

PENDAMPINGAN DAN SOSIALISASI KEPADA UMKM DENGAN METODE ABCD SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT

Ahmad Sidik¹, Fathan Fadhil², Lukman Dwi Nur Agi Romadon³, Mildan Vicky Ramadhan⁴,
Surya Wijaya Adi Sulistio⁵, Martina Darmawati Putri⁶, Umami Nur Lathifah⁷, Zian
Fitrotunnisa⁸, Hardina Yuliana⁹, Aviki Nurul Imas¹⁰, Ayu Kholifah¹¹
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Abstrak

Pembangunan ekonomi merupakan hal yang akan terus diupayakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu komponen yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat yaitu adanya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). UMKM menjadi salah satu fondasi bagi peningkatan perekonomian Indonesia. Pengabdian ini berfokus pada pendampingan dan memberikan sosialisasi kepada para pelaku UMKM. Sedangkan tujuan pengabdian ini yaitu meningkatkan potensi yang dimiliki dan untuk menghadapi tantangan yang mungkin akan terjadi dalam usahanya. Metode yang digunakan adalah pendekatan ABCD (Asset Based Community Development). Hasil dari pengabdian masyarakat ini yaitu adanya pendampingan dalam membantu pelaku UMKM supaya bisa memiliki sarana pemasaran yang berbasis digital seperti facebook, instagram dan whatsapp dan juga pendampingan dalam membantu pelaku UMKM untuk mendapatkan sertifikat halal.

Kata Kunci: *UMKM, Metode ABCD, Pendampingan*

Abstract

Economic development is something that will continue to be pursued to improve people's welfare. One component that can improve people's welfare is the existence of micro, small and medium enterprises (MSMEs). MSMEs are one of the foundations for improving the Indonesian economy. This service focuses on mentoring and providing outreach to MSME actors. While the purpose of this service is to increase the potential they have and to face challenges that might occur in their business. The method used is the ABCD (Asset Based Community Development) approach. The results of this community service are assistance in helping MSME actors to have digital-based marketing facilities such as Facebook, Instagram and WhatsApp and also assistance in helping MSME actors to obtain halal certificates.

Keywords: *MSMEs, ABCD Method, Accompaniment*

Pendahuluan

Kegiatan ekonomi merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Seiring perkembangan zaman dan pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat maka kegiatan ekonomi ini diperlukan untuk memenuhi kehidupan masyarakat. Salah satu komponen yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat yaitu adanya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). UMKM merupakan sektor ekonomi nasional yang dianggap paling strategis dan menyangkut kehidupan banyak orang, sehingga usaha mikro kecil dan menengah menjadi salah satu fondasi bagi perekonomian nasional. Usaha mikro kecil dan menengah memiliki peran penting dalam upaya mengurangi tingkat kemiskinan masyarakat khususnya di daerah pedesaan.

Seiring berkembangnya zaman, para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) harus bisa menyesuaikan diri dalam hal pemasarannya, dengan memanfaatkan media digital yang dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas. Pemasaran merupakan suatu hal yang penting dalam keberlangsungan suatu produk/jasa supaya dapat dijangkau lebih luas oleh konsumen. Ditambah saat ini sudah memasuki era digital yang mana suatu era atau zaman yang sudah mengalami kondisi perkembangan kemajuan dalam ranah kehidupan ke arah yang serba digital. Yang mana jika pelaku UMKM tidak mengikuti perkembangan digital, maka akan kesulitan dalam memasarkan produknya. Selain dari pemasaran, perizinan usaha juga sangat diperlukan seperti izin berusaha karena perizinan dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Dengan memiliki izin usaha seorang pengusaha dapat menjauhkan kegiatan usahanya dari tindakan pembongkaran dan penertiban. Hal ini akan memberikan rasa aman dan nyaman dalam keberlangsungan usahanya selain itu perizinan usaha juga dapat menjadi keunggulan untuk bersaing dengan yang lain. Ada beberapa perizinan diantaranya Nomor Induk Berusaha, sertifikasi halal, PIRT, dan lain-lain. Namun tidak semua para pelaku UMKM bisa mengikuti hal tersebut, karena mereka mengalami kendala dalam mengikuti perkembangan tersebut. Kendala yg dialami diantaranya tidak bisa menggunakan media digital seperti Instagram, Facebook, dan *market place* lainnya, mengalami kesusahan dalam mengurus perizinan usaha, dan masih banyak lain. Dengan adanya beberapa kendala tersebut, mahasiswa KKN UIN SAIZU di Desa Cilempuyang akan membantu memberikan pendampingan untuk mengatasi kendala-kendala tersebut.

