



Peran Paroki dalam Membangun Ekonomi Umat: Studi Kualitatif atas Realitas UMKM Paroki di Indonesia

Agustinus Abraham

Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, Indonesia

*Penulis Korespondensi: agustinusabraham3@gmail.com

Abstract. *This study examines the role of parishes in building the economic welfare of the faithful through the empowerment of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. The research is motivated by the important contribution of MSMEs to the national economy and the Church's pastoral responsibility to respond to the social and economic realities faced by the faithful. This study aims to describe the role of the Church in empowering parish-based MSMEs, analyze the forms of assistance provided, identify the challenges encountered, and formulate a contextual and sustainable parish-based economic development model. The research employs a qualitative method with a literature study approach by analyzing books, journals, and previous studies related to Church social ministry and MSME empowerment. The findings indicate that the Church plays a strategic role as a facilitator, mentor, and social network connector through entrepreneurship training, financial literacy programs, digital marketing assistance, and support for business capital access. However, the empowerment process still faces several challenges, including limited parish resources, low digital literacy, dependency mentality among the faithful, and competition in the modern market. Therefore, this study proposes a digital and partnership-based parish economic empowerment model that integrates community-based empowerment, digital transformation, and collaboration with government institutions, universities, and the private sector. Through this model, parishes are expected to become centers of sustainable socio-economic empowerment that promote independence, solidarity, and the welfare of the faithful.*

Keywords: Church; Digital Economy; Economic Empowerment; MSMEs; Parish.

Abstrak. Penelitian ini mengkaji peran paroki dalam membangun ekonomi umat melalui pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Kajian ini dilatarbelakangi oleh besarnya kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional serta tanggung jawab pastoral Gereja untuk hadir dalam realitas sosial-ekonomi umat. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan peran Gereja dalam pemberdayaan UMKM paroki, menganalisis bentuk-bentuk pendampingan yang dilakukan, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi, serta merumuskan model pengembangan ekonomi berbasis paroki yang kontekstual dan berkelanjutan. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi pustaka melalui analisis buku, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan pemberdayaan ekonomi umat dan pelayanan sosial Gereja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gereja memiliki peran strategis sebagai fasilitator, pendamping, dan penghubung jaringan sosial melalui pelatihan kewirausahaan, literasi keuangan, pendampingan *digital marketing*, serta dukungan akses modal usaha. Namun, pemberdayaan UMKM paroki masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan sumber daya paroki, rendahnya literasi digital, mentalitas ketergantungan umat, dan persaingan pasar modern. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan model pemberdayaan ekonomi paroki berbasis digital dan jejaring kemitraan yang mengintegrasikan pemberdayaan komunitas, transformasi digital, dan kolaborasi dengan pemerintah, perguruan tinggi, serta sektor swasta. Melalui model tersebut, paroki diharapkan mampu menjadi pusat pemberdayaan sosial-ekonomi yang berkelanjutan demi terciptanya kemandirian, solidaritas, dan kesejahteraan umat.

Kata Kunci: Ekonomi Digital; Gereja; Paroki; Pemberdayaan Ekonomi; UMKM.

1. LATAR BELAKAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional Indonesia (Muttaqien, Cahyaningati, Rizki, & Abrori, 2022a). Sektor ini berkontribusi besar terhadap produk domestik bruto, penyerapan tenaga kerja, serta penguatan ekonomi berbasis masyarakat. Dalam berbagai krisis ekonomi, termasuk krisis moneter 1998 (Sudrartono dkk., 2022) dan pandemi COVID-19, UMKM terbukti memiliki

daya tahan yang relatif kuat dibandingkan sektor usaha besar. Karena itu, penguatan UMKM tidak hanya dipahami sebagai agenda ekonomi semata, melainkan juga sebagai strategi pembangunan sosial yang berpihak pada masyarakat akar rumput (Zahra, 2022a). Dalam konteks Indonesia yang masih menghadapi persoalan kemiskinan, pengangguran, dan ketimpangan pendapatan, pemberdayaan UMKM menjadi kebutuhan mendesak untuk menciptakan kemandirian ekonomi umat.

Di tengah realitas tersebut, Gereja Katolik sebagai lembaga sosial-keagamaan memiliki tanggung jawab moral dan pastoral untuk hadir dalam dinamika kehidupan umat, termasuk persoalan ekonomi (Abraham, 2025b; Wilhelmus, 2009a). Ajaran sosial Gereja Katolik menegaskan bahwa Gereja tidak dapat memisahkan diri dari kegembiraan, harapan, duka, dan kecemasan manusia, terutama mereka yang miskin dan menderita (bandingkan *Gaudium et Spes*, 1962 artikel 1). Karena itu, pelayanan Gereja tidak hanya berbentuk liturgi dan pewartaan, tetapi juga diwujudkan melalui karya diakonia sosial-ekonomi yang membangun martabat manusia (Mere, 2024). Dalam konteks paroki, berbagai bentuk pelayanan ekonomi telah berkembang, misalnya melalui Seksi Pengembangan Sosial Ekonomi (PSE) (Taek, Wisadirana, & Sobari, 2019), koperasi umat, pelatihan kewirausahaan, hingga pendampingan usaha kecil. Hal ini menunjukkan bahwa paroki memiliki potensi besar sebagai basis pemberdayaan ekonomi umat.

