Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol. 7 No. 5
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

MOBILISASI ASET KOMUNITAS SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM LOKAL DI DESA WAKAH

Aintana Khilya Fuadhina[a], Risky Safira Rahma Daniar[b], Rohmatul Azizah[c], Roukhillah Anggraini[d] , Ibnu Mardiyanto[e]
[a,b,c,d,e] Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Email: rdskysafira@gmail.com, aintanakhilyafuadhina@gmail.com, Razizah281@gmail.com, ririnpuspita004@gmail.com, Ibnu.mardiyanto@uinsa.ac.id

Abstrak

Latar belakang: Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah serta komunitas perajin lokal di berbagai daerah di Indonesia menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital dan kurangnya inovasi dalam pengembangan produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mobilisasi aset komunitas sebagai strategi dalam pengembangan UMKM lokal di Desa Wakah dengan menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD). **Metode:** Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan proses pengumpulan data melalui *library research* yang selaras dengan penerapan ABCD dalam konteks pengembangan UMKM. **Hasil:** Dusun Bogo memiliki warisan keterampilan tradisional kerajinan anyaman bambu yang telah menjadi bagian dari identitas lokal namun mengalami kemunduran akibat disrupsi ekonomi dan sosial yang menyebabkan disintegrasi komunitas anyaman. UMKM jamu di Dusun Ngelo menghadapi persoalan pada aspek branding dan pemasaran yang menyebabkan lemahnya daya saing produk. **Kesimpulan:** Pendekatan ABCD terbukti efektif dalam mobilisasi aset komunitas sebagai strategi pengembangan UMKM lokal di Desa Wakah untuk mendemonstrasikan potensi komunitas dalam mengembangkan ekonomi lokal.
Kata kunci: UMKM, ABCD, Mobilisasi Aset Komunitas, Pengembangan Lokal

Abstract

***Background**: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) and local craftsman communities in various regions of Indonesia face limitations in utilizing digital technology and lack of innovation in product development. **Objective**: This research aims to analyze community asset mobilization as a strategy in developing local MSMEs in Wakah Village using the Asset-Based Community Development (ABCD) approach. **Methods**: This research uses descriptive qualitative research methods with data collection processes through library research aligned with ABCD implementation in the context of MSME development. **Results**: Bogo Hamlet has traditional bamboo weaving craft skills that have become part of local identity but experienced decline due to economic and social disruption causing disintegration of the weaving community. Traditional medicine MSMEs in Ngelo Hamlet face problems in branding and marketing aspects causing weak product competitiveness. **Conclusion**: The ABCD approach proved effective in mobilizing community assets as a strategy for developing local MSMEs in Wakah Village to demonstrate community potential in developing local economy.*
***Keywords**: MSMEs, ABCD, Aset Mobilization Community, Local Development*

Article History
Received: Desember 2025
Reviewed: Desember 2025
Published: Desember 2025

Plagirism Checker No 509
Prefix DOI : Prefix DOI : 10.8734/krepa.v1i2.365
Copyright : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

ISSN 2988-3059 Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784
Cahaya Ilmu Bangsa

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di wilayah pedesaan karena karakteristiknya yang adaptif, berbasis masyarakat, dan dekat dengan kebutuhan lokal. UMKM terbukti menjadi sektor yang paling tahan terhadap guncangan ekonomi serta mampu menyediakan lapangan pekerjaan dan mengurangi angka kemiskinan secara signifikan. Ketahanan UMKM juga tampak dari kemampuannya dalam mengelola potensi serta sumber daya lokal guna menjaga keberlanjutan usaha. Desa Wakah yang terletak di Kecamatan Ngrambe, Kabupaten Ngawi merupakan contoh wilayah dengan potensi UMKM lokal yang menonjol. Di desa ini, berkembang dua jenis UMKM unggulan, yaitu usaha jamu tradisional dan kerajinan anyaman bambu. Kedua jenis usaha tersebut tumbuh secara alami dari warisan pengetahuan, keahlian, dan budaya lokal yang diteruskan lintas generasi. UMKM jamu tradisional memanfaatkan tanaman obat seperti temulawak, jahe, kencur, daun pepaya dan kunyit untuk diolah menjadi produk herbal. Kegiatan ini tidak hanya berkontribusi terhadap kesehatan keluarga, tetapi juga menambah pendapatan rumah tangga. Sementara itu masyarakat terus memproduksi kerajinan bambu menggunakan bahan baku lokal dan teknik tradisional. Meski demikian, keterbatasan regenerasi pengrajin muda dan akses pasar menjadi kendala utama.

Melihat potensi yang tersedia, diperlukan pendekatan pengembangan UMKM yang berbasis pada kekuatan internal masyarakat. Salah satu strategi yang relevan adalah mobilisasi aset komunitas, yakni pendekatan yang berfokus pada pemanfaatan aset lokal seperti keterampilan warga, jaringan sosial, budaya gotong royong, dan kekayaan alam. Pendekatan ini telah terbukti efektif dalam memperkuat UMKM di berbagai daerah. Pengalaman dari wilayah lain menunjukkan bahwa pembangunan ekonomi berbasis komunitas berhasil ketika masyarakat mampu mengidentifikasi dan mengelola aset mereka secara mandiri dan partisipatif. Oleh karena itu, perlu dikaji secara mendalam bagaimana mobilisasi aset komunitas dapat diterapkan untuk mendukung pengembangan UMKM di Desa Wakah.

Kerangka teori dalam penelitian ini bertumpu pada pendekatan ABCD, teori modal sosial. Dari kedua teori tersebut saling berhubungan untuk menjelaskan bagaimana komunitas lokal dapat menjadi aktor utama dalam pengembangan UMKM. Paradigma ABCD yang dirumuskan oleh John McKnight dan Jody Kretzmann berfokus kepada pemberdayaan Masyarakat yang memberikan kemampuan kepada komunitas untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap potensi dan sumber daya lokal yang mereka miliki. Paradigma ini membantu komunitas dalam merumuskan dan mencapai tujuan konkret yang telah mereka tetapkan secara kolektif. Paradigma Abcd juga menjadi fasilitator yang mendampingi komunitas dalam proses merealisasikan aspirasi dan visi jangka Panjang mereka(Najamudin & Al Fajar, 2024).