Kuliah Kerja Nyata merupakan proses pembelajaran bagi seluruh mahasiswa, terkhusus di kampus kami UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto. Yang di kembangkan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam berbagai segi kehidupan bermasyarakat. Pelaksanaan KKN kali ini ditujukan untuk menumbuh kembangkan empati dan kepedulian masyarakat satu sama lain serta menumbuh kembangkan potensi-potensi yang dimiliki desa sehingga potensi yang ada di desa tersebut sangat berarti bagi masyarakat luas terutama pada masyarakat desa setempat. Dalam hal ini, mahasiswa diperankan sebagai *problem solver*, *motivator*, *fasilitator* dan *dinamisator* dalam berjalannya penyelesaian pengembangan potensi yang ada di desa dan penyelesaian masalah. Dengan menggunakan metode ABCD (*Asset Based Community Development*) di harapkan mahasiswa mampu membantu mengangkat seluruh potensi yang dimiliki oleh desa agar bisa bertahan melawan perekonomian masyarakat yang kurang baik. Melalui metode tersebut, kehadiran mahasiswa sebagai intelektual muda diharapkan mampu mengembangkan diri sebagai

agen atau pemimpin perubahan yang secara cerdas dan tepat menyelesaikan masalah yang dihadapi masyarakat desa.

Pada dasarnya Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk pengabdian nyata mahasiswa kepada masyarakat. Setelah mendapatkan materi perkuliahan yang harapannya dapat berguna didalam lingkungan masyarakat itu sendiri. Dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat, mahasiswa memberikan pengalaman ilmu pengetahuan, teknologi, seni dan agama untuk memberikan sesuatu kepada masyarakat yang sekiranya mereka belum mendapatkan, serta juga harus membuat sesuatu inovasi baru kepada masyarakat sehingga masyarakat juga antusias terhadap kedatangan anggota KKN di desa. Salah satu yang kami adakan di dalam desa tersebut adalah kegiatan seminar *entrepreneurship* dan *capacity building* untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menjalankan bisnis atau yang ingin membuka bisnis baru. Dengan memperhatikan serta mendampingi pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya melalui *platform digitalisasi*.

Setelah melakukan observasi dan wawancara dengan Kepala Desa dan Kepala Dusun Desa Cilempuyang yang menjadi fokus dalam program kerja pengabdian ini adalah meningkatkan dan mengembangkan UMKM yang ada.

Metode

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan ABCD (*Asset Base Community Development*) yang mengutamakan pemanfaatan aset dan potensi yang ada di sekitar dan dimiliki oleh komunitas masyarakat. Metode ABCD merupakan sebuah alternatif pemberdayaan masyarakat dengan menggunakan aset. Aset dalam konteks ini bermakna potensi yang dimiliki oleh masyarakat sendiri, dengan menggunakan potensi atau kekayaan yang dimiliki masyarakat dapat digunakan sebagai alat untuk melakukan program pemberdayaan. Potensi yang dimaksud dapat berupa kekayaan yang dimiliki dalam diri (kecerdasan, kepedulian, gotong royong, kebersamaan, dan lain-lain) atau dapat berwujud ketersediaan sumber daya alam (SDA). Dengan pendekatan pengembangan masyarakat berbasis aset ini secara berkelanjutan dapat membentuk kemandirian masyarakat dalam meningkatkan pendapatan sehingga akan meningkat juga kesejahteraannya. Metode ABCD ini memiliki lima langkah kunci untuk melakukan proses pengabdian, diantaranya:

