Sukopuro
 - Pembuatan X-banner di kantor desa
 - Penyebaran pamflet kepada peserta penyuluhan
 - Pemasangan poster di balai desa |

Melalui kegiatan ini, diharapkan kesadaran dan partisipasi aktif pemuda dalam mendukung serta mengembangkan produk lokal UMKM, terutama di Desa Sukopuro, dapat meningkat.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Sukopuro, Kecamatan Jabung, Kabupaten Malang, berlokasi di Jl. Pahlawan No. 44, Desa Sukopuro, Kecamatan Jabung, Kabupaten Malang, 65155. Sasaran utama dalam kegiatan ini adalah pemuda Karang Taruna Desa Sukopuro, yang diharapkan dapat meningkatkan rasa kepedulian, kebanggaan, serta kesadaran mereka dalam mendukung produk dalam negeri, khususnya produk lokal UMKM nasional.

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini bersifat edukatif, yaitu melalui penyuluhan sebagai media untuk mentransfer ilmu pengetahuan dan wawasan dalam rangka pemberdayaan masyarakat, khususnya pemuda Karang Taruna (Rokhmawati et al., 2024). Secara teknis, pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini digambarkan dalam diagram alir berikut:



Gambar 1. Diagram Alir Metode Kegiatan PKM

Tahap Persiapan

Pada tahap ini, dilakukan analisis terhadap kondisi masyarakat, terutama pemuda Karang Taruna yang rentan terpengaruh oleh globalisasi serta strategi branding dan pemasaran produk luar negeri yang masif. Tim pengabdian mengadakan diskusi dan berbagi wawasan dengan pihak desa mitra guna memperoleh gambaran menyeluruh mengenai pemuda Karang Taruna. Selain itu, tim juga menyiapkan dokumen administratif yang diperlukan untuk pengajuan kegiatan pengabdian kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM). Persiapan lainnya mencakup riset literatur terkait materi program pengabdian, kebijakan pemerintah, serta publikasi ilmiah. Selain itu, dokumentasi wilayah desa yang relevan juga dilakukan untuk dimasukkan dalam proposal kegiatan.

Tahap Pelaksanaan

Setelah proposal dinyatakan lolos dan mendapatkan pendanaan, tahap pelaksanaan dimulai. Tim pengabdian bersama mahasiswa membagi tugas dalam pelaksanaan penyuluhan serta mempersiapkan materi pendukungnya. Kegiatan dalam tahap ini mencakup penyusunan materi penyuluhan, pencetakan banner, X-banner, pamflet, poster, penyusunan pre-test dan post-test, pencetakan daftar hadir peserta, serta koordinasi dengan pihak desa untuk menentukan waktu dan lokasi penyuluhan. Pelaksanaan kegiatan diakhiri dengan penyelenggaraan penyuluhan pada hari yang



telah ditetapkan, penyerahan X-banner dan poster kepada pihak desa, serta pembagian pamflet kepada seluruh peserta. Selain itu, laporan kemajuan mulai disusun, dan publikasi ilmiah mulai ditulis dalam tahap ini.

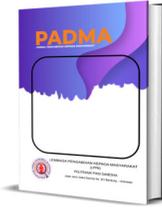
Tahap Evaluasi dan Pelaporan

Tahap akhir mencakup evaluasi dan penyusunan laporan. Analisis hasil pre-test dan post-test dilakukan untuk mengukur efektivitas kegiatan. Laporan akhir disusun dan diserahkan kepada LPPM. Selain itu, proses penyelesaian publikasi ilmiah dilakukan dengan mengunggah artikel pada jurnal nasional terakreditasi. Terakhir, dilakukan pendaftaran hak cipta terhadap poster pengabdian yang mengangkat tema Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia.

