ISSN : 2964-3783
e-ISSN : 2964-3201

PEMBERDAYAAN KEPADA MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGOLAHAN DAUN SINGKONG UNTUK MEMANFAATKAN HASIL PERTANIAN SEBAGAI PENINGKATAN EKONOMI KREATIF

Muhammad Ilham Rusdi, Alfina Septiyawati, Warda Yulia Wahdana, Arini Khawasalngilmi, Lulu Barokatus Zakiyah, Khoirunisa Wulan Sari, Atika Sofiana, Tesya Norma Puspita, Ahmad Ibnu Jamal, Nawang Diah Afista, Layla Mardliyah
rpvrusdi09@gmail.com, alfinaseptiawati@gmai.com, wardayulia21@gmail.com lulubarokatuszakiyah@gamil.com, khoirunisa.nisa.17@gmail.com, inirakhaelaznaa1042@gmail.com, sofiana.atikaa@gmail.com, tesyanormapuspita@gmail.com, mailto:ibnubbx@gmail.com, nawangdiahafista@gmail.com

Abstrak:
Indonesia sebagai salah satu negara agraris, dimana sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani. Masyarakat daerah pertanian yang terdiri dari petani kacang, jagung, tebu, bambu dan singkong, serta masyarakat lainnya dimana kehidupan sosial ekonominya tergantung pada hasil sumber daya pertanian. Upaya pengembangan ekonomi pedesaan dan peningkatan kesejahteraan penduduk pedesaan menjadi fokus pembahasan dalam banyak kebijakan untuk mengurangi ketimpangan ekonomi. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode ABCD (Asset Based Community Development). Dimana konsep metode ABCD ini merupakan sebuah alternatif dalam pemberdayaan masyarakat dengan menggunakan aset yang ada. Adapun langkah-langkah yang harus dilakukan dalam pelaksanaannya antara lain : Discovery (menemukan), Dream (impian), Design (merancang), Define (menentukan), Destiny (Lakukan), Refleksi. Masyarakat desa Suro berprofesi sebagai petani singkong, karena hampir semua tanah di desa Suro ditanami dengan Singkong. Karena kebanyakan masyarakat yang kurang tahu pengolahan singkong, sehingga masyarakat hanya menjual hasil panennya hanya untuk pakan ternak, atau bisa diolah menjadi sebuah makanan yang bisa dijual. Dalam proses pengabdian ini melakukan inovasi berupa olahan daun singkong yang dibuat menjadi keripik daun singkong. Kegiatan pelatihan serta branding produk dilaksanakan berawal dari masyarakat desa yang kurang inovasi dan kreativitas tentang pengolahan daun singkong, Kegiatan pelatihan dilakukan dalam rangka mengembangkan kreativitas dan inovasi masyarakat desa mengenai pengolahan daun singkong. Dalam pelaksanannya dilakukan di balai desa Suro. Selanjutnya untuk meningkatkan ekonomi kreatif masyarakat desa Suro, pengadaan bazar UMKM dalam rangka memberikan solusi rendahnya perekonomian desa.

Keyword : *Pemberdayaan, Masyarakat, Daun Singkong, Pertanian, Ekonomi Kreatif*

Pendahuluan

Masyarakat merupakan aset yang dimiliki oleh masyarakat, misalnya generasi tua merupakan aktor yang menjadi pengarah maupun *controller* pembangunan dan pengembangan masyarakat melalui pengalaman dan dinamika sosial budaya yang telah dilewati. Keberagaman masyarakat desa dapat digabungkan dengan melihat keterampilan atau potensi yang ada pada setiap masyarakat. Dalam setiap masyarakat terbentuk norma-norma, nilai-nilai, dan struktur sosial yang membentuk dasar tata cara hidup bersama. Dinamika masyarakat mencakup beragam aspek seperti budaya, ekonomi, politik, dan hubungan antar indvidu. Masyarakat tidak hanya merupakan tempat bagi individu untuk menjalani kehidupan, tetapi juga mencerminkan kenyataan sosial yang kompleks.

Indonesia sebagai salah satu negara agraris, dimana sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani . Keadaan ini merupakan salah satu faktor yang dapat menunjang keberhasilan pembangunan yang serasi dan seimbang dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat. Oleh karena itu masyarakat yang hidupnya di daerah dataran rendah khususnya daerah tadah hujan harus semaksimal mungkin unntuk memanfaatkan sumber daya alam dari lahan pertanian.

Pertanian telah menjadi pijakan utama dalam kehidupan masyarakat diberbagai belahan dunia sepanjang sejarah manusia. Masyarakat petani memiliki peran yang tidak tergantikan dalam menghasilkan pangan bagi populasi global. Dalam konteks ini yang terus berkembang masyarakat pertanian memegang peranan *krusial* dalam menyediakan pangan, mengelola sumber daya alam dan menciptakan dinamika sosial ekonomi diberbagai wilayah. Kehadiran masyarakat pertanian tidak hanya mempengaruhi stabilitas ketahanan pangan, tetapi juga memberikan kontribusi pada keanekaragaman budaya dan lingkungan terutama dalam bidang ekonomi.

Masyarakat daerah pertanian yang terdiri dari petani kacang, jagung, tebu, bambu dan singkong, serta masyarakat lainnya dimana kehidupan sosial ekonominya tergantung pada hasil sumber daya pertanian merupakan segmen anak bangsa yang umumnya masih tergolong desa tertinggal. Kesejahteraan masyarakat pertanian memerlukan program trobosan baru yang dapat meningkatkan akses mereka terhadap modal, manajemen dan teknologi serta dapat mentransformasikan struktur dan kultur masyarakat pertanian secara berkelanjutan. Trobosan yang dimaksud yakni pemberdayaan bagi masyarakat daerah pertanian yang ada di seluruh Indonesia.