1. Discovery (Memulai Riset Aset)

Langkah ini merupakan proses menemukan kembali kesuksesan dilakukan lewat proses percakapan atau wawancara dan harus menjadi penemuan personal tentang apa yang menjadi kontribusi individu yang memberi hidup pada sebuah kegiatan atau usaha. Tahap ini dilakukan dengan mengenal dan terjun ke masyarakat, kami melakukan wawancara kepada kepala desa dan perangkat desa dan tentunya dengan lingkungan masyarakat mengenai potensi aset yang ada di desa Cilempuyang. Desa Cilempuyang merupakan desa yang sebagian warganya memiliki berprofesi sebagai pedagang dan petani, karena itu di Desa Cilempuyang terdapat 30 lebih UMKM yang mampu meningkatkan perekonomian warganya.

2. Dream (Mimpi)

Tahap ini dilakukan dengan cara kreatif dan secara kolektif melihat masa depan yang mungkin terwujud, apa yang sangat dihargai dikaitkan dengan apa yang paling diinginkan. Tahap mimpi merupakan cita-cita atau harapan seseorang tentang masa depan yang ingin dicapai, tahap ini merupakan kelanjutan dari tahap Discovery yang mana kita dapat memperoleh informasi terkait cita-cita apa yang diinginkan oleh warga sekitar. Pengharapan terhadap sebuah mimpi haruslah jelas, misalnya harapan yang baik untuk diri sendiri maupun masyarakat. Mimpi yang dimiliki setiap UMKM di desa Cilempuyang mereka masih terkendala terkait bidang digitalisasi pemasaran dan juga pendaftaran perizinan NIB (Nomor Induk Berusaha). Karena sebagian pemilik UMKM memiliki beberapa faktor penghambat dalam menjalankan bisnis digital, diantaranya adalah belum mengetahui bagaimana cara mendaftar perizinan NIB (Nomor Induk Berusaha), cara mendapatkan sertifikasi halal, belum mengetahui *market place*, dan merasa cukup hanya dengan menjual produk di lingkup desa. Dengan melihat hambatan yang ada, maka dilakukan beberapa upaya untuk memajukan pemasaran UMKM di Desa Cilempuyang yaitu dengan memberikan sosialisasi mengenai digitalisasi pemasaran seperti seminar *entrepreneurship* dan *capacity building*, pendampingan UMKM untuk mendapatkan NIB (Nomor Induk Berusaha) dan sertifikasi halal, pendampingan membuat media sosial dan *google maps* untuk memasarkan produk secara digital, dan membantu dalam pembuatan kalimat (*caption*) yang menarik.

3. Design (Merancang)

Proses di mana seluruh komunitas (atau kelompok) terlibat dalam proses belajar tentang kekuatan atau aset yang dimiliki agar bisa mulai memanfaatkannya dalam cara yang konstruktif, inklusif, dan kolaboratif untuk mencapai aspirasi dan tujuan seperti yang sudah ditetapkan sendiri. Dalam tahap ini, setelah kita mengetahui harapan apa yang ingin dicapai, kita harus menyusun strategi supaya mimpi tersebut bisa tercapai. Untuk menuju suatu perubahan diperlukan hal positif yang dijadikan sumber kekuatan. Strategi yang dibuat untuk membantu UMKM adalah dengan pemahaman terkait literasi pemasaran dan bagaimana pendaftaran produk pada NIB dan juga label halal, melakukan promosi dan bisa menyalurkan produknya tidak hanya diwarung sekitar tapi bisa di pertokoan. Tidak hanya itu, pemasaran produk juga dirancang untuk sosial media. Dengan membuatkan *market place* pada Instagram, Facebook, dan Whatsapp Bussines.

