

PENDAMPINGAN UMKM DENGAN PENDEKATAN ASSET BASED COMMUNITY DEVELOPMENT (ABCD) DI DESA PAMIJEN, BATURRADEN, BANYUMAS

Bagus Budi Sajiwo, Saefulloh Kahfi, Bunga Cahyaningrum, Waliko

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) in national development play a very important role for the community and have an important and strategic position. Efforts to empower and develop MSMEs today receive considerable attention from various lines of parties, both from the state or government, the private sector, banks, non-governmental organizations (NGO), even to international institutions. This is due to the large potential of MSMEs in driving the Indonesian economy, so their presence needs to be streamlined. One of the village areas where there are many MSME is Pamijen Village, Baturraden District, Banyumas Regency. Based on data collection conducted by Student Community Service Program 51 at UIN SAIZU Pamijen Village, there were 26 MSME actors. Through the Asset-Based Community Development (ABCD) approach, it was found that several obstacles were voiced by MSME actors in Pamijen Village, including in terms of product branding and digital marketing. For this reason, an idea for community empowerment activities was born in the form of Halal Certification Services, NIB Making, as well as Product Branding Workshops and digital marketing. With the extraordinary enthusiasm of the community, these activities could run smoothly and were able to encourage Pamijen Village MSME to grow rapidly.

Keywords: *MSME, Halal Certification, Product Branding.*

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dalam pembangunan nasional menjadi peran yang sangat penting bagi masyarakat dan memiliki posisi yang penting dan strategis. Upaya pemberdayaan dan pengembangan UMKM dewasa ini mendapat sorotan yang lumayan besar dari berbagai lini pihak, baik dari pihak negeri atau pemerintah, pihak swasta, pihak perbankan, pihak Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), bahkan hingga lembaga-lembaga internasional. Hal ini disebabkan karena adanya potensi UMKM yang besar dalam menjadi penggerak perekonomian Indonesia, sehingga keberadaannya perlu diefektifkan. Salah satu wilayah Desa yang terdapat banyak UMKM nya adalah Desa Pamijen, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas. Berdasarkan pendataan yang dilakukan oleh Mahasiswa KKN 51 UIN SAIZU Desa Pamijen, terdapat 26 pelaku UMKM. Melalui pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD), ditemukan beberapa kendala yang disuarakan para pelaku UMKM di Desa Pamijen diantaranya ialah dalam hal *branding* produk dan pemasaran digital. Untuk itu tercetuslah sebuah ide kegiatan

peberdayaan masyarakat berupa Pelayanan Sertifikasi halal, Pembuatan NIB, serta *Workshop Branding* Produk dan pemasaran digital. Dengan antusias masyarakat yang luar biasa kegiatan tersebut dapat berjalan lancar dan mampu mendorong UMKM Desa Pamijen untuk berkembang pesat.

Kata Kunci: UMKM, Sertifikasi Halal, *Branding* Produk.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dalam pembangunan nasional menjadi peran yang sangat penting bagi masyarakat dan memiliki posisi yang penting dan strategis. Hal ini memungkinkan karena UMKM memiliki eksistensi yang cukup dominan dalam sektor perekonomian Indonesia, hal ini dapat kita lihat dalam jumlah industri yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi, kemudian dalam sektor penyerapan jumlah tenaga kerja yang besar, dan juga UMKM memiliki kontribusi yang besar dalam membentuk Produk Domestik Bruto (PDB). Selain itu UMKM memiliki kelebihan lainnya, yaitu dalam memanfaatkan kekayaan sumber daya alam (SDM) dan padat karya, khususnya di sektor pertanian pangan, perternakan, perkebunan, perdagangan, perikanan dan usaha rumah makan atau restoran. Hal ini membuktikan bahwa UMKM dan usaha lainnya memiliki keterikatan, saling melengkapi dan saling membutuhkan.¹