Menurut Pattiasina, pemberdayaan atau *empowerment* merupakan sebuah konsep yang lahir sebagai bagian dari perkembangan dan pemikiran serta kecenderungan. Proses pemberdayaan bagi masyarakat merupakan suatu program yang berkesinambungan, pemberdayaan masyarakat mengandung arti mengembangkan kondisi dan situasi sedemikian rupa sehingga masyarakat memiliki daya dan kesempatan untuk mengembangkan kehidupannya . Dari definisi tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa pemberdayaan yang akan dijelaskan dalam artikel ini yaitu mengembangkan aset serta potensi yang dimiliki masyarakat desa untuk meningkatkan ekonomi kreatif.

Ekonomi di pedesaan cenderung berbeda dari ekonomi di perkotaan. Di pedesaan, sebagian besar penduduknya menggantungkan diri pada sektor pertanian yang menjadi sumber utama penghasilan. Akan tetapi, jika hasil pertanian hanya dijual langsung

kepada pengepul maka keuntungan yang didapat tidak sebanding dengan usaha yang sudah dilakukan selama proses penanaman bibit hingga panen yang akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat desa. Upaya pengembangan ekonomi pedesaan dan peningkatan kesejahteraan penduduk pedesaan menjadi fokus pembahasan dalam banyak kebijakan untuk mengurangi ketimpangan ekonomi. Oleh karena itu, dalam artikel ini menjelaskan tentang kegiatan dalam proses pengabdian yang berusaha untuk meningkatan ekonomi desa dengan cara melakukan **Pemberdayaan Kepada Masyarakat Melalui Kegiatan Pengolahan Daun Singkong Untuk Memanfaatkan Hasil Pertanian Sebagai Peningkatan Ekonomi Kreatif**.

Metode

A. Strategi atau Pendekatan yang Dilakukan

Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode ABCD *(Asset Based Community Development)*. Dimana konsep metode ABCD ini merupakan sebuah alternatif dalam pemberdayaan masyarakat dengan menggunakan aset yang ada. Dalam konteks ini, aset yang dimaksud yaitu potensi yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri, program pemberdayaan yang akan dilakukan disini akan menggunakan senjata pamungkas dimana dengan menggunakan potensi atau kekayaan yang dimiliki oleh masyarakat.

Melalui proses pendekatan pengembangan masyarakat berbasis aset, secara berkelanjutan dapat membentuk kemandirian masyarakat dalam meningkatkan pendapatan sehingga akan meningkatkan kesejahteraan. Dalam metode ABCD terdapat lima langkah dalam proses pelaksanaannya.

1. *Discovery* (Menemukan)
   Proses ini diwali dengan melakukan riset untuk menemukan asset, pada tahap ini mahasiswa melakukan riset sederhana untuk menemukenali berbagai asset yang terdapat di masyarakat. Beberapa tahapan untuk dapat dilakukan untuk menemukenali aset yang terdapat di masyarakat, antara lain :
   - Melakukan analisis identitas sosial ataupun identitas wilayah. Analisis ini dilakukan dengan cara mengunjungi berbagai tokoh warga. Tujuan dari analisis identitas ini yaitu untuk memahami tradisi, nilai-nilai, pesan dan fungsi lembaga sosial desa setempat. Selain itu juga berfungsi me-*mapping* tokoh-tokoh penting di masyarakat serta untuk mengetahui karakter warga desa.
   - Membuat peta sejarah yang berfokus pada kisah keberhasilan dimasa lampau ataupun *mapping* aset dari waktu ke waktu. Pada proses ini langkah yang dapat dilakukan melalui wawancara serta harus menjadi penemuan yang memberikan kehidupan pada sebuah kegiatan atau usaha.
   - Proses indentifikasi komunitas. Tujuan dari proses ini yaitu untuk mengetahui lebih dalam lagi siapa komunitas yang akan diberi pendampingan.
2. *Dream* (Impian)
   Proses dream dapat diartikan menentukan isu pemberdayaan bersama masyarakat. Dalam tahap ini dilakukan identifikasi dengan menentukan tujuan atau visi jangka panjang yang memungkinkan untuk dicapai bersama. Berkaitan dengan hal tersebut pertimbangan waktu begitu penting dalam merumuskan program mana yang akan diprioritaskan untuk dilaksanakan. Untuk melaksanakan program, dapat menggnakan

prinsip *Low Hanging Fruit* (melakukan yang paling mudah tanpa bantuan). Peserta harus bisa melaksanakan rencana kerja yang memungkinkan dengan mempertimbangkan aset dan peluang yang dimiliki oleh masyarakat desa tenpatan KKN. Sehingga dalam pelaksaan program mengurangi kebergantungan pada pihak luar guna melaksanakan pembangunan masyarakat.

Pada tahap ini, setiap warga akan mengeksplorasi harapan dan impian bagi diri ataupun lingkungannya. Sebuah mimpi atau visi bersama terhadap masa depan yang bisa terdiri dari gambar, tindakan, kata-kata dan foto. Kemudian langkah selanjutnya yaitu merancang sebuah kegiatan untuk memenuhi impian masyarakat.

3. *Design* (Merancang)

   Dalam tahap ini peserta KKN sudah mengetahui aset dan mengidentifikasi peluang yang bisa dilakukan untuk pemberdayaan. Kemudian proses dimulai dengan merumuskan strategi, proses, dan sistem, untuk membuat keputusan serta mengembangkan kolaborasi untuk mewujudkan perubahan yang bersifat progres.

   Dalam proses ini seluruh komunitas yang terlibat dalam proses belajar atau asset yang dimiliki agar dapat memanfaatkannya dengan cara yang konstruktif, inklusif, dan kolaboratif untuk mencapai aspirasi dan tujuan seperti yang sudah ditetapkan sendiri. Proses merencanakan ini merupakan proses cara mengetahui asset-aset yang ada pada masyarakat desa.