4. Define (Menentukan)

Pada tahap ini merupakan orang mulai merealisasikan setiap strategi yang telah dirancang di tahap sebelumnya. Saat sudah berjalan harus dipantau terus perkembangannya, setelah berjalan dengan baik, membuat inovasi baru untuk menjadikan masyarakat lebih maju. Program kerja dalam membantu UMKM yaitu dengan mengadakan *Workshosop Entrepreneurship dan Capacity Building* yang dimana Workshop tersebut membahas mengenai strategi pemasaran dan kendala-kendala pada UMKM bisa didiskusikan bersama supaya UMKM di Desa Cilempuyang bisa maju dan juga setelah workshop tersebut melakukan pendampingan pada UMKM dan membantu dalam mempromosikan produknya di media sosial. Dan membantu proses pembuatan

sertifikasi halal pada produk UMKM serta membantu mendaftarkan alamat UMKM pada Google Maps agar memudahkan pembeli dalam menemukan lokasi si penjual.

5. Destiny (Lakukan)

Serangkaian tindakan inspiratif yang mendukung proses belajar terus menerus dan inovasi tentang “apa yang akan terjadi.” Langkah yang terakhir dalam metode ABCD yaitu melaksanakan kegiatan yang sudah disepakati untuk memenuhi impian masyarakat dari pemanfaatan aset. Pada tahap ini dilakukan proses monitoring pada kegiatan pendampingan untuk mengontrol pencapaian program pendampingan. Apa saja yang telah dilakukan supaya dapat di pelajari dan juga dilestarikan supaya UMKM bisa memajukan perekonomian masyarakat dan masyarakat bisa hidup damai saling berdampingan.

6. Refleksi

Tahapan ini tidak masuk dalam tahapan pelaksanaan ABCD tetapi penting untuk dilakukan karena setiap program kerja harus dilakukan evaluasi agar tercipta suatu dialektika yang positif. Tahap ini penting untuk mengetahui sejauh mana program kerja yang dirumuskan dan dilaksanakan menggunakan metode ABCD membawa dampak perubahan bagi masyarakat. Pada tahap ini, dimana dampak dari adanya KKN yaitu bersama-sama dengan masyarakat mengembangkan potensi aset yang ada di desa. Misalnya yang UMKM setelah pendampingan mereka mengajukan sertifikasi halal yang kami bekerjasama dengan Halal Center UIN Saizu dimana para UMKM hanya perlu melengkapi berkas yang di perlukan seperti KTP, usahanya berbentuk apa dan lainnya. Kini UMKM sudah memiliki label halal pada produknya dan juga sudah terdaftar alamatnya di Google Maps dan semoga UMKM di desa Cilempuyang bisa maju dan meningkatkan perekonomian warganya.

Pihak-pihak yang terlibat dalam pendampingan ini yaitu empat pelaku usaha mikro kecil dan menengah yang ada di Desa Cilempuyang, yaitu Ibu Admini, Ibu Zahroh, Bapak Halim, dan Ibu Darwit. Kegiatan pendampingan ini dilakukan selama dua minggu.

Hasil

Dimulai dari mencari potensi apa yang ada di Desa Cilempuyang melalui cara observasi dan wawancara terhadap Kepala Desa Cilempuyang beserta jajarannya. sampai dengan pengolahan dan pemasaran produk hasil potensi yang ada di Desa Cilempuyang menjadi sesuatu yang bermanfaat dan memiliki nilai jual yang tinggi. Maka dari itu, penulis merancang program kerja yang bertema pendampingan dan sosialisasi kepada UMKM dengan metode ABCD (Asset Based Community Development) sebagai upaya untuk peningkatan ekonomi masyarakat guna mendorong kreatifitas warga agar dapat bangkit dan semangat untuk mengikuti perkembangan kewirausahaan pada saat ini.

Tujuan dari program kerja yang dilakukan penulis akan memberikan pengetahuan dan pelatihan kepada sasaran supaya dapat menjalankan kegiatan selama 40 hari dengan melaksanakan program kerja setiap minggunya mulai dari pengenalan potensi, cara mengelola, dan cara memasarkan produk menggunakan digital marketing. Penulis dan sasaran akan menjalankan program dengan membuat keripik sale pisang agar pisang dapat memiliki nilai jual yang tinggi dan dapat menjadi makanan ringan yang diminati

oleh masyarakat. *Workshop* ini diselenggarakan atas hasil observasi melihat potensi UMKM dan ditinjau dari sektor wilayah Desa Cilempuyang memiliki peluang yang cukup tinggi apabila dikelola dan dimanajemen dengan baik. (KKN'51 Kelompok 13 , 2023)