Selanjutnya, teori modal sosial memberikan kerangka untuk memahami bagaimana hubungan sosial di dalam komunitas dapat berfungsi sebagai modal yang memperkuat proses mobilisasi asset. James coleman mendefinisikan modal sosial sebagai instrumen konseptual untuk memahami Tindakan sosial dengan mengintegrasikan perspektif sosiologi dan ekonomi. Coleman menjelaskan bahwa modal sosial adalah sumber daya yang melibatkan ekspektasi timbal balik antar individu dan mencakup jaringan luas yang diikat oleh nilai-nilai kolektivitas tinggi. Evaluasi modal sosial dalam komunitas dapat diukur melalui tiga aspek utama: norma sosial sebagai sistem aturan Bersama, kepercayaan sebagai fondasi kredibilitas antar anggota, dan jaringan sosial sebagai struktur hubungan yang menghubungkan Masyarakat(Firsanty, n.d.).

Permasalahan umum yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta komunitas perajin lokal di berbagai daerah di Indonesia adalah keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital dan kurangnya inovasi dalam pengembangan produk. Hal ini menyebabkan rendahnya daya saing dan nilai jual produk yang dihasilkan. Oleh karena itu, berbagai pendekatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pelatihan dan pemberdayaan menjadi strategi penting dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha lokal.

Dalam penelitian oleh Vicky Yoga Satria mengenai *Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Digital Marketing di Desa Dukuh Menanggal Surabaya*, ditemukan bahwa rendahnya literasi digital menjadi hambatan utama dalam pemasaran produk UMKM. Pengabdian dilakukan dengan

ISSN 2988-3059 **Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**
Cahaya Ilmu Bangsa

menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) yang berfokus pada penggalian potensi lokal dan pemberdayaan partisipatif. Hasil pelatihan digital marketing berbasis potensi lokal ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kemampuan pelaku UMKM untuk memasarkan produk mereka secara digital, yang pada akhirnya meningkatkan nilai jual dan kemandirian ekonomi masyarakat (Vicky Yoga Satria, Al-Fikri, Nabillah, Prasetyo, & Abror, 2025).

Sementara itu, artikel *Pemberdayaan Komunitas Perajin Bambu melalui Pelatihan Diversifikasi Produk Anyaman Bambu di Dusun Sewu, Desa Kresek, Madiun*, menyoroti masalah kreativitas dan kurangnya variasi produk pada komunitas perajin bambu. Pendekatan ABCD juga digunakan dalam lima tahapan: Inkulturasi, *Discovery, Design, Define*, dan *Reflection*. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kesadaran peserta akan potensi lokal, tetapi juga mendorong munculnya produk-produk anyaman yang lebih inovatif dan bernilai jual tinggi. Respons positif dari peserta menunjukkan keberhasilan pendekatan partisipatif dalam meningkatkan kreativitas dan kapasitas produksi komunitas (Annisaurrohmah & Ratnawati, 2022).

Selanjutnya, dalam artikel *Strategi Peningkatan Pemasaran melalui Digital Marketing Produk Sirup Jahe oleh Kelompok Wanita "Tiara Tani" di Desa Tanggeran*, fokus penelitian adalah strategi pemasaran digital sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pasar produk lokal. Dengan mengintegrasikan teknologi seperti website, media sosial, dan kampanye digital, produk sirup jahe berhasil menjangkau pasar yang lebih luas, khususnya kalangan muda yang aktif secara digital. Dampak positif terlihat dari peningkatan popularitas dan penjualan produk, membuktikan bahwa digital marketing dapat menjadi alat yang efektif dalam memperkuat pemasaran produk UMKM (Mutaqin, Saputri, & Maulida, 2023).

Penelitian ini menawarkan pendekatan baru dalam pemberdayaan UMKM dengan menggabungkan pelatihan digital tidak hanya pada aspek teknis, tetapi juga pada pengembangan cerita produk dan identitas lokal. Jika sebelumnya kegiatan pelatihan hanya menitikberatkan pada penggunaan media digital atau peningkatan variasi produk, maka dalam studi ini pelaku usaha juga diajak untuk menggali potensi budaya setempat dan menyusunnya menjadi narasi pemasaran yang kuat. Metode *Asset-Based Community Development (ABCD)* dipadukan dengan kolaborasi pembuatan konten promosi, sehingga masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat, tetapi juga terlibat aktif dalam merancang dan menyebarluaskan konten promosi digital yang khas dan relevan. Model ini memungkinkan produk lokal memiliki ciri khas yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki nilai cerita yang mampu meningkatkan minat pasar dan memperluas jangkauan konsumen. Dengan demikian, penelitian ini menghadirkan inovasi dalam proses pemberdayaan yang berfokus pada penguatan teknologi, budaya, dan partisipasi masyarakat secara seimbang.

Berdasarkan tinjauan pustaka dan identifikasi kebaruan penelitian, studi ini difokuskan pada beberapa pertanyaan utama berikut: Bagaimana karakteristik serta potensi pengembangan UMKM lokal di Desa Wakah sebagai bagian dari upaya pemberdayaan ekonomi berbasis masyarakat? Seperti apa bentuk aset komunitas yang dimiliki oleh warga Dusun Bogo, dan bagaimana upaya mobilisasi aset tersebut dalam mendukung pengembangan UMKM anyaman bambu? Apa saja hambatan yang dihadapi oleh UMKM jamu di Dusun Ngelo, terutama terkait aspek branding dan pemasaran, serta bagaimana kontribusi aset komunitas dalam mengatasi tantangan tersebut?

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mobilisasi aset komunitas sebagai strategi dalam pengembangan UMKM lokal di Desa Wakah dengan menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD). Hasil penelitian diharapkan dapat memberi pemahaman lebih mendalam mengenai bagaimana aset-aset lokal yang dimiliki oleh masyarakat dapat diidentifikasi, dimobilisasi, dan dimanfaatkan secara optimal dalam mendukung keberlanjutan dan kemandirian UMKM. Selain itu, temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemerintah desa, lembaga pendamping, maupun komunitas lokal dalam merumuskan strategi pemberdayaan ekonomi yang berbasis pada kekuatan dan potensi internal masyarakat.

ISSN 2988-3059 **Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**
Cahaya Ilmu Bangsa

Penelitian ini memberikan dampak positif dengan memahami karakteristik UMKM, mengidentifikasi dan memobilisasi aset komunitas, serta mengatasi tantangan spesifik, pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan dan berbasis masyarakat. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan konstribusi signifikan untuk mengisi kesenjangan literatur dan memberikan konstribusi yang signifikan bagi kesejahteraan dan kemandirian komunitas UMKM lainnya mengenai penerapan pendekatan berbasis aset dalam pengembangan ekonomi lokal, khususnya di konteks UMKM pedesaan. Agar mampu mendorong UMKM yang lebih kuat, berdaya saing dan berkelanjutan.