UMKM menjadi salah satu bisnis yang saat ini digemari oleh masyarakat Indonesia, pelaku UMKM tidak hanya hadir dari kalangan ibu-ibu dan orang dewasa saja, melainkan para kaum muda seperti mahasiswa dan pelajar juga ikut andil dalam mengambil usaha bisnis UMKM ini, produk yang dihasilkan pun sangat bervariasi, mulai dari sektor kuliner, kerajinan tangan, barang kreatif, hingga fashion. Upaya pemberdayaan dan pengembangan UMKM dewasa ini mendapat sorotan yang lumayan besar dari berbagai lini pihak, baik dari pihak negeri atau pemerintah, pihak swasta, pihak perbankan, pihak Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), bahkan hingga lembaga-lembaga internasional. Hal ini disebabkan karena adanya potensi UMKM yang besar dalam menjadi penggerak perekonomian Indonesia, sehingga keberadaannya perlu diefektifkan²

UMKM selalu ada karena kehadirannya memang sangat dibutuhkan, UMKM selalu membuktikan daya ketahanannya, khususnya ketika bangsa kita dilanda badai krisis ekonomi (pada saat Juli 1997), UMKM menjadi sektor usaha penyangga utama yang dapat menyerap banyak tenaga kerja. dapat kita lihat pada data BPS dan kementrian Koperasi³ bahwa dari seluruh kelas usaha menunjukkan usaha skala kecil menempati porsi sebanyak 99%, artinya hampir seluruh usaha yang ada di Indonesia semuanya merupakan usaha kecil, dan hanya sekitar 1% saja usaha yang berskala menengah dan besar.

Aksi nyata yang dilakukan pemerintah untuk keseriusan pengembangan UMKM salah satunya dicanangkan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada 26 Februari 2005, yang mana terdapat 4 jenis kegiatan pokok yang dilakukan, yaitu, pertama penumbuhan

¹ Sarfiah, Sudati Nur, dkk, "UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa", *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan) Volume 4 Nomor 2 2019*.

² Hutauruk, T.R. dkk, "Kesiapan Pemerintah Kabupaten/Kota Provinsi Kalimantan Timur Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (Mea)", *Jurnal KINERJA 20 (2), 161-178*.

³ Wahyudin, Dian, "Peluang atau Tantangan Indonesia Menuju ASEAN Economic Community 2015", Lembaga Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2013.

iklim usaha yang kondusif, kedua pengembangan sistem pendukung usaha, ketiga pengembangan wirausaha dan keunggulan kompetitif, dan yang keempat pemberdayaan usaha skala mikro. Kemudian dengan terbitnya undang-undang No. 23 tahun 1999, Bank Indonesia tidak lagi secara langsung memberikan bantuan kredit kepada pelaku usaha kecil, namun tetap membantu dalam mendorong pengembangan usaha kecil melalui Bantuan Teknis dan Penyediaan Informasi melalui Sistem Informasi Penembangan Usaha Kecil (SIUPK), dimana salah satu subsistem dan SIUPK adalah Sistem Informasi Bisnis (SIB) yang memberikan antara lain informasi tentang potensi dan identifikasi peluang investasi.⁴

Salah satu wilayah Desa yang terdapat banyak UMKM nya adalah Desa Pamijen, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas. Kondisi geografis desa ini dapat digambarkan sebagai berikut, secara data administrasi Desa Pamijen termasuk kedalam wilayah kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas, untuk luas wilayah Desa Pamijen sekitar 86,3006 Ha, dengan batas-batas wilayah meliputi; sebelah utara berbatasan dengan wilayah Desa Rempoah, sebelah barat berbatasan dengan wilayah Desa Kebumen, Sebelah selatan berbatasan dengan wilayah Desa Kutasari, dan sebelah timur berbatasan dengan wilayah Desa Pandak. Desa pamijen memiliki topografi atau keadaan tanah miring dengan beda ketinggian 25 meter, dengan ketinggian tempat antara 200-260 meter diatas permukaan laut, sehi ngga dapat dikatakan Desa Pamijen termasuk kedalam dataran rendah. Kondisi tanah nya memiliki jenis tanah assosiasi latosol, tekstur tanahnya debu dengan struktur remah dan porus atau sarang.

