



Pemberdayaan UMKM Berbasis SISDAMAS oleh Kelompok 6 KKN Moderasi Beragama IV di Desa Babakanmulya

Dela Tiara Putri¹, Fery Diantoro²

¹Tadris Ilmu Pengetahuan Alam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo

²Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo

Email: dhelatiaraput@gmail.com

INFO ARTIKEL

Kata kunci:

Pemberdayaan Masyarakat,
Partisipasi aktif,
Pengembangan UMKM

ABSTRAK

Kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat Desa Babakanmulya, Kabupaten Kuningan melalui pemberdayaan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan siklus berbasis SISDAMAS (Berbasis Pemberdayaan Masyarakat) dengan mahasiswa sebagai fasilitator dalam pelatihan manajerial, pengembangan produk, dan strategi pemasaran. Kegiatan diikuti oleh sekitar 10 pelaku usaha lokal yang mengikuti pelatihan pemasaran digital dan teknik pengemasan produk. Hasil menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap pentingnya inovasi dan kualitas produk untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Meskipun masih terdapat kendala dalam akses pasar dan permodalan, kegiatan ini berhasil meningkatkan kesadaran kolektif masyarakat terhadap potensi lokal dan mendorong kemandirian ekonomi yang berkelanjutan melalui keterlibatan aktif pelaku usaha lokal. Sebagai langkah keberlanjutan, dilakukan pendampingan dalam pengurusan legalitas usaha seperti NIB, sertifikasi halal, dan pengajuan ke UPTD PLUT KUMKM.

ARTICLE INFO

Keywords:

Community empowerment,
Active participation,
Development of MSMEs

ABSTRACT

This activity aims to strengthen the economic independence of the Babakanmulya Village community, Kuningan Regency through the empowerment of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). The implementation of the activity uses a SISDAMAS-based cycle approach (Community Empowerment Based) with students as facilitators in managerial training, product development, and marketing strategies. The activity was attended by around 10 local business actors who took part in digital marketing training and product packaging



Contents list available at journal.uib.ac.id

Social Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Journal homepage: www.journal.uib.ac.id/index.php/se/index



techniques. The results showed an increase in participants' understanding of the importance of innovation and product quality to compete in a wider market. Although there are still obstacles in market access and capital, this activity has succeeded in increasing collective community awareness of local potential and encouraging sustainable economic independence through the active involvement of local business actors. As a sustainability step, assistance is provided in managing business legality such as NIB, halal certification, and submission to the UPTD PLUT KUMKM.

1. Pendahuluan

Desa Babakanmulya di Kabupaten Kuningan merupakan wilayah agraris dengan mayoritas penduduk bergantung pada sektor pertanian, khususnya budidaya padi dan sayuran. Namun, tantangan yang dihadapi cukup signifikan, seperti akses pasar yang terbatas, teknologi pertanian yang masih sederhana, serta fluktuasi harga komoditas yang kerap kali tidak stabil. Penelitian Syairozi (2020) mengungkapkan bahwa faktor penghambat utama dalam revitalisasi sektor pertanian meliputi keterbatasan akses pasar, yang mengakibatkan pendapatan petani sering kali tidak menentu. Akibatnya, perekonomian desa tumbuh lambat sehingga diperlukan pengembangan sektor alternatif untuk menciptakan stabilitas ekonomi yang lebih berkelanjutan.

Meski menghadapi tantangan di sektor pertanian, muncul berbagai inisiatif Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang mulai berkembang sebagai penggerak ekonomi, meskipun belum terkelola secara optimal. Beberapa produk unggulan antara lain keripik singkong, roti kering tradisional, serta anyaman kreatif dari limbah plastik bungkus kopi. Selain itu, desa ini juga memiliki kuliner khas berupa serabi asin yang menjadi salah satu makanan tradisional yang sering disajikan di berbagai acara desa. Potensi tersebut menunjukkan adanya peluang pengembangan ekonomi kreatif yang berbasis pada kearifan lokal dan sumber daya alam

yang tersedia.