METODE PENELETIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam proses mobilisasi aset komunitas dalam strategi pengembangan UMKM lokal di Desa Wakah, Kecamatan Ngrambe, Kabupaten Ngawi. pendekatan kualitatif dipilih oleh peneliti karena mampu menggali makna, nilai, dan praktik sosial masyarakat secara kontekstual, yang tidak dapat diukur secara kuantitatif. metode kualitatif memungkinkan peneliti memahami dinamika sosial, budaya lokal, serta peran aktif komunitas dalam mengembangkan potensi ekonomi berbasis aset yang dimiliki oleh masyarakat. Metode ini relevan dalam konteks pengabdian masyarakat berbasis *Asset-Based Community Development* (ABCD), yang menekankan pada kekuatan komunitas, bukan pada kekurangannya.

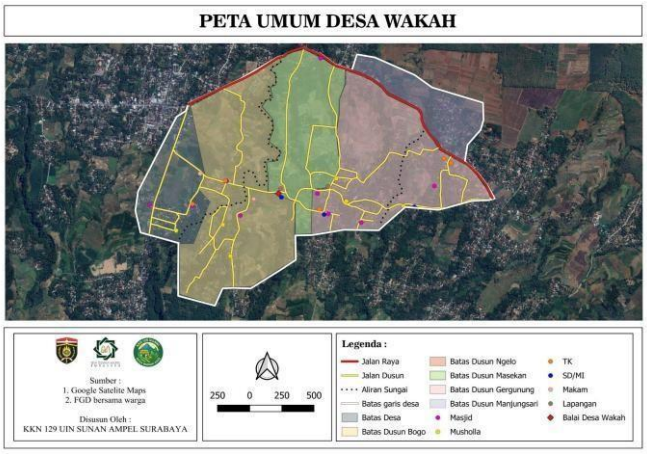
Proses pengumpulan data dimulai dengan *library research* yang selaras dengan penerapan ABCD dalam konteks pengembangan UMKM. seleksi dilakukan dengan mempertimbangkan kesesuaian topik, kredibilitas sumber, dan keterbaruan informasi yang digunakan. literature yang terkumpul mencakup studi teoritis, studi kasus, dan laporan praktik penerapan ABCD di berbagai komunitas. data yang diperoleh memberikan gambaran tentang bagaimana pendekatan ABCD dapat dimanfaatkan untuk memberdayakan masyarakat dengan memanfaatkan aset lokal. aspek yang ditelaah meliputi konsep dasar ABCD, penerapan dalam konteks sosial ekonomi terutama dalam pengembangan UMKM(Najamudin & Al Fajar, 2024).

Dengan menggunakan metode ABCD yang berdasar pada prinsip John Mc Knight dan Jody Kretzmann dapat membantu komunitas Dalam melihat kenyataan terhadap kondisi internal dan kemungkinan perubahan yang dapat dilakukan. pendekatan ini lebih terarah pada adanya perubahan, fokus terhadap apa yang ingin dicapai komunitas serta membantu komunitas Dalam mewujudkan visi mereka(Isnanto, Haq, Mumtaza, Faiz, & ..., 2023).

HASIL DAN ANALISIS

Pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat Desa Wakah, Kecamatan Ngrambe, telah berhasil mengidentifikasi dan mengintervensi dua lokasi strategis, yaitu Dusun Bogo dan Dusun Ngelo. Penetapan kedua wilayah ini sebagai fokus kegiatan didasarkan pada hasil pemetaan aset (*asset mapping*) yang komprehensif untuk mengeksplorasi potensi UMKM yang tersebar di kedua dusun tersebut. Melalui proses observasi partisipatif, tim pengabdian mengidentifikasi keberadaan berbagai unit usaha mikro yang telah mengakar dalam kehidupan masyarakat lokal, mencakup industri pengolahan tahu, tempe, jasa katering, dan kerajinan anyaman bambu di Dusun Bogo, serta usaha jamu herbal tradisional, toko kelontong, warung tegal, dan budidaya perikanan lele di Dusun Ngelo.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol. 7 No. 5
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784



Gambar 1 Peta umum desa Wakah

Hasil studi menunjukkan bahwa Dusun Bogo memiliki karakteristik komunitas kerajinan yang distingtif, khususnya pada pengrajin anyaman bambu. Temuan lapangan mengungkapkan bahwa sebelumnya para pengrajin anyaman di dusun ini sempat mengikuti komunitas anyaman yang berbasis di luar desa. Namun, keterbatasan akses transportasi membuat keikutsertaan mereka dalam komunitas tersebut terhenti. Akibatnya, aktivitas produksi berjalan secara mandiri tanpa adanya wadah komunitas lokal yang menaungi. Meskipun demikian, para pengrajin tetap mempertahankan kegiatan produksinya dan mendistribusikan hasil anyaman ke pasar lokal. Dalam praktiknya, mereka kerap kewalahan saat menerima pesanan dalam jumlah besar karena keterbatasan alat produksi yang mendukung. Kondisi ini menimbulkan kebutuhan akan dukungan kelembagaan yang lebih konkret. Upaya permintaan rekomendasi kepada pemerintah desa sebagai fasilitator pun telah dilakukan, namun hingga kini belum memperoleh solusi yang memadai.

Berdasarkan kerangka kerja ABCD, tim pengabdian mengidentifikasi UMKM anyaman bambu di Dusun Bogo sebagai aset budaya dan ekonomi yang strategis untuk dikembangkan. Pendekatan ABCD yang menekankan pada penguatan potensi internal komunitas, bukan pada kekurangan yang ada, menjadi dasar dalam merancang strategi pemberdayaan. Dalam konteks ini, tim KKN mendorong pembentukan kembali jaringan komunitas lokal melalui tema *"Transformasi Komunitas Anyam: Akselerasi Inovasi Lokal Menuju Ekosistem UMKM Berkelanjutan"*. Konten pemberdayaan yang disampaikan tidak hanya fokus pada aspek teknis produksi, tetapi juga mencakup penguatan manajemen komunitas, pengembangan produk yang inovatif, strategi pemasaran digital, serta pembentukan ekosistem usaha yang tangguh dan adaptif. Intervensi ini bertujuan untuk menciptakan komunitas kerajinan yang lebih terorganisir, berdaya saing, dan berkelanjutan.