Desa Pamijen mempunyai keadaan iklim seperti wilayah Indonesia pada umumnya, mempunyai suhu rata-rata harian sekitar 27 derajat celcius, dengan kelembapan rata-rata harian sebesar 90%, sehingga menjadikan Desa Pamijen tergolong daerah yang sedang, hal ini tentu sangat baik untuk pertumbuhan tanaman dan keberlangsungan hidup hewan ternak, untuk kondisi curah hujan rata-rata pertahun adalah 3531 mm dengan penyebaran yang tidak merata sepanjang tahun. Untuk demografi desa pamijen berdasarkan data sekunder monografi desa pada tahun 2019 adalah berjumlah 2857 jiwa, yang terdiri dari penduduk laki-laki sebanyak 1418 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 1439 jiwa. Beberapa potensi yang dimiliki Desa Pamijen antara lain pada sektor pertanian, pada sektor perikanan, pada sektor ini terdapat ikan gurame, ikan nila, ikan bawal, kemudian terdapa sektor perternakan, sapi dan kambing, dan tentunya produk UMKM yang menjadi salah satu penyumbang ekonomi masyarakat Desa Pamijen.

UMKM yang berada di Desa Pamijen terbilang cukup beragam, mulai dari bidang kuliner, kebutuhan rumah tangga, kebutuhan pokok, hingga kebutuhan sandang. Bedasarkan pendataan yang telah dilakukan oleh tim KKN-51 Desa Pamijen, berikut daftar nama-nama UMKM yang terdapat di Desa Pamijen.

No.	Pemilik UMKM	Nama UMKM	Alamat (Desa Pamijen)
1	Erly	Erly Laundry	RT 2 / RW 1
2	Wahyu Mutmainah	Warung Jajan Manunggal Rasa	RT 5 / RW 2

⁴ Sudjnan, Juwari, "Pemberdayaan Potensi Masyarakat Melalui Pendampingan UMKM dan Koperasi di Kelurahan Telaga Sari Kota Balikpapan" *Jurnal Abdi Masyarakat Ilmu Ekonomi Volume 01 No. 01 Desember 2018*.

3	Hartini	Naura Olshop	RT 4 / RW 1
4	Siti Salimah	Mahan Enak	RT 5 / RW 1
5	Sulastri	Bolen Pisang Aneka Rasa	RT 3 / RW 1
6	Slamet	Warung Rasel	RT 3 / RW 1
7	Sofwan	Viral Sablon	RT 1 / RW 1
8	Sunarmi	Ayam Kremes	RT 3 / RW 1
9	Maliyah	Telur Asin Ya Maulana	RT 4 / RW 1
10	Sri Wahyuni	Rasya Snack	RT 6 / RW 1
11	Kuswati	Sembako	RT 6 / RW 2
12	Siti Z.	Sembako	RT 4 / RW 2
13	Pak Agus	Sembako	RT 4 / RW 2
14	Maarif	Ayam Potong	RT 2 / RW 2
15	Ibu Rini	Ayam Potong	RT 5 / RW 1
16	Fitri	Bagas Snack	RT 5 / RW 1
17	Sutiyati	Lotek Sayur	RT 8 / RW 2
18	Rina	Cattering Makanan	RT 7 / RW 2
19	Visti	Olshop	RT 1 / RW 2
20	Wulan	Jasa Titip Cireng	RT 7 / RW 2
21	Zanginah	Zanginah Fashion	RT 1 / RW 1
22	Mut	Kraca	RT 8 / RW 2
23	Bu Timah	Seriping	RT 1 / RW 2
24	Winda	Kraca	RT 1 / RW 2
25	Retno	Sroto	RT 8 / RW 2
26	Hj. Sri	Foto Copy	RT 2 / RW 1