Namun demikian, tersebut terkendala oleh beberapa faktor struktural. Salah satu kendala terbesar adalah keterbatasan akses pasar dan modal. Banyak pelaku UMKM yang kesulitan memasarkan produk mereka di luar wilayah desa karena keterbatasan jaringan distribusi dan promosi. Selain itu, akses ke modal usaha juga terbatas, membuat pengembangan usaha menjadi terhambat. Kurangnya dukungan permodalan menyebabkan pelaku UMKM sulit untuk berinovasi dan memperluas skala produksi mereka (Septiana dkk, 2019; Diana dkk, 2022). Tantangan lainnya adalah kurangnya keterampilan manajerial dan inovasi produk di kalangan pelaku UMKM. Banyak usaha kecil yang masih dikelola secara sederhana tanpa manajemen bisnis yang baik. Keterampilan dalam pemasaran, pengelolaan keuangan, dan inovasi produk juga masih minim. Akibatnya, UMKM di desa Babakanmulya kurang mampu bersaing dengan produk-produk dari luar desa yang lebih inovatif dan memiliki strategi pemasaran yang lebih baik (Santi dkk, 2024).

Berdasarkan penelitian Surachman dkk. (2023) pada konteks desa serupa, pendampingan berbasis pelatihan manajemen usaha yang disesuaikan dengan karakteristik lokal terbukti efektif meningkatkan kapasitas UMKM. Pendekatan ini tidak hanya fokus pada peningkatan produksi, tetapi juga membangun

kesadaran akan pentingnya kualitas produk, branding dan pemasaran digital (Oktaviani dkk., 2023)

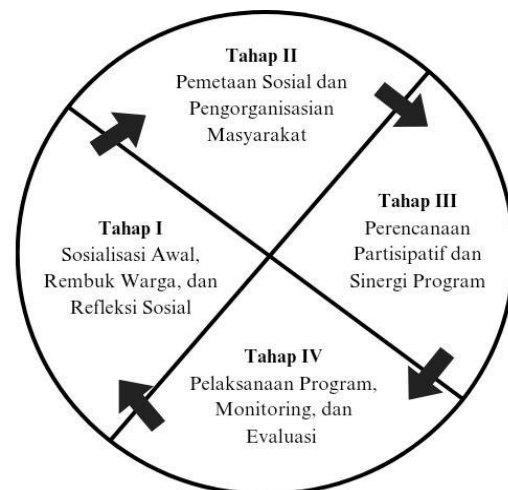
Melalui pendekatan Berbasis Pemberdayaan Masyarakat (SISDAMAS), program KKN ini mengintegrasikan temuan Fitriyani dkk. (2021), pendekatan berbasis potensi lokal dengan kombinasi pelatihan manajerial dan inovasi produk menjadi aspek penting untuk menghadapi persaingan di pasar modern. Dengan demikian, pengembangan UMKM tidak hanya berkontribusi pada peningkatan pendapatan, tetapi juga mengurangi ketergantungan pada sektor pertanian yang rentan terhadap berbagai gejolak

2. Metode

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Desa Babakanmulya, Kecamatan Cigugur, Kabupaten Kuningan dengan menerapkan metode pengabdian kepada masyarakat yang mengadopsi pendekatan Berbasis Pemberdayaan Masyarakat (SISDAMAS) yang dirancang oleh Pusat Pengabdian LP2M UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Proses pengabdian mengikuti empat siklus utama. Tahap awal dimulai dengan observasi langsung di desa, di mana peserta KKN bekerja sama dengan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) untuk melakukan koordinasi dengan pihak desa dengan tujuan untuk mendapatkan informasi terkait perizinan, serta mengidentifikasi masalah dan potensi UMKM yang dapat

diberdayakan. Data dan masukan dari masyarakat, terutama pelaku UMKM, dikumpulkan melalui wawancara dan diskusi dengan tokoh desa dan warga setempat.