Di sisi lain, observasi yang dilakukan di Dusun Ngelo mengidentifikasi potensi UMKM yang signifikan, yaitu pada produksi jamu herbal tradisional. Usaha jamu di wilayah ini tidak hanya memanfaatkan tanaman herbal yang banyak tersedia di alam, namun juga merepresentasikan praktik pengobatan tradisional yang mengandung nilai budaya dan pengetahuan lokal (*indigenous knowledge*) yang tinggi. Kondisi inilah yang menjadi rasionalisasi penerapan metodologi ABCD, mengingat pengembangan UMKM jamu memerlukan pendekatan yang mengoptimalkan aset lokal dan membangun sinergi antar *stakeholder*, bukan strategi yang terpusat pada identifikasi defisiensi. Berdasarkan pertimbangan tersebut, tim pengabdian mendorong terbentuknya komunitas jamu sebagai *platform knowledge sharing*, inovasi produk, dan penguatan *networking* bisnis. Melalui mekanisme partisipatif, komunitas ini diharapkan dapat menghasilkan *value added* produk, menjaga kontinuitas warisan budaya, serta membuka koridor ekonomi alternatif bagi masyarakat Dusun Ngelo. Kedua model pemberdayaan ini membuktikan bahwa adopsi metodologi ABCD merupakan respon terhadap kondisi empiris di lapangan, di mana UMKM di Desa Wakah memiliki kapital sosial-budaya yang dapat ditransformasi menjadi *engine* pembangunan. Relevansi pendekatan ini terletak pada prioritasnya terhadap *community ownership*, jaminan *sustainability* program, serta penguatan ekonomi lokal yang adaptiof terhadap dinamika pasar

dan perubahan sosial. Dengan demikian, ABCD tidak sekadar berfungsi sebagai instrumen teknis, melainkan sebagai strategi transformasi komunitas yang berfondasi pada aset dan jati diri masyarakat setempat.

3.1. Bentuk Dan Mobilisasi Aset Komunitas Dalam Pengembangan UMKM Anyaman Bambu Dusun Bogo

Berdasarkan hasil temuan penelitian, terdapat UMKM anyaman bambu Dusun Bogo yang menjadi aset potensial untuk dikembangkan. Sedari awal kerajinan bambu berjalan sebagai bagian dari keterampilan tradisional masyarakat dan telah menjadi identitas lokal setempat. Salah satu pelaku UMKM anyaman bambu yang memiliki potensi besar ialah rumah produksi milik Bu Yuni, warga RT 7 Dusun Bogo. Produksi anyaman yang dihasilkan dinilai unggul sebab beliau telah menekuni keterampilan terkait pembuatan kerajinan tangan ini sedari beliau masih menginjak bangku kelas empat sekolah dasar. Dari hasil wawancara secara langsung, rumah produksi milik Bu Yuni ini merupakan warisan dari orang tua. Terkait bahan baku produksinya, sebagian besar beliau dapatkan dari lahan bambu milik pribadi yang tumbuh lebat di beberapa titik lokasi di Dusun Bogo.



Gambar 2 Observasi dengan pelaku anyaman Bu Yuni

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bu Yuni, beliau bersama beberapa pelaku anyaman lainnya sempat tergabung ke dalam komunitas anyaman. Komunitas ini berisikan para pelaku bisnis UMKM anyaman bambu dari berbagai penjuru wilayah dengan rutinitas kegiatannya banyak diadakan di sekitaran jantung Kabupaten Ngawi. Namun keikutsertaan Bu Yuni dan beberapa produsen anyaman bambu Desa Wakah harus terhenti beberapa tahun silam. Kendala utama yang menjadi penyebabnya ialah situasi pandemi Covid-19, yang mana seluruh kegiatan masyarakat dibekukan oleh pemerintah, sehingga berimbas pada aktivitas komunitas pengrajin anyaman. Selain itu, kendala jarak juga memengaruhi ketidakikutsertaan pelaku UMKM anyaman Desa Wakah untuk ikut serta dalam beberapa aktivitas yang diadakan. Hal ini disebabkan transportasi yang mereka miliki tidak dapat menunjang karena memang jarak yang ditempuh sangatlah jauh. Terlebih lagi para pelaku UMKM anyaman Desa Wakah didominasi oleh warga yang berusia lanjut, sehingga banyak pertimbangan bagi mereka untuk menghadiri pertemuan komunitas yang lokasinya jauh dari tempat tinggal mereka.

Keahlian Bu Yuni yang lebih dari sebagai produsen kerajinan anyaman bambu telah diakui berbagai pihak. Beliau tidak hanya produktif dalam hal keterampilan menganyam, namun juga potensial dalam memobilisasi masyarakat dalam membuka mindset mereka terhadap pentingnya menumbumkembangkan keterampilan. Hal ini dBuktikan dari kesediaan beliau menjadi narasumber pada berbagai pelatihan terkait keterampilan kerajinan anyamn yang diadakan oleh Dinas Sosial Kabupaten Ngawi. Dari keaktifan beliau dalam bermasyarakat serta dapat diandalkan oleh berbagai pihak, berbuah pada kepercayaan mereka terhadap keunggulan hasil kerajinan anyam milik rumah produksi milik Bu Yuni. Beliau juga menyediakan grup media sosial yang berisikan para konsumen langganannya untuk memudahkan pemesanan. Potensi unggul ditunjukkan memalui permintaan produk miliknya sebanyak 3.000 pesanan dari Dinas Sosial

Kabupaten Ngawi serta 1.500 pesanan dari luar kota.

Namun hal positif tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi rumah produksi Bu Yuni. Dalam proses produksinya, para pelaku usaha merasa kewalahan ketika menerima pesanan dalam jumlah yang terlalu banyak. Situasi seperti ini tentunya menimbulkan urgensi terhadap kebutuhan alat produksi yang digunakan dalam proses pembuatan kerajinan anyaman bambu. Perlu diketahui jika saat itu rumah UMKM milik Bu Yuni belum memiliki fasilitas produksi yang mumpuni untuk menunjang kinerja pegawai agar lebih efisien serta menghasilkan produk yang lebih maksimal. Karena kendala tersebut mereka sempat mengajukan permohonan akomodasi kepada pemerintah desa sebagai upaya untuk mendapatkan wadah yang dapat menampung dan memfasilitasi para pelaku UMKM tersebut. Namun hingga kini mereka belum mendapatkan respon yang solutif dari pemerintah desa. Kekhawatiran Bu Yuni dengan tidak terfasilitasinya alat produksi mengakibatkan barang yang dipesan konsumen menjadi kurang maksimal karena proses pembuatannya dilakukan secara perorangan dengan alat yang sederhana, seperti mempengaruhi perbedaan bentuk serta ukuran produk. Maka ditakutkan jika konsumen merasa kurang puas dengan barang yang dihasilkan tersebut. Saat ini rumah-rumah produksi anyaman bambu, baik milik Bu Yuni maupun produsen lain beroperasi secara mandiri. Mereka akan memproduksi kerajinan anyaman ketika ada permintaan dari konsumen yang masuk, serta memproduksi dengan skala kecil untuk didistribusikan ke berbagai pasar lokal wilayah setempat.