Selain membuat olahan sale pisang, penulis juga memberikan kelas pelatihan kepada sasaran 30 peserta yang terdiri dari pelaku UMKM serta ibu-ibu PKK. Pelaksanaan *workshop* ini dilaksanakan yang berisi tentang pengenalan platform digital, penyelarasan persepsi wirausaha, pengenalan digital marketing, branding, dan pengenalan marketplace digital. Pelatihan tersebut diadakan untuk mengedukasi juga memberi motivasi dan inovasi yang baik kepada masyarakat Desa Cilempuyang guna mengembangkan potensi dan meningkatkan perekonomian melalui UMKM.

Setelah mengetahui permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM, menurut penulis sasaran tidak memiliki labelisasi atau sertifikasi halal sehingga sulit untuk memasarkannya. Jadi penulis melakukan pelatihan dan pendampingan pada produk sasaran dengan memberikan sertifikasi dan labelisasi halal secara gratis. Selain itu, penulis melakukan pendampingan pengenalan platform digital, penyelarasan persepsi wirausaha, pengenalan *digital marketing, branding*, dan pengenalan *marketplace shopee*. Hasil dari pelatihan yang telah dilakukan tersebut adalah, sasaran melakukan *branding* dengan menambahkan logo pada produknya agar produknya dapat dikenal oleh masyarakat luas, dan juga mengubah kemasannya ke kemasan yang dapat menyimpan produknya dengan aman. Sasaran juga memilih sosial media instagram dan menggunakan whatsapp business sebagai media pemasaran produknya. Sehingga pengabdian melakukan pendampingan dalam mendaftarkan akun pada Instagram, facebook, whatsapp bisnisnya, dan pembuatan lokasi pada google maps.

Sebelum adanya pendampingan ini, pelaku UMKM mengeluh karena tidak bisa memasarkan produknya di toko-toko besar. Hal ini disebabkan oleh tidak adanya sertifikasi halal dan NIB (Nomor Izin Berusaha). Maka dari itu, diadakannya *workshop entrepreneurship* hingga pendampingan UMKM selama kurang lebih 40 hari. Setelah melakukan pendampingan tersebut, sasaran saat ini sudah memiliki sertifikat halal, juga mendapatkan NIB (Nomor Izin Berusaha) sehingga mempermudah untuk memasarkan produknya tersebut ke dalam toko-toko besar.

Setelah produk pelaku UMKM mendapatkan sertifikasi halal dan NIB (Nomor Izin Berusaha), sasaran mampu mengikuti *trend* kekinian dalam manajemen marketing. Pendampingan UMKM ini melihat peningkatan yang cukup signifikan dalam pemasaran produk UMKM tersebut. Sebagai contoh pelaku UMKM memasarkan produknya melalui sosial media yang dibuat menarik sehingga konsumen merasa tertarik untuk membeli produknya. Promosi produk UMKM pun sudah ada peningkatan, yang awalnya hanya berupa foto biasa, saat ini sudah diberi design yang menarik agar konsumen tertarik untuk membeli dan produk pun juga bisa bersaing dengan produk yang lainnya. Tidak hanya foto saja, video pun saat ini sudah memiliki daya Tarik dan cara yang terbaik dalam pemasaran produk UMKM tersebut.

Sasaran juga mendapatkan pelatihan pembuatan caption yang dapat menarik perhatian konsumennya. Selain itu, sasaran mendapatkan ilmu cara mengambil foto dan video yang baik dan benar agar lebih menarik. Awalnya sasaran mempromosikan usahanya hanya melalui mulut ke mulut saja, dan membuat produknya tersebut apabila

ada pesanan saja. Namun, setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan, usaha tersebut mulai berkembang. Salah satu perkembangan yang paling pesat adalah perkembangan di media sosial mulai dari pemasaran di akun-akun media sosial maupun di Google maps, dengan adanya perkembangan ini konsumen konsumen yang ingin membeli tidak susah-susah lagi mencari alamatnya karena di google map sudah tercantum alamat UMKM tersebut sehingga lebih gampang ditemukan.