Namun demikian, realitas UMKM umat di lingkungan paroki masih menghadapi berbagai persoalan struktural dan manajerial. Beberapa studi menunjukkan bahwa pelaku UMKM binaan Gereja mengalami kendala dalam pemasaran, keterbatasan inovasi produk, lemahnya literasi keuangan, minimnya akses modal, sempitnya segmentasi pasar, serta belum optimalnya pendampingan berkelanjutan (Noventa, Sasmita, Adyantari, & Dharomesz, 2023; Sasmita, Adyantari, Dharomesz, & Noventa, 2022). Banyak usaha umat masih berorientasi pada pasar internal komunitas Gereja dan belum mampu berkembang ke pasar yang lebih luas. Bahkan dalam beberapa kasus, pengelolaan keuangan usaha masih bercampur dengan keuangan rumah tangga, sehingga menghambat pertumbuhan usaha secara profesional.

Penelitian terdahulu telah membahas keterlibatan Gereja dalam bidang ekonomi dari berbagai sudut pandang. Purbiyati meneliti spiritualitas manajemen keuangan Gereja Katolik di Kevikepan Surabaya Barat yang berdampak pada pembentukan UMKM bagi umat dan masyarakat sekitar. Studi ini menekankan bahwa pengelolaan dana gereja dapat diarahkan pada pemberdayaan ekonomi masyarakat (Purbiyati, Widyastuti, & Putri, 2022). Selain itu, penelitian mengenai pendampingan UMKM binaan Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga

Mlati Yogyakarta menunjukkan bahwa pelatihan *digital marketing* mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai strategi promosi berbasis media sosial. Penelitian lain juga menyoroti penggunaan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai instrumen penguatan manajemen usaha bagi UMKM binaan paroki (Noventa dkk., 2023).

Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut umumnya masih bersifat parsial dan berfokus pada aspek teknis tertentu, seperti pemasaran digital, pengelolaan dana, atau pelatihan manajemen bisnis. Belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji peran Gereja secara menyeluruh dalam membangun ekonomi umat melalui realitas UMKM paroki, terutama dengan pendekatan kualitatif yang mendalami pengalaman konkret umat, strategi pastoral ekonomi paroki, pola relasi antara Gereja dan pelaku usaha, serta tantangan implementatif di lapangan. Dengan kata lain, masih terdapat kesenjangan penelitian antara kajian normatif mengenai peran sosial Gereja dan realitas praksis pemberdayaan ekonomi umat di tingkat paroki.

Atas dasar itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menempatkan paroki sebagai *locus* pemberdayaan ekonomi umat melalui UMKM. Penelitian ini tidak hanya melihat UMKM sebagai entitas ekonomi, tetapi sebagai ruang pastoral sosial tempat Gereja mewujudkan misi pelayanan yang integral. Kebaruan lainnya terletak pada penggunaan pendekatan kualitatif untuk menggali pengalaman aktor-aktor utama, yakni pastor paroki, pengurus PSE, pelaku UMKM umat, dan komunitas sekitar, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai model pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas iman.

Urgensi penelitian ini semakin kuat mengingat tantangan ekonomi masyarakat pascapandemi, meningkatnya biaya hidup, ketidakpastian lapangan kerja, dan kebutuhan akan model ekonomi solidaritas yang berakar pada komunitas lokal. Paroki sebagai komunitas basis memiliki modal sosial berupa kepercayaan, solidaritas, jaringan umat, dan struktur organisasi yang dapat menjadi kekuatan strategis dalam pengembangan UMKM. Jika dikelola secara sistematis, Gereja dapat berkontribusi nyata dalam menciptakan ekonomi umat yang inklusif, berkeadilan, dan berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana peran Gereja dalam membangun ekonomi umat melalui UMKM paroki di Indonesia. (2) Bentuk-bentuk pendampingan apa saja yang dilakukan Gereja terhadap pelaku UMKM umat. (3) Tantangan apa yang dihadapi dalam pemberdayaan UMKM paroki. (4)

Bagaimana (rekomendasi) model pengembangan ekonomi umat berbasis paroki yang relevan bagi konteks Indonesia saat ini.

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peran Gereja dalam membangun ekonomi umat melalui UMKM paroki, menganalisis bentuk pendampingan dan strategi pemberdayaan yang dilakukan Gereja, mengidentifikasi tantangan dan hambatan yang dihadapi, dan merumuskan model pemberdayaan ekonomi umat berbasis paroki yang kontekstual dan berkelanjutan. Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi teoritis bagi pengembangan studi teologi sosial dan ekonomi kerakyatan, sekaligus kontribusi praktis bagi Gereja dalam merancang kebijakan pastoral ekonomi yang lebih responsif terhadap kebutuhan umat di Indonesia.

