

PENGEMBANGAN UMKM MELALUI FESTIVAL BAKU TIMBA DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN MASYARAKAT DI KABUPATEN JAYAPURA PROVINSI PAPUA

Meir Mutiara
NPP. 32.1066

Asdaf Kabupaten Jayapura, Provinsi Papua
Program Studi Pembangunan Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat

Email: 32.1066@praja.ipdn.ac.id

Pembimbing Skripsi: Dr. Ridwan, SE., M.Si

ABSTRACT

Problem Statement: *The existence of Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) in Papua, including Jayapura, has an impact on increasing the income of the community. With its reflection of cultural identity and local natural resources, Jayapura has tremendous potential to produce local products. However, these local products have not been fully utilized, and one way to take advantage of this potential is by holding the Festival Baku Timba, a first-time event. **Purpose:** This study aims to investigate and describe the development, supporting factors, and obstacles in the development of UMKM through the Festival Baku Timba in increasing the income of the community in Jayapura District, Papua Province. **Method:** The data collection method consisted of primary and secondary sources. Primary sources include observations and interviews, while secondary sources include publications and research reports. **Result:** The study shows that the festival provides broader marketing access for business owners, improves product standardization, and supports innovation in packaging and promotion. The Jayapura District Government plays an active role by providing marketing facilities such as booths at the festival and UMKM galleries to increase the sales of local products. Although the festival has significantly supported the development of local UMKM in Jayapura, UMKM actors still face a major obstacle, which is the lack of ability to market their products, both directly and online. **Conclusion:** The Festival Baku Timba in Jayapura District has successfully enhanced the development of local UMKM by expanding marketing access, improving product standardization, and supporting innovation in packaging. The government's support in providing marketing facilities also plays a crucial role in increasing local product sales. However, UMKM actors still face challenges in marketing their products, both offline and online, which need to be addressed for the sustainability of their businesses.*

Keywords: *Implementation, Inokson Usage, Waste Accumulation*

ABSTRAK

Permasalahan: Keberadaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Papua termasuk Jayapura memiliki pengaruh dalam meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan mencerminkan identitas budaya dan sumber daya alam lokal, Jayapura memiliki potensi yang luar biasa untuk menghasilkan produk lokal. Namun, produk lokal tersebut belum dimanfaatkan dengan baik, sehingga salah satu cara untuk memanfaatkannya dengan mengadakan Festival Baku Timba yang belum pernah terjadi sebelumnya. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengembangan, faktor pendukung dan faktor penghambat pengembangan UMKM melalui Festival Baku Timba dalam peningkatan pendapatan masyarakat di Kabupaten Jayapura Provinsi Papua. **Metode:** Metode pengumpulan data terdiri dari sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer mencakup observasi dan wawancara, sedangkan sumber sekunder meliputi publikasi dan laporan penelitian. **Hasil/Temuan:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa festival ini memberikan akses pemasaran lebih luas bagi pelaku usaha, meningkatkan standarisasi produk, serta mendukung inovasi dalam pengemasan dan promosi. Pemerintah Kabupaten Jayapura turut berperan aktif dalam menyediakan fasilitas pemasaran, seperti tenda di festival dan galeri UMKM, untuk meningkatkan penjualan produk lokal. Meskipun festival ini berperan signifikan dalam mendukung pengembangan UMKM lokal di Kabupaten Jayapura, pelaku UMKM masih menghadapi hambatan utama, yaitu kurangnya kemampuan dalam memasarkan produk, baik secara langsung maupun *online*. **Kesimpulan:** Festival Baku Timba di Kabupaten Jayapura berhasil meningkatkan pengembangan UMKM lokal dengan memperluas akses pemasaran, meningkatkan standarisasi produk, dan mendukung inovasi dalam pengemasan. Dukungan pemerintah dalam menyediakan fasilitas pemasaran juga berperan penting dalam meningkatkan penjualan produk lokal. Namun, pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam pemasaran, baik secara langsung maupun online, yang perlu diatasi untuk keberlanjutan usaha mereka.

Kata kunci: UMKM, Festival Baku Timba, Pendapatan Masyarakat, Kabupaten Jayapura



I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perekonomian Indonesia memerlukan pengelolaan yang baik terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mengembangkan potensi sumber daya manusia yang ada. UMKM memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, baik dalam menciptakan lapangan pekerjaan maupun mengurangi tingkat pengangguran di berbagai daerah. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 66 juta usaha dengan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), yakni 97% dari total tenaga kerja Indonesia. Perekonomian Indonesia dapat dikatakan tumbuh stabil dengan sektor UMKM menjadi salah satu pilar utama yang menopang ekonomi daerah maupun nasional.

Keberadaan UMKM yang tersebar di berbagai sektor ekonomi menciptakan peluang bagi pengembangan sektor lain, seperti manufaktur, pertanian, hingga perdagangan. Sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, tujuan utama UMKM adalah menumbuhkan dan mengembangkan usaha yang pada akhirnya dapat mendorong terciptanya demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Dengan karakteristik yang fleksibel dan mudah beradaptasi, UMKM di Indonesia berperan penting dalam mendukung terciptanya perekonomian yang inklusif, baik di tingkat nasional maupun daerah. Berdasarkan laporan yang dikeluarkan oleh Kadin Indonesia (2023), pertumbuhan sektor UMKM Indonesia pada tahun 2023 mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Meskipun demikian, tantangan dalam pengelolaan dan pengembangan UMKM masih besar. Salah satu faktor yang sangat mempengaruhi keberhasilan pengelolaan UMKM adalah kemampuannya dalam mengakses pasar, baik secara offline maupun online. Hal ini terkait dengan pentingnya pembekalan UMKM dengan keterampilan pemasaran yang tepat guna memperkenalkan produk mereka kepada konsumen yang lebih luas.

Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa UMKM di negara berkembang, seperti India, menghadapi tantangan serupa dalam hal inovasi teknologi. Sebuah penelitian oleh Gupta & Barua, (2016) mengidentifikasi bahwa sumber daya dan kemampuan proyek, pengetahuan teknis pengusaha, serta kebijakan pemerintah adalah faktor-faktor penting yang mendorong inovasi teknologi dalam UMKM. Ini menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM melalui peningkatan kapasitas teknologi dan kebijakan yang mendukung sangat penting untuk meningkatkan daya saing produk lokal UMKM di pasar global.

Selain itu, Khanzode et al., (2021) juga menunjukkan bahwa adopsi teknologi dalam UMKM menghadapi berbagai hambatan, termasuk kurangnya kerangka kebijakan dan kesulitan dalam akses ke kredit. Hambatan-hambatan ini mempengaruhi kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan teknologi terbaru, seperti Industri 4.0, yang berpotensi meningkatkan daya saing mereka dalam pasar global. Oleh karena itu, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya kebijakan yang mendukung adopsi teknologi dan pelatihan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut.