Hasil dan Pembahasan

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan. Kegiatan diawali dengan pre-test untuk mengukur tingkat pemahaman peserta mengenai Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), UMKM, serta peran strategisnya dalam perekonomian nasional. Selanjutnya, sesi utama berisi pemaparan materi terkait Gernas BBI, yang kemudian dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab. Sebagai langkah evaluasi, post-test dilakukan di akhir kegiatan untuk menilai peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti penyuluhan. Sebelum acara ditutup, tim pengabdian menyerahkan poster secara simbolis kepada Bapak Mohammad Abdul Ghani sebagai perwakilan dari pihak desa. Beberapa eksemplar poster juga dicetak dan disimpan sebagai arsip di kantor desa.

Selain penyuluhan, program pengabdian ini juga memanfaatkan media informasi sederhana sebagai sarana edukasi. Poster ditempel di papan pengumuman balai desa, sementara pamflet dibagikan kepada peserta untuk dibaca di rumah. Diharapkan, informasi yang tercantum dalam media ini dapat membantu mempercepat penyebaran pemahaman mengenai Gernas BBI serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya mendukung UMKM lokal. Dokumentasi kegiatan penyuluhan serta penggunaan poster sebagai alat edukasi dapat dilihat pada Gambar 4 dan 5, yang menampilkan upaya membangun rasa bangga pemuda terhadap produk dalam negeri.



Gambar 2. Poster ditempel di media pengumuman balai desa



Gambar 3. Poster hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat

Hasil *pre-test* kepada 23 pemuda karang taruna yang menjadi peserta penyuluhan ditunjukkan pada Tabel 4 berikut.

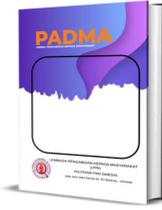
Tabel 4. Hasil Pre-Test

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apakah Saudara pernah mendengar istilah “Gerakan Bangsa Buatan Indonesia”?	Tidak pernah (23 peserta).
2.	Apakah yang Saudara ketahui tentang UMKM?	<ul style="list-style-type: none"> - Usaha milik rakyat (7 orang) - Toko-toko kecil (6 orang) - Warung yang di rumah-rumah (5 orang) - Tidak tahu (5 orang)
3.	Menurut Saudara apakah produk LN lebih menarik daripada produk DN?	<ul style="list-style-type: none"> - Ya (16 orang) - Tergantung barangnya (7 orang)
4.	Apakah Saudara pernah membeli produk lokal?	- Pernah (23 orang)
5.	Bagaimana pendapat Saudara tentang produk lokal anak negeri?	<ul style="list-style-type: none"> - Biasa saja (12 orang) - Sama dengan produk LN (7 orang) - Lebih bagus produk LN (4 orang)



Setelah hasil pre-test diperoleh, kegiatan dilanjutkan dengan penyuluhan mengenai Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI). Penyuluhan ini bertujuan untuk meningkatkan kebanggaan pemuda Karang Taruna terhadap produk lokal UMKM serta mendorong kepedulian mereka dalam mendukung dan mengembangkan usaha rumahan di Desa Sukopuro. Dalam sesi ini, pemateri menjelaskan bahwa produk UMKM dalam negeri memiliki kualitas yang tidak kalah dengan produk impor. Hal ini didukung oleh inovasi yang terus dilakukan oleh pelaku usaha agar produk mereka lebih kompetitif di pasar nasional maupun global. Pasca pandemi tahun 2022, berbagai UMKM bermunculan di berbagai sektor, baik barang maupun jasa. Perkembangan ini berkontribusi pada peningkatan kreativitas dalam produksi dan mendorong persaingan usaha yang lebih dinamis (Othman et al., 2023).