Pada tahap pelaksanaan, metode observasi partisipatif diterapkan. Tim KKN tidak hanya mengamati tetapi juga terlibat langsung dalam berbagai aktivitas masyarakat, termasuk kegiatan UMKM. Pendekatan tersebut bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kondisi lapangan dan memastikan bahwa program yang dirancang relevan dengan kebutuhan lokal UMKM. Berikut diagram metode siklus sisdamas.



Gambar 1. Siklus KKN SISDAMAS

3. Hasil dan Pembahasan

Kelompok 6 KKN Moderasi Beragama IV se-Indonesia, yang terdiri dari 48 mahasiswa dari berbagai program studi dan perguruan tinggi keagamaan, melaksanakan program pengabdian di Desa Babakanmulya,

Kecamatan Cigugur, Kabupaten Kuningan. Desa Babakanmulya terbagi menjadi tiga dusun: Cirabak, Tarikolot, dan Parenca. Dalam melaksanakan program, mahasiswa KKN mengikuti pendekatan KKN Berbasis Pemberdayaan Masyarakat (SISDAMAS), yang dirancang oleh Pusat Pengabdian LP2M UIN Sunan Gunung Djati. Tugas Koordinator Desa (Kordes) adalah memastikan jalannya program sesuai dengan rencana dan menjadi penghubung antara mahasiswa, DPL, dan pemerintah desa, guna memfasilitasi penyelesaian kendala yang mungkin muncul.

Mahasiswa menjalankan program sesuai dengan empat siklus utama Sisdamas, yang dimulai dari sosialisasi awal hingga pelaksanaan program serta evaluasi. Program tersebut bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dengan fokus pada pengembangan potensi UMKM desa. Selama 40 hari, para peserta KKN tak hanya bertanggung jawab menyelesaikan program, tetapi juga diharapkan mampu meningkatkan keterampilan manajerial dan inovasi produk lokal masyarakat. Dengan dukungan dari Dosen Pembimbing Lapangan, program tersebut diharapkan dapat mendorong UMKM di Desa Babakanmulya menjadi motor penggerak ekonomi desa, mengurangi ketergantungan pada sektor pertanian, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berikut rangkaian langkah-langkah yang dilaksanakan oleh kelompok 6 KKN Moderasi Beragama IV dalam menjalankan

program di Desa Babakanmulya.

3.1. Siklus I: Sosialisasi Awal, Rembuk Warga, dan Refleksi Sosial

Siklus I bertujuan untuk membangun dasar yang kuat bagi tahapan-tahapan berikutnya, terutama dalam memupuk komitmen dan kolaborasi antara masyarakat dan fasilitator untuk mewujudkan pemberdayaan yang berkelanjutan (Sururie dkk, 2019) serta mengenali kelompok-kelompok masyarakat yang ada, mengelompokkan masyarakat berdasarkan isu-isu sosial yang dihadapi, dan meningkatkan kesadaran tentang sumber utama permasalahan di lingkungan masyarakat (Saehu & Nugraha, 2019). Siklus I dilaksanakan di tiga dusun, yaitu Tarikolot, Cirabak, dan Parenca.

Pada tahap pertama, kegiatan diawali dengan sosialisasi awal yang bertujuan untuk memperkenalkan program pemberdayaan kepada masyarakat. Proses sosialisasi menjadi fondasi penting bagi keberhasilan program karena memungkinkan masyarakat untuk memahami visi, misi, serta tujuan dari program yang akan diimplementasikan. Fasilitator dari mahasiswa KKN melakukan pertemuan dengan perangkat desa dan tokoh masyarakat untuk menjelaskan tujuan, manfaat, serta tahapan program yang akan dilaksanakan. Sosialisasi berfungsi sebagai langkah awal untuk membangun pemahaman dan dukungan dari seluruh pihak yang terlibat, agar program dapat berjalan