Pemerintah Indonesia telah banyak berupaya dalam mendukung UMKM, baik dalam bentuk kebijakan, pelatihan, maupun program-program bantuan modal. Namun, keberhasilan program-program tersebut tidak dapat terlepas dari faktor pendukung lainnya, seperti adanya akses yang lebih luas terhadap pasar global dan regional. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan produk lokal dan kreativitas dalam berwirausaha, UMKM di daerah-daerah seperti Papua semakin mendapat perhatian. Salah satunya adalah melalui acara **Festival Baku Timba** yang diadakan di Jayapura, yang bertujuan untuk memperkenalkan produk lokal dan mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Festival Baku Timba yang dimulai pada 2023 ini memberi ruang bagi UMKM untuk memasarkan produk-produk lokal khas Papua, mulai dari kuliner, kerajinan tangan, hingga sektor jasa kreatif. Festival ini tidak hanya membantu memperkenalkan produk kepada masyarakat luas, tetapi juga menciptakan jaringan antara pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat umum, yang saling mendukung dalam pengembangan usaha mikro, kecil,

dan menengah. Menurut laporan yang disampaikan oleh Octovianus Warobay, pendiri Octow Entertainment dan penyelenggara festival ini, Festival Baku Timba yang rutin diadakan setiap bulan telah memberi dampak positif terhadap perkembangan UMKM di Papua, terutama dalam meningkatkan pendapatan para pelaku usaha. Namun, selain tantangan dalam memasarkan produk lokal, pelaku UMKM di Jayapura juga menghadapi masalah dalam hal akses terhadap teknologi dan pemasaran digital. Banyak usaha kecil yang belum dapat memanfaatkan platform online secara optimal, sehingga produk mereka masih terbatas pada pasar lokal. Pemasaran melalui media sosial, e-commerce, dan platform digital lainnya menjadi penting dalam mengatasi keterbatasan pasar dan memperluas jangkauan produk UMKM. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah daerah, akademisi, dan organisasi lainnya untuk memberikan pelatihan dan penguatan kapasitas dalam bidang pemasaran digital dan manajemen bisnis.

Penelitian lainnya oleh Mohanty & Prakash, (2014) menunjukkan bahwa praktik manajemen rantai pasokan hijau (GSCM) mulai diterapkan oleh UMKM di India, meskipun masih terdapat tantangan signifikan. Praktik GSCM ini melibatkan perubahan dalam cara mengelola rantai pasokan untuk lebih ramah lingkungan, yang didorong oleh tekanan eksternal dari pemangku kepentingan dan pelatihan internal. Di Indonesia, adopsi praktik serupa bisa sangat relevan untuk mendukung keberlanjutan UMKM, terutama dalam menghadapi pasar yang semakin sadar akan pentingnya keberlanjutan. Sementara itu, penelitian Singh et al., (2021) menyoroti pentingnya penerapan prinsip Lean Six Sigma (LSS) untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi pemborosan dalam operasi UMKM. Penerapan LSS ini dapat membantu UMKM mengoptimalkan sumber daya mereka dan meningkatkan daya saing, terutama di sektor yang sangat kompetitif seperti industri manufaktur dan makanan. (Endris & Kassegn, 2022) menekankan bahwa UMKM memiliki potensi besar dalam mendukung pembangunan berkelanjutan melalui penciptaan lapangan pekerjaan dan pengurangan kemiskinan. Namun, UMKM juga dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti akses terhadap pembiayaan dan infrastruktur yang terbatas, yang sangat relevan dengan tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Papua, Indonesia.

Festival Baku Timba menjadi salah satu contoh nyata bagaimana UMKM dapat diberdayakan untuk beradaptasi dengan perkembangan ekonomi global dan digital. Dengan terus mengadakan festival ini, diharapkan dapat membuka peluang baru bagi UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing produk lokal. Selain itu, pemerintah daerah dapat lebih memahami tantangan yang dihadapi UMKM dan merumuskan kebijakan yang lebih mendukung sektor ini. Dalam konteks perkembangan ekonomi daerah, peningkatan sektor UMKM sangat berpengaruh terhadap Produk Regional Domestik Bruto (PDRB) di provinsi tersebut. Peningkatan ekspor, konsumsi masyarakat, dan dukungan pemerintah menjadi tiga faktor utama yang memengaruhi keberhasilan UMKM dalam meningkatkan perekonomian daerah. UMKM di Papua, khususnya di Kabupaten Jayapura, menjadi salah satu contoh yang menunjukkan bagaimana festival dan program pemberdayaan dapat membawa dampak positif bagi peningkatan pendapatan, pengurangan kemiskinan, dan pengurangan pengangguran.

1.2. Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)

Kabupaten Jayapura sebagai bagian dari Provinsi Papua menunjukkan perkembangan yang cukup pesat dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama sejak adanya kegiatan rutin seperti Festival Baku Timba. Festival ini terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah pelaku usaha, pendapatan masyarakat, serta penurunan angka pengangguran dan kemiskinan. Namun di balik capaian tersebut, masih terdapat persoalan mendasar yang belum sepenuhnya teratasi. Banyak pelaku UMKM di Jayapura belum mampu memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk secara optimal. Keterbatasan dalam penggunaan media sosial, e-commerce, dan strategi pemasaran online menyebabkan jangkauan pasar produk lokal masih sempit dan belum berkembang

secara maksimal. Di sisi lain, hingga kini belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji sejauh mana Festival Baku Timba mampu memberdayakan UMKM lokal secara berkelanjutan. Kajian yang ada masih terbatas pada capaian jangka pendek, padahal upaya pengembangan UMKM seharusnya juga mencakup peningkatan kapasitas usaha, strategi pemasaran yang adaptif, serta dampak jangka panjang terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara realitas di lapangan dengan harapan ideal. UMKM di Kabupaten Jayapura tidak hanya memerlukan ruang untuk menjual produk, tetapi juga pendampingan dalam hal inovasi, digitalisasi, dan penguatan usaha agar mampu bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

1.3. Penelitian Terdahulu

Penelitian menunjukkan pentingnya pendampingan terhadap UMKM dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. Dalam kajian mengenai penguatan dan pendampingan pelaku UMKM di Desa Cikujang, Serangpanjang, Subang, Jawa Barat, ditemukan bahwa terdapat berbagai tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha, seperti mindset negatif yang mengakar dan terbatasnya pengetahuan tentang desain kemasan produk serta pengurusan izin usaha. Kegiatan pengabdian masyarakat di desa tersebut memberikan dampak positif dengan terbitnya izin usaha serta desain kemasan baru untuk produk-produk lokal, seperti keripik dan cemilan kampung, yang dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar (Wulandari, 2023)