Bu Yuni memiliki keahlian membuat segala bentuk karya anyaman sesuai dengan pesanan konsumen. Berbagai produk anyaman yang dihasilkan oleh Bu Yuni pun beragam, seperti tampah, bakul nasi, besek, keranjang multifungsi, dan lain-lain. Bu Yuni mampu menghasilkan rata-rata sekitar 20 produk anyaman per hari dengan jumlah yang dihasilkan tergantung pada tingkat kesulitan pengerjaannya. Penghasilan omset Bu Yuni tidak dapat dipastikan, namun untuk bulan Juni sampai Juli ini beliau mendapatkan penghasilan dari Rp100.000 - Rp150.000. Beliau menjadi penerus terakhir dari warisan UMKM anyaman bambu milik orang tuanya. Untuk saat ini, belum ada potensi yang dimiliki oleh anak-anaknya apakah kedepannya mereka dapat meneruskan dan mengembangkan usaha milik keluarganya tersebut.

Setelah didapati berbagai persoalan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM anyaman bambu Dusun Bogo, maka disimpulkan maksud dan tujuan kami sebagai mahasiswa KKN adalah menjaga keberlanjutan warisan budaya, menghidupkan kembali semangat kelompok, memulihkan komunitas anyaman agar lebih dinamis, terstandarisasi, dan inovatif, idealnya didasarkan pada keahlian individu seperti figur Bu Yuni selaku produsen UMKM. Harapan jangka panjangnya adalah menjadikan Dusun Bogo sebagai pusat anyaman bambu yang menghasilkan produk unggulan, memiliki jaringan pemasaran luas, dan menarik minat generasi muda untuk melestarikan kerajinan ini. Untuk mencapainya, strategi yang diterapkan meliputi standarisasi kualitas, pengembangan variasi produk, dan pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran.



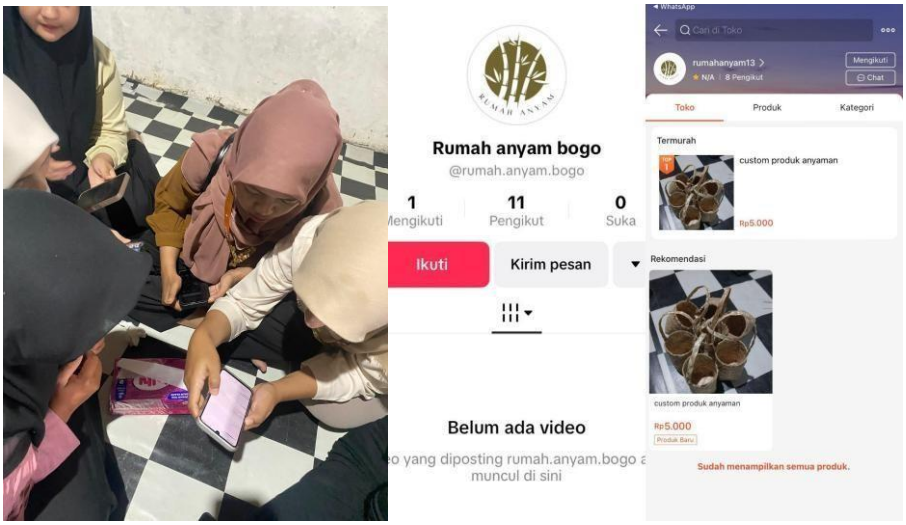
Gambar 3 Dokumentasi sosialisasi anyaman bambu dengan alat bantu serut

Berdasarkan permasalahan UMKM yang dihadapi para produsen anyaman bambu tersebut, kami mengambil inisiatif untuk mengajak mereka agar saling bekerja sama untuk membentuk

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol. 7 No. 5
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

suatu komunitas yang solid dan terorganisir. Sebagai langkah konkret untuk menjawab permasalahan terkait alat produksi, kami turut membantu menyediakan peralatan yang dapat mendukung proses pembuatan anyaman bambu secara optimal. Dengan ketersediaan alat produksi tersebut, kami menargetkan agar mereka semakin tertarik untuk bergabung dalam komunitas yang dibentuk. Selain itu, penyediaan alat diharapkan dapat mengatasi kekhawatiran terkait perbedaan kualitas hasil produksi disaat tingginya permintaan yang masuk.

Sebelum Bu Yuni menggait pelaku UMKM anyaman lain, alat anyam yang kami sediakan diuji coba terlebih dahulu guna menilai keefektifannya. Melalui hasil uji coba ini dipastikan bahwa alat anyaman tersebut terbukti memudahkan proses pembuatan serta menambah efisiensi waktu pengerjaan produk. Setelah dirasa bahwa alat produksi berdampak positif, maka selanjutnya kami mengadakan *Forum Group Discussion* (FGD) untuk membahas terkait pembentukan komunitas UMKM anyaman bambu dan pembagian alat produksi bagi pelaku usaha anyam di seluruh Dusun Bogo. Komunitas yang dibentuk ini dimaksudkan untuk mewadahi seluruh pelaku usaha anyaman bambu yang sebelumnya keikutsertaan mereka sempat terhenti karena berbagai persoalan. Setelah sumber daya manusia terpenuhi untuk membentuk komunitas, kemudian terlaksanalah pertemuan formal di kantor Desa Wakah pada tanggal 13 Juli 2025 yang dihadiri 12 pelaku UMKM anyaman bambu. Melalui pertemuan tersebut terbentuklah komunitas "Rumah Anyam" sebagai wadah bersama bagi para pelaku UMKM anyaman bambu Dusun Bogo, dan kami juga membagikan alat produksi anyaman bambu.



Gambar 4 Dokumentasi FGD pembuatan akun shopee dan tiktokshop anyaman

Berdasarkan strategi dan tujuan untuk mengoptimalkan komunitas anyaman, diperoleh tiga hasil utama. Pertama, peningkatan kualitas dan diversifikasi produk. Pelaku UMKM anyaman dapat mengikuti tren terkini dengan menciptakan karya inovatif yang menarik dan mampu memperluas target pasar. Upaya ini dapat dilakukan melalui pemanfaatan *YouTube* atau media sosial lainnya sebagai sumber inspirasi. Kedua, pembentukan struktur kepengurusan komunitas anyaman di Dusun Bogo. Adanya struktur kepengurusan mempermudah koordinasi dan pembagian tugas, terutama saat menghadapi pesanan dalam jumlah besar. Ketiga, perluasan jangkauan pasar melalui media sosial. Kami membantu membuat akun *Shopee* dan *TikTok* resmi komunitas sebagai sarana promosi, mengingat pemasaran digital saat ini memiliki minat pasar yang tinggi. Kendala yang dihadapi adalah sebagian besar pelaku UMKM berusia lanjut dan kurang memahami penggunaan media sosial. Untuk mengatasinya, kami menggandeng satu anak muda sebagai pengelola kedua akun tersebut. Selain itu, pelaku UMKM komunitas anyaman ini dapat memasarkan hasil karyanya melalui *platform e-commerce* dan mempromosikannya secara online guna memperluas jangkauan target pasar.