Tabel 1. Data UMKM Desa Pamijen

Berdasarkan pendataan tersebut, terdapat beragam pula kendala yang dimiliki oleh masing-masing pelaku UMKM. Kendala yang paling banyak disuarakan oleh para pelaku UMKM diantaranya ialah masalah pengemasan dan pemasaran. Kendala-kendala tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya ialah kurangnya pengetahuan yang dimiliki para pelaku UMKM. Masih banyak pelaku UMKM yang terbilang gagap teknologi dan masih menggunakan cara lama dalam melakukan pengemasan produk. Padahal pada zaman dimana teknologi yang serba canggih ini *branding* produk sangatlah perlu dilakukan untuk menarik banyak minat masyarakat.

Salah satu metode untuk memberdayakan masyarakat dalam menanggulangi kendala-kendala tersebut adalah dengan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD). Teori ini pertama kali dikemukakan oleh John McKnight. Pendekatan ABCD memiliki asumsi bahwa yang dapat menyelesaikan masalah masyarakat adalah masyarakat itu sendiri dan segala usaha perbaikan dimulai dari perbaikan modal sosial (McKnight, 1996). Identifikasi aset yang dilakukan dalam pendekatan tersebut terdiri dari aset manusia, aset fisik, aset alam, aset sosial dan aset finansial (Susilawaty et al., 2018).

Dengan melihat kendala yang dialami oleh para pelaku UMKM tersebut, maka perlu dilakukan pemberdayaan masyarakat mengenai *branding* produk agar UMKM Desa Pamijen mampu berkembang pesat. Pemberdayaan masyarakat tersebut dapat direalisasikan melalui pendekatan ABCD dengan melakukan pendataan terlebih dahulu mengenai aset yang dimiliki oleh masyarakat agar nantinya dapat digunakan sebagai sumberdaya dalam pemberdayaan masyarakat tersebut.

METODE PENERAPAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini menggunakan 2 tahapan, yaitu tahapan persiapan dan tahap pelaksanaan.

Tahapan Persiapan

Tahapan ini memerlukan serangkaian kegiatan yang diperlukan guna terlaksananya kegiatan pemberdayaan masyarakat tersebut dengan baik. Adapun kegiatan yang dilakukan pada tahapan ini ialah dengan melakukan koordinasi dan sosialisasi kepada perangkat desa serta ketua UMKM yang ada di Desa Pamijen. Kegiatan ini dilakukan guna tersampainya informasi mengenai pelaksanaan kegiatan kepada masyarakat setempat. Kemudian kegiatan selanjutnya ialah tahapan pembuatan TOR (*Term of Reference*) yang berisi uraian latar belakang serta konsep yang akan dilaksanakan pada kegiatan tersebut yang nantinya akan disampaikan kepada pemateri sebagai acuan bahan diskusi yang akan dilaksanakan nantinya. Kegiatan selanjutnya ialah mencari narasumber yang relevan dan *lobbying* pemateri.

Tahapan Pelaksanaan

Pada tahapan pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahapan diantaranya ialah; *pertama*, melakukan pendataan UMKM yang akan dijadikan sebagai sasaran. *Kedua*, pelayanan pembuatan sertifikasi halal suatu produk dan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB). *Ketiga*, pelatihan *branding* produk dan pemasaran suatu produk.

HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

Aset Masyarakat

Salah satu kegiatan pemberdayaan masyarakat berbasis aset ini diawali dengan melakukan penintervensian aset yang dimiliki oleh masyarakat Desa Pamijen. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, ditemukan beberapa aset menonjol yang dimiliki oleh masyarakat Desa Pamijen yang dapat dimanfaatkan dalam kegiatan pendampingan UMKM. Aset-aset yang teridentifikasi tersebut dikategorikan menjadi aset fisik, manusia, sosial, finansial, dan alam.