dengan lancar dan efektif (Saehu & Nugraha, 2019), serta sebagai langkah strategis untuk membangun komitmen, pemahaman, dan dukungan dari seluruh pihak yang terlibat, baik itu dari pihak masyarakat, pemerintah desa, maupun pemangku kepentingan lainnya. Dengan pemahaman yang menyeluruh dan kesadaran bersama, program pemberdayaan diharapkan dapat berjalan dengan lancar, efektif, dan berkelanjutan, sehingga mampu memberikan dampak nyata bagi pengembangan ekonomi desa.

Setelah sosialisasi awal, diadakan kegiatan rembuk warga, yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat dalam diskusi terbuka. Dalam forum tersebut, masyarakat diajak untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi khususnya terkait dengan pengembangan UMKM lokal dan tantangan dalam memanfaatkan potensi desa. Beberapa isu yang muncul, antara lain kurangnya akses ke pasar, keterbatasan modal, serta keterampilan manajerial yang masih minim di kalangan masyarakat. Rembuk warga berfungsi sebagai ruang dialog inklusif yang menghimpun semua pendapat dan gagasan masyarakat. Melalui proses tersebut, masyarakat dapat secara aktif terlibat dalam merumuskan prioritas kebutuhan yang paling mendesak, sehingga program-program yang dilaksanakan benar-benar relevan dan berdampak langsung pada kesejahteraan mereka.

Kegiatan rembuk warga diakhiri dengan refleksi sosial. Masyarakat bersama fasilitator dari tim KKN melakukan evaluasi terhadap kesadaran mereka mengenai potensi lokal dan bagaimana pemberdayaan UMKM dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kesejahteraan. Refleksi sosial bertujuan menggali lebih dalam pemahaman masyarakat tentang kekuatan dan sumber daya yang mereka miliki, serta mendorong pemikiran kritis mengenai pengembangan UMKM berbasis potensi lokal, seperti kerajinan tangan, produk pertanian, atau jasa lokal, untuk berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi desa. Berdasarkan penelitian (Saputri & Setiyono, 2019), melibatkan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan sangat penting untuk menciptakan solusi yang sesuai dengan kebutuhan lokal. Kesadaran ini sangat penting, karena masyarakat merupakan aktor utama yang menentukan arah perkembangan ekonomi desa di masa depan. Melalui refleksi sosial, diharapkan masyarakat memiliki kesadaran lebih mendalam tentang pentingnya keterlibatan aktif dalam program pemberdayaan, serta memahami peran mereka sebagai penggerak utama dalam mengoptimalkan potensi ekonomi desa (Saehu & Nugraha, 2019).



Gambar 2. Kegiatan Siklus I di Dusun Parenca

3.2. Siklus II: Pemetaan Sosial dan Pengorganisasian Masyarakat

Pada siklus II, kegiatan difokuskan pada pemetaan sosial dan pengorganisasian masyarakat untuk mendukung pemberdayaan UMKM. Pemetaan sosial bertujuan untuk mengidentifikasi potensi sumber daya manusia, alam, serta ekonomi yang ada di desa (Gumelar dkk, 2021). Dalam tahap siklus II, fasilitator bersama masyarakat melakukan survei dan observasi guna mendapatkan data yang akurat terkait kekuatan, kelemahan, peluang, serta tantangan yang dihadapi oleh UMKM di berbagai sektor. Proses pemetaan juga mencakup pemetaan aktor-aktor kunci dalam masyarakat, seperti ibu-ibu PKK dan lembaga swadaya masyarakat yang dapat berperan sebagai penggerak atau pendukung program pemberdayaan. Identifikasi tersebut bertujuan untuk melihat siapa saja yang memiliki kapasitas dan pengaruh dalam mendorong perubahan ekonomi desa.