ISSN 2988-3059 **Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**
Cahaya Ilmu Bangsa

Tabel 1 Data Jumlah Anggota Komunitas Anyaman Dusun Bogo

Nama Pelaku UMKM	**Jabatan**
Sri Wahyuni	Ketua UMKM
Mujiati	Sekretaris
Imroatus Sholikah	Bendahara
Vivi	Anggota
Sriyatun	Anggota
Nur Safitri	Anggota
Lilis	Anggota
Suarmi	Anggota
Yatmi	Anggota
Miarsih	Anggota
Suti	Anggota
Warti	Anggota

Demi melestarikan keterampilan tradisional, memastikan kualitas produk, dan memungkinkan para perajin untuk sejahtera secara finansial, kami berupaya untuk membangun ekosistem UMKM anyaman bambu yang berkelanjutan di Dusun Bogo. Hal ini akan meningkatkan pendapatan para pengrajin dan mendorong generasi mendatang untuk meneruskan tradisi berharga ini. Dengan harapan Dusun Bogo akan diakui sebagai wilayah pengrajin anyaman bambu yang kompetitif, mampu mendorong perekonomian lokal, serta melestarikan warisan budaya Indonesia.

3.2. Tantangan pemasaran UMKM Jamu dan Pemanfaatan Aset Komunitas dalam Pengembangan Usaha di Dusun Ngelo.

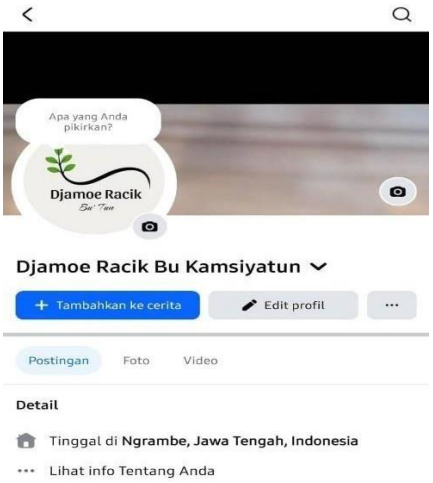
Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan pelaku usaha, UMKM jamu di Dusun Ngelo menghadapi berbagai kendala dalam aspek *branding* dan *marketing* yang menghambat penguatan identitas produk dan perluasan jangkauan pasar. Sebelum membentuk komunitas, kelima pelaku UMKM jamu, yakni Bu Tun, Bu Karti, Bu Yati, Bu Marsinih, dan Bu Erna menjalankan usahanya secara mandiri tanpa adanya merek, logo, dan narasi produk yang membedakan mereka satu sama lain. Produk jamu yang mereka hasilkan dikemas secara sederhana dalam botol plastik bekas tanpa label atau informasi produk. Hal ini menjadikan produk sulit dikenali dan tidak memiliki daya tarik visual, baik di mata konsumen lokal maupun calon pembeli dari luar dusun. Selain itu, sebagian besar pelaku usaha belum memahami pentingnya pemasaran modern, terutama yang memanfaatkan media visual dan digital. Mereka belum terbiasa menggunakan media sosial atau *platform e-commerce* sebagai sarana promosi. Selama ini penjualan hanya dilakukan secara langsung kepada pelanggan tetap atau melalui relasi sosial, seperti dalam acara pengajian dan beberapa *event* rutin yang diadakan di lingkungan sekitar tempat tinggal mereka. Ketergantungan pada cara pemasaran tradisional ini membuat jangkauan pasar mereka terbatas dan sulit berkembang.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol. 7 No. 5
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

Namun, tantangan ini mulai teratasi ketika kelima pelaku usaha membentuk komunitas. Melalui komunitas yang terbentuk, mereka secara kolektif menyadari pentingnya membangun identitas merek yang kuat. Dalam proses ini, mereka memanfaatkan berbagai aset komunitas yang sebelumnya tidak tergarap maksimal. Salah satunya adalah keterlibatan Karang Taruna yang memiliki keterampilan di bidang perancangan visual dan berkolaborasi dengan mahasiswa KKN UIN Sunan Ampel Surabaya. Dengan bantuan mereka, komunitas mulai merancang logo bersama yang merepresentasikan produk jamu tradisional berbasis bahan alami. Logo ini kemudian dicetak dalam bentuk stiker yang ditempelkan pada kemasan produk, dilengkapi dengan nama produk, tanggal produksi, serta nomor kontak yang bisa dihubungi oleh konsumen.



Gambar 5 Distribusi jamu ke toko kelontong



Gambar 6 Akun Facebook jamu

Dalam upaya memperluas pemasaran, komunitas juga mulai menggandeng ibu-ibu anggota Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) sebagai mitra strategis. Melalui kegiatan desa seperti arisan, posyandu, dan acara keagamaan, mereka turut membantu memasarkan produk jamu secara langsung kepada masyarakat. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas produk secara lokal. Selain itu, pesanan melalui *platform* komunikasi digital seperti *WhatsApp* dan *Facebook Messenger* kini menjadi hal yang lumrah, memungkinkan mereka menjangkau pelanggan di luar wilayah desa. Perpaduan antara pemasaran langsung oleh jaringan ibu-ibu PKK dengan pemanfaatan media digital membantu pelaku UMKM jamu di Dusun Ngelo memperluas jangkauan pasar dan membangun identitas produk yang lebih kuat. Sebagai bagian dari penguatan kapasitas, pelaku UMKM juga mulai mengikuti pelatihan dasar yang mendukung peningkatan kualitas produk dan pengelolaan usaha. Pelatihan ini mencakup aspek manajemen sederhana, teknik pengemasan yang lebih menarik dan higienis, serta pentingnya legalitas produk sebagai upaya berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar lokal maupun regional.