   Hasil dari pelaksanaan pada tahap ini adalah terwujudnya rencana kerja yang didasarkan pada apa yang bisa dilakukan bersama berdasarkan asset dan potensi yang dimiliki oleh masyarakat. Tujuan utama dari tahapan desaign ini adalah :

   - Penyadaran akan tindakan yang mungkin dilakukan
   - Penyadaran akan bagaimana bekerjasama dengan yang lain dan mengkoordinir masukan
   - Keputusan tentang apa yang akan dilakukan berdasarkan sumber daya yang tersedia
   - Berkurangnya rasa ketergantngan pada pihak luar dalam membuat kemajuan
   - Lebih tinggi rasa kemitraan dalam kontribusi dari pihak luar termasuk lembaga pemerintahan

4. *Define* (Menentukan)

   Tahapan ini merupakan bagian *Acting on findings*. Masyarakat dan peserta KKN bergerak bersama me nggunakan asset yang dimiliki untuk mencapai visi yang telah dirumuskan pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini program kerja yang telah disusun atau direncanakan bersama sama dilaksanakan dengan masyarakat. Proses define ini terdapat beberapa langkah, yaitu :

   - Menentukan “Pilihan topik positif” yang merupakan tujuan dari proses pencarian atau deskripsi mengenai perubahan yang di inginkan
   - Peserta KKN dan masyarakat terlibat dalam *Focus group descuscion* (FGD). Dalam prosesnya peserta dan masyarakat menentukan pembahasan berupa program apa saja yang telah diracang dan akan dilaksanakan.

5. *Destiny* (Lakukan)

   Merupakan tindakan inspiratif yang mendukung proses pelaksanaan KKN dan inovasi “apa yang akan terjadi” hal ini adalah fase akhir yang secara khusus fokus pada cara-

cara untuk melangkah maju. Langkah terakir adalah melaksanaka kegiatan yang telah disepakati untuk memenuhi impian masyarakat dari pemanfaatan asset.

6. Refleksi
   Pada tahap ini tidak termasuk dalam pelaksaan ABCD tetapi masuk kedalam tahap terpenting, karena setiap program kerja harus dilakukan evaluasi agar tercipta suatu dialektika yang postif.

Data hasil monitoring dan evaluasi sangat diperlukan untuk mengindetifikasi perkembangan dan kinerja. Refleksi juga penting untuk mengetahui sejauh mana program kerja yang sudah dirumuskan dan dilaksanakan membawa dampak perubahan bagi masyrakat. Refleksi dilakukan oleh kelompok KKN secara mandiri, dengan masyarakat, kelompok maupun dengan dosen pembimbing lapangan (DPL).

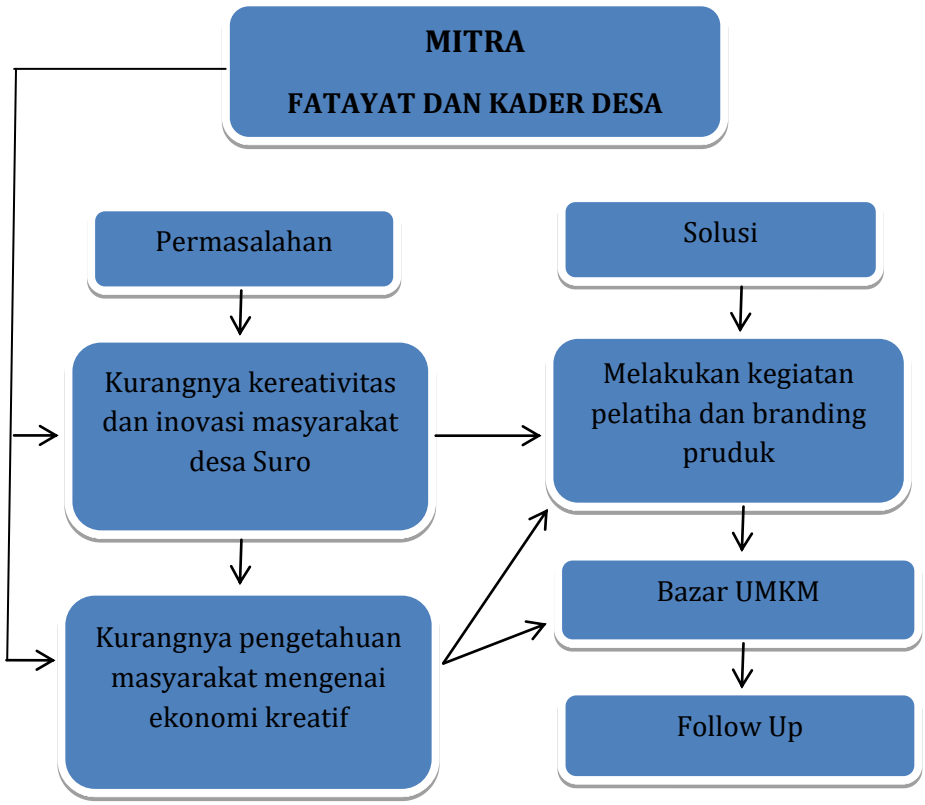
B. Tahapan Kegiatan Riset

Sebagian besar masyarakat desa Suro berprofesi sebagai petani singkong, karena hampir semua tanah di desa Suro ditanami dengan Singkong, yang menjadi penghasilan utama para masyarakat. Kondisi tanah di desa Suro merupakan tanah tadah hujan yang menyebabkan tidak bisa ditanami padi dan hanya bisa di tanami umbi-umbian serta kacang-kacangan.