Pembahasan

1. Asset Desa

Asset dalam konsep ini memiliki makna yang sama dengan kekayaan desa yang mana potensi ini dimiliki oleh masyarakat sendiri, dengan menggunakan potensi atau kekayaan yang dimiliki masyarakat dapat digunakan untuk melakukan program pemberdayaan. Potensi tersebut dapat berupa kekayaan yang dimiliki dalam diri (kecerdasan, kepedulian, gotong royong, kebersamaan, dan lain-lain) ataupun dapat berwujud ketersediaan Sumber Daya Alam (SDA). Sedangkan Aset desa memiliki pengertian sebagai segala sesuatu yang bernilai yang bisa dikelola dan dikontrol oleh desa yang nantinya dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Aset desa berasal dari kekayaan asli desa, dibeli atau diperoleh atas beban Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa atau perolehan hak lainnya yang sah. Pada umumnya aset desa merupakan aset yang berwujud (tangible).

2. Tahapan Pelaksanaan ABCD

Aset Based Community Development (ABCD) dianggap sebagai pendekatan yang tepat untuk pendampingan ini. Mengingat ABCD merupakan sebuah pendekatan dalam pengembangan masyarakat yang berada dalam aliran besar mengupayakan terwujudnya sebuah tatanan kehidupan sosial dimana masyarakat menjadi pelaku dan penentu upaya pembangunan di lingkungannya atau yang seringkali disebut dengan Community Driven Development (CDD). Upaya pengembangan masyarakat harus dilaksanakan sejak dari awal menempatkan manusia untuk mengetahui apa yang menjadi kekuatan yang dimiliki serta segenap potensi dan aset yang dipunyai yang potensial untuk dimanfaatkan.

Tahapan metode ABCD yang kami lakukan yaitu dengan melakukan pengamatan mengenai apa saja usaha yang dilakukan oleh masyarakat di Desa Cilempuyang, melakukan riset dengan terjun langsung ke masyarakat sekaligus mendata perkembangan usaha masing-masing, merancang program yang nantinya bisa membantu para pelaku UMKM, melakukan pendampingan bersama masyarakat yang sekaligus pelaku UMKM.

Desa Cilempuyang yang kegiatan para masyarakatnya berdagang dan bertani. UMKM di desa Cilempuyang yang berjumlah 30 lebih UMKM yang mereka berjualan makanan ringan seperti keripik talas, pisang, tempe dan selain itu juga ada yang memproduksi gula aren dan masih banyak lagi. Namun kebanyakan dari mereka masih kesulitan dalam memasarkan produknya biasanya mereka hanya menitipkan di warung-warung saja dan kurangnya pengetahuan mengenai digitalisasi pemasaran.

UMKM Bu Admini yang merupakan salah satu yang mengikuti pendampingan dan sosialisasi dalam kegiatan ini memiliki kelebihan dan juga kekurangan. Kelebihannya adalah memiliki ciri khas yang unik, memiliki pasar yang sudah jelas dan pengelolaan

yang sudah tertata dengan baik. Akan tetapi UMKM ini memiliki kelemahan yaitu belum memiliki sertifikasi halal, belum mampu membuat label kemasan yang bagus dan menarik agar membuat konsumen tertarik pada produk keripik saleh pisang karena kurangnya teknologi, kelemahan dalam bidang promosi.

3. Realisasi Program

Pada masa sekarang ini UMKM merupakan salah satu bidang yang menunjang perekonomian masyarakat. Berdasarkan keadaan pada UMKM keripik saleh pisang Bu Admini. Kami melakukan beberapa langkah-langkah untuk memperkuat UMKM, yaitu:

a. Penguasaan Teknologi

Tidak dapat dipungkiri bahwa ketika terjadi pembatasan sosial dan kegiatan masyarakat, maka salah satu media yang tepat untuk menjaga laju ekonomi UMKM adalah dengan penguasaan teknologi. Maka kami membantu untuk mendaftarkan UMKM tersebut pada Google Maps agar memudahkan bagi orang yang membeli untuk dapat menemukan lokasi penjualannya dan kami juga membuat akun sosmed agar penjualannya lebih meluas lagi tidak hanya di sekitar desa saja.