2. KAJIAN TEORITIS

Pemberdayaan ekonomi merupakan proses meningkatkan kemampuan individu atau kelompok masyarakat agar mampu mandiri secara ekonomi, memiliki akses terhadap sumber daya, serta mampu mengambil keputusan demi meningkatkan kualitas hidupnya. Dalam konteks UMKM, pemberdayaan dilakukan melalui penguatan kapasitas usaha, peningkatan keterampilan, akses modal, serta perluasan jaringan pemasaran. UMKM dipandang sebagai sektor strategis karena mampu menyerap tenaga kerja, mengurangi kemiskinan, dan memperkuat ekonomi masyarakat akar rumput (Muttaqien, Cahyaningati, Rizki, & Abrori, 2022b).

Menurut konsep pemberdayaan masyarakat, pembangunan ekonomi tidak hanya berfokus pada pertumbuhan keuntungan, tetapi juga pada peningkatan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan. Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM berbasis komunitas menjadi penting karena mampu membangun solidaritas sosial, kerja sama, dan kemandirian ekonomi masyarakat lokal. Dalam penelitian ini, paroki dipahami sebagai komunitas basis yang memiliki modal sosial berupa jaringan umat, solidaritas, dan kepercayaan yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi umat.

Selain itu, teori ekonomi kerakyatan menekankan bahwa pembangunan ekonomi harus berorientasi pada kesejahteraan masyarakat luas, terutama kelompok kecil dan lemah secara ekonomi. UMKM menjadi instrumen penting dalam ekonomi kerakyatan karena mampu menciptakan distribusi ekonomi yang lebih merata dan inklusif. Dengan demikian, pemberdayaan UMKM oleh Gereja dapat dipahami sebagai bagian dari upaya membangun ekonomi yang berkeadilan dan berorientasi pada kesejahteraan bersama.

Dalam ajaran sosial Gereja Katolik, Gereja memiliki tanggung jawab untuk hadir dalam realitas kehidupan manusia, termasuk persoalan sosial dan ekonomi. Konsili Vatikan II melalui dokumen *Gaudium et Spes* menegaskan bahwa kegembiraan dan harapan, duka dan kecemasan manusia, terutama kaum miskin dan menderita, juga menjadi kegembiraan dan kecemasan Gereja (*Gaudium et Spes*, 1962). Oleh sebab itu, pelayanan Gereja tidak hanya terbatas pada bidang liturgi dan spiritualitas, tetapi juga diwujudkan dalam tindakan nyata yang memperjuangkan kesejahteraan manusia.

Ajaran sosial Gereja memandang manusia sebagai pribadi bermartabat yang harus memperoleh kesempatan untuk berkembang secara utuh, termasuk dalam bidang ekonomi. Gereja dipanggil untuk menjadi pelayan kasih melalui tindakan diakonia sosial, pemberdayaan masyarakat, dan pembelaan terhadap kelompok lemah. Dalam konteks penelitian ini, keterlibatan paroki dalam pendampingan UMKM merupakan bentuk konkret pelaksanaan misi Gereja dalam bidang sosial-ekonomi.

Wilhelmus menjelaskan bahwa pemberdayaan sosial-ekonomi merupakan salah satu model evangelisasi Gereja di Indonesia karena melalui pemberdayaan tersebut Gereja menghadirkan kasih Allah secara nyata dalam kehidupan masyarakat. Dengan demikian, kegiatan ekonomi umat bukan hanya aktivitas ekonomi semata, tetapi juga bagian dari pelayanan pastoral Gereja yang integral (Wilhelmus, 2009b).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun kelompok usaha kecil dengan karakteristik modal terbatas, skala produksi kecil, dan pengelolaan sederhana. Meskipun demikian, UMKM memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan menjadi penopang ekonomi masyarakat saat terjadi krisis ekonomi.

Menurut Zahra (Zahra, 2022b), UMKM memiliki fungsi penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja dan pengurangan ketimpangan ekonomi. Dalam konteks Indonesia, UMKM juga menjadi sarana pemberdayaan ekonomi berbasis keluarga dan komunitas. Karena itu, penguatan UMKM tidak hanya berkaitan dengan peningkatan keuntungan ekonomi, tetapi juga berkaitan dengan pembangunan sosial masyarakat.

Dalam penelitian ini, UMKM umat paroki dipahami sebagai bentuk usaha ekonomi berbasis komunitas yang berkembang dalam lingkungan Gereja. UMKM paroki tidak hanya

berorientasi pada keuntungan pribadi, tetapi juga mengandung nilai solidaritas, kebersamaan, dan pelayanan sosial.