Selain stiker, komunitas juga mencetak *banner* promosi yang dipasang di depan rumah produksi masing-masing pelaku UMKM. Untuk memperluas distribusi, komunitas mulai menerapkan strategi penitipan produk di toko-toko luar wilayah Desa Wakah. Setiap anggota komunitas memiliki wilayah penitipan masing- masing sesuai jaringan sosial dan kedekatan personal mereka dengan pemilik toko. Produk-produk jamu yang sudah diberi label dan logo komunitas tersebut kini ditawarkan di warung kelontong, toko herbal, dan warung sembako yang memiliki lemari pendingin. Strategi ini terbukti efektif meningkatkan visibilitas produk karena produk jamu tidak hanya tampak lebih menarik, tetapi juga dianggap lebih profesional dan terpercaya oleh konsumen.

Proses *branding* yang dilakukan tidak hanya memperjelas identitas produk jamu Dusun Ngelo, tetapi juga membangkitkan rasa bangga di kalangan anggota komunitas terhadap hasil produksi mereka sendiri. Keterlibatan aset komunitas, seperti keterampilan yang dimiliki pemuda, kekuatan jaringan sosial masyarakat, serta dukungan dari lembaga desa berperan penting dalam mendorong perubahan ini. Melalui pendekatan ABCD, langkah-langkah yang dijalankan oleh komunitas jamu Dusun Ngelo menunjukkan bahwa kekuatan lokal mampu

ISSN 2988-3059 Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784
Cahaya Ilmu Bangsa

menjadi modal utama dalam mengatasi berbagai keterbatasan. Upaya *branding* dan pemasaran yang sebelumnya dianggap sebagai hambatan, kini telah berkembang menjadi keunggulan baru dalam memperluas akses pasar sekaligus memperkokoh posisi jamu sebagai bagian integral dari perekonomian berbasis masyarakat.

Tabel 2. Data penjualan distribusi jamu ke toko kelontong

No.	Nama Toko	Harga Per Botol (Rp)		Jumlah Botol Yang Ditempatkan		Jumlah Terjual		Total
		Kecil	Besar	Kecil	Besar	Kecil	Besar	
1.	Swalayan Mahkota	3.500	7000	6	6	2	3	28.000
2.	Griya Jamu Pak Hardi	3.500	7000	10	10	6	6	65.000
3.	Toko Pak Sutarto	3.500	7000	2	2	1	1	10.500
TOTAL								**Rp103.000**

Hasil dari strategi ini menunjukkan adanya respons pasar yang cukup positif. Berdasarkan data distribusi di tiga titik penitipan Swalayan Mahkota, Griya Jamu Pak Hardi, dan Toko Pak Sutarto jumlah total botol jamu yang berhasil terjual hanya dalam waktu dua hari mencapai 19 botol kecil dan 10 botol besar. Total pendapatan dari hasil penitipan ini sebesar Rp103.000. Capaian ini menjadi indikasi awal bahwa strategi pemasaran berbasis jaringan sosial lokal dan visualisasi produk melalui *branding* komunitas mampu menarik perhatian konsumen dan meningkatkan minat beli terhadap produk jamu tradisional dalam waktu yang relatif singkat.

Analisis

Studi ini didasarkan pada dua teori kunci, yaitu teori *Asset-Based Community Development* (ABCD) dan teori modal sosial. Teori ini menjelaskan bagaimana masyarakat lokal dapat menjadi tokoh utama dalam meningkatankan mutu UMKM desa. Kedua konsep ini berkaitan erat dalam hal pengembangan masyarakat, dengan teori konsep ABCD yang berfokus kepada perencanaan dan optimalisasi lokal, sedangkan teori modal sosial lebih menekankan pentingnya koneksi sosial sebagai sarana untuk memfasilitasi pertumbuhan bisnis.

Kerangka kerja ABCD yang dikembangkan oleh John McKnight dan Jody Kretzmann, berfungsi sebagai landasan filosofis untuk mengintervensi program KKN di Desa Wakah. Hal ini menunjukkan bahwa penduduk pedesaan merupakan entitas pasif dengan sumber daya terbatas, sekaligus komunitas dengan potensi dan sumber daya internal yang dapat diorganisir secara kolektif untuk mencapai tujuan pembangunan lokal. Pemberdayaan dilakukan dengan memfasilitasi komunitas agar dapat mengevaluasi dan memobilisasi sumber dayanya sendiri, termasuk pengetahuan lokal, keterampilan, hubungan sosial, serta sumber daya alam yang tersedia (Karisma, Widayani, & Naschicuddin, 2022).

Sementara itu, teori modal sosial sebagaimana dijelaskan oleh James Coleman memperkuat pendekatan ABCD dengan memberikan pemahaman bahwa keberhasilan pemberdayaan komunitas sangat dipengaruhi oleh kualitas hubungan sosial di dalamnya. Aspek kepercayaan, norma bersama, dan jaringan sosial menjadi fondasi penting dalam memperkuat kolaborasi serta partisipasi kolektif. Modal sosial berperan sebagai mekanisme yang menghubungkan antar individu dan memungkinkan mereka untuk saling mendukung dalam membangun kapasitas ekonomi bersama, seperti dalam pengembangan UMKM (Mallapiang, Kurniati, Syahrir, Lagu, & Sadarang, 2020).

Di Dusun Bogo, keterampilan tradisional dalam bidang anyaman bambu yang diwariskan secara turun-temurun menjadi aset komunitas yang signifikan. Salah satu contoh konkret adalah rumah usaha milik Bu Yuni yang telah dijalankan oleh keluarganya sejak beliau masih menginjak bangku sekolah dasar. Beliau sebagai pewaris generasi sebelumnya mendistribusikan hasil karyanya ke pasar lokal secara mandiri. Namun minimnya dukungan alat produksi dan tidak adanya wadah komunitas menyebabkan aktivitas usaha berjalan secara terbatas dan kurang terkoordinir. Intervensi program KKN melalui pemetaan aset, penyediaan alat bantu produksi, serta fasilitasi pembentukan komunitas berhasil mengatasi tantangan tersebut. Komunitas UMKM

Anyaman Dusun Bogo terbentuk dengan struktur organisasi yang jelas dan memiliki agenda pemberdayaan berbasis inovasi produk yang dibarengi dengan perluasan pemasaran digital.

Melalui intervensi KKN, revitalisasi dilakukan dengan pendekatan partisipatif yang menekankan penguatan kapasitas individu dan kolektif. Bu Yuni sebagai pelaku utama dan pewaris keterampilan anyaman, menjadi tokoh sentral dalam rekonstruksi komunitas. Strategi pemberdayaan melibatkan penyediaan alat bantu produksi, sosialisasi keterampilan, pembentukan kembali struktur komunitas, dan penguatan jejaring pemasaran berbasis digital. Namun tantangan muncul dalam bentuk keterbatasan bagi para pengrajin yang mayoritas berusia lanjut terhadap kemampuan memahami literasi digital. Untuk mengatasi hal ini, strategi inovatif dilakukan dengan melibatkan generasi muda sebagai pengelola media sosial.

Kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan digitalisasi pemasaran menjadi bagian dari strategi pemberdayaan yang tidak hanya bertujuan meningkatkan efisiensi produksi, tetapi juga memperkuat daya saing UMKM melalui standarisasi mutu dan diversifikasi produk. Keterlibatan generasi muda dalam pengelolaan akun media sosial komunitas membantu menjembatani keterbatasan literasi digital para pelaku UMKM yang sebagian besar berusia lanjut. Hasil dari pendekatan ini mulai tampak melalui meningkatnya kolaborasi antar pelaku usaha, keteraturan dalam produksi, dan munculnya kesadaran untuk melestarikan warisan budaya lokal sebagai peluang ekonomi masa depan. Harapan jangka panjang dari program ini adalah menjadikan Dusun Bogo sebagai sentra kerajinan anyaman bambu yang tidak hanya kompetitif secara ekonomi, namun juga mampu menarik minat generasi muda untuk meneruskan tradisi tersebut secara berkelanjutan (Bela, H., Annshori, M., & Marshalita, 2024).

Sementara itu di Dusun Ngelo, potensi ekonomi masyarakat tercermin melalui keberadaan pelaku UMKM jamu tradisional yang mengandalkan kekayaan tanaman herbal lokal dan pengetahuan pengobatan turun-temurun. Namun pelaku usaha menghadapi hambatan serius dalam aspek *branding* dan *marketing*, seperti tidak adanya label, logo, maupun narasi produk yang membedakan satu produsen dengan yang lain. Produk dikemas secara sederhana dan hanya dijual melalui jaringan sosial terbatas. Setelah dilakukan pendampingan dan dimobilisasikannya aset komunitas seperti pemuda Karang Taruna dan ibu-ibu PKK, pelaku UMKM mulai memahami pentingnya identitas produk dan strategi pemasaran yang terstruktur. Melalui desain visual yang representatif, stiker label, serta *banner* promosi, produk jamu mulai dipasarkan melalui saluran digital dan toko-toko lokal dengan sistem penitipan.



Gambar 7 dokumentasi sosialisasi jamu

Efektivitas strategi ini tercermin dalam data distribusi awal yang mencatat penjualan 29 botol jamu hanya dalam dua hari, dengan total pendapatan sebesar Rp103.000. Pencapaian ini meskipun masih bersifat awal menunjukkan respon positif dari pasar terhadap produk jamu yang telah memiliki identitas visual dan dipasarkan secara lebih profesional. Upaya ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga membangkitkan rasa bangga di kalangan pelaku usaha terhadap hasil produksi mereka sendiri. Keberhasilan program tidak hanya tergantung pada intervensi eksternal, tetapi juga pada kekuatan internal komunitas itu sendiri, termasuk keterikatan sosial, partisipasi aktif, dan kepercayaan antaranggota. Teori modal sosial memperkuat hal ini dengan menekankan pentingnya norma bersama dan jaringan sebagai sumber daya yang mendukung mobilisasi aset. Komunitas yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi dan struktur sosial yang solid akan lebih mampu bekerja sama, berbagi informasi, serta membangun

visi kolektif yang memungkinkan mereka untuk mandiri dan resilien.

Penerapan pendekatan ABCD dalam kedua dusun tersebut menegaskan bahwa pemberdayaan masyarakat yang berbasis pada potensi internal dan kolaborasi lokal dapat menjadi strategi yang efektif untuk pengembangan UMKM yang inklusif dan berkelanjutan. Aset komunitas yang sebelumnya tersembunyi atau kurang dioptimalkan mampu dimobilisasi menjadi kekuatan utama dalam menghadapi tantangan ekonomi lokal. Intervensi yang dilakukan tidak semata-mata meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga membentuk ekosistem usaha mikro yang lebih terorganisir, adaptif terhadap perkembangan zaman, dan mampu melestarikan identitas budaya sebagai bagian dari pembangunan ekonomi berbasis masyarakat. Pendekatan ABCD menjadi katalisator transformasi sosial-ekonomi yang menjanjikan dalam konteks pengabdian masyarakat di wilayah rural seperti Desa Wakah.

KESIMPULAN

Penelitian menunjukkan efektivitas pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) dalam memobilisasi aset komunitas sebagai strategi pengembangan UMKM lokal di Desa Wakah, Kecamatan Ngrambe, Kabupaten Ngawi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kedua fokus studi, yaitu Dusun Bogo dengan UMKM kerajinan anyaman bambu dan Dusun Ngelo dengan UMKM jamu tradisional, memiliki karakteristik dan potensi pengembangan yang berbeda, namun keduanya memerlukan revitalisasi melalui pemanfaatan aset komunitas.

Pada UMKM anyaman bambu di Dusun Bogo, mobilisasi aset komunitas dilakukan melalui rekonstruksi komunitas yang sebelumnya mengalami disintegrasi akibat dampak pandemi COVID-19. Pembentukan struktur komunitas dengan 12 anggota di bawah koordinasi Bu Sri Wahyuni sebagai ketua, disertai dengan penyediaan alat bantu produksi, diversifikasi produk, dan strategi pemasaran digital, berhasil menghidupkan kembali semangat kolektif pengrajin. Keterlibatan generasi muda sebagai pengelola media sosial menjadi solusi inovatif dalam mengatasi keterbatasan literasi digital para pengrajin senior, sekaligus memperkuat jembatan antar generasi dalam upaya pelestarian budaya lokal.

Sementara itu, UMKM jamu tradisional di Dusun Ngelo menghadapi tantangan utama pada aspek *branding* dan *marketing* yang berhasil diselesaikan melalui pembentukan komunitas jamu dengan melibatkan 5 pelaku usaha. Kontribusi aset komunitas, khususnya keterampilan desain grafis pemuda desa dan jaringan sosial informal, memungkinkan terciptanya identitas visual produk yang kuat dan perluasan distribusi melalui penitipan di berbagai toko lokal. Hasil strategi ini menunjukkan respon pasar yang positif dengan penjualan 29 botol dalam 2 hari dan total pendapatan Rp103.000.

Integrasi teori modal sosial dengan pendekatan ABCD terbukti menjadi kerangka kerja yang efektif dalam memfasilitasi pemberdayaan komunitas. Modal sosial dalam bentuk kepercayaan, norma bersama, dan jaringan sosial berperan sebagai katalisator yang memperkuat mobilisasi aset dan mendorong kolaborasi antar anggota komunitas. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas ekonomi UMKM, namun juga memperkuat hubungan sosial, melestarikan warisan budaