

POTENSI UMKM DALAM PENGUATAN BUMDES DESA CEMPAKA DENGAN PENDEKATAN ABCD DI ERA PANDEMI COVID-19

*The Potential of MSMEs In Strengthening Business Entities Owned in Cempaka Village,
With ABCD Approach in The Era of The COVID-19 Pandemic*

¹⁾Taufik Ridwan, ²⁾Derik Nursandi, ³⁾Euis Winda Lestari, ⁴⁾Fikri Sultony, ⁵⁾Ine Fajar, ⁶⁾Intan
Agusetiawati, ⁷⁾Mutiara Melinda, ⁸⁾Nia Selvina, ⁹⁾Nur azizah, ¹⁰⁾Syifa
^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10)}Bimbingan Konseling, Pendidikan Agama Islam, Ekonomi Syariah, Pendidikan Islam Anak Usia
Dini, Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah.
Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon

Email: ¹⁾taufikridwan98@gmail.com, ²⁾noersandiekaolan@gmail.com, ³⁾euiswindalestari@gmail.com,
⁴⁾fsultony@gmail.com, ⁵⁾inefajarr@gmail.com, ⁶⁾intanagusetii@gmail.com, ⁷⁾aramuthi85@gmail.com,
⁸⁾selvinania@gmail.com, ⁹⁾nurazizaah0912@gmail.com, ¹⁰⁾syifa080200@gmail.com

DOI:

10.36418/comserva.v1i4.20

Histori Artikel:

Diajukan:
14/08/2021

Diterima:
26/08/2021

Diterbitkan:
28/08/2021

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 berdampak pada perekonomian Indonesia. Penurunan kinerja ekonomi tidak hanya dirasakan perusahaan besar multinasional, maupun nasional tetapi juga dirasakan oleh pelaku UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi bertahan UMKM khususnya di masa pandemi. Metode ini menggunakan model pendekatan ABCD (Asset Based Community Development). Pendekatan berbasis aset adalah pendekatan yang mengarah pada pemahaman dan internalisasi aset, kekuatan, potensi, dan pendayagunaan secara mandiri dan maksimal. Kelemahan yang dihadapi oleh UMKM dalam meningkatkan kemampuan usaha sangat kompleks dan meliputi berbagai indikator yang mana salah satu dengan yang lainnya saling berkaitan antara lain; kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya, kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan beroperasi dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran. Di samping hal-hal tersebut terdapat juga kendala yang diakibatkan adanya pandemi seperti kurangnya jumlah produksi diakibatkan pembatasan waktu, menurunnya omset penjualan, sehingga pelaku usaha mikro dan kecil perlu mendapatkan bantuan dari pihak lain berupa ilmu pengetahuan dan modal dari BUMDES.

Kata Kunci : potensi; UMKM; BUMDES; pandemi COVID-19.

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has had an impact on the Indonesian economy. The decline in economic performance is not only felt by large multinational and national companies but also by MSME actors. This study aims to examine the MSME survival strategy, especially during the pandemic (Alfriani & Pitaloka, 2020). This method uses the ABCD (Asset Based Community Development) approach model. An asset-based approach is an approach that leads to an independent and maximum understanding and internalization of assets, strengths, potential, and utilization. The weaknesses faced by MSMEs in improving their business capabilities are very complex and include various indicators, one of

which is interrelated with each other, among others; lack of capital both in quantity and source, lack of managerial ability and operating skills in organizing and limited marketing. Besides these things, there are also obstacles caused by the pandemic, such as the lack of production due to time restrictions, decreased sales turnover, so that micro and small business actors need to get help from other parties in the form of knowledge and capital from BUMDES.

Keywords: potential, MSME actor, BUMDES, pandemic COVID-19.