Modal sosial merupakan salah satu konsep penting dalam pengembangan masyarakat berbasis komunitas. Modal sosial mengacu pada jaringan sosial, rasa percaya, norma, dan solidaritas yang memungkinkan masyarakat bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Dalam konteks paroki, modal sosial tampak dalam relasi antarumat, struktur organisasi Gereja, serta budaya gotong royong yang hidup dalam komunitas iman.

Keberadaan modal sosial menjadi kekuatan penting dalam pengembangan UMKM karena membantu pelaku usaha memperoleh dukungan moral, akses jaringan pemasaran, kerja sama usaha, dan pertukaran informasi. Paroki sebagai komunitas basis memiliki potensi besar dalam membangun modal sosial yang mendukung pemberdayaan ekonomi umat. Dengan adanya kepercayaan dan solidaritas antarumat, pelaku UMKM dapat lebih mudah mengembangkan usaha secara kolektif dan berkelanjutan.

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan besar dalam sistem pemasaran dan pengelolaan usaha. Transformasi digital dalam UMKM mencakup penggunaan media sosial, *marketplace*, aplikasi pembayaran digital, dan platform komunikasi bisnis untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing usaha. Menurut Sudrartono dkk, digitalisasi UMKM menjadi kebutuhan penting di era ekonomi modern karena mampu meningkatkan efisiensi pemasaran, memperluas jaringan konsumen, dan mempercepat pertumbuhan usaha. Namun, banyak pelaku UMKM masih mengalami keterbatasan literasi digital sehingga membutuhkan pendampingan dan pelatihan secara berkelanjutan (Sudrartono dkk., 2022b).

Dalam konteks penelitian ini, Gereja melalui paroki dapat berperan sebagai fasilitator transformasi digital bagi UMKM umat melalui pelatihan *digital marketing*, penggunaan *WhatsApp Business*, *marketplace*, serta promosi produk berbasis media sosial. Pendampingan digital tersebut menjadi bagian penting dalam membangun UMKM umat yang adaptif terhadap perkembangan zaman.

3. METODE

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka. Menurut John W. Creswell dan Cheryl N. Poth, penelitian kualitatif merupakan suatu kegiatan yang menempatkan peneliti sebagai pengamat dalam realitas kehidupan. Melalui penelitian ini, dunia digambarkan dalam berbagai bentuk representasi, seperti catatan lapangan, wawancara, percakapan, foto, rekaman, serta catatan pribadi. Dengan demikian, peneliti kualitatif berupaya

menelaah berbagai fenomena dalam konteks alamiahnya untuk memahami dan menafsirkan makna yang terkandung di dalamnya (Creswell & Poth, 2018). Adapun studi pustaka merupakan salah satu bagian penting dalam penelitian kualitatif yang memuat kajian terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan erat dengan topik yang sedang diteliti (Agustini dkk., 2024). Data-data dalam penelitian ini didapatkan melalui pencarian dan pembacaan buku dan jurnal ilmiah di perpustakaan dan jurnal *online*. Data dalam hasil penelitian ini didapatkan dari literatur yang fokus pada kajian UMKM paroki dari berbagai daerah di Indonesia.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Bagan Model Pemberdayaan Ekonomi Umat.

Peran Gereja dalam Membangun Ekonomi Umat Berbasis UMKM

Gereja memiliki peran strategis dalam membangun ekonomi umat melalui pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama karena Gereja tidak hanya berfungsi sebagai lembaga spiritual, tetapi juga sebagai komunitas sosial yang hadir di tengah persoalan hidup umat. Dalam ajaran sosial Gereja Katolik, kesejahteraan manusia merupakan bagian integral dari martabat pribadi manusia. Karena itu, keterlibatan Gereja

dalam bidang ekonomi bukanlah penyimpangan dari tugas pastoral, melainkan perwujudan nyata dari misi pelayanan kasih.

Dalam konteks paroki, Gereja dapat berperan sebagai fasilitator ekonomi umat melalui pembentukan ruang-ruang pemberdayaan seperti koperasi paroki, kelompok usaha bersama, bazar umat, serta komunitas wirausaha Katolik. Melalui wadah tersebut, umat yang memiliki usaha kecil memperoleh kesempatan memperluas jaringan, memperkenalkan produk, dan meningkatkan pendapatan keluarga.

Selain itu, Gereja juga berperan sebagai pendamping moral dan spiritual. Banyak pelaku UMKM menghadapi tekanan ekonomi, persaingan pasar, dan ketidakpastian usaha. Gereja dapat menanamkan nilai kejujuran, kerja keras, solidaritas, dan tanggung jawab sosial agar kegiatan ekonomi tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada kesejahteraan bersama.

Peran lainnya adalah sebagai penghubung jaringan sosial. Paroki memiliki modal sosial berupa relasi antarumat, kepercayaan, dan struktur organisasi yang dapat digunakan untuk membantu pemasaran produk, mempertemukan pelaku usaha dengan konsumen, atau menjembatani kerja sama dengan lembaga lain seperti pemerintah, koperasi, dan dunia usaha.