b. Peningkatan kualitas SDM UMKM

SDM yang berkualitas merupakan syarat mutlak dalam bidang apapun. Dalam UMKM ini memang dibutuhkan SDM yang mumpuni untuk menjawab tantangan zaman. Pada dasar sebagai berikut; pengembangan individu (personal), pengembangan karier (profesional), pengembangan dalam kehidupan bermasyarakat (organisasi). Peningkatan SDM pada akhirnya mengarah pada kreatifitas dan produktifitas UMKM itu sendiri. Disini kami juga mengadakan *Workshop Entrepreneurship dan capacity building* dimana kegiatan tersebut salah satu bagian dari peningkatan kualitas dari SDM dimana para UMKM memperoleh ilmu tentang marketing pemasaran, perizinan, sertifikasi halal dan NIB (Nomor Induk Berusaha) yang bisa mendukung kelancaran bisnis UMKM.

c. Membangun jaringan atau kolaborasi untuk penguatan UMKM

UMKM di Desa Cilempuyang yang jumlahnya lebih dari 30 harus mendapatkan perhatian dari siapapun. Agar UMKM ini lebih kuat membutuhkan jaringan yang baik dan luas. Dengan demikian mereka mampu melihat keberadaan UMKM bagian dari sebuah kelompok yang besar untuk bisa bersama-sama maju melestarikan UMKM daerah yang bisa mensejahterakan ekonomi masyarakat. Dan bisa jadi kolaborasi antara pelaku UMKM dengan pemerintahan desa agar terjadi sinergi dan timbal balik yang cukup memuaskan untuk berbagai pihak.

d. Pendampingan online marketing

Pendampingan marketing pada peningkatan ekonomi masyarakat sangat berpengaruh baik secara atau offline. Pendampingan ekonomi secara online ini dilakukan melalui media Facebook merupakan media atau marketplace yang banyak digemari oleh berbagai kalangan baik yang muda maupun tua dalam menjual produknya dengan penambahan *copywriting* yang mampu membuat calon pembeli tertarik untuk melakukan kegiatan jual beli yang disertai dengan foto atau video sehingga calon konsumen yang tertarik bisa langsung komentar atau memberi pesan untuk melakukan transaksi.

e. Pendampingan Sertifikasi Halal terhadap produk UMKM

Salah satu langkah kami adalah adanya pemberian pemahaman dan bantuan dalam pendaftaran sertifikasi halal pada produk UMKM kepada semua pelaku usaha baik yang masih kecil ataupun yang sudah tingkat menengah. Banyak produk UMKM di Desa Cilempuyang yang masih belum berlisensi dikarenakan beberapa faktor yaitu kurangnya pengetahuan dari para pelaku usaha mengenai pentingnya legalitas kode halal, pengurusan syarat dan pendaftaran sertifikasi halal yang masih rumit dan membingungkan untuk kalangan pelaku usaha. Disini kami bekerja sama dengan lembaga Halal Center UIN SAIZU PURWOKERTO dalam membantu pendaftaran sertifikasi halal dan kami juga ikut serta dalam membagikan stiker logo halal kepada para pelaku UMKM untuk ditempelkan di produk mereka.

Kesimpulan

Upaya pengembangan UMKM, masyarakat harus dilaksanakan sejak dari awal merintis usahanya dan juga menempatkan usahanya tersebut, untuk mengetahui apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki serta segenap potensi dan aset yang potensial untuk dimanfaatkan bagi banyak orang. Desa Cilempuyang memiliki potensi desa dari segi UMKM yang mana berjumlah kurang lebih 30 UMKM dimana masyarakatnya sangat kreatif dari segi produksi (home made) membuat makanan ringan yang bergizi dan halal seperti keripik talas, sale pisang, keripik tempe dan selain itu juga ada yang memproduksi gula aren dan masih banyak lagi.