Setelah data dari pemetaan sosial terkumpul, langkah berikutnya adalah pengorganisasian masyarakat. Pada

tahap pengorganisasian, masyarakat dikelompokkan berdasarkan potensi dan minat mereka, terutama dalam mengembangkan UMKM kreatif yang sesuai dengan kondisi dan peluang lokal. Kelompok-kelompok kerja dibentuk untuk mengorganisir dan memfasilitasi kegiatan-kegiatan pemberdayaan. Setiap kelompok diberi tanggung jawab dan peran yang jelas, misalnya dalam pengelolaan produksi dan pemasaran produk lokal. Pengorganisasian ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, tetapi juga untuk mendorong partisipasi aktif seluruh elemen masyarakat dalam proses pemberdayaan. Melalui pengorganisasian masyarakat, diharapkan setiap anggota desa memiliki peran yang signifikan dalam menjalankan program, sehingga tercipta rasa tanggung jawab bersama untuk mencapai tujuan program pemberdayaan UMKM (Ismail, 2022). Tahap ini juga menjadi fondasi yang kuat untuk membangun kemandirian ekonomi yang berkelanjutan, di mana masyarakat memiliki struktur yang jelas dalam pengelolaan potensi ekonomi desa.



Gambar 3. Proses Pemetaan Sosial dan Pengorganisasian Masyarakat

3.3. Siklus III: Perencanaan Partisipatif dan Sinergi Program

Pada tahapan siklus III, fokus utama adalah merumuskan perencanaan partisipatif bersama masyarakat dengan tujuan untuk menyelaraskan berbagai gagasan dan kebutuhan lokal dalam program pemberdayaan UMKM. Tahap tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa setiap kegiatan yang akan dilaksanakan benar-benar sesuai dengan potensi dan kebutuhan desa. Mahasiswa KKN berperan sebagai fasilitator dalam proses ini, mengumpulkan ide-ide dari masyarakat dan memfasilitasi dialog terbuka antara berbagai elemen desa. Dengan melibatkan masyarakat secara aktif, program pemberdayaan UMKM diharapkan dapat disusun secara komprehensif, mulai dari tahap identifikasi kebutuhan hingga perumusan langkah konkret yang akan diambil. Partisipasi masyarakat dalam proses ini juga menjadi komponen utama untuk menciptakan rasa memiliki terhadap program, sehingga mereka tidak hanya menjadi objek dari kegiatan, melainkan juga berperan sebagai subjek yang turut menentukan arah pemberdayaan tersebut. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keterlibatan aktif masyarakat dalam proses perencanaan partisipatif mampu meningkatkan efektivitas pelaksanaan program, sekaligus memperkuat komitmen warga dalam

mendukung keberlanjutan kegiatan (Rijal, 2023).

Dalam perencanaan yang dihasilkan, berbagai kegiatan dirumuskan untuk mendongkrak potensi UMKM, di antaranya pelatihan keterampilan berbasis kebutuhan lokal, pengembangan produk kreatif, serta penyusunan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan. Semua kegiatan ini disusun dengan mempertimbangkan aspirasi masyarakat, sehingga program yang dijalankan tidak hanya bersifat *top-down*, tetapi benar-benar mengakar dari kebutuhan dan potensi desa. Harapannya, dengan pendekatan partisipatif ini, masyarakat Desa Babakanmulya dapat lebih berdaya dalam mengelola UMKM mereka, serta memiliki kemampuan yang lebih baik dalam meningkatkan taraf hidup melalui usaha yang lebih terarah dan sesuai dengan perkembangan pasar. Sinergi antara berbagai pihak juga diupayakan untuk memastikan keberlanjutan program, sehingga dampak positif dari program pemberdayaan tersebut dapat dirasakan dalam jangka panjang.