Dengan demikian, Gereja berperan sebagai agen transformasi sosial-ekonomi yang membantu umat menjadi mandiri, produktif, dan bermartabat.

Bentuk Pendampingan Gereja terhadap Pelaku UMKM Paroki

Pelatihan Kewirausahaan

Gereja dapat menyelenggarakan seminar atau pelatihan mengenai manajemen usaha, strategi pemasaran, inovasi produk, pelayanan pelanggan, dan pengembangan usaha. Pelatihan ini membantu umat memahami cara mengelola usaha secara profesional. Pelatihan seperti ini secara konkret dapat dilihat dari pelatihan kewirausahaan kaum muda di Keuskupan Surabaya.

Pelaksanaan pelatihan kewirausahaan kepada agar memiliki sikap, karakter, dan kemampuan manajerial dalam melihat peluang usaha serta berani memulai usaha secara mandiri. Kegiatan ini bermanfaat bagi OMK Paroki Keuskupan Surabaya karena dapat mendorong pemberdayaan kaum muda sehingga lahir wirausahawan yang mandiri dan tangguh. Selain itu, kegiatan ini juga memberi pengalaman lapangan bagi pengusul untuk memperkaya pengetahuan dalam pengembangan masyarakat (Rahmawati & Tulipa, 2019).

Literasi Keuangan

Gereja, dalam rangka pemberdayaan ekonomi umat melalui UMKM tidak hanya mengajarkan bagaimana mendapatkan keuntungan tetapi juga melatih cara menyusun laporan

keuangan. Banyak UMKM kecil mengalami kesulitan karena keuangan usaha bercampur dengan keuangan rumah tangga. Gereja memberikan edukasi tentang pencatatan keuangan sederhana, perencanaan modal, pengelolaan laba, dan tabungan usaha.

Salah satu contoh konkret yang dilakukan adalah kegiatan pendampingan dilakukan selama satu bulan setelah pelatihan berlangsung di Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati Yogyakarta. Dalam proses tersebut, ditemukan bahwa banyak pelaku UMKM masih belum *familiar* dengan penggunaan perangkat lunak Microsoft Excel, sehingga membutuhkan bimbingan lebih intensif dari tim pendamping. Oleh karena itu, pelatihan dan pendampingan dalam penyusunan laporan keuangan UMKM sangat berperan dalam membantu pelaku usaha menjadi lebih sistematis dalam menyusun dan mencatat laporan keuangan. Dengan demikian, pengelolaan keuangan menjadi lebih tertata, sehingga pelaku UMKM dapat mengambil keputusan yang lebih tepat untuk pengembangan usahanya ke depan. Setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan, diharapkan para pelaku UMKM mampu melakukan pencatatan keuangan secara rutin menggunakan tabulasi Excel yang telah disusun, sehingga mempermudah mereka dalam mengembangkan usaha di masa mendatang (Noventa, Sasmita, & Widyatini, 2024).

Pendampingan Digital Marketing

Di era digital, promosi melalui media sosial sangat penting. Gereja dapat membantu umat memanfaatkan platform seperti *WhatsApp Business*, Instagram, Facebook, dan *marketplace* untuk memperluas pasar. Pengembangan pemasaran digital pada UMKM binaan Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati merupakan salah satu contoh pendampingan Gereja pada pelaku UMKM. Pelatihan mengenai pengembangan pemasaran digital terbukti memberikan manfaat nyata bagi para pelaku UMKM. Pendampingan intensif selama kurang lebih satu bulan melalui beberapa kali pertemuan membawa perubahan yang cukup signifikan. Para pelaku UMKM menjadi mampu menerapkan strategi pemasaran dasar, seperti *branding* dan *brand positioning*, sehingga mereka dapat menentukan langkah pemasaran yang tepat untuk usahanya. Selain itu, mereka juga memiliki kemampuan memasarkan produk melalui media sosial yang berpotensi meningkatkan penjualan secara signifikan (Sasmita dkk., 2022).

Melalui media digital, umat juga dapat mempromosikan produk mereka. Paroki Santo Antonius Kotabaru Yogyakarta telah melaksanakan pelatihan tersebut. Pembuatan katalog fisik dan digital UMKM Kotabaru memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Tim pendamping dapat mendata UMKM secara lebih rapi melalui arsip cetak maupun web yang mudah diakses. Bagi pelaku UMKM, katalog ini membantu promosi produk dan jasa sehingga lebih dikenal

masyarakat dan berpotensi meningkatkan omzet. Umat paroki juga lebih mudah memperoleh informasi serta menggunakan produk dan jasa dari sesama umat. Gereja pun dapat memanfaatkan layanan UMKM lokal untuk berbagai kegiatan. Selain itu, katalog ini diharapkan menciptakan sinergi antara umat, pelaku UMKM, dan Gereja. Faktor pendukung kegiatan ini adalah antusiasme Tim PSE, sedangkan hambatannya ialah masih banyak UMKM yang belum menyadari pentingnya program sehingga belum seluruhnya mendaftar dalam katalog (Abraham, 2025a; Primasari, Hariwibowo, & Padawangi, 2022).