Para petani singkong melakukan panen setiap 9 bulan sekali, dan biasanya hasil panen langsung dijual kepada pengepul Singkong dari PT, untuk diolah menjadi tepung kanji dan daunnya hanya untuk pangan ternak masyarakat setempat. Karena masyarakat tidak hanya menanam satu jenis singkong, dan kebanyakan jenis singkong lanting yang ditanam sebagai bahan baku pembuatan tepung kanji. Singkong lanting merupakan jenis singkong yang banyak ditanam oleh masyarakat desa Suro. Singkong Banjar, Darma, Mentega, Palembang adalah jenis lain yang ditanam di desa Suro dan jarang juga ditanam karena bukan jenis singkong yang untuk dijual di PT.

Karena kebanyakan masyarakat banyak yang kurang tahu pengolahan singkong baik buahnya ataupun daunnya, sehingga masyarakat hanya menjual hasil panennya dan daunnya hanya untuk pakan ternak yang sebeneranya bisa diolah untuk konsumsi pribadi atau diolah menjadi makanan lainnya yang bisa dijual kembali. Kemudian dalam proses pengabdian ini melakukan inovasi berupa olahan daun singkong yang dibuat menjadi keripik daun singkong.

Metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat terhadap sesama mahasiswa KKN terdiri dari kegiatan pelatihan serta branding produk. Komunitas yang terlibat dalam kegiatan tersebut yaitu ibu-ibu Fatayat, ibu-ibu kader desa, serta perangkat desa Suro.



Kegiatan pelatihan serta branding produk dilaksanakan berawal dari masyarakat desa yang kurang inovasi dan kreativitas tentang pengolahan daun singkong, karena masyarakat sering menganggapnya sebagai limbah yang tidak bisa dioalah untuk dikonsumsi pribadi. Kegiatan pelatihan dilakukan dalam rangka mengembangkan kreativitas dan inovasi masyarakat desa mengenai pengolahan daun singkong. Dalam pelaksanannya dilakukan di balai desa Suro.

Selanjutnya untuk meningkatkan ekonomi kreatif masyarakat desa Suro, pengadaan bazar UMKM dalam rangka memberikan solusi rendahnya perekonomian desa. Maka pada kegiatan KKN ini memberikan solusi untuk meningkatkan perekonomian dengan mengadakan bazar UMKM. Tempat pelaksanaan kegiatan bazar UMKM yaitu di dalapangan desa Suro yang bertepatan dengan acara Ruwat Bumi atau kegiatan sedekah bumi yang diadakan sekali selama masa periode pemerintahan kepala desa.

Hasil

Merujuk pada data yang ada, masyarakat desa Suro rata rata memiliki mata pencaharian sebagai petani dan buruh tani dengan jumlah petani kurang lebih 955 orang dan buruh tani kurang lebih 258 orang. Melihat hal tersebut maka pengabdian masyarakat yang dilakukan salah satunya melalui kegiatan-kegiatan dalam bidang pertanian melalui upaya peningkatan inovasi dan kreativitas pengolahan hasil tani di desa Suro kecamatan Kalibagor kabupaten Banyumas. Kegiatan-kegiatan tersebut diantaranya :

1. Workshop Pelatihan

Workshop sering juga disebut sebagai pelatihan atau lokakarya, yaitu suatau acara dimana beberapa orang berkumpul untuk memecahkan masalah tertentu dan mencari solusinya (pertemuan ilmiah yang kecil). Pelatihan adalah proses dimana seseorang atau sekelompok individu mengikuti serangkaian kegiatan atau pembelajaran dengan tujuan untuk mengembangkan keterampilan, pengetahuan, atau kemampuan tertentu. Ini dapat dilakukan dalam berbagai konteks, seperti pendidikan formal, pelatihan kerja, atau pengembangan pribadi. Ekonimi kreatif menurut Howkins adalah kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah gagasan . Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa ekonomi kreatif adalah salah satu konsep ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas serta Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi yang paling utama .

Pada saat ini banyak masyarakat yang kurang memperhatikan potensi yang ada disekitarnya. Selain kurang sadarnya potensi yang dimiliki oleh daerah yang ditinggalinnya kebanyakan masyarakat juga kurang bisa memanfaatkan dan memaksimalkan hasil dari pertanian yang dimilikinya. Contoh nyata dari kurangnya pemanfaatan hasil pertanian ini ada di Desa Suro yang mana salah satuu hasil pertanian yang banyak dihasilkan di desa ini adalah singkong.

Pengabdian masyarakat dalam melaksanakan workshop pelatihan ini berisi tentang pengenalan olahan daun singkong menjadi keripik daun singkong. Melihat paa hal tersebut maka diadakan pelatihan atau workshop dengan tema "pengolahan hasil pertanian dalam peningkatan ekonomi kreatif", yang diselenggarakan oleh kelompok KKN 10 Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto yang dihadiri oleh ibu-ibu fatayat, kader desa suro, serta perangkat desa Suro, jumlah peserta yang hadir sebanyak 25 orang. Materi yang disampaikan mengenai deskripsi produk, tujuan produk, konsep bisnis, bahan-bahan pembuatan produk, langkah-lagkah dan pembuatan produk.

Kegiatan workshop yang diselenggarakan pada hari Kamis tanggal 03 Agustus 2023 di aula Desa Suro. Respon para peserta workshop pun sangat baik, dan sangat antusias dalam mengikuti workshop pelatihan, pada saat sesi sanya jawab pun peserta workshop banyak yang memberikan pertanyaan selama pelatihan.

Setelah diadakannya kegiatan workshop pelatihan ini diharapkan seluruh masyarakat desa Suro terutama ibu-ibu fatayat dan kader desa Suro dapat meningkatkan kesejahteraan perekonomian desa.

2. Branding Produk

Branding merupakan upaya memperkuat merek produk atau jasa. Sebab fungsi dasar dari sebuah merek adalah sebagai pembeda antara yang satu dengan yang lainnya. Ada beberapa unsur – unsur yang mempengaruhi kekuatan sebuah merek, dari apa yang terlihat *(tangible)* dan dari apa yang terdengar dan apa yang dirasakan *(intangible)*. Unsur unsur tersebut merupakan prasyarat utama dalam membangun kekuatan sebuah merek didalam konteks kompetensi pasar. Kedua unsur tersebut yakni : *pertama, tangible* seperti produk *packaging* atau kemasan identitas visual. *Kedua, intangible* seperti kualitas produk dan jasa.