3.4. Siklus IV: Pelaksanaan Program, Monitoring, dan Evaluasi

Siklus IV difokuskan pada pelaksanaan program pemberdayaan UMKM melalui pelatihan partisipatif yang mengintegrasikan potensi lokal dengan keterampilan praktis. Dalam tahap ini, mahasiswa KKN tidak hanya mengajak masyarakat untuk terlibat

dalam perencanaan, tetapi juga langsung melaksanakan kegiatan yang telah dirancang sebelumnya, sejalan dengan pendekatan partisipatif yang berorientasi pada keterlibatan aktif masyarakat (Gumelar, 2021). Fasilitator KKN bekerja sama dengan perangkat desa untuk mengorganisir pelatihan yang dilaksanakan di SDN 1 Desa Babakanmulya.

Pelatihan yang diselenggarakan di SDN 1 Desa Babakanmulya menghadirkan dua narasumber yang berkompeten di bidangnya. Ageng Sutrisno, General Manager Easga Indonesia, memaparkan tentang strategi pemasaran yang efektif, dengan fokus pada pemasaran online dan offline. Menurut Ageng, meski pemasaran online memiliki keunggulan dalam jangkauan dan biaya yang lebih rendah, pemasaran offline tetap relevan untuk menjangkau konsumen lokal secara langsung. Kombinasi antara kedua metode ini, seperti yang diungkapkan dalam penelitian sebelumnya, mampu menekan biaya pemasaran dan meningkatkan efektivitas penjualan (Zhao dkk, 2022). Hal ini sejalan dengan temuan riset yang menunjukkan bahwa digitalisasi pemasaran dapat meningkatkan penetrasi pasar produk-produk lokal hingga ke tingkat yang lebih luas, terutama di sektor UMKM yang masih terkendala oleh keterbatasan akses pasar (Ayuni dkk, 2019).

Selain strategi pemasaran, pelatihan ini juga dilengkapi dengan materi dari Lutfia, mahasiswa KKN

yang menjelaskan tentang pentingnya pengemasan produk dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Penelitian menyebutkan bahwa kemasan produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Darmawan, 2017; Hasanah & Pambudi, 2023), Lutfia memandu peserta pelatihan untuk mengembangkan kemasan yang lebih menarik dan kompetitif. Mahasiswa KKN berperan sebagai fasilitator yang tidak hanya memberikan materi teoretis, tetapi juga praktik langsung untuk memperkuat branding produk UMKM desa. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa pelatihan berbasis teknologi digital dan media sosial memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan pendapatan UMKM, karena mampu menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan dinamis (Marjukah, 2022). Dalam tahap pelaksanaan ini, perencanaan yang disusun melalui siklus partisipatif sebelumnya diwujudkan dalam bentuk tindakan nyata, di mana sinergi antara fasilitator dan masyarakat diharapkan dapat memperkuat kapasitas UMKM lokal, serta memberikan keterampilan yang aplikatif dan berkelanjutan bagi warga desa.



Gambar 4. Pelatihan *Packaging* dan *Marketing*

Monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkesinambungan untuk mengevaluasi dampak dari kegiatan pemberdayaan yang telah dilakukan sebelumnya untuk memastikan program berjalan efektif dan sesuai target. Evaluasi dilakukan dengan melibatkan masyarakat dan perangkat desa secara aktif, sehingga hasilnya lebih akurat dan mencerminkan kebutuhan nyata masyarakat. Pendekatan partisipatif dalam evaluasi membantu mengidentifikasi pencapaian, seperti peningkatan pengetahuan manajemen, keterampilan strategi pemasaran, dan pendapatan UMKM, tetapi juga tantangan yang dihadapi, seperti akses modal dan pemasaran (Gentari & Dewi, 2024). Hasil evaluasi menjadi landasan untuk menyesuaikan strategi pemberdayaan di masa depan, agar lebih relevan dan memberikan dampak yang berkelanjutan. Selain itu, pembentukan komunitas UMKM dengan struktur organisasi yang jelas menjadi salah satu langkah strategis dalam memperkuat sinergi antar-pelaku UMKM. Komunitas UMKM difokuskan pada pertukaran

pengetahuan dan pengalaman, serta kolaborasi dalam pemasaran dan pengembangan produk, yang terbukti mampu meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal dan regional (Bahtiar, 2023). Dengan adanya komunitas yang terorganisir, pelaku UMKM dapat lebih mudah mengakses pelatihan berkelanjutan dan jejaring pasar yang lebih luas, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberlanjutan program dan peningkatan ekonomi masyarakat.