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 adalah krisis kesehatan yang terbesar pada kurun waktu seratus tahun terakhir di dunia ([Purwanto et al., 2020](#)). Jumlah kasus positif di seluruh dunia sampai akhir Agustus 2020 terus bertambah menjadi 75.699, sementara untuk pasien yang sembuh bertambah menjadi 35.639 dan jumlah pasien wafat menjadi 3.606 ([Purwanto et al., 2020](#)). Tempat-tempat ibadah dan tempat lainnya mulai sepi serta agenda untuk pergi keluar kota sementara dihentikan dahulu. Konsekuensi logisnya adalah karena SARS-CoV-2 pula istilah *Work From Home* (WFH) jadi populer. Di Indonesia, hampir semua mengalami dampak terutama faktor ekonomi yang selama ini telah menjadi tumpuan masyarakat. Lebih lanjut, pandemi COVID-19 telah membuat terjadinya perlambatan sektor ekonomi di Indonesia dengan berbagai keturunannya. Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang merupakan bagian terpenting dari sektor ekonomi sangat merasakan dampaknya. Inilah yang dikhawatirkan oleh semua pihak, karena telah membuat sektor UMKM mengalami kemunduran yang signifikan. Apalagi saat ini banyak UMKM yang mengalami berbagai permasalahan seperti penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat, kesulitan bahan baku, produksi menurun dan terjadinya banyak pemutusan hubungan kerja untuk pekerja dan buruh yang kemudian menjadi ancaman bagi perekonomian nasional ([Arianto, 2020](#)).

Penggunaan teknologi informasi berupa internet oleh masyarakat sangat membantu dalam peningkatan dalam hal pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Banyak masyarakat yang sudah dapat bertransaksi jual-beli sesuatu produk hasil industri kreatif melalui internet sehingga bagi para pelaku usaha industri tersebut memerlukan media untuk promosi dan pemasaran produk hasil industri kreatifnya.

Semakin meningkatnya jumlah pelaku usaha industri kreatif yang bermunculan di suatu daerah akan meningkatkan persaingan antar pelaku usaha, juga dapat menyulitkan bagi para pelaku usaha yang akan memulai usahanya di suatu daerah. Hal tersebut dapat terjadi karena pelaku usaha tersebut kesulitan untuk mengetahui potensi usaha apa yang masih berpeluang untuk dikembangkan dan dapat mengetahui usaha apa yang tidak berpeluang untuk dikembangkan di suatu daerah.

Sistem informasi geografis membuat potensi industri kreatif yang ada pada suatu daerah dapat dipetakan. Potensi usaha apa yang masih jarang maupun yang sudah banyak terdapat di suatu wilayah akan dapat diketahui dengan mudah. Hal tersebut tentunya dapat secara langsung membantu para pelaku usaha agar dapat membuat keputusan yang tepat dalam rangka menentukan usaha industri kreatif apa yang cocok untuk dikembangkan dalam suatu wilayah, atau yang memang sudah tidak dapat dikembangkan lagi sehubungan dengan keadaan jumlah industri kreatif existing yang sudah terdapat di suatu wilayah.

Hal inilah yang menarik peneliti untuk melakukan penelitian mengenai model sistem informasi geografis untuk pemetaan potensi industri kreatif yang ada pada suatu wilayah, guna

membantu para masyarakat yang dalam hal ini merupakan para pelaku usaha sebagai penjual industri kreatif, para calon pelaku usaha yang akan memulai usahanya, maupun masyarakat yang sedang mencari produk hasil industri kreatif ([Setiawan](#), 2016). model kewirausahaan yang bisa beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Hal inilah yang kemudian melahirkan model kewirausahaan digital. Model bisnis ini berasal dari kombinasi teknologi digital dan kewirausahaan yang kemudian menghasilkan fenomena karakteristik baru dalam hal bisnis. Dalam hal ini peran teknologi digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap unit bisnis baru yang dibuat. Paradigma teknologi yang muncul memanfaatkan potensi kolaborasi dan kecerdasan kolektif untuk merancang dan meluncurkan inisiatif kewirausahaan yang lebih kuat serta berkelanjutan. Meski begitu ada empat dimensi yang terkait dengan kewirausahaan digital yaitu aktor digital (siapa), aktivitas digital (apa), motivasi digital (mengapa) dan organisasi digital (bagaimana).