Selain itu guna membangun branding produk, penentuan *Copywriting* (penulisan teks) juga menjadi hal utama. *Copywriting* harus bisa menarik, informatif dan kreatif akan sangat menentukan pembacanya. Sebab rendahnya *Brand Awarness* dapat disebebkan oleh beberapa faktor utama yang salah satunya karena kurang tepatnya penggunaan identitas brand termasuk konten yang belum menarik konsumen.

Proses *branding* wajib dilakukan oleh perusahaan jika ingin usahanya bertahan dan dapat bersaing di pasaran. Proses *branding* mencakup perancangan identitas perusahaan yang jelas sesuai dengan *image* dan visi –misi perusahaan hingga media dan strategi promosi yang tepat untuk dapat menjangkau dan menarik perhatian khalayak target sasaran serta dapat menimbulkan *brand awareness* dibenak masyarakat .

Oleh sebab itu pentingnya branding produk untuk sebuah produk yang sudah dibuat maka mahasiswa KKN mengadakan sebuah kegiatan branding produk dari hasil kegiatan pelatihan membuat keripik daun singkong. Dalam kegiatan branding produk tersebut ada beberapa hal yang disampaikan yaitu; *Pertama,* menentukan nama dan logo produk. *Kedua,* memberikan gambaran pemasaran. *Ketiga,* pengenalan sertifikat halal. *Keempat,* pembentukan pengurus guna melanjutkan produksi pembuatan produk yang sudah dikenalkan.

Dari hasil branding tersebut dihasilkan beberapa keputusan mengenai nama serta logo produk. Terdapat beberapa pilihan untuk logo serta nama produk, seperti RANORI "Suro Nori", SUNORI "Suro Nori", GONORI "Godong Nori", SNORI "Suro Nori". Setelah dilakukan musyawarah bersama dengan seluruh peserta yang hadir dalam kegiatan branding produk, disetujui SUNORI sebagai nama brand produk keripik daun singkong. Dengan logo daun singkong dibagian tengah, varian rasa dibagian kiri, *Contac Person* pemesanan, komposisi dibagian bawah logo, dan dengan logo berwarna hijau army menambah daya tarik produk keripik daun singkong.

Logo memiliki peran penting karena adalah wajah dari suatu *brand*. Melalui logo, khalayak dapat mengenali suatu produk dan dapat mengaitkannya dengan asosiasi tertentu. Oleh sebab itu, terdapat pendapat bahwa logo harus mempresentasikan entitasnya. Logo sebagai bagian dari *brand* hendaknya berbeda dari yang lainnya. Beberapa penelitian ilmiah dilakukan guna mengetahui logo yang baik salah satunya Adir dkk memaparkan bagaimana logo yang baik yaitu logo sebaiknya mudah terbaca, terlihat jelas, koheren, mudah dimengerti, mudah diingat, tak lekang oleh waktu, dan sederhana, sehingga mudah dikenali. Beberapa fungsi juga disebutkan yakni fungsi kontak yang mempertahankan kontak dengan publik, fungsi penjelas, fungsi denotatif, fungsi identifikasi, fungsi signifikasi, fungsi translasi, dan fungsi estetis. Begitu kompleksnya bagaimana logo seharusnya terlihat secara visual, bagaimana hubungannya dengan *brand*-nya dan bagaimana dipersepsikan oleh khalayak menjadikan desain logo menarik untuk dikaji .

Dalam kegiatan branding produk sedikit di jelaskan mengenai sertifikasi halal. Sertifikasi dapat diartikan sebagai syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam proses pengawasan mutu pangan yang penyelenggaraannya dapat dilakukan secara laboratories atau cara lain sesuai dengan perkembangan teknologi. Sertifikasi mutu ini diberlakukan guna memberikan jaminan kepada masyarakat, bahwa pangan yang dibeli telah

memenuhi standar mutu tertentu, tanpa mengurangi tanggung jawab pihak produsen pangan guna memenuhi ketentuan kebijakan hukum yang ada.

Produk halal menurut definisi Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesusai dengan syari'at islam. Produk tidak mengandung babi atau produk-produk yang berasal dari babi, serta tidak mengandung alkohol sebagai bahan yang sengaja ditambahkan. Untuk daging sebagai bahan baku, harus berasal dari hewan halal yang disembelih menrut tata cara syari'at islam.

Sertifikasi halal adalah suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi dan system jaminan halal memenuhi standar LPPOM MUI. Sedengkan sertifikat halal adalah fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh MUI yang menyatakan ke halal an suatu produk yang merupakan keputusan sidang Komisi Fatwa MUI berdasarkan proses audit yyang dilakukan oleh LPPOM MUI. Sertifikat MUI ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin mencantman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang.

Tujuan serifikasi halal pada produk halal, obat-obat, kosmetika dan produk lainnya di lakukan untuk memberikan kepastian status ke halalan, sehingga dapat menentramkan batin masyarakat dalam mengkonsumsi makanan sesuai dengan imannya, sehingga dapat menunjang kelancaran dan kestabilan pembangunan nasional. Kesinambungan proses produksi halal dijamin oleh prdusen dengan cara menerapkan Sistem Jaminan Halal. Deimikian juga dengan adanya sertifikasi halal membuat produsen makanan tidak aka dirugikan, justru akan lebih terjamin kelangsungan usahanya.

3. Bazar UMKM

UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah Unit Usaha Produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, perbedaan antara Usaha Mikro (UMi), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM) dan Usaha Besar (UB). Umumnya di dasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata pertahun atau jumlah pekerja tetap.

UMKM adalah alat yang berguna untuk mengurangi kemiskinan. UMKM memiliki kapasitas untuk meningkatkan peluang kerja dan menawarkan berbagai layanan ekonomi ke lingkungan sekitar. Pengaruh UMKM di sektor perdagangan sangat penting dan menjadi instrumen inti bagi perkembangan ekonomi pada suatu daerah.

Bazar dapat diartikan sebagai pasar yang sengaja diselenggarakan untuk jangka waktu beberapa hari; pameran dan penjualan barang-barang, makanan, minuman, dan sebagainya. Bazar sesuai dengan pengertiannya dapat dijadikan sebagai suatu brand *personality* yang cukup mumpuni. Bazar adalah upaya memperkenalkan UMKM yang baru dibentuk dan memasarkannya secara langsung kepada masyarakat sekitar atau menjadi *test marketing* untuk menentukan target pasar mereka.

Banyaknya UMKM di Desa Suro masih belum ter*ekspos* karena belum mengetahui bagaimana cara mempromosikan produk yang benar. Sebenarnya produk-produk UMKM desa Suro berpeluang besar ter*ekspos* sampai keluar desa. Sehingga desa mengadakan bazar UMKM bertepatan dengan acara ruwat bumi desa Suro. Sehingga UMKM mereka

cukup terkenal serta omset yang mereka dapatkan melebihi pendapatan hari-hari biasa ketika berjualan.

Adapun hambatan yang ada dalam pelaksanaan bazar UMKM yaitu kurangnya peminat karena produk yang dijual masih terbilang baru dan banyak orang yang belum mengetahuinya, cita rasa produk yang masih kurang sesuai dengan lidah konsumen. Selain itu, nilai jual di pedesaan masih terbilang cukup mahal juga menjadi salah satu penyebabnya.

Pembahasan

Dalam proses pendampingan komunitas untuk mencapai tujuan yang diingkan, pengabdian ini menggunakan metode *Assets Based Community Development* (ABCD). Untuk mencapai kondisi dampingan yang diinginkan, dalam merapkan metode ini terdapat lima langkah yaitu: *discovery* (menemukan), *dream* (impian), *design* (merancang), *define* (menentukan), *destiny* (lakukan), dan refleksi.

a. *Discovery* (menemukan)

Untuk mengetahui aset serta potensi desa yang dapat digunakan sebagai peningkatan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat desa Suro, maka perlu melakukan survey atau analisis identitas sosial dan wilayah. Langkah awal yang kami lakukan dalam pengabdian ini yaitu mencari informasi mengenai pertanian yang terdapat di wilayah tersebut, dengan melakukan kunjungan ketua kelompok tani dan melakukan observasi data. Setelah pelaksanaan kunjungan ketua kelompok tani kami mendapatkan informasi bahwa penghasilan kebun terbesar desa Suro adalah singkong, kacang tanah, dan jagung. Dari beberapa macam tanaman kebun tersebut, singkong yang paling banyak ditanam dan paling sering dipanen hasilnya. Sehingga penghasilan utama sebagian besar masyarakat desa Suro berasal dari kebun singkong. Proses ini termasuk dalam indentifikasi sosial dan wilayah, dengan tujuan untuk mengetahui identitas masyarakat desa Suro.

Dalam tahap *discovery* terdapat proses yang tidak kalah penting, yaitu proses identifikasi komunitas. Tujuan dari identifikasi komunitas yaitu untuk mengetahui lebih dalam lagi siapa komunitas yang akan didampingi selama proses pengabdian. Setelah mengetahui aset dan potensi yang dimiliki masyarakat desa Suro, kemudian kami mencari komunitas aktif yang terdapat di desa Suro. Sebagian besar komunitas desa Suro diikuti oleh ibu-ibu, seperti kader desa dan Fatayat yang masih sering melakukan pertemuan rutin. Adapun tujuan dari mencari komunitas aktif di desa Suro, yaitu untuk melakukan diskusi mengenai produk apa yang dapat diolah dari aset serta potensi yang terdapat di desa Suro serta melanjutkan proses pengolahan produk yang sudah dibuat, dengan cara membetuk kepengurusan. Hasil dari diskusi produk yang dilakukan yaitu disepakati akan membuat olahan dari daun singkong menjadi keripik berbentuk nori.

Dipilihnya ibu-ibu Fatayat serta kader desa yang menjadi komunitas sebagai penerus olahan produk yang sudah dibuat karena kelompok tersebut yang sering melakukan pertemuan rutin, selain itu, mereka memiliki inovasi serta kreatifitas tinggi dalam pembuatan produk. Karena anggota dari ibu-ibu fatayat dan kader desa merupakan ibu-ibu yang masih tergolong muda. Untuk mengoptimalkan upaya pemberdayaan

masyarakat desa serta menggali informasi secara langsung, maka dilakukan diskusi rutin dengan komunitas aktif yang ada.

b. *Dream* (impian)

Tahap kedua dalam metode ABCD ini yaitu menentukan isu pemberdayaan masyarakat. Dalam tahap ini peserta KKN bersama dengan masyarakat menyusun visi dan misi program yang akan dilaksanakan. Untuk mencapai target awal diadakan pemberdayaan masyarakat adalah terciptanya ekonomi kreatif masyarakat desa Suro, maka pembentukan visi misi yang sesuai dengan target awal perlu dilakukan. Adapun visi dan misi yang sudah disusun dan disepakati bersama yaitu :

- Visi

Menjadikan keripik daun singkong camilan yang dapat memberikan manfaat maksimal dengan pengorbanan minimal.

- Misi
  - Mengenalkan kepada masyarakat olahan hasil pertanian melalui pengembangan usaha yang inovatif dan kreatif.
  - Menyajikan olahan keripik yang bergizi dan menjunjung tinggi kepuasan konsumen.
  - Melakukan promosi atau pendekatan kepada target pasar.
  - Memberikan harga jual yang terjangkau kepada konsumen.