Penyediaan Akses Modal

Kusdiartini dan teman-teman melakukan penelitian tentang analisis sistem operasi (*supplier – input - process - output - customer*) dan segmentasi pasar konsumen UMKM binaan pengembangan sosial ekonomi (PSE) pada empat paroki Rayon Kota Semarang. Hasil penelitian mereka yang berkaitan dengan akses modal adalah *output*, yaitu komponen keempat dalam sistem operasi. Berdasarkan hasil penelitian di Paroki Karangpanas, Paroki Mater Dei, Paroki Atmodironi, dan Paroki Krapyak, diketahui bahwa pendapatan yang diperoleh para responden umumnya digunakan kembali sebagai modal usaha. Hal ini dapat dimaklumi karena sebagian besar responden di keempat paroki tersebut merupakan pelaku UMKM dengan keterbatasan modal. Modal yang terbatas itu dimanfaatkan untuk menjaga kelangsungan usaha, dan setelah memperoleh keuntungan, hasil tersebut kembali diputar sebagai modal untuk menjalankan usaha pada hari berikutnya (Kusdiartini, Suciarto, & Supriyanto, t.t.).

Tantangan Gereja dalam Pemberdayaan UMKM

Keterbatasan Internal paroki

Paroki sering menghadapi kendala pada sumber daya manusia, dana, dan infrastruktur. Tidak semua paroki memiliki tenaga pendamping yang memahami bisnis, ekonomi, dan kewirausahaan karena fokus pelayanan lebih banyak diarahkan pada kegiatan liturgi dan kategorial. Selain itu, program ekonomi membutuhkan modal, fasilitas pelatihan, akses internet, serta sistem administrasi yang memadai, sementara kemampuan setiap paroki berbeda-beda.

Argumen ini didukung oleh penelitian Waisen dan kawan-kawan. Mereka meneliti tentang pelatihan strategi *guerrilla* di paroki St Perawan Maria dikandung tanpa noda katedral Keuskupan Agung Medan. Mereka menemukan bahwa permasalahan utama yang dihadapi UMKM meliputi keterbatasan dana untuk promosi, rendahnya tingkat literasi digital, serta minimnya akses ke pasar yang lebih luas. Strategi pemasaran konvensional kerap sulit dijangkau oleh pelaku UMKM, khususnya di wilayah pedesaan. Dalam situasi tersebut,

UMKM memerlukan alternatif strategi pemasaran yang hemat biaya, mudah diterapkan, dan tetap efektif. Salah satu pendekatan yang relevan adalah *guerrilla marketing*, yang lebih menekankan kreativitas daripada kebutuhan akan modal besar (Waisen, Hendra, Awan, Yudi, & Benny, 2025).

Hambatan Mentalitas dan Pendampingan

Sebagian umat masih memandang Gereja sebagai pemberi bantuan semata, bukan mitra dalam proses pemberdayaan. Mentalitas ketergantungan ini dapat menghambat tumbuhnya kemandirian ekonomi. Di sisi lain, banyak program ekonomi hanya berhenti pada seminar atau pelatihan singkat tanpa pendampingan berkelanjutan, sehingga dampaknya kurang signifikan bagi perkembangan usaha umat.

Uskono dan Ukat menampilkan penelitian mereka tentang pendampingan pastoral terhadap Orang Muda Katolik (OMK) dalam mengembangkan bakat kewirausahaan di Paroki Santo Petrus Kanisius Manufui. Tantangan utama yang mereka temukan adalah pengelolaan usaha kelompok di paroki yang membutuhkan pengelola khusus. Faktor jarak menyulitkan koordinasi antaranggota, sementara kerja tim kerap memicu konflik dan perbedaan ide yang menghambat keberlanjutan usaha. Selain itu, OMK yang berwirausaha secara mandiri juga mengalami hambatan, seperti ketidaksesuaian stok dengan permintaan pembeli serta keterlambatan pembayaran yang berdampak pada pengadaan barang (Uskono & Ukat, 2023).

Tantangan Eksternal dan Kebutuhan Energi

UMKM umat harus berhadapan dengan persaingan pasar modern, seperti produk perusahaan besar, toko modern, dan sistem digital yang lebih kuat. Tanpa inovasi dan peningkatan kualitas, usaha kecil sulit bertahan. Selain itu, kerja sama dengan pemerintah, perguruan tinggi, dan sektor swasta sering belum maksimal, padahal sinergi tersebut sangat penting untuk memperkuat pemberdayaan ekonomi umat. Karena itu, Gereja perlu mengubah pendekatan dari bantuan karitatif menuju pemberdayaan yang profesional, kolaboratif, dan berkelanjutan.