Saat ini terdapat 10,25 juta pelaku UMKM yang telah terhubung dengan *platform* digital. dengan kata lain sudah ada 16 persen atau sekitar 10,25 pelaku UMKM yang terhubung ke ekosistem digital ([Arianto](#), 2020). Hal ini disebabkan dari banyaknya program digitalisasi UMKM yang terus digelar oleh Kementerian UKM dan Koperasi. Perlu diketahui bahwa program digitalisasi merupakan bagian terpenting dari program transformasi Kementerian UMKM dan koperasi. Apalagi pola konsumsi masyarakat telah berubah sebagai akibat dari pandemi global. Ekspresinya tren digitalisasi UMKM telah menjadi kebiasaan baru masyarakat hingga di masa mendatang.

Pengembangan digitalisasi UMKM akan membuat ekonomi digital di Indonesia pada 2025 akan menjadi terbesar di Asia Tenggara. Meski begitu ada tiga kendala yang dihadapi oleh UMKM yaitu; *Pertama*, pelaku UMKM masih terkendala pada kapasitas produksi barang. Bahkan banyak UMKM yang gagal di pasar digital, karena tidak memenuhi permintaan pasar digital. *Kedua*, kualitas daya tahan pelaku UMKM yang belum merata. Dikarenakan di pasar digital ini para pelaku harus dapat bersaing dengan perusahaan besar yang selama pandemi juga beralih menggunakan platform digital. *Ketiga*, diperlukan penguatan edukasi literasi digital dan penguatan sumber daya manusia para pelaku usaha UMKM. Sebab selama ini literasi digital dan kualitas sumber daya manusia para pelaku UMKM sangat minim, sehingga berdampak pada kurang maksimalnya dalam memproduksi produk unggulan masing-masing. Padahal, mayoritas pelaku usaha UMKM ingin mempraktekan bisnis digital dalam pengembangan usahanya.

Lebih lanjut, dalam upaya pengembangan UMKM digital perlu diperhatikan beberapa hal diantaranya, yaitu kualitas produksi, kapasitas produksi, dan literasi digital. Ketiga hal ini harus diperhatikan oleh UMKM agar usaha yang dibuka di ranah digital bisa bertahan lama. Lebih lanjut, dalam upaya pengembangan UMKM digital diperlukan sinergitas dengan warganet yang notabene adalah para generasi milenial. Para warganet ini dapat didorong untuk bisa ikut mengembangkan UMKM digital dengan teknik *reseller*. Dalam konteks ini para warganet yang dapat diajak untuk bersinergi terutama para generasi milenial dan generasi Z yang tersebar di beberapa klasifikasi yaitu *buzzer*, *influencer* dan *follower*. Lebih lanjut program pengembangan UMKM digital sangat bergantung pada dukungan pemerintah yaitu dengan kemudahan perizinan ([Arianto](#), 2020).

Mahasiswa Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon sebagai tim pengabdian masyarakat merasa terpenggil untuk berperan serta untuk meningkatkan UMKM masyarakat akibat pandemi COVID-19 di Desa Cempaka Kecamatan Plumbon dengan pendekatan ABCD.

Brown mengemukakan bahwa ABCD adalah upaya untuk menemukan akar sebuah kesuksesan dalam pemberdayaan masyarakat, bukan mencari akar permasalahan. Lebih lanjut

menurutnya; bila kita fokus pada masalah di masyarakat maka kita akan menemukan banyak masalah, akan tetapi bila kita fokus pada upaya mencari peluang untuk sukses, kita akan dapat menemukan akar penyebab kesuksesan. Sehingga *motto* ABCD adalah “mencari akar terjadinya kesuksesan dengan memanfaatkan peluang dengan aset yang ada”, tidak mencari-cari masalah.