Dengan adanya visi serta misi yang sudah dibuat, diharapkan produk keripik daun singkong sebagai camilan sehat dapat meningkatkan ekonomi masyarakat desa Suro.

c. *Design* (Merancang)

Setelah mengetahui asset desa dan menemukan komunitas didesa Suro, komunitas yang sering aktif didesa ini adalah kebanyakan ibu-ibu yang berupa kader dan fatayat. Peserta KKN dan komunitas desa Suro melakukan komunikasi berupa musyawarah, untuk melakukan perancangan lanjutan hasil pertanian berupa daun singkong, yang dimulai dengan melakukan pelatihan atau workshop untuk komunitas aktif didesa Suro. Untuk memperkenalkan terlebih dahulu tentang apa saja yang akan dijalani kedepannya.

Saat melakukan pelatihan, eserta KKN mulai dengan mengembangkan kurikulum pelatihan. Ini mencakup beberapa topik topik yang akan dibahas dalam pelatihan seperti Teknik pembuatan dan pengolahan daun singkong, Teknik pemasaran, meningkatkan kreatifitas dan branding produk. Peserta KKN memilih menggunakan metode pengajaran yang sesuai dengan materi pelatihan, memberikan pemahaman dasar sampai praktek pembuatan kripik daun singkong.

d. Define (Menentukan)

Tahap selanjutnya peserta KKN dan komunitas desa Suro berupa kader dan fatayat menentukan program apa yang akan dilakukan bersama. Dan setelah melakukan musyawarah kesepakatan bersama peserta KKN dan komunitas desa Suro akan melakukan pengolahan hasil tani berupa daun singkong yang akan diolah menjadi kripik singkong. Sebelum melakukan ketahap pengolahan peserta KKN melakukan pelatihan dan workshop untuk para komunitas desa Suro serta melakukan branding produk

untuk menentukan nama dan logo dari hasil pengolahan kripik daun singkong tersebut. Tujuan pelatihan ini harus jelas dan sesuai dengan kebutuhan, salah satu tujuan yang kita tentukan yaitu meningkatkan kreatifitas melalui pengolahan daun singkong.

e. *Destiny* (Lakukan)

Berikut ini adalah tahapan teknis yang dilaksanakan dalam proses pemberdayaan kepada masyarakat melalui kegiatan pengolahan daun singkong untuk memanfaatkan hasil pertanian sebagai peningkatan ekonomi kreatif.

1) Pelaksanaan Workshop Pelatihan
   Sesuai target yang dirumuskan dalam tahap *dream,* workshop pelatihan dilakukan pada tanggal 03 Agustus 2023. Untuk melaksanakan workshop pelatihan harus melalui beberapa tahapan, salah satunya adalah menginformasikan kepada ibu fatayat dan kader desa dengan menyebarkan undangan kepada ketua fatayat dan kader.
   Mahasiswa KKN terlebih dahulu menjelaskan tujuan dari pelatihan pengolahan daun singkong lalu, menhyebutkan alat dan bahan yang diperlukan .*step by step* pembuatan keripik daun singkong di jelaskan secara runtut dan terperinci. Untuk memastikan agar peserta pelatihan menerima dengan baik materi yang disampaikan, beberapa dari mereka diminta untuk ikut praktik secara langsung pembuatan keripik daun singkong bersama turor.
2) Branding Produk
   Dalam branding produk mahasiswa KKN melakukan musyawarah bersama ibu fatayat dan kader desa Suro guna membahas mengenai nama produk dan logo produk, memberikan gambaran pemasaran, pengenalan sertifikat halal, dan pembetukan pengurus guna melanjutkan produksi produk yang sudah dikenalkan.
   Penentuan nama produk dan logo dipilih dengan hasil suara terbanyak dari beberapa pilihan nama dan logo yang sudah disiapkan oleh mahasiswa KKN. Dari beberapa pilihan nama produk seperti; RANORI "Sura Nori", SUNORI "Suro Nori", GONORI "Godong Nori", dan SNORI "Suro Nori", nama SUNORI-lah yang menjadi pilihan sebagai nama produk keripik daun singkong. Pengemasan produk dikemas dengan kemasan pouch seberat 100 gram per pcs nya. SUNORI tersedia dalam dua varian yaitu pedas dan original
3) Bazar UMKM
   Bazar UMKM adalah salah satu target dari pemasaran produk, bazar UMKM saat itu rencananya akan dilakukan pada tanggal 08 Agustus 2023 di lapangan dusun Karang Jati karena bertepatan dengan adanya ruwat bumi desa Suro. Bazar UMKM dirasa sangat cocok untuk pengenalan produk baru olahan daun singkong karena di desa terutama desa Suro masih banyak orang yang masih asing dengan keripik daun singkong.

Dengan adanya bazar UMKM diharapkan dapat meningkatkan penghasilan pelaku usaha UMKM. Banyaknya UMKM yang ada di desa Suro belum ter*ekspos* secara luas karena mereka belum tahu cara mempromosikan produk yang benar, harapannya dengan diadakannya bazar UMKM bisa lebih memperkenalkan produk kepada masyarakat luas.

f. Refleksi

1. Dalam kegiatan ini hal yang perlu diperhatikan lagi adalah management waktu, karena masih banyak masyarakat yang menyepelekan waktu.
2. Kegiatan yang sudah dilaksanakan dapat dikatakan sudah sukses namun masih ada beberapa kekurangan yang perlu dibenahi seperti kurang tertatanya jadwal kegiatan dan briefing yang kurang matang sehingga membuat pelaksanaan acaranya menjadi mulur.
3. Kegiatan yang sudah dilaksanakan: walaupun waktu yang terbatas dalam kegiatan ini kami merasa banyak mendapatkan dan ilmu tambahan yang didapat dari masyarakat sekitar, sehingga dapat bertukar informasi dan pengalaman yang bisa diterapkan jika sudah terjun langsung dimasyarakat nantinya.
4. Upaya yang dapat kami lakukan adalah berkomuniksi antar masyarakat khususnya ibu fatayat dan ibu kader desa terkait program yang sudah dilakukan agar kedepannya bisa berjalan dengan lancar dan terus berkembang melalui media whatsApp.