Kreativitas merupakan faktor penting dalam dunia bisnis, mencakup pengembangan produk dan layanan baru, inovasi dalam model bisnis, serta strategi pemasaran yang unik. UMKM di Indonesia menunjukkan keragaman kreativitas, mulai dari produk kerajinan tangan hingga layanan berbasis digital (Bakrie et al., 2024). Salah satu aspek yang berperan besar dalam pengembangan UMKM adalah digitalisasi, yang telah mengubah sistem dan manajemen usaha secara signifikan. Teknologi digital dan media sosial memungkinkan pelaku UMKM menciptakan ide-ide inovatif dan menghadirkan produk yang lebih menarik bagi pasar. Produk unggulan dapat dihasilkan melalui strategi yang tepat, seperti pemberdayaan melalui pelatihan keterampilan, pemahaman tentang branding, pengemasan, serta pemasaran daring. Kolaborasi antara pemerintah desa, pelaku UMKM, serta institusi pendidikan dan pelatihan memiliki peran penting dalam mempercepat proses ini (Mariska et al., 2023). Produk unggulan UMKM adalah produk atau jasa yang memiliki nilai lebih dibandingkan pesaing, baik dari segi kualitas, harga, maupun manfaat tambahan yang ditawarkan kepada konsumen (Sukezi, n.d.; Mariska et al., 2023). Untuk mengembangkan produk unggulan, UMKM perlu melakukan riset pasar guna mengidentifikasi peluang dan memahami kebutuhan serta preferensi konsumen. Inovasi, diversifikasi produk, dan peningkatan kualitas menjadi strategi utama dalam memperkuat daya saing UMKM (Purnomo, 2013). Kualitas produk yang baik menjadi

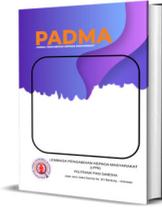


faktor kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing di pasar (Mariska et al., 2023).

Peserta penyuluhan memberikan tanggapan positif terhadap materi mengenai Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) dan UMKM, terutama saat membahas kecenderungan generasi muda yang lebih memilih produk luar negeri. Dominasi pasar oleh produk asing mencerminkan tingginya permintaan terhadap barang-barang tersebut. Selain itu, konsep asosiasi merek dan foreign branding merupakan hasil dari strategi pemasaran jangka panjang yang dilakukan oleh suatu negara. Sebagai contoh, Jepang telah berhasil membangun citra merek seperti Toyota, Honda, dan Sanyo sebagai produk berkualitas dengan harga terjangkau. Kepercayaan masyarakat terhadap kecanggihan teknologi Jepang merupakan hasil dari upaya pemasaran dan inovasi yang dilakukan secara berkelanjutan (Kussudyarsana, 2016). Inilah tantangan yang harus dihadapi oleh generasi muda untuk meningkatkan kesadaran serta kebanggaan terhadap merek lokal, sehingga produk dalam negeri dapat bersaing dan menjadi pilihan utama di pasar domestik. Berikut adalah hasil post-test yang diisi oleh peserta setelah sesi penyuluhan. Hasil ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai Gernas BBI dan UMKM setelah mengikuti kegiatan penyuluhan.

Tabel 5. Hasil Post-Test

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apakah Saudara memahami “Gerakan Bangga Buatan Indonesia”?	– Ya memahami (21 peserta) – Sudah (2 peserta)
2.	Apakah peran UMKM dalam perekonomian indonesia?	– Lapangan kerja rakyat kecil (6 orang) – Supaya ekonomi bagus (4 orang) – Peduli dan cinta produk dalam negeri (7 orang) – Sangat penting (6 orang)
3.	Menurut Saudara apakah membeli produk dalam negeri	– Ya (20 orang) – Betul (3 orang)



itu penting?

- | | |
|---|---|
| 4. Apakah Saudara bersedia mendukung UMKM di desa tempat saudara tinggal? | - Bersedia (20 orang)
- Ya (3 orang) |
|---|---|



Gambar 4. Penyerahan poster Gernas BBI kepada perwakilan pihak desa



Gambar 5. Sambutan dari perwakilan pihak desa

Kesimpulan

Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) merupakan inisiatif pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan penggunaan produk lokal, khususnya dari UMKM, guna memperkuat perekonomian nasional. Kebijakan ini sempat mengalami stagnasi akibat pandemi COVID-19, tetapi kembali digencarkan sejak 2022 dengan dukungan penuh dari pemerintah. Desa Sukopuro, yang memiliki potensi besar dalam sektor UMKM berbasis pertanian seperti olahan singkong dan pisang, menghadapi tantangan karena minimnya keterlibatan generasi muda dalam usaha lokal. Para pemuda cenderung kurang peduli dan lebih tertarik bekerja di luar desa, sementara pelaku usaha yang ada didominasi oleh warga lanjut usia. Melalui program pengabdian kepada masyarakat, tim peneliti melakukan edukasi kepada