Aset adalah segala sesuatu yang berharga, bernilai sebagai kekayaan atau perbendaharaan. Segala yang bernilai tersebut memiliki guna untuk memenuhi kebutuhan. Hanya dengan mengetahui kekuatan dan aset diharapkan masyarakat dapat bersemangat untuk terlibat sebagai aktor dan oleh karenanya memiliki inisiatif dalam segala upaya perubahan ([Abid Rohman et al.](#), 2019). Pengabdian ini dilakukan untuk membantu mengetahui potensi yang terdapat di masyarakat Desa Cempaka dan membantu mengembangkannya.

METODE

Tim pengabdian kepada masyarakat Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon dalam aktivitas programnya melakukan perencanaan, survei, persiapan, pelaksanaan, monitoring dan evaluating. Namun, untuk memperlancar keberhasilan program dilakukan pengumpulan data terhadap permasalahan ekonomi yang dihadapi UMKM masyarakat di Desa Cempaka Kecamatan Plumbon yang terkena dampak pandemi COVID-19. Adapun langkah yang dilakukan dengan melakukan observasi ke lapangan yang dijadikan target pelaksanaan dan untuk memperdalam perolehan informasi terkait permasalahan yang dihadapi, pihak tim juga melakukan wawancara terhadap UMKM yang terkena dampak ekonomi dari adanya pandemi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

Pada saat musibah melanda dunia dengan musibah wabah COVID-19 terutama di Indonesia sangat mempengaruhi beberapa sektor perkembangan negara kita terutama pada sektor perekonomian ini pun dialami oleh para pengusaha UMKM terutama pada menurunnya omset para UMKM di pasar Intermoda BSD karena pengaruh wabah tersebut dengan adanya kebijakan kebijakan pemerintah untuk memutus mata rantai wabah COVID-19 tersebut dengan PPKM wilayah untuk menjaga keselamatan para warganya di masa pandemi ini sehingga menurunnya daya beli konsumen pada usaha bisnis para UMKM tersebut. Untuk itu diperlukan manajemen Keuangan yang baik agar bisa memperluas usaha agar lebih stabil omsetnya di perlukan dana pembiayaan dengan biaya/bunga yang kecil dan juga manajemen marketing dengan marketing Digital agar usaha tersebut dapat menjangkau pembeli atau konsumen yang tidak bisa langsung berbelanja *offline* ke lapak penjual tersebut untuk menjaga keselamatan di masa PPKM pandemi dan juga diperlukan manajemen SDM supaya para pengusaha tidak lekas menyerah dengan keadaan PPKM pada semua wilayah ini di masa pandemi agar bangkit dan bersaing melawan wabah COVID-19 tersebut ([Sunardi et al.](#), 2020).

Sektor UMKM kemampuan yang handal dan mumpuni serta memiliki peranan penting dalam kancan perekonomian Nasional. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia. Ketika badai krisis moneter melanda Indonesia di tahun 1998 usaha berskala kecil dan menengah yang relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar. Karena mayoritas usaha berskala kecil

tidak terlalu tergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga, ketika ada fluktuasi nilai tukar, perusahaan berskala besar yang secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami imbas krisis ([Undang-Undang No. 20](#), 2008).

Tahap awal dalam kegiatan pendampingan dilakukan dengan cara pendahuluan, yaitu melakukan proses partisipatif yang dimulai dengan metode pendekatan untuk membangun keterbukaan, dukungan dan keterlibatan masyarakat. Kedekatan yang terjalin antara tim pengabdian dengan kelompok masyarakat akan sangat mendukung proses pengabdian sekaligus hasil pengabdian yang disusun dalam hal perencanaan, pelaksanaan, pendampingan serta monitoring program pemberdayaan masyarakat. Pendekatan dilakukan dengan cara melakukan dialog secara terbuka melalui observasi dan wawancara terkait kondisi usaha UMKM secara umum, terkait proses pembuatan produk hingga terkait permasalahan-permasalahan dalam pengembangan usaha di masa pandemi COVID-19. Namun sejak adanya pandemi COVID-19 adanya penurunan dari jumlah karyawan, peminat atau pembeli, dan lainnya. Dengan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD), masyarakat sebagai subyek dampingan menjadi pelaku utama transformasi perubahan (*social transformation*) dengan menjadikan mobilisasi perkembangan *Community-Driven Development* (CDD). Melalui pendekatan ABCD akan menggali lebih jauh potensi-potensi yang ada dan mengembangkan sesuai dengan budaya serta kebiasaan yang telah dimiliki sebelumnya ([Subandi et al.](#), 2019).