Rekomendasi Model Pengembangan Ekonomi bagi Paroki Indonesia Kontemporer

Model ekonomi yang dapat direkomendasi adalah model pemberdayaan ekonomi digital dan jejaring kemitraan paroki. Model ini mengintegrasikan pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas dengan transformasi digital dan jejaring kemitraan strategis. Paroki diposisikan sebagai pusat pengembangan ekonomi umat melalui penguatan komunitas basis, koperasi paroki modern, serta program inkubasi bisnis bagi umat yang ingin mengembangkan usaha. Dalam pelaksanaannya, umat didorong untuk saling mendukung dalam aspek produksi,

pemasaran, permodalan, dan peningkatan keterampilan sehingga tercipta kemandirian ekonomi bersama yang berkelanjutan.

Pengembangan ekonomi tersebut diperkuat melalui pemanfaatan teknologi digital dalam kehidupan pastoral dan ekonomi paroki. Paroki dapat menyediakan katalog produk *online*, *marketplace* umat, promosi melalui media sosial, serta penggunaan sistem pembayaran digital guna memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya saing usaha umat. Digitalisasi ini tidak hanya mempermudah transaksi ekonomi, tetapi juga membuka peluang bagi umat untuk terhubung dengan pasar yang lebih luas dan modern. Beberapa hal digital-praktis yang penting diperhatikan terkait hal ini.

Pertama, mengenai WA Business yang memiliki berbagai fitur yang tersedia, seperti pesan otomatis, katalog produk, kategori bisnis tertentu, notifikasi pesan dari konsumen, tautan ke platform lain, serta fitur label. Selain itu, dijelaskan pula kelebihan dan kekurangan penggunaan *WhatsApp Business* dibandingkan dengan WhatsApp biasa. Kedua, fitur dan penggunaan aplikasi *marketplace* serta aplikasi GoBiz, manfaat penggunaan *e-commerce*, kelebihan dan kekurangan *e-commerce*, langkah-langkah menjadi mitra GoFood, ShopeeFood, dan GrabFood, cara membuka toko dan menjadi *seller* di Tokopedia maupun Shopee, langkah memasukkan produk, perhitungan biaya kemitraan di GrabFood, GoFood, dan ShopeeFood, serta tahapan menentukan harga produk baik di *e-commerce* maupun toko *offline*. Ketiga, *smartphonegraphy* tentang teknik pencahayaan kamera *smartphone*, penggunaan properti pendukung dalam pengambilan gambar, tata letak kamera terhadap objek foto seperti barang, makhluk hidup, makanan, dan karakter khusus lainnya, serta teknik pengambilan sudut foto. Selain itu, dijelaskan pula waktu pengambilan gambar dan pemilihan karakter properti yang sesuai dengan tema serta jenis produk yang difoto (Santoso, Ananda, Pusvikasari, & Sutrisno, 2024).

Selain itu, model ini menekankan pentingnya kolaborasi multipihak. Paroki menjalin kerja sama dengan pemerintah, universitas, LSM, koperasi, dan pelaku usaha dalam penyediaan pelatihan, akses modal, pendampingan usaha, sertifikasi produk, hingga perluasan jaringan pemasaran. Melalui sinergi tersebut, paroki tidak hanya menjadi pusat pembinaan iman, tetapi juga menjadi ruang pemberdayaan sosial-ekonomi umat yang adaptif terhadap perkembangan zaman dan mampu menciptakan kesejahteraan bersama secara berkelanjutan.