Aset fisik berupa bangunan/fasilitas yang dapat dimanfaatkan dalam pelaksanaan kegiatan, yaitu balai pertemuan Desa Pamijen yang dapat dijadikan sebagai tempat terselenggaranya kegiatan pendampingan UMKM. Aset berikutnya adalah **aset manusia**, berupa Kepala Desa beserta perangkatnya, Ketua RT/RW, serta Ketua UMKM yang sangat mendukung terselenggaranya kegiatan ini. Diharapkan dengan adanya dukungan tersebut dapat menggerakkan seluruh warga masyarakat untuk dapat mewujudkan UMKM Desa Pamijen yang semakin naik kelas. Aset lainnya yang teridentifikasi ialah **aset sosial**. Aset ini berupa Kader Fatayat dan Pemuda Ansor. Diharapkan anggota Kader Fatayat dan Pemuda Ansor ini menjadi peserta yang aktif dalam pelaksanaan kegiatan serta dapat menularkan pengetahuan yang diperoleh kepada warga yang lain. **Aset finansial** berupa warga yang bersedia membantu menyediakan contoh produk yang nantinya dapat dijadikan sebagai bahan demonstrasi pada saat pelatihan. Kemudian yang terakhir teridentifikasi ialah **aset alam**. Aset alam berupa lahan perkebunan dan pertanian yang

menjadi sumber daya alam yang dapat dijadikan sebagai bahan-bahan pembuatan produk UMKM Desa Pamijen.

Berdasarkan hasil observasi ABCD yang telah dilakukan, maka ada dua kegiatan pendampingan UMKM yang dapat dan perlu dilaksanakan di Desa Pamijen, yaitu yang *pertama*, pelayanan pembuatan sertifikasi produk halal dan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB). Kemudian yang *kedua*, *Workshop* pelatihan *branding* produk dan pemasaran digital.

Pelayanan Pembuatan Sertifikasi Produk Halal dan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB)

Seperti yang sudah tertuang pada Undang-Undang No. 33 tahun 2014⁵, sertifikasi halal ialah salah satu syarat bagi pengusaha untuk memasarkan dan mengedarkan produk yang dimiliki. Tidak terpatok pada makanan saja, sertifikasi halal juga diperlukan bagi mereka yang ingin memasarkan produknya seperti produk kosmetik, minuman, produk biologi, produk-produk yang berbahan kimiawi, produk halis rekayasa genetik, serta bermacam barang gunaan yang dipakai oleh masyarakat. Dengan mengantongi sertifikat halal pada suatu produk, maka suatu produk otomatis sudah terjamin kualitas, keamanan dan kehalalannya sehingga diperbolehkan untuk diedarkan di masyarakat luas. Hal ini tentu menjadi daya tarik sendiri bagi masyarakat untuk membeli produk yang ditawarkan oleh penjual.

Melalui program Sertifikasi Halal Gratis (Sehati) tahun 2023 yang digaungkan pemerintah, mahasiswa KKN 51 UIN SAIZU Desa Pamijen bekerjasama dengan penyelia sertifikasi halal resmi untuk memberikan pelayanan kepada para pelaku UMKM di Desa Pamijen untuk mendaftarkan produk mereka secara gratis dan dengan proses yang mudah. Selain itu mahasiswa KKN juga membuka kesempatan bagi para pelaku UMKM yang masih memiliki keterbatasan dalam mengurus perizinan Nomor Induk Berusaha (NIB) secara gratis pula.

Dilansir dari Wikipedia,⁶ Nomor Induk Berusaha ialah salah satu identitas perizinan yang harus dimiliki para pelaku UMKM guna sebagai izin usaha dan izin komersial atau operasional sesuai dengan bidang usaha dibidangnya yang diterbitkan oleh lembaga OSS dibawah naungan Badan Koordinasi Penanaman Modal. Dengan memiliki NIB, usaha yang dikelola oleh para pelaku UMKM akan memiliki legalitas yang diakui pemerintah dan mempermudah mengakses hal-hal yang berkaitan dengan bidang administratif.