Asset Based Community Development (ABCD) adalah suatu pendekatan yang digunakan dalam proses pengembangan masyarakat untuk mengetahui kekuatan, potensi, dan aset yang dimiliki lalu dimanfaatkan untuk melakukan perbaikan. Dengan hanya mengetahui aset dan kekuatan, maka diharapkan dapat memunculkan rasa bangga dan semangat pada diri masyarakat untuk terlibat dalam segala upaya perbaikan ([Ardiansyah](#), 2018).

John McKnight dan Jody Kretzmann menemukan suatu pendekatan untuk memajukan kesejahteraan komunitas. Mereka menyebutnya Pengembangan Komunitas Berbasis Aset (*Asset Based Community Development*). Pada awalnya pendekatan ini diperkenalkan sebagai alternatif terhadap pendekatan pembangunan yang menurut mereka “*berbasis kebutuhan*”. Dalam publikasi temuan risetnya, mereka menggambarkan dua cara yang sangat berbeda dalam mengurus kemiskinan. Cara pertama fokus pada kebutuhan komunitas, kekurangan dan masalah. Inilah cara yang konvensional. Cara ini menciptakan gambaran negatif atau “*peta masalah*” komunitas. Gambaran atau realitas negatif ini sebenarnya hanya menunjukkan setengah bagian dari kondisi hidup aktual komunitas. Sayangnya, dalam upaya menjustifikasi masa depan yang lebih baik, seringkali kondisi ini dianggap sebagai kebenaran yang utuh. Padahal ada juga “*kebenaran*” yang lain. Yakni ketika komunitas merasa bahagia dan bangga akan diri mereka dan komunitasnya ([Afriyanti](#), 2017).

B. PEMBAHASAN

Pembangunan ekonomi adalah suatu proses dimana pendapatan per kapita suatu negara meningkat selama kurun waktu yang panjang, dengan catatan bahwa jumlah penduduk yang hidup di bawah “*garis kemiskinan absolute*” tidak meningkat dan distribusi pendapatan tidak semakin timpang ([Wahed](#), 2019).

Pertumbuhan ekonomi dalam analisis ekonomi didefinisikan sebagai perubahan atau sebagai pertambahan tingkat kegiatan dan pendapatan nasional (PNB/PDB) dianggap kurang

sempurna. Oleh karena hal ini, dalam beberapa analisis ekonomi dan dalam menentukan suatu perekonomian mengalami perkembangan atau tidak, maka pertumbuhan ekonomi diartikan sebagai proses kenaikan *output* per kapita dalam jangka panjang. Pertumbuhan ekonomi itu sendiri dapat ditentukan oleh eksploitasi kemanfaatan-kemanfaatan alamiah dan pertumbuhan basis export di daerah yang bersangkutan, terutama dalam hal ini dipengaruhi oleh tingkat permintaan ekstern dari daerah lain.

Perhatian terhadap pertumbuhan ekonomi daerah semakin meningkat dalam era otonomi daerah. Hal ini cukup logis, karena dalam era otonomi daerah masing-masing daerah berlomba-lomba meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerahnya, guna meningkatkan kemakmuran masyarakatnya. Oleh karena itu, pembahasan tentang struktur dan faktor penentu pertumbuhan daerah akan sangat penting artinya bagi pemerintah daerah dalam menentukan upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di daerahnya ([Wahed](#), 2019).