Karang Taruna Desa Sukopuro mengenai pentingnya Gernas BBI dalam mendukung produk lokal. Kegiatan ini mencakup penyuluhan, distribusi pamflet, pemasangan X-banner, serta pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan kesadaran pemuda terhadap UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kebanggaan pemuda terhadap produk lokal setelah mengikuti program edukasi ini. Diharapkan, inisiatif ini dapat menjadi langkah awal dalam menumbuhkan kepedulian dan keterlibatan pemuda dalam pengembangan UMKM desa, sehingga dapat berkontribusi lebih besar dalam perekonomian lokal dan nasional

Referensi

- Adhitia Benedictus. 2023. "Mengapa Generasi Muda Lebih Bangga Dengan Brand Internasional Ketimbang Lokal?" *Kompasiana*, September 4, 2023.
- Bakrie, RM Rionaldi, Siti Atikah Suri, Nabila, Alda Sahara, Verdy H Pratama, and Firmansyah. 2024. "Pengaruh Kreativitas UMKM Serta Kontribusinya Di Era Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 16, no. 2 (July): 82–88. <https://doi.org/10.55049/jeb.v16i2.308>.
- Christiana, Maria, Iman Kalis, M Irfani Hendri, and Heni Safitri. n.d. "Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Kearifan Lokal Dalam Mendukung Perekonomian Daerah Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Di Kabupaten Sambas)." *Journal Management*. Vol. 22.
- Kussudyarsana. 2016. "BENEFIT Jurnal Managemen Dan Bisnis 48 Kussudyarsana PERSEPSI KONSUMEN ATAS MEREK LOKAL DAN ASING PADA KATEGORI PRODUK HEDONIK DAN UTILITARIAN."
- Mariska, Refi, Fahriza Hasri Siregar, Amar Khairi Ahmad, Uswatun Hasanah, Chandra Wisnu Aji Pratama, Al-Yusri Lubis, and Pengembangan Produk Unggulan UMKM Dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Di Desa sukasari Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai Refi Mariska. 2023. "Copyright." *Journal of Human And Education* 3, no. 2: 292–98.
- Pemasaran Produk UMKM di Kecamatan Bukit Batu Bengkalis Lie Othman, Kinerja, Meyzi Heriyanto, and Prog Studi Administrasi Bisnis. 2023. "Membangun Keunggulan Produk Untuk Meningkatkan." Vol. 4. <https://madaniya.biz.id/journals/contents/article/view/580>.



JURNAL PADMA
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Politeknik Piksi Ganesha
Vol. 04 No. 02 (2024)

<https://journal.piksi.ac.id/index.php/Padma>

p-ISSN : 2797-6394 e-ISSN : 2797-3905



- Rokhmawati, Dian, Roy Anugrah, Agoes Hariyanto, Mariana Fitri Rahmawati, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wisnuwardhana Malang, Fakultas Pertanian, and Universitas Wisnuwardhana Malang Jalan Danau Sentani No. 2024. "Penguatan Kesadaran Produk Halal Bagi Remaja Dan Ibu Rumah Tangga Di Desa Kedungrejo." *JAST : Jurnal Aplikasi Sains Dan Teknologi* 8, no. 1: 82–97. <https://doi.org/10.33366/jast.v8i1.5>.
- Sofyan, Syaakir. 2017. "PERAN UMKM (USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH) DALAM PEREKONOMIAN INDONESIA." Vol. 11.
- Sugih harto. 2023. "Melalui Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia Saatnya UMKM Meroket." Kementerian Keuangan RI. July 19, 2023.
- Wahyunti, Sri, Jalan Anggrek, No 16, Ranggo Na', and Kota Bima. n.d. "PERAN STRATEGIS UMKM DALAM MENOPANG PEREKONOMIAN INDONESIA DI TENGAH PANDEMI COVID 19."