Tidak hanya itu, para pelaku UMKM yang telah mendaftarkan Nomor Izin Berusaha juga berkesempatan untuk mendapatkan bantuan pada program-program yang dicanangkan oleh pemerintah agar nantinya bantuan program tersebut tepat guna dan tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan oleh para pelaku UMKM.

⁵ UUD 1945

⁶ Erlinda Sukmasari. 2022. https://id.m.wikipedia.org/wiki/Nomor_Induk_Berusaha. Diakses pada 1 April 2023



Gambar 1. Proses pendaftaran sertifikasi halal dan NIB

Seperti yang terlihat pada (Gambar 1.) Pelayanan ini sangat antusias diikuti oleh para pelaku UMKM Desa Pamijen. Hal tersebut menandakan bahwa mereka merasa sangat terbantu dengan adanya pelayanan ini dikarenakan tidak memerlukan biaya dan prosesnya pun terbilang mudah. Dengan banyaknya legalitas usaha di Desa Pamijen, tentu dapat mendorong produk UMKM Desa Pamijen semakin dikenal dan mampu bersaing dengan produk-produk di wilayah lain. Dan *output* yang diperoleh Desa Pamijen dalam pelayanan ini ialah produk-produk UMKM Desa Pamijen dapat terus berkembang menuju UMKM yang naik kelas.

Workshop *Branding Product* dan Pemasaran Digital

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah berhasil dilaksanakan UMKM yang berada di desa Pamijen. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan memberikan materi pelatihan mengenai *Worksho Branding Product* dan Pemasaran Digital. Dengan diadakanya melalui kegiatan ini, adalah membuat brand produk dalam meningkatkan dan memasarkan produk UMKM dalam era digital saat ini, beserta panduan pembuatan brand, sehingga brand yang dibuat dapat menarik minat beli masyarakat terhadap produk UMKM. Serta kemampuan dan pengetahuan pengurus UMKM yang baik dalam membuat *branding* melalui pelaksanaan workshop yang diadakan di desa Pamijen.

Selain itu tingkat pengetahuan UMKM yang menyebabkan mereka kurang mengerti brand produk. Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah belum memahami bahwa sebenarnya brand sangat penting untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap produk. Sebuah brand dapat dibuat dengan biaya yang murah, karena UMKM biasanya dirintis dengan modal yang tidak terlalu besar.



Gambar 2. Workshop *Branding Product* dan Pemasaran Digital

Media sosial di masa pandemi merupakan salah satu alat komunikasi yang sangat efektif. Hal ini dikarenakan banyaknya *platform* media sosial yang bisa digunakan dalam berkomunikasi. Selain itu media sosial juga menyajikan berbagai macam fitur sehingga bisa mempermudah para pengguna untuk menggunakan. Salah satunya WhatsApp, Instagram, Tiktok, Shopee, Tokopedia dll, di mana *platform* ini sangatlah familiar di Indonesia dan mayoritas masyarakat banyak yang menggunakan akun media sosial tersebut. Banyaknya pengguna media sosial di Indonesia juga bisa dimanfaatkan dengan baik terutama untuk jual beli barang maupun produk pribadi seperti hasil UMKM, makanan, dan lain sebagainya. Tentu penggunaan media sosial ini akan sangat memudahkan para pelaku UMKM dalam memasarkan produknya, selain itu pelaku UMKM juga bisa menjangkau pangsa pasar secara luas untuk memasarkan produk UMKM tersebut.