Oleh karena itu, dengan adanya potensi desa dari segi UMKM Disini kami mengadakan kegiatan Workshop Entrepreneurship dan capacity building dimana kegiatan tersebut salah satu bagian dari peningkatan kualitas dari SDM dimana para UMKM memperoleh ilmu tentang pemasaran via media sosial, perizinan, sertifikasi halal dan NIB (Nomor Induk Berusaha) yang bisa mendukung kelancaran bisnis UMKM. Pendampingan ekonomi secara online ini dilakukan melalui media Facebook merupakan media atau marketplace yang banyak digemari oleh berbagai kalangan baik yang muda maupun tua dalam menjual produknya dengan penambahan copywriting yang mampu membuat calon pembeli tertarik untuk melakukan kegiatan jual beli yang disertai dengan foto atau video sehingga calon konsumen yang tertarik bisa langsung komentar atau memberi pesan untuk melakukan transaksi.

Pendampingan Sertifikasi Halal terhadap produk UMKM Salah satu langkah kami adalah adanya pemberian pemahaman dan bantuan dalam pendaftaran sertifikasi halal pada produk UMKM kepada semua pelaku usaha baik yang masih kecil ataupun yang sudah tingkat menengah. Banyak produk UMKM di Desa Cilempuyang yang masih belum berlisensi dikarenakan beberapa faktor yaitu kurangnya pengetahuan dari para pelaku usaha mengenai pentingnya legalitas kode halal, pengurusan syarat dan pendaftaran sertifikasi halal yang masih rumit dan membingungkan untuk kalangan pelaku usaha.

Berwirausaha memang tidak semudah membalikkan telapak tangan, namun ketika seseorang menjalani dan menekuni usaha tersebut pastinya akan lebih mudah dan indah. Kuncinya adalah tidak mudah menyerah dan terus belajar dengan pengalaman, sejatinya tidak ada usaha yang gagal, hanya saja belum tercapai. Mulailah berusaha dari hal kecil yang ditekuni dan dipelajari setelahnya diimpikan agar bisa menjadi sesuatu yang

besar kemudian susunlah rencana untuk membangun impian tersebut dan jangan lupa dieksekusi sampai menemukan titik keberhasilan.

Daftar Pustaka

- Asep Kurniawan,dkk. (2021). Pendampingan Digital Marketing dalam Usaha Rumah Tangga melalui Penggunaan Marketplace di Desa Karya Mulya. *DIMASEJATI*. Vol 3 No 2. 157-166.
- Firianto Room Achmad,dkk. (2020). Pendampingan dan Sosialisasi pada Usaha Toko Klontong dengan Metode ABCD Sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi dan Peningkatan Litrase Usaha Toko Klontong. *Jurnal Abdidas*. Vol 1 No 6. 582-584.
- KKN'51 Kelompok 13 . (2023, April 7). Dorong Pengembangan UMKM, KKN-51 UIN SAIZU Selenggarakan Workshop Entrepreneurship. p. 1.
- KKN'51 Kelompok 13 . (2023, April 7). Gali Potensi Atlet Desa, KKN-51 UIN SAIZU Gelar Turnamen Volley Cilempuyang. p. 1.
- KKN'51 Kelompok 13 . (2023, April 10). KKN-51 UIN SAIZU Membangun Generasi Qur'ani Desa Cilempuyang Melalui Pesantren Kilat Ramadhan. p. 1.
- Lilik Susanti,dkk. (2022). PENGUATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI DESA JEMEKAN KECAMATAN RINGINREJO KABUPATEN KEDIRI. *BHAKTI : Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*. Vol 1 No 01. 39-43.
- Muslih,dkk. (2021). PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DI TENGAH PANDEMI COVID 19 MELALUI HOME INDUSTRI DENGAN
- Regita Rizkie Fannisyah, Anwar Hidayat. (2022). UPAYA MENGATASI FAKTOR PENGHAMBAT DIGITALISASI PEMASARAN PADA UMKM DI DESA KUTAMAKMUR KECAMATAN TIRTAJAYA KABUPATEN KARAWANG. *Abdima: Jurnal Pengabdian Mahasiswa*. Vol. 2. No. 2. 5642-5644