Kesimpulan

Masyarakat merupakan aset yang dimiliki oleh masyarakat, misalnya generasi tua merupakan aktor yang menjadi pengarah maupun controller pembangunan dan pengembangan masyarakat melalui pengalaman dan dinamika sosial budaya yang telah dilewati. Masyarakat daerah pertanian yang terdiri dari petani kacang, jagung, tebu, bambu dan singkong, serta masyarakat lainnya dimana kehidupan sosial ekonominya tergantung pada hasil sumber daya pertanian merupakan segmen anak bangsa yang umumnya masih tergolong desa tertinggal. Proses pemberdayaan bagi masyarakat merupakan suatu program yang berkesinambungan, pemberdayaan masyarakat mengandung arti mengembangkan kondisi dan situasi sedemikian rupa sehingga masyarakat memiliki daya dan kesempatan untuk mengembangkan kehidupannya.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode ABCD *(Asset Based Community Development)*. Dimana konsep metode ABCD ini merupakan sebuah alternatif dalam pemberdayaan masyarakat dengan menggunakan aset yang ada. Adapun langkah-langkah yang harus dilakukan dalam pelaksanaannya antara lain : 1. Discovery (menemukan), 2. Dream (impian), 3. Design (merancang), 4. Define (menentukan), 5. Destiny (Lakukan), 6. Refleksi.

Proses branding mencakup perancangan identitas perusahaan yang jelas sesuai dengan image dan visi –misi perusahaan hingga media dan strategi promosi yang tepat untuk dapat menjangkau dan menarik perhatian khalayak target sasaran serta dapat menimbulkan brand awareness dibenak masyarakat. Branding Produk Dalam branding produk mahasiswa KKN melakukan musyawarah bersama ibu fatayat dan kader desa Suro guna membahas mengenai nama produk dan logo produk, memberikan gambaran pemasaran, pengenalan sertifikat halal, dan pembetukan pengurus guna melanjutkan produksi produk yang sudah dikenalkan.

Sedengkan sertifikat halal adalah fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh MUI yang menyatakan ke halal an suatu produk yang merupakan keputusan sidang Komisi Fatwa MUI berdasarkan proses audit yyang dilakukan oleh LPPOM MUI. Tujuan serifikasi halal pada produk halal, obat-obat, kosmetika dan produk lainnya di lakukan untuk memberikan

kepastian status ke halalan, sehingga dapat menentramkan batin masyarakat dalam mengkonsumsi makanan sesuai dengan imannya, sehingga dapat menunjang kelancaran dan kestabilan pembangunan nasional.

Bazar UMKM dirasa sangat cocok untuk pengenalan produk baru olahan daun singkong karena di desa terutama desa Suro masih banyak orang yang masih asing dengan keripik daun singkong. Banyaknya UMKM yang ada di desa Suro belum terekspos secara luas karena mereka belum tahu cara mempromosikan produk yang benar, harapannya dengan diadakannya bazar UMKM bisa lebih memperkenalkan produk kepada masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

Mubarokah, N. Latif Mahir Rachman. Suria Darma Tarigan. *Analisi s Daya Dukung Lahan*

Pertanian Tanaman Pangan Daerah Aliran Sungai Cibaliung Provinsi Banten. Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia, Vol. 25, No. 1, hal. 73, Januari 2020.

La Suhu, B., & Wance, M. *Pemberdayaan Masyarakat Petani Rumput Laut di Kabupaten*

Halmahera Bagian Selatan (Studi Desa Mano, Kecamatan Obi Selatan). Jurnal Pemerintahan (Studi Manajemen Pemerintahan dan Otonomi Daerah), Vol. 4, No. 2, Hal. 158, Januari 2019.

Widnyan,I. W., Widyawati, S. R., & Warmana, G.O. Pengaruh pemberian mata kuliah

kewirausahaan dan pelatihan wirausaha terhadap minat wirausaha ekonomi kreatif pada mahasiswa unmas Denpasar. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, Vol. 1(1) .2018. Hal. 172

S. Nur Fadilah. Pengembangan ekonomi kreatif berbasis industri rumah tangga dalam

meningkatkan pendapatan masyarakat (Studi Pada Kelompok Usaha Rumah Tangga Binaan Yayasan *Eco Natural Society* di Kabupaten Kepulauan Selayar). Hal. 2

Arianto, B. Buzzer Media Sosial dan Branding Produk UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta.

Jurnal UMKM Dewantara. Vol. 2 No. 1. 2019. Hal. 29.

Muntazori, A. F., Listya, A., & Qeis,M. I. Branding Produk UMKM Pempek Gersang. Jurnal

Desain, Vol. 6. No. 03 2019. Hal. 178.

Wahyuningrum, A., Anasom, H., 7 Kusmanto, T. Y. Strategi Dakwah MUI (Majelis Ulama

Indonesia) Jawa Tengah melalui Sertifikasi Halal. Jurnal Ilmu Dakwah, Vol. 35. No. 2 (2017). Hal. 192-194.

Gonibala, N., Masinambow, V. A., & Maramis, M. T. B. Analisis Pengaruh Modal dan Biaya

Produksi Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Kotamobagu. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Vol. 19. No. 01 (2017). Hal. 58.

Nastiti, Z. J., & Nurmahanani, I. Pemberdayaan UMKM Melalui Digital Marketing dan Festival

Bazar Sebagai Tujuan SDG'S Desa. Jurnal Abdimas Universitas Insan Pembangunan Indonesia, Vol. 1, No.2 (2023).Hal. 23.