Sementara itu, sebuah penelitian mengenai peran orientasi pasar hijau dan inovasi hijau dalam kinerja bisnis UMKM menunjukkan bahwa orientasi pasar hijau memiliki dampak positif terhadap kinerja bisnis. Penelitian yang melibatkan 175 responden dari UMKM manufaktur di Provinsi Jawa Timur ini memberikan bukti empiris bahwa pengelolaan bisnis yang berkelanjutan dengan memanfaatkan inovasi hijau dapat memperbaiki kinerja UMKM, terutama dalam menghadapi tantangan sosial dan lingkungan yang semakin berkembang (Tjahjadi et al., 2020). Penelitian lain juga menekankan pentingnya faktor manajerial dalam penerapan inovasi berkelanjutan. Salah satu studi yang mengkaji faktor-faktor yang berkontribusi dalam penerapan praktik inovasi berorientasi berkelanjutan (SOI) di UMKM manufaktur menyatakan bahwa dukungan manajemen puncak, inisiatif pemerintah, dan sumber daya keuangan adalah faktor utama yang membantu penerapan praktik-praktik ini. Temuan ini memberikan gambaran tentang pentingnya kolaborasi antara sektor publik dan sektor swasta dalam mendukung UMKM agar lebih berkelanjutan (Khurana et al., 2021)

Sebagai tambahan, penelitian yang berfokus pada hambatan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi praktik ekonomi sirkular menemukan adanya tujuh dimensi hambatan yang signifikan, termasuk keterbatasan sumber daya dan pemahaman tentang ekonomi sirkular itu sendiri. Penelitian ini memberikan wawasan yang penting untuk merancang strategi yang lebih efektif dalam mendukung UMKM agar bisa mengimplementasikan praktik ekonomi sirkular yang lebih berkelanjutan (Mishra et al., 2022). Dalam konteks lain, studi mengenai UMKM di industri mode di Inggris menyoroti pentingnya kemampuan dinamis dan keterlibatan pelanggan dalam memajukan ekonomi sirkular. Penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM dapat memperkenalkan solusi ekonomi sirkular melalui inovasi dan adaptasi bisnis yang lebih gesit, sambil melibatkan pelanggan dalam proses bisnis mereka. Temuan ini memberikan kontribusi penting terhadap literatur ekonomi sirkular dan menunjukkan bahwa keterlibatan pelanggan dapat menjadi salah satu faktor kunci dalam keberhasilan implementasi ekonomi sirkular (Elf et al., 2022)

Sementara itu, studi mengenai kewirausahaan hijau dalam ekonomi sirkular mengungkapkan bahwa pendorong utama dalam mengembangkan kewirausahaan hijau adalah teknologi, infrastruktur yang efektif, serta norma dan budaya sosial yang mendukung penerimaan teknologi baru. Penelitian ini menyoroti bahwa keberhasilan implementasi kewirausahaan hijau tidak hanya bergantung pada faktor teknologi, tetapi juga pada aspek sosial dan kebijakan yang mendukungnya. Hal ini penting bagi UMKM

yang ingin mengintegrasikan keberlanjutan dalam operasional mereka (Mondal et al., 2023a). Selain itu, penelitian yang menganalisis literasi keuangan di UMKM tekstil di Jawa dan Bali menemukan bahwa literasi keuangan yang baik dapat berpengaruh signifikan terhadap inovasi dan kinerja bisnis UMKM. Literasi keuangan yang kuat membantu pelaku UMKM membuat keputusan yang lebih tepat dalam pengelolaan keuangan mereka, yang pada akhirnya meningkatkan kinerja dan daya saing bisnis mereka di pasar global. Temuan ini juga menegaskan perlunya dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, akademisi, dan sektor swasta, untuk memperbaiki literasi keuangan UMKM (Wahyono & Hutahayan, 2021)

Sebuah penelitian yang mengeksplorasi pengaruh digitalisasi dan kewirausahaan hijau terhadap ekonomi sirkular mengungkapkan bahwa infrastruktur teknologi untuk manufaktur yang lebih bersih dan berkelanjutan, serta pengetahuan tentang kewirausahaan hijau, memainkan peran penting dalam keberhasilan praktik ekonomi sirkular di UMKM. Penelitian ini memberikan gambaran tentang bagaimana digitalisasi dapat mempercepat proses transisi UMKM menuju praktik bisnis yang lebih berkelanjutan (Mondal et al., 2023b). Terakhir, sebuah studi mengenai UMKM manufaktur di India menemukan bahwa ada sejumlah determinan yang memengaruhi integrasi keberlanjutan dengan inovasi, termasuk dukungan pemerintah, kapasitas manajerial, dan pemahaman tentang teknologi yang relevan dengan keberlanjutan. Temuan ini menunjukkan bahwa UMKM perlu memahami pentingnya integrasi keberlanjutan dalam setiap aspek operasional mereka untuk mencapai kinerja yang lebih baik dan berkelanjutan (Khurana et al., 2019)

Secara keseluruhan, penelitian-penelitian tersebut memberikan gambaran yang jelas tentang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh UMKM dalam mengembangkan usaha mereka melalui inovasi berkelanjutan, kewirausahaan hijau, dan penerapan ekonomi sirkular. Festival sebagai platform promosi bagi UMKM dapat menjadi sarana yang sangat efektif dalam mendukung pengembangan UMKM, meningkatkan kapasitas pelaku usaha, serta memperkenalkan produk lokal ke pasar yang lebih luas, sekaligus mengintegrasikan konsep-konsep keberlanjutan dalam operasional mereka.

1.4. Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan mengkaji peran festival sebagai platform strategis dalam pengembangan UMKM yang mengintegrasikan aspek pemberdayaan ekonomi lokal sekaligus inovasi berkelanjutan, kewirausahaan hijau, dan penerapan ekonomi sirkular. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak fokus pada aspek pemberdayaan masyarakat atau peningkatan kapasitas secara umum, penelitian ini menitikberatkan pada bagaimana festival tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai wadah pengenalan praktik bisnis berkelanjutan dan inovasi hijau kepada pelaku UMKM di Kabupaten Jayapura. Selain itu, penelitian ini menggabungkan pendekatan multidimensional dengan mempertimbangkan faktor sosial, ekonomi, dan teknologi dalam mendukung pengembangan UMKM yang berkelanjutan di daerah dengan tantangan khas seperti keterbatasan sumber daya dan akses pasar. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam literatur pengembangan UMKM melalui pendekatan festival yang inklusif dan berkelanjutan, sekaligus memperluas pemahaman tentang bagaimana integrasi ekonomi sirkular dan kewirausahaan hijau dapat diterapkan secara praktis dalam konteks lokal.