Sebagai bagian dari pembinaan UMKM, mahasiswa KKN juga mengawal proses pengajuan peresmian ke UPTD PLUT KUMKM yang bertujuan untuk memberikan legalitas resmi bagi UMKM yang telah tergabung dalam komunitas, sehingga mereka dapat mendapatkan akses lebih baik terhadap dukungan dan fasilitas yang disediakan oleh pemerintah daerah. Selain itu, dalam upaya meningkatkan daya saing dan akses pasar, mahasiswa KKN juga memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM untuk meluncurkan Nomor Induk Berusaha (NIB), mendapatkan sertifikasi halal bagi produk-produk mereka, serta memanfaatkan *social media commerce* dan *e-commerce* sebagai sarana pemasaran yang lebih luas dan efektif. Melalui pendampingan tersebut, diharapkan UMKM desa dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan pendapatan, serta memberdayakan ekonomi lokal secara berkelanjutan. Dengan demikian, Siklus IV tidak hanya mengevaluasi dan memonitor keberhasilan program

pemberdayaan UMKM sebelumnya, tetapi juga fokus pada membangun fondasi yang kuat untuk keberlanjutan UMKM dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan.



Gambar 5. Permohonan Peresmian Komunitas UMKM ke UPTD PLUT KUMKM

4. Kesimpulan

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM di Desa Babakanmulya, Kabupaten Kuningan, melalui pendekatan Berbasis Pemberdayaan Masyarakat (SISDAMAS) mampu meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat secara bertahap. Pendampingan mahasiswa KKN dalam pelatihan manajerial, pengembangan produk, dan pemasaran digital mendorong pelaku UMKM untuk berinovasi dan meningkatkan kualitas produk. Meski terkendala akses pasar dan modal, keterlibatan masyarakat menumbuhkan kesadaran kolektif terhadap potensi lokal desa. Untuk menjamin keberlanjutan, program ini

juga mencakup pendampingan legalitas usaha seperti pengajuan ke UPTD PLUT KUMKM, pembuatan NIB, sertifikasi halal, serta pemanfaatan media sosial dan e-commerce guna memperluas pasar. Dengan demikian, UMKM di Desa Babakanmulya diharapkan mampu menjadi penggerak ekonomi desa yang lebih mandiri dan berkelanjutan, mengurangi ketergantungan pada sektor pertanian yang rentan terhadap fluktuasi harga dan iklim.

5. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada pemerintah Desa Babakanmulya serta seluruh masyarakat yang terlibat aktif dalam pelaksanaan program. Terima kasih kepada seluruh tim pengabdian atas kerja sama dan dedikasinya sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik.

6. Daftar Pustaka

- Ayuni, Q., Cangara, H., Arianto. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Digital terhadap Tingkat Penjualan Produk Kuliner Kemasan. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 23(2): 129-141.
- Bahtiar, A. (2023). *Jaringan Sosial Pelaku UMKM Kuliner: Studi pada Komunitas Rangkul Kota Semarang*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang). <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/22196>.