5. KESIMPULAN

Gereja, khususnya melalui paroki, memiliki peran penting dalam membangun ekonomi umat melalui pemberdayaan UMKM. Peran tersebut diwujudkan melalui pelatihan kewirausahaan, literasi keuangan, pendampingan *digital marketing*, serta dukungan akses modal dan jaringan usaha. Kehadiran Gereja tidak hanya membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat, tetapi juga menanamkan nilai kejujuran, solidaritas, dan tanggung jawab sosial dalam kegiatan usaha. Namun, pemberdayaan UMKM paroki masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan sumber daya paroki, rendahnya literasi digital, mentalitas ketergantungan, serta persaingan pasar modern. Oleh karena itu, diperlukan model pengembangan ekonomi berbasis paroki yang lebih profesional, kolaboratif, dan berkelanjutan melalui pemanfaatan teknologi digital serta kerja sama dengan pemerintah, perguruan tinggi, dan sektor swasta. Dengan demikian, paroki dapat menjadi pusat pemberdayaan ekonomi umat yang mampu menciptakan kemandirian dan kesejahteraan bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, A. (2025a). Partisipasi Orang Muda Katolik dalam Dunia Politik: Tinjauan Sistematis Literature. *JPAK: Jurnal Pendidikan Agama Katolik*, 25(2), 416–428.
- Abraham, A. (2025b). Paul's Vocation and Mission to The Non-Jewish Nations in Light of His Identity as a Jewish Diaspora. *Euntes: Jurnal Ilmiah Pastoral, Kateketik, dan Pendidikan Agama Katolik*, 4(1), 44–49.
- Agustini, A., Grashinta, A., Putra, S., Sukarman, S., Guampe, F. A., Akbar, J. S., ... Sari, M. N. (2024). Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Panduan Praktis Analisis Data Kualitatif. *Penerbit Mifandi Mandiri Digital*, 1(01).
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry Research Design*. California: SAGE Publication, Inc.
- Gaudium et Spes. (1962). *Konsili Vatikan II* (terj. R. Hardawiryana SJ). Jakarta: Konverensi Wali Gereja Indonesia.
- KUSDIARTINI, V., SUCIARTO, A. S., & SUPRIYANTO, I. (t.t.). *Analisis Sistem Operasi dan Segmentasi Pasar Konsumen UMKM Binaan Pengembangan Sosial Ekonomi (PSE) Pada Empat Paroki Rayon Kota Semarang*.
- MERE, L. L. (2024). *Implementasi Program Ekonomi Berkelanjutan dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat di Keuskupan Ruteng Berdasarkan Perspektif Ajaran Sosial Gereja*.
- Muttaqien, F., Cahyaningati, R., Rizki, V. L., & Abrori, I. (2022a). Pembukuan sederhana bagi UMKM. *Indonesia Berdaya*, 3(3), 671–680.
- Muttaqien, F., Cahyaningati, R., Rizki, V. L., & Abrori, I. (2022b). Pembukuan sederhana bagi UMKM. *Indonesia Berdaya*, 3(3), 671–680.

- Noventa, O. C., Sasmita, R. P. H., Adyantari, A., & Dharomesz, V. Y. (2023). Pelatihan Strategi Bisnis Model Canvas (Bmc) Pada Umkm Binaan Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya*, 2(05), 170–180.
- Noventa, O. C., Sasmita, R. P. H., & Widyatini, I. R. (2024). PENDAMPINGAN DAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN UMKM PADA UMKM BINAAN GEREJA KATOLIK SANTO ALOYSIUS GONZAGA MLATI YOGYAKARTA. *GANESHA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 257–263.
- Primasari, C. H., Hariwibowo, I. N., & Padawangi, T. Q. (2022). Katalog fisik dan digital untuk promosi UMKM di Paroki St. Antonius Kotabaru Yogyakarta. *Masyarakat Berdaya dan Inovasi*, 3(1), 74–81.
- Purbiyati, Y. S., Widyastuti, M., & Putri, P. A. (2022). Lembaga Nirlaba, Umkm dan Spiritualitas Manajemen Keuangan. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 12(2), 118–136.
- Rahmawati, V., & Tulipa, D. (2019). Pelatihan Mengaplikasikan Model Kewirausahaan Bagi OMK (Orang Muda Katolik) Paroki di Surabaya. *PeKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 43–53.
- Santoso, W., Ananda, D. F., Pusvikasari, N., & Sutrisno, N. (2024). Pelatihan digital marketing bagi pelaku UMKM di Paroki Arnoldus Jansen Bekasi. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 5(1), 365–371.
- Sasmita, R. P. H., Adyantari, A., Dharomesz, V. Y., & Noventa, O. C. (2022). PENGEMBANGAN PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM BINAAN GEREJA KATOLIK SANTO ALOYSIUS GONZAGA MLATI YOGYAKARTA. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 1(05), 180–187.
- Sudrartono, T., Nugroho, H., Irwanto, I., Agustini, I. G. A. A., Yudawisastra, H. G., Maknunah, L. U., ... Sudirman, A. (2022a). *Kewirausahaan UMKM di era Digital*.
- Taek, P. A. G., Wisadirana, D., & Sobari, W. (2019). Penguatan Pengembangan Sosial Ekonomi (Pse) Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 9(2), 75–90.
- Uskono, Y., & Ukat, K. (2023). Pendampingan Pastoral terhadap Orang Muda Katolik dalam Mengembangkan Bakat Kewirausahaan di Paroki Santo Petrus Kanisius Manufui. *JURNAL PROPHETA*, 9(2), 69–88.
- Waisen, W., Hendra, H., Awan, A., Yudi, Y., & Benny, B. (2025). PELATIHAN STRATEGI GUERILLA DI PAROKI ST PERAWAN MARIA DIKANDUNG TANPA NODA KATEDRAL KEUSKUPAN AGUNG MEDAN. *Pubarama: Jurnal Publikasi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 110–117.
- Wilhelmus, O. R. (2009a). Pemberdayaan Sosial Ekonomi Sebagai Suatu Model Evangelisasi Dalam Konteks Indonesia. *JPAK: Jurnal Pendidikan Agama Katolik*, 2(1), 28–41.
- Zahra, S. (2022a). Definisi, kriteria, dan konsep UMKM. *Osfpreprints*, 90500120021, 1–13.