1.5. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengembangan, faktor pendukung dan faktor penghambat pengembangan UMKM melalui Festival Baku Timba dalam peningkatan pendapatan masyarakat di Kabupaten Jayapura Provinsi Papua

II. METODE

Penelitian ini dilaksanakan selama dua minggu pada awal bulan Januari 2025 di Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jayapura, Papua. Lokasi penelitian dipilih secara purposif karena merupakan lembaga yang memiliki peran langsung dalam penyelenggaraan Festival Baku Timba serta pembinaan pelaku UMKM di daerah tersebut. Penelitian ini melibatkan sembilan orang informan yang terdiri dari berbagai pihak yang terlibat dalam pelaksanaan dan dampak Festival Baku Timba. Informan tersebut meliputi satu orang Sekretaris Dinas Koperasi dan UMKM, satu orang Kepala Bidang UMKM, satu orang pengelola UMKM Festival Baku Timba, tiga orang pelaku usaha yang turut serta dalam festival, serta tiga orang pembeli yang berpartisipasi sebagai konsumen dalam kegiatan tersebut. Teknik sampling yang digunakan dalam pemilihan informan adalah purposive sampling, yaitu penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang dianggap paling relevan dengan tujuan penelitian. Dalam hal ini, informan dipilih karena mereka memiliki pengalaman langsung dan pengetahuan mendalam terkait penyelenggaraan festival maupun keterlibatan dalam pengembangan UMKM lokal. Dari seluruh informan yang diwawancarai, Sekretaris Dinas Koperasi dan UMKM ditetapkan sebagai informan kunci. Hal ini didasarkan pada posisinya yang strategis dalam pengambilan kebijakan dan pengawasan langsung terhadap program pemberdayaan UMKM di Kabupaten Jayapura, termasuk Festival Baku Timba. Informan kunci ini memiliki akses terhadap informasi yang lebih luas, menyeluruh, dan mendalam mengenai latar belakang, tujuan, pelaksanaan, serta dampak dari program tersebut terhadap pengembangan UMKM lokal. Dalam mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan metode triangulasi, yaitu teknik penggabungan beberapa metode pengumpulan data yang berbeda guna meningkatkan validitas dan keandalan hasil penelitian. Triangulasi dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung di lokasi festival dan kantor dinas, serta studi dokumentasi terhadap dokumen-dokumen resmi dan laporan kegiatan yang relevan. Wawancara digunakan untuk menggali pandangan, pengalaman, serta evaluasi dari para informan terkait dengan penyelenggaraan Festival Baku Timba dan dampaknya terhadap pelaku UMKM. Observasi dilakukan untuk mengamati interaksi, aktivitas, serta pola-pola pelibatan UMKM dalam festival secara langsung di lapangan. Sementara itu, studi dokumentasi digunakan untuk menelaah berbagai sumber tertulis seperti laporan tahunan, berita acara, dan publikasi terkait Festival Baku Timba serta data statistik mengenai perkembangan UMKM di wilayah tersebut (Nurdin & Hartati, 2019:173). Data yang diperoleh dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data utama yang dikumpulkan langsung dari para informan melalui proses wawancara dan observasi di lapangan. Data ini memberikan informasi yang aktual dan kontekstual sesuai dengan kebutuhan penelitian. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang sudah ada sebelumnya, seperti dokumen kebijakan, laporan program dari dinas, jurnal ilmiah, buku, dan data statistik dari lembaga terkait. Penggunaan data sekunder bertujuan untuk melengkapi dan memperkuat analisis atas data primer yang diperoleh, serta memberikan gambaran yang lebih menyeluruh dan mendalam tentang latar belakang dan konteks penelitian (Simangunsong, 2017:230). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang utuh mengenai kontribusi Festival Baku Timba dalam mendukung pengembangan UMKM di Kabupaten Jayapura.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pengembangan UMKM melalui Festival Baku Timba dalam peningkatan pendapatan masyarakat di Kabupaten Jayapura Provinsi Papua

1. Pengembangan UMKM melalui Festival Baku Timba dalam Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Kabupaten Jayapura, Provinsi Papua

Festival Baku Timba yang digelar di Kabupaten Jayapura merupakan salah satu inisiatif penting yang bertujuan untuk mendukung pengembangan UMKM. Festival ini memberikan kesempatan bagi para pelaku usaha kecil untuk memperkenalkan produk mereka dan memperluas pasar. Salah satu tujuan

utamanya adalah meningkatkan pendapatan masyarakat melalui peningkatan partisipasi UMKM di dalamnya. Data yang dihimpun menunjukkan bahwa jumlah UMKM yang terlibat dalam festival ini terus mengalami peningkatan. Dimulai dengan hanya 16 pelaku usaha pada festival pertama, jumlah peserta kini telah berkembang hingga mencapai lebih dari 500 pelaku usaha, yang menandakan semakin meningkatnya antusiasme dan partisipasi dari pelaku UMKM di Jayapura.

Festival ini, selain menyediakan platform untuk memasarkan produk, juga memberikan peluang untuk pelaku usaha membangun jaringan, meningkatkan kapasitas produksi, dan mengenalkan produk mereka kepada pasar yang lebih luas. Salah satu keunggulan yang teridentifikasi adalah bagaimana festival ini mendorong pelaku UMKM untuk lebih aktif dalam memanfaatkan teknologi digital, seperti media sosial, sebagai sarana promosi produk. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori Resource-Based View (RBV) yang menekankan tiga kriteria utama dalam pengembangan UMKM. Berdasarkan teori ini, peneliti akan membahas sumber daya berwujud, sumber daya tak berwujud, dan kapabilitas organisasi yang ditemukan dalam pengembangan UMKM di Festival Baku Timba.

1. Sumber Daya Berwujud

Sumber daya berwujud (tangible resources) mengacu pada aset fisik yang diperlukan untuk mendukung kegiatan usaha. Dalam konteks pengembangan UMKM, sumber daya berwujud ini mencakup modal, fasilitas fisik, teknologi, serta sumber daya keuangan yang diperlukan untuk menjalankan dan mengembangkan usaha.

a. Modal Keuangan dan Akses Pembiayaan

Modal menjadi salah satu tantangan utama bagi pelaku UMKM, khususnya bagi mereka yang memiliki keterbatasan dalam mengakses pinjaman perbankan. Sebagian besar pelaku UMKM di Kabupaten Jayapura memiliki modal yang terbatas, yang menghambat pengembangan usaha mereka. Tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah terbatasnya akses terhadap sumber daya keuangan. Oleh karena itu, dukungan pemerintah dalam menyediakan fasilitas pembiayaan, seperti subsidi biaya sewa stan dan bantuan modal, sangat membantu dalam mendukung pelaku UMKM. Pelaku UMKM yang umumnya menghadapi hambatan dalam mengakses pembiayaan formal sangat terbantu melalui subsidi biaya stan, bantuan logistik, dan promosi. Dengan total dana sebesar Rp54.500.000 yang dialokasikan kepada 95 UMKM, intervensi ini menunjukkan komitmen nyata pemerintah dalam menciptakan ruang usaha yang inklusif. Meskipun jumlah ini masih terbatas dibandingkan total UMKM di Jayapura, kehadiran kebijakan subsidi memberikan harapan dan insentif bagi pelaku usaha kecil.

b. Fasilitas Fisik dan Lokasi Usaha

Festival Baku Timba juga menyediakan fasilitas fisik berupa stan atau tempat untuk pelaku UMKM memasarkan produk mereka. Pemerintah daerah melalui Dinas Koperasi dan UMKM menyediakan stan gratis atau dengan subsidi biaya bagi pelaku UMKM yang berpartisipasi dalam festival ini. Penyediaan stan dan ruang promosi di festival menunjukkan upaya pembangunan infrastruktur pasar berbasis komunitas. Ini menjadi langkah strategis dalam menjembatani pelaku UMKM dengan konsumen secara langsung. Tabel di bawah menunjukkan rincian bantuan dana yang diberikan kepada 95 UMKM yang terlibat dalam Festival Baku Timba pada tahun 2024. Subsidi ini mencakup biaya sewa stan, bantuan logistik dan dekorasi, serta bantuan untuk promosi produk. Dukungan ini sangat penting bagi UMKM yang memiliki keterbatasan finansial.