- Diana, Hakim, L., & Fahmi, M. (2022). Analisis Faktor yang Memengaruhi Kinerja UMKM di Tangerang Selatan. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3(2).
- Fitriyani, I., Sumbawati, N. K., & Rahman, R. (2021). Peran Kemampuan Manajerial dan Lingkungan Industri dalam meningkatkan kualitas UMKM. *Jurnal Tambora*, 5(3), 35-39.
- Gentari, R. E., & Dewi, L. M. (2024). Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Tempe di Kampung Cidada Banjarsari Cipocok Jaya Kota Serang. *Jurnal Pengabdian Vokasi*, 3(1): 14-18
- Gumelar, A. A., Faozan, F. M., Nugraha, M. A., Amelia, T., Apipah, Y., & Ridwanullah, A. I. (2021). Kkn Sisdamas: Maksimalisasi Pemberdayaan Masyarakat dan Merdeka Belajar dalam Unit Pendidikan di Desa Cimuncang. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(54), 31-39. Retrieved from <http://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/1462>.
- Ismail, A. (2022). Memperkuat Pengorganisasian Masyarakat. *Jurnal sains, sosial, dan Humaniora*, 2(1).
- Marjukah, A. (2022). Pengaruh Pelatihan Pemasaran Digital terhadap Kinerja UMKM pada Masa Pandemic Covid-19. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 20(1). Hal. 1-12.
- Oktaviani, Q., Diana, F., Tiara, E., Setyadi, H., Roziq, M. W. A., & Riofita, H. (2023). Peran e-commerce dalam pemasaran produk UMKM. *WANARGI: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 1(2), 16-21. <https://doi.org/10.62017/wanargi>.
- Rijal, S. (2023). The Importance of Community Involvement in Public Management Planning and Decision-Making Processes. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(2), Page 84-92. DOI: <https://doi.org/10.61100/adman.v1i2.27>
- Sururie, R. W. Aziz, M. Muttaqin, W. Uriawan, M. Zulqiah, Y. Mardiansyah, & F. Fridayanti. (2019). Model KKN Sisdamas UIN Sunan Gunung Djati Bandung: Tantangan dan Peluang Pelaksanaan. *Al-Khidmat: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.15575/jak.v2i1.4832>.
- Saehu, A., & Nugraha, F. (2019). KKN Sisdamas: Optimalisasi Pemberdayaan Masyarakat melalui Penggunaan Smartphone untuk Marketplace. *Al-Khidmat:*

Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(2).

<https://doi.org/10.53067/ijecse.d.v3i3>

Saputri, A. Y., & Setiyono, B. (2019). Analisis Stakeholders Dalam Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Kampung Tematik Kota Semarang (Studi Kasus: Kampung Tematik Jajan Pasar, Kelurahan Gajahmungkur). *Journal of Politic and Government Studies*, 8(04), 201-210. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/article/view/25049>

Syairozi, M. I. (2020). Analisis Kemiskinan di Sektor Pertanian (Studi Kasus Komoditas Padi di Kabupaten Malang). *Media ekonomi*, 28(2), 114-128. DOI: <http://dx.doi.org/10.25105/me.v28i2.7169>.

Santi, I. N., Parawangsa, I., & Parani, S. B. (2024). Eksplorasi Faktor Penghambat Adopsi Digital Marketing pada UMKM di Kota Palu. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 21(2).

Zhao, Y., Zhao, X., & Liu, Y. (2022). Exploring the impact of online and offline channel advantages on Brand Relationship Performance: The Mediating Role of consumer perceived value. *Behavioral Sciences*, 13(1), 16. doi:10.3390/bs13010016.

Septiana, I. N., Rozi, A. F., & Muar, R. (2019). Analisis Masalah dan Solusi Prioritas Pengembangan UMKM. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah*, 3(1), 1-16. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v3i1.785>

Surachman, L., Triana, L., Kartika, R., Salapudin, S., Romli, O., Sumarsid, S., & Yollanda, Y. (2023). Pelatihan inovasi produk dan pemasaran untuk meningkatkan merk UMKM di Banten. *Indonesian Journal of Engagement, Community Services, Empowerment and Development*, 3(3), 1-15.