Menurut Vivian Balakrishnan bahwa ketahanan suatu bangsa dalam menghadapi Pandemi COVID-19 sangat ditentukan oleh kesiapan negara bersangkutan melakukan penanganan dilihat perspektif ketahanan kesehatan publik, modal sosial serta sistem tata kelola pemerintahan. Bersinergi dengan sistem tata kelola pemerintahan untuk membangkitkan kembali tatanan kehidupan sosial ekonomi warga, perlu dibangun kepercayaan, penanaman nilai atau moral bersama dan membentuk jejaring kerjasama sebagai wujud pengaplikasian modal sosial. Ketiga komponen tersebut merupakan aspek-aspek yang dinilai produktif untuk diibangkitkan dan bentuk perealisasiannya dapat dilaksanakan secara bertahap dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Bercermin dari problematik sendi-sendi kehidupan bernegara akibat pandemic COVID-19 berdampak rentan terhadap penurunan kinerja ekonomi global, termasuk Indonesia ([Ketut & Adnyani](#), 2021).

Desa yang merupakan wilayah administrasi terendah telah dijadikan sebagai subjek pembangunan. Kegiatan pembangunan desa saat ini bukanlah suatu yang baru. Banyak pihak dari berbagai bidang telah melakukan berbagai upaya mengurangi kesenjangan pembangunan perdesaan dan perkotaan yang cenderung bias khususnya pembangunan bagi bidang ekonomi rakyat ([Ekonomi & Pedesaan](#), 2020).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia sebagai penyangga ekonomi. Ini dikarenakan tiga alasan utama; *Pertama*, kinerja UKM cenderung lebih baik menghasilkan tenaga kerja yang produktif; *Kedua*, sering meningkatkan produktivitasnya melalui investasi dan aktif mengikuti perubahan teknologi; *Ketiga*, diyakini memiliki keunggulan fleksibilitas dibandingkan usaha besar ([Supriyanto et al.](#), 2017).

UMKM memiliki peran strategis dalam ekonomi, sosial, dan politik. Hal ini, tidak terlepas dari perannya dalam menyediakan barang dan jasa untuk konsumen dari semua kalangan. Disamping itu, usaha mikro dan kecil secara sosial dan politik berfungsi sebagai penyedia lapangan kerja bagi masyarakat, yang dapat membantu dalam mengentaskan kemiskinan dan sekaligus sebagai sarana dalam membangkitkan ekonomi kerakyatan. Namun, UMKM masih tergolong sebagai jenis usaha marjinal. Kondisi ini, ditunjukkan dengan masih menggunakan teknologi yang relatif sederhana, tingkat modal yang rendah, serta cenderung berorientasi pada pasar lokal. Untuk itu, usaha mikro dan kecil merupakan sarana yang tepat bagi masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya, sehingga perlu diberdayakan lagi. Namun, kondisinya kini mengalami perubahan akibat pandemi COVID-19, sehingga pelaku usaha mikro dan kecil perlu

mendapatkan bantuan dari pihak lain berupa ilmu pengetahuan dan modal dari BUMDES. Pada era digital, *handphone* sudah merupakan kebutuhan pokok. Hal ini, juga terjadi pada masyarakat bawah karena sebagian besar masyarakatnya sudah memilikinya. Namun, dalam pemanfaatannya belum optimal karena hanya digunakan sebagai alat komunikasi dan hiburan. Untuk itu, tim pengabdian kepada masyarakat mengupayakan optimalisasi penggunaan *handphone* sebagai alat informasi teknologi dengan memanfaatkan aplikasi yang terdapat di dalamnya.

Di era sekarang ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan *ecommerce*-nya, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut (Naimah et al., 2020).