Tabel 1
Pemberian Bantuan

| No | Jenis Bantuan | Jumlah UMKM Penerima | Nilai Subsidi per UMKM | Total Dana Dialokasikan |
|--------------|--------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|--------------------------------|
| 1 | Sewa stan 100% gratis | 35 UMKM | Rp1.000.000 | Rp35.000.000 |
| 2 | Subsidi 50% biaya sewa stan | 20 UMKM | Rp500.000 | Rp10.000.000 |
| 3 | Bantuan logistik & dekorasi | 15 UMKM | Rp300.000 | Rp4.500.000 |
| 4 | Bantuan promosi (banner/media) | 25 UMKM | Rp200.000 | Rp5.000.000 |
| Total | | 95 UMKM | | Rp54.500.000 |

c. Teknologi dan Pemasaran Digital

Selain dukungan finansial dan fasilitas fisik, teknologi juga memainkan peran penting dalam pengembangan UMKM. Di era digital, penggunaan media sosial dan aplikasi pembayaran digital sangat membantu dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Penggunaan media sosial memungkinkan pelaku UMKM untuk berinteraksi langsung dengan konsumen dan memperkenalkan produk mereka secara lebih luas. Namun, masih ada beberapa tantangan terkait dengan adopsi teknologi pembayaran digital, yang menjadi hambatan dalam meningkatkan kenyamanan transaksi. Penggunaan media sosial oleh pelaku UMKM, meskipun belum merata, mencerminkan pergeseran penting dalam strategi pemasaran. Festival ini juga mempercepat adopsi teknologi digital, meskipun masih terdapat kendala dalam pembayaran digital, terutama bagi UMKM yang belum memiliki literasi finansial yang memadai.

2. Sumber Daya Tak Berwujud

Sumber daya tak berwujud (intangible resources) sangat penting dalam menciptakan daya saing yang berkelanjutan. Berbeda dengan sumber daya berwujud, sumber daya tak berwujud tidak dapat dilihat secara fisik, namun dapat memberikan nilai strategis yang signifikan bagi pelaku usaha. Dalam penelitian ini, sumber daya tak berwujud yang dibahas mencakup sumber daya manusia, inovasi dan kreativitas, serta reputasi.

a. Sumber Daya Manusia dan Pelatihan

Sumber daya manusia menjadi aset penting dalam pengembangan UMKM. Kemampuan, keterampilan, dan pengetahuan yang dimiliki oleh pelaku usaha dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha. Sebagai bagian dari dukungan terhadap pengembangan UMKM, pemerintah Kabupaten Jayapura telah menyelenggarakan berbagai pelatihan yang melibatkan pelaku UMKM dalam aspek pemasaran digital, manajemen keuangan, dan pengembangan produk. Pelatihan ini memberikan bekal kepada pelaku UMKM untuk mengelola usaha mereka dengan lebih baik, yang pada gilirannya akan meningkatkan produktivitas dan daya saing produk yang dihasilkan. Ini sejalan dengan kebutuhan penguatan kapasitas pelaku UMKM agar

tidak hanya mampu memproduksi, tetapi juga mengelola dan mengembangkan usahanya secara mandiri dan berkelanjutan.

b. Inovasi dan Kreativitas

Inovasi dan kreativitas merupakan sumber daya tak berwujud yang sangat penting dalam meningkatkan daya tarik produk. Festival Baku Timba menjadi ajang bagi pelaku UMKM untuk berkreasi dalam menciptakan produk baru atau meningkatkan kualitas produk yang sudah ada. Inovasi produk dan kreativitas dalam mengembangkan varian produk menjadi salah satu cara untuk mempertahankan daya saing di pasar yang semakin ketat. Melalui festival ini, pelaku UMKM dapat saling bertukar pengalaman dan belajar dari pelaku usaha lainnya. Festival Baku Timba menjadi wadah eksperimen sosial dan ekonomi, di mana pelaku UMKM terdorong untuk menciptakan varian produk baru atau memperbaiki produk eksisting. Dalam konteks persaingan pasar yang makin kompetitif, inovasi menjadi faktor kunci dalam membedakan produk lokal dengan produk luar.

3. Kapabilitas Organisasi

Kapabilitas organisasi merujuk pada kemampuan suatu usaha dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan. Dalam konteks Festival Baku Timba, kapabilitas ini mencakup kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola operasional usaha, menciptakan inovasi, dan memberikan pelayanan pelanggan yang unggul.

a. Keunggulan Layanan Pelanggan

Interaksi yang baik antara pelaku usaha dan konsumen menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Pelayanan yang ramah, responsif, dan profesional dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Pelayanan pelanggan yang baik membantu pelaku usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka. Hal ini juga memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk melakukan perbaikan produk berdasarkan masukan langsung dari konsumen. Interaksi langsung antara pelaku UMKM dan konsumen dalam festival membuka peluang untuk membangun kepercayaan dan loyalitas. Hal ini penting karena di banyak wilayah, UMKM masih kesulitan membangun hubungan pelanggan yang berkelanjutan akibat terbatasnya interaksi dan promosi.

b. Pengembangan Produk dan Adaptasi Pasar

Kapabilitas dalam pengembangan produk dan adaptasi terhadap kebutuhan pasar sangat penting bagi keberlanjutan usaha. Melalui festival ini, pelaku UMKM dapat mengembangkan produk baru dan mendapatkan umpan balik langsung dari konsumen. Pengembangan produk melalui interaksi langsung dengan konsumen membantu UMKM untuk lebih responsif terhadap permintaan pasar. Dengan terlibat langsung dalam pameran, pelaku UMKM dapat menerima umpan balik secara real time dari konsumen. Respons cepat terhadap permintaan atau keluhan konsumen merupakan indikator penting dari kematangan kapabilitas usaha. Festival ini terbukti menjadi ruang belajar langsung bagi pelaku UMKM untuk melakukan evaluasi dan pengembangan produk secara cepat dan tepat.

Festival Baku Timba menunjukkan bahwa strategi pembangunan ekonomi daerah yang berbasis budaya dan komunitas lokal dapat menjadi pengungkit pertumbuhan UMKM. Keberhasilan festival ini tidak hanya diukur dari jumlah peserta, tetapi juga dari meningkatnya kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi, memperluas pasar, serta membangun relasi sosial dan ekonomi yang lebih kokoh. Pengembangan UMKM melalui Festival Baku Timba di Kabupaten Jayapura telah memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kapasitas ekonomi lokal. Dengan pendekatan *Resource-Based View*, terlihat bahwa kombinasi antara dukungan sumber daya berwujud, penguatan sumber daya tak berwujud, serta peningkatan kapabilitas organisasi UMKM menjadi kunci utama dalam memperkuat

daya saing dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Untuk mempertahankan dan memperluas dampak ini, keberlanjutan dukungan pemerintah dan sinergi antar pemangku kepentingan harus terus ditingkatkan.