Salah satu cara memanfaatkan teknologi informasi bagi pelaku UMKM adalah dengan menggunakan media sosial. Di mana dengan adanya media sosial tersebut pelaku UMKM akan terbantu dari segi ekonomi maupun pemasaran produk UMKM. Pada saat ini juga sudah banyak sekali pelaku UMKM yang beralih ke media sosial dalam hal pemasaran produk, hal ini dikarenakan jangkauan pasar yang sangat luas serta produk bisa bersaing secara luas baik ditingkat nasional maupun internasional. Selain itu pemanfaatan media sosial untuk pemasaran produk UMKM juga bisa meningkatkan perekonomian. Sehingga sangat tepat sekali jika pelaku UMKM pada saat ini banyak beralih kepada media sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil inventaris aset, ditemukan bahwa di Desa Pamijen terdapat aset fisik berupa bangunan/fasilitas yang dapat dimanfaatkan dalam pelaksanaan kegiatan, yaitu balai pertemuan Desa Pamijen yang dapat dijadikan sebagai tempat terselenggaranya kegiatan pendampingan UMKM. Aset berikutnya adalah aset manusia, berupa Kepala Desa beserta jajarannya, Ketua RT/RW, serta Ketua UMKM yang sangat mendukung terselenggaranya kegiatan ini. Diharapkan dengan adanya dukungan tersebut dapat menggerakkan seluruh warga masyarakat untuk dapat mewujudkan UMKM Desa Pamijen yang semakin naik kelas. Aset lainnya yang teridentifikasi ialah aset sosial. Aset ini berupa Kader Fatayat dan Pemuda Ansor. Diharapkan anggota Kader Fatayat dan Pemuda Ansor ini menjadi peserta yang aktif dalam pelaksanaan kegiatan serta dapat menularkan pengetahuan yang diperoleh kepada warga yang lain. Aset finansial berupa warga yang bersedia membantu menyediakan contoh produk yang nantinya dapat dijadikan sebagai bahan demonstrasi pada saat pelatihan. Kemudian yang terakhir teridentifikasi ialah aset alam. Aset alam berupa lahan perkebunan dan pertanian yang menjadi sumber daya alam yang dapat dijadikan sebagai bahan-bahan pembuatan produk UMKM Desa Pamijen.

Aset-aset tersebut digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh para pelaku UMKM melalui program pemberdayaan masyarakat yang diselenggarakan oleh Mahasiswa KKN 51 UIN SAIZU. Melalui pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD), ditemukan beberapa kendala yang disuarakan para pelaku UMKM di Desa Pamijen diantaranya ialah dalam hal branding produk dan pemasaran digital. Untuk itu tercetuslah sebuah ide kegiatan pemberdayaan masyarakat berupa Pelayanan Sertifikasi halal, Pembuatan NIB, serta Workshop Branding Produk dan pemasaran digital. Dengan

antusias masyarakat yang luar biasa kegiatan tersebut dapat berjalan lancar dan mampu mendorong UMKM Desa Pamijen untuk berkembang pesat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kami ucapkan kepada Ketua LPPM Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Kemudian kami juga mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Pamijen beserta jajarannya, Kepala Dusun, Ketua RT/RW, Ketua Fatayat dan Ketua Ansor beserta jajarannya untuk segala bantuan dan dukungan yang diberikan selama kegiatan pengabdian Kuliah Kerja Nyata di Desa Pamijen. Terima kasih juga kami sampaikan kepada warga Desa Pamijen yang telah membantu terlaksananya kegiatan pengabdian ini sehingga kegiatan pengabdian kami dapat berjalan dengan lancar tanpa suatu halangan apapun.

DAFTAR PUSTAKA

Hutauruk, T.R. dkk, "Kesiapan Pemerintah Kabupaten/Kota Provinsi Kalimantan Timur Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (Mea)", *Jurnal KINERJA 20 (2)*.

Sarfiah, Sudati Nur, dkk, "UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa", *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*. Volume 4 Nomor 2 2019.

Sudjinan, Juwari, "Pemberdayaan Potensi Masyarakat Melalui Pendampingan UMKM dan Koperasi di Kelurahan Telaga Sari Kota Balikpapan" *Jurnal Abdi Masyarakat Ilmu Ekonomi*. Volume 01 No. 01 Desember 2018.

UUD 1945

Wahyudin, Dian, "Peluang atau Tantangan Indonesia Menuju ASEAN Economic Community 2015", Lembaga Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2013.

Erlinda Sukmasari. 2022. https://id.m.wikipedia.org/wiki/Nomor_Induk_Berusaha. Diakses pada 1 April 2023