Tim pengabdian kepada masyarakat IAI Bunga Bangsa Cirebon dalam melaksanakan Tridharma dengan melakukan kerjasama melalui pelatihan seminar UMKM “*Sukses di Usia Muda*” Kegiatan pelatihan kepada pelaku UMKM difokuskan kepada 10 pelaku UMKM di Desa Cempaka yang terdiri dari:

- 1) Bubur ayam
- 2) Keripik pisang
- 3) Rotan
- 4) Kerupuk
- 5) Jamu
- 6) Susu
- 7) Budidaya Ikan Lele
- 8) Lontong
- 9) Siwang
- 10) Siomay dan Telor asin

SIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian dan pelatihan kepada pelaku UMKM dapat berhasil dan berjalan dengan baik karena dapat meningkatkan wawasan masyarakat dalam usaha. Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, pihak IAI Bunga Bangsa Cirebon melakukan aktivitas ini secara berkesinambungan dan memberikan materi lainnya yang terkait untuk mengembangkan usaha mikro dan kecil dengan tetap menjaga protokol kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abid Rohman, Aliyah, & Fikri Aji Wicaksosmo. (2019). Pemanfaatan Aset Buah Pisang Lokal Menjadi Produk Jenang “Jepipet” di Desa Jampet Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro. *Engagement : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 55–67. <https://doi.org/10.29062/engagement.v3i1.50>
- Afriyanti, R. (2017). *Analisis Assets Based Community Development Dalam Peningkatan Kapasitas Masyarakat Desa (Studi Kawasan Kampung Baru Desa Sebondag Lagoi Kabupaten Bintan)*. <https://doi.org/10.35790/jbm.4.2.2012.755>
- Ardiansyah, M. S. (2018). Strategi pengembangan usaha toko pulau biru surabaya menggunakan Asset Based Community Development. *Undergraduate Thesis*, 1(1), 1–136. <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/24311>
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 233–247. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.512>
- Ekonomi, P., & Pedesaan, M. (2020). *Eshthih Fitriyana Pengolahan Produk Berbahan Dasar Buah Naga*. 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.36840/alumron.v1i2.301>
- Ketut, N., & Adnyani, S. (2021). *Penguatan Kewilayahan dengan Pemetaan Keunggulan Potensi Daerah di Era New Normal*. 3(1), 59–66. <https://doi.org/10.30812/target.v3i1.1156>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Purwanto, A., Pramono, R., Asbari, M., Santoso, P. B., Wijayanti, L. M., Choi, C. H., & Putri, R. S. (2020). *Studi Eksploratif Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Proses Pembelajaran Online di Sekolah Dasar. EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 1–12.
- Setiawan, E. B. (2016). Sistem Informasi Geografis untuk Pemetaan Potensi Usaha Industri Kreatif. *Jurnal CoreIT*, 2(1), 1–7. <http://dx.doi.org/10.24014/coreit.v2i1.2350>
- Subandi, S., Nur Asiyah, Ida Fiteriani, & Mispani. (2019). Pendampingan Kemandirian Ekonomi Kerakyatan Melalui Program Pembuatan Pakan Alternatif Berbahan Baku Ampas Tahu dan Daun Talas Pada Komunitas Peternak Ikan Gurame Di Metro Utara Kota Metro. *Engagement : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 85–92. <https://doi.org/10.29062/engagement.v3i2.59>
- Sunardi, N., Lesmana, R., Rudi, Kartono, & Hasbiyah, W. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19. *Abdi Masyarakat*, 2(1), 75–86. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH/article/view/7416/4901>
- Supriyanto, A., Basukianto, B., & Rozaq, J. A. (2017). Classification of SME and Potential Areas Based on Map as Economic Development Strategy (Klasterisasi UMKM dan Potensi Wilayah

Berbasis Peta Sebagai Strategi Pengembangan Ekonomi Daerah). *Journal Pekommas*, 2(2), 143. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2017.2020204>

Undang-Undang No. 20. (2008). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *UU No. 20 Tahun 2008*, 1, 1–31. <http://dx.doi.org/10.24014/coreit.v2i1.2350>

Wahed, M. (2019). Pemetaan Potensi Ekonomi Sektorial Dan Estimasi Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.35590/jeb.v5i1.685>