3.2. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan UMKM Melalui Festival Baku Timba dalam Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Kabupaten Jayapura

1. Faktor Pendukung

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan sektor yang sangat vital dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Kabupaten Jayapura. UMKM berkontribusi besar dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal. Festival Baku Timba di Kabupaten Jayapura menjadi platform strategis bagi pengembangan UMKM, dengan adanya berbagai faktor pendukung yang membantu meningkatkan kapasitas pelaku usaha, seperti dukungan pemerintah, fasilitas fisik, dan pelatihan.

a. Adanya Bantuan Pemerintah terhadap Fasilitas Fisik kepada Pelaku Usaha

Salah satu faktor utama yang mendukung pengembangan UMKM melalui Festival Baku Timba adalah adanya bantuan fasilitas fisik dari pemerintah. Fasilitas ini mencakup penyediaan infrastruktur seperti lokasi penyelenggaraan acara, serta sarana pendukung seperti tenda, kursi, meja, dan sound system. Pemerintah daerah memberikan dukungan yang signifikan berupa fasilitas fisik untuk memastikan festival dapat berjalan dengan lancar dan memberikan kenyamanan bagi pelaku UMKM serta pengunjung. Pemerintah juga berkolaborasi dengan pihak swasta untuk melengkapi fasilitas yang tidak bisa sepenuhnya ditanggung oleh anggaran pemerintah. Bantuan fasilitas fisik ini meliputi penyediaan lokasi yang strategis dengan akses yang baik, serta sarana dan prasarana pendukung untuk kelancaran acara. Dengan adanya bantuan ini, pelaku usaha tidak perlu memikirkan biaya tambahan untuk tempat dan peralatan, sehingga mereka dapat lebih fokus pada usaha mereka. Adanya fasilitas yang disediakan secara gratis, seperti tenda dan meja, mereka dapat mengurangi beban biaya operasional dan lebih maksimal dalam berjualan.

b. Program Pelatihan untuk Meningkatkan Keterampilan Pelaku UMKM

Faktor pendukung lainnya adalah program pelatihan yang diberikan oleh pemerintah untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM. Sebelum mengikuti Festival Baku Timba, pelaku UMKM diberikan pelatihan yang mencakup berbagai aspek penting dalam menjalankan usaha, seperti manajemen keuangan, pemasaran, dan inovasi produk. Pelatihan ini sangat membantu pelaku usaha dalam mempersiapkan diri menghadapi tantangan yang ada di pasar. Ibu Adonia Wambrauw menyatakan bahwa pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM agar mereka dapat memaksimalkan potensi yang ada selama festival. Pelatihan yang diberikan dapat membantu memahami cara mengelola usaha, seperti mencatat penjualan dan pengeluaran dengan lebih rapi. Hal ini membantu pelaku usaha untuk lebih efisien dalam menjalankan usaha mereka.

c. Festival Baku Timba sebagai Platform untuk Meningkatkan Inovasi Produk UMKM

Festival Baku Timba juga memberikan ruang bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan inovasi produk. Dengan adanya kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, pelaku usaha dapat menguji ide-ide baru dan menerima umpan balik yang konstruktif. Hal ini sangat penting untuk meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar. Festival Baku Timba memberikan kesan positif dengan melihat adanya peningkatan kreativitas dari para pelaku usaha. Banyak produk yang sebelumnya dijual secara sederhana kini dikemas dengan lebih menarik. Dengan adanya platform seperti Festival Baku Timba, pelaku UMKM dapat terus

berinovasi dan mengembangkan produk mereka agar tetap relevan dengan tren dan kebutuhan pasar.

2. Faktor Penghambat

Meskipun ada berbagai faktor pendukung, pengembangan UMKM melalui Festival Baku Timba juga dihadapkan pada sejumlah hambatan yang perlu diatasi agar UMKM dapat berkembang secara maksimal. Beberapa faktor penghambat utama antara lain keterbatasan modal, kurangnya keterampilan dan pengetahuan dalam pengelolaan usaha, serta keterbatasan dalam pengembangan kualitas produk.

1. Keterbatasan Modal sebagai Hambatan Utama

Salah satu hambatan terbesar yang dihadapi pelaku UMKM di Kabupaten Jayapura adalah keterbatasan modal. Banyak pelaku usaha yang kesulitan untuk mengakses pembiayaan formal dari bank. Proses pengajuan pinjaman yang rumit dan persyaratan yang sulit dipenuhi menjadi kendala utama bagi UMKM dalam mengembangkan usaha mereka. Keterbatasan modal ini menjadi hambatan dalam pengembangan produk, seperti penggunaan kemasan baru atau teknologi produksi yang lebih efisien. Oleh karena itu, pelaku UMKM berharap adanya program bantuan modal dari pemerintah yang lebih mudah diakses oleh mereka, terutama untuk mendukung inovasi dan peningkatan kapasitas usaha.

2. Keterbatasan Keterampilan dan Pengetahuan dalam Mengelola Usaha

Faktor penghambat lainnya adalah kurangnya keterampilan dan pengetahuan dalam pengelolaan usaha, baik dalam aspek teknis maupun manajerial. Sebagian besar pelaku UMKM di Kabupaten Jayapura masih kesulitan dalam hal manajemen usaha yang efisien, pemasaran yang efektif, dan penggunaan teknologi dalam proses produksi. Ibu Lenora Bemey menyatakan bahwa banyak pelaku UMKM yang memiliki potensi besar, namun belum sepenuhnya memahami cara mengelola usaha mereka dengan baik.

3. Kurangnya Pengembangan Kualitas Produk

Hambatan lain yang dihadapi pelaku UMKM adalah kurangnya upaya untuk mengembangkan kualitas produk. Banyak pelaku usaha yang belum melakukan riset dan pengembangan untuk menciptakan produk yang lebih inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Tanpa adanya investasi yang memadai dalam pengembangan produk, pelaku UMKM akan kesulitan untuk meningkatkan daya saing produk mereka. Masih ada pelaku UMKM yang belum mengembangkan produk mereka dan berinovasi dalam menghadirkan produk yang lebih menarik. Selain itu, pelayanan kepada pelanggan juga masih menjadi masalah, di mana beberapa pelaku usaha belum sepenuhnya memahami pentingnya membangun hubungan baik dengan pelanggan. Festival Baku Timba memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk berinteraksi langsung dengan konsumen dan mendapatkan umpan balik yang bisa menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas produk.

3.3. Diskusi Temuan Utama Penelitian

Penelitian ini mengungkap bahwa Festival Baku Timba di Kabupaten Jayapura memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan UMKM lokal. Salah satu temuan utama adalah meningkatnya jumlah partisipasi UMKM dari 16 peserta di awal penyelenggaraan menjadi lebih dari 500 pada tahun 2024. Hal ini tidak hanya mencerminkan antusiasme masyarakat, tetapi juga efektivitas festival sebagai sarana pemberdayaan ekonomi lokal. Kondisi serupa ditemukan dalam penelitian ini, di mana pelaku UMKM di Jayapura menghadapi tantangan yang sama. Namun, penyelenggaraan festival

menjadi salah satu bentuk intervensi pemerintah untuk menekan hambatan tersebut, terutama dengan menyediakan subsidi booth, akses permodalan, dan pembinaan usaha. Lebih lanjut, pelatihan dan peningkatan kapasitas menjadi faktor penunjang yang krusial. Hal ini diperkuat oleh Fidela et. al (2020) yang menemukan bahwa pelatihan langsung kepada pelaku UMKM di Desa Jambu berkontribusi besar terhadap kemampuan pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan produk. Dalam konteks Festival Baku Timba, pelatihan mencakup manajemen usaha, teknik pemasaran, dan pengemasan produk. Ini memperlihatkan bahwa pemberdayaan melalui festival tidak hanya berfokus pada promosi, tetapi juga penguatan kualitas pelaku usaha. Penelitian ini sejalan dengan hasil di Jayapura, di mana para pelaku UMKM mendapatkan kesempatan untuk menampilkan produk inovatif dan menerima umpan balik dari konsumen secara langsung. Ini memicu peningkatan kualitas produk dan adaptasi terhadap tren pasar. Namun demikian, tantangan utama yang diidentifikasi tetap pada aspek modal, literasi keuangan, dan kapasitas manajerial. Wulandari (2023) menggarisbawahi bahwa pelaku UMKM di Desa Cikujang kesulitan dalam mendesain kemasan dan mengurus izin usaha akibat keterbatasan pengetahuan dan pola pikir yang belum berkembang. Di Jayapura, temuan serupa muncul: banyak pelaku UMKM belum memiliki legalitas usaha dan masih minim inovasi dalam kemasan, yang menghambat daya saing produk mereka. Sejalan dengan itu, penelitian Tjahjadi et al. (2020) menemukan bahwa orientasi pasar hijau dan inovasi hijau berdampak signifikan terhadap kinerja UMKM. Namun, tanpa dukungan kapasitas manajerial dan pelatihan berkelanjutan, adopsi praktik ini sulit diterapkan. Di Jayapura, sebagian besar UMKM belum menerapkan praktik keberlanjutan karena keterbatasan pengetahuan dan sumber daya. Penelitian Khurana et al. (2021) juga menggarisbawahi pentingnya dukungan pemerintah dan peran manajerial dalam mendorong inovasi berkelanjutan. Ini menjadi refleksi bahwa intervensi seperti festival harus ditopang dengan strategi berkelanjutan, tidak hanya sebatas even tahunan, tetapi juga tindak lanjut berupa pendampingan intensif dan pelatihan lanjutan. Di sisi lain, keterbatasan literasi keuangan menjadi masalah yang menghambat efektivitas pengelolaan bisnis. Wahyono & Hutahayan (2021) membuktikan bahwa literasi keuangan yang kuat mendukung keputusan bisnis yang lebih bijaksana. Dalam konteks ini, Festival Baku Timba telah membuka ruang pelatihan literasi dasar, namun belum secara menyeluruh menjangkau semua pelaku UMKM yang membutuhkan. Akhirnya, pengembangan produk dan inovasi masih menjadi titik lemah. Hal ini memperkuat temuan Khurana et al. (2019), bahwa integrasi keberlanjutan dan inovasi memerlukan dukungan kebijakan, pemahaman teknologi, serta pendampingan. Maka, festival sebagai wadah promosi perlu dikembangkan menjadi ekosistem pemberdayaan berkelanjutan yang menghubungkan pelatihan, akses teknologi, serta dukungan pembiayaan.

3.4. Diskusi Temuan Menarik Lainnya

Salah satu temuan menarik dari penelitian ini adalah **peran media sosial** yang semakin dominan sebagai alat promosi dan interaksi antara pelaku UMKM dan konsumen. Penggunaan media sosial, khususnya Instagram dan Facebook, oleh pelaku UMKM di Kabupaten Jayapura memberikan mereka kesempatan untuk menjangkau konsumen di luar wilayah geografis mereka, bahkan hingga ke pasar nasional. Temuan ini berkaitan erat dengan tren digitalisasi UMKM sebagaimana dijelaskan oleh Mondal et al. (2023b), yang menyatakan bahwa digitalisasi mempercepat transisi UMKM ke praktik bisnis berkelanjutan. Festival Baku Timba menjadi momen penting di mana pelaku usaha mulai mengenal potensi digital marketing. Namun, hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam membuat konten menarik, memahami algoritma media sosial, serta melakukan analisis pasar digital. Fenomena ini juga menunjukkan adanya kebutuhan akan **pendidikan digital dan literasi teknologi**. Tanpa pendampingan yang memadai, peluang besar dari digitalisasi justru berpotensi tidak dimanfaatkan optimal. Mishra et al. (2022) mencatat bahwa keterbatasan pemahaman menjadi penghambat utama dalam adopsi ekonomi sirkular dan teknologi baru.

Oleh karena itu, pemerintah daerah dan penyelenggara festival perlu mengintegrasikan pelatihan digital sebagai bagian dari program pendukung UMKM. Selain itu, temuan ini juga memperkuat pandangan Elf et al. (2022) yang menunjukkan bahwa keterlibatan pelanggan melalui media sosial dapat mendorong inovasi berbasis kebutuhan pasar. UMKM di Jayapura yang berhasil membangun interaksi dengan pelanggan di media sosial menunjukkan peningkatan signifikan dalam penyesuaian produk dan pelayanan mereka. Dalam konteks ekonomi sirkular dan kewirausahaan hijau, penggunaan media sosial juga menjadi sarana untuk mengedukasi konsumen tentang nilai keberlanjutan dari produk lokal. Mondal et al. (2023a) menekankan bahwa penerimaan sosial terhadap praktik hijau dipengaruhi oleh norma dan budaya. Oleh karena itu, media sosial dapat menjadi alat untuk membangun budaya konsumsi yang lebih sadar lingkungan, dengan mempromosikan produk-produk ramah lingkungan dari pelaku UMKM. Kesimpulannya, temuan tentang pemanfaatan media sosial dalam Festival Baku Timba membuka perspektif baru bahwa transformasi digital harus menjadi bagian integral dari strategi pemberdayaan UMKM. Tidak cukup hanya memfasilitasi pemasaran produk dalam event fisik, tetapi perlu disertai dengan pendampingan digital yang berkelanjutan untuk memastikan UMKM mampu bersaing di era ekonomi digital yang semakin kompetitif.

IV. KESIMPULAN

Pengembangan UMKM di Kabupaten Jayapura melalui Festival Baku Timba memberikan peluang yang signifikan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Pertama, sumber daya berwujud, seperti lokasi festival, fasilitas pemasaran, dan infrastruktur yang mendukung promosi produk lokal, dapat dimanfaatkan secara optimal untuk memperkenalkan produk UMKM kepada masyarakat dan pengunjung. Kedua, sumber daya tak berwujud, seperti reputasi merek dan jejaring komunitas, memainkan peranan penting dalam menarik perhatian pengunjung dan investor, yang pada gilirannya meningkatkan visibilitas produk lokal. Selain itu, kapabilitas organisasi, yang mencakup manajemen yang baik dan strategi pemasaran yang efektif, sangat penting untuk memastikan keberhasilan festival serta keberlangsungan UMKM, sehingga festival ini dapat memberikan dampak positif bagi peningkatan pendapatan masyarakat di Kabupaten Jayapura. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan UMKM melalui Festival Baku Timba dapat dibagi menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor pendukung utama meliputi adanya bantuan dari pemerintah dalam bentuk fasilitas fisik yang mendukung pelaksanaan festival, seperti lokasi dan peralatan yang memadai. Selain itu, pemerintah juga memberikan program pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan usaha pelaku UMKM, serta memberikan platform bagi mereka untuk meningkatkan inovasi produk. Namun, di sisi lain, terdapat beberapa faktor penghambat, seperti keterbatasan modal yang dialami oleh beberapa pelaku usaha, kurangnya keterampilan dan pengetahuan dalam mengelola usaha, serta masih terbatasnya pengembangan kualitas produk. Hal-hal ini menjadi tantangan yang harus dihadapi agar pengembangan UMKM dapat lebih optimal dan memberikan dampak yang lebih besar terhadap peningkatan pendapatan masyarakat.

Keterbatasan Penelitian. Penelitian ini berfokus pada Festival Baku Timba di Kabupaten Jayapura, yang memberikan gambaran yang kaya tentang pengembangan UMKM di daerah tersebut. Namun, keterbatasan dalam waktu dan lokasi penelitian menjadi salah satu kendala utama, karena data yang dikumpulkan hanya mencakup satu acara dan satu daerah. Hal ini berarti hasil temuan tidak dapat sepenuhnya digeneralisasi untuk wilayah lain di Indonesia, yang mungkin memiliki konteks sosial dan ekonomi yang berbeda. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif, diperlukan penelitian lanjutan yang melibatkan berbagai daerah dengan karakteristik yang beragam, baik yang ada di wilayah Papua maupun di luar Papua. Penelitian lebih lanjut juga dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana karakteristik lokal mempengaruhi partisipasi dan hasil UMKM dalam festival semacam ini.

Arah Penelitian Masa Depan (*Future Work*). Sebagian besar penelitian ini lebih berfokus pada dampak langsung Festival Baku Timba terhadap pendapatan dan perkembangan UMKM. Namun, terdapat kebutuhan untuk memperluas kajian ke dampak jangka panjang dari festival terhadap UMKM yang terlibat. Keberlanjutan usaha, terutama dalam mempertahankan pendapatan yang diperoleh selama festival, belum banyak dieksplorasi. Penelitian masa depan bisa mengkaji apakah UMKM yang berpartisipasi dalam festival mampu menjaga momentum yang tercipta atau mengalami penurunan pendapatan setelah acara selesai. Ini akan memberikan gambaran lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mendukung atau menghambat kelangsungan usaha mereka setelah event, serta bagaimana pemerintah dan pihak terkait dapat merancang kebijakan yang lebih efektif untuk memastikan keberlanjutan pengembangan UMKM di masa depan.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Pemerintah Daerah Penyelenggara Festival Baku Timba yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan penelitian, serta seluruh pihak yang membantu dan menyukseskan pelaksanaan penelitian.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Elf, P., Werner, A., & Black, S. (2022). Advancing the circular economy through dynamic capabilities and extended customer engagement: Insights from small sustainable fashion enterprises in the UK. *Business Strategy and the Environment*, 31(6), 2682–2699. <https://doi.org/10.1002/bse.2999>
- Endris, E., & Kassegn, A. (2022). The role of micro, small and medium enterprises (MSMEs) to the sustainable development of sub-Saharan Africa and its challenges: a systematic review of evidence from Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 20. <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00221-8>
- Fidela, A., Pratama, A., & Nursyamsiah, T. (2020). *Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan program pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang*. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(3), 493–498. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/pim/article/view/31318>
- Gupta, H., & Barua, M. K. (2016). Identifying enablers of technological innovation for Indian MSMEs using best–worst multi criteria decision making method. *Technological Forecasting and Social Change*, 107, 69–79. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.03.028>
- Kamar Dagang dan Industri Indonesia. (2023). *Laporan tahunan: Pertumbuhan dan tantangan UMKM Indonesia 2023*. Kadin Indonesia. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Khanzode, A. G., Sarma, P. R. S., Mangla, S. K., & Yuan, H. (2021). Modeling the Industry 4.0 adoption for sustainable production in Micro, Small & Medium Enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 279, 123489. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123489>
- Khurana, S., Haleem, A., Luthra, S., & Mannan, B. (2021). Evaluating critical factors to implement sustainable oriented innovation practices: An analysis of micro, small, and medium manufacturing enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 285, 125377. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125377>
- Khurana, S., Haleem, A., & Mannan, B. (2019). Determinants for integration of sustainability with innovation for Indian manufacturing enterprises: Empirical evidence in MSMEs. *Journal of Cleaner Production*, 229, 374–386. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.04.022>
- Mishra, R., Singh, R. K., & Govindan, K. (2022). Barriers to the adoption of circular economy practices in Micro, Small and Medium Enterprises: Instrument development, measurement and validation. *Journal of Cleaner Production*, 351, 131389. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.131389>

- Mohanty, R. P., & Prakash, A. (2014). Green supply chain management practices in India: an empirical study. *Production Planning & Control*, 25(16), 1322–1337. <https://doi.org/10.1080/09537287.2013.832822>
- Mondal, S., Singh, S., & Gupta, H. (2023a). Assessing enablers of green entrepreneurship in circular economy: An integrated approach. *Journal of Cleaner Production*, 388, 135999. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.135999>
- Mondal, S., Singh, S., & Gupta, H. (2023b). Green entrepreneurship and digitalization enabling the circular economy through sustainable waste management - An exploratory study of emerging economy. *Journal of Cleaner Production*, 422, 138433. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.138433>
- Nuridin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Simangunsong, F. (2017). *Metodologi Pemerintahan: Teoritik, Legalistik, Empirik, Inovatif (Kedua)*. CV. ALfabeta.
- Singh, M., Rathi, R., & Garza-Reyes, J. A. (2021). Analysis and prioritization of Lean Six Sigma enablers with environmental facets using best worst method: A case of Indian MSMEs. *Journal of Cleaner Production*, 279, 123592. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123592>
- Tjahjadi, B., Soewarno, N., Hariyati, H., Nafidah, L. N., Kustiningsih, N., & Nadyaningrum, V. (2020). The Role of Green Innovation between Green Market Orientation and Business Performance: Its Implication for Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 173. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040173>
- Wahyono, & Hutahayan, B. (2021). The relationships between market orientation, learning orientation, financial literacy, on the knowledge competence, innovation, and performance of small and medium textile industries in Java and Bali. *Asia Pacific Management Review*, 26(1), 39–46. <https://doi.org/10.1016/j.apmrv.2020.07.001>
- Wulandari, S. (2023). Penguatan dan Pendampingan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Cikujang, Serangpanjang, Subang, Jawa Barat. *Civitas Consecratio: Journal of Community Service and Empowerment*, 2(2), 65–80. <https://doi.org/10.33701/cc.v2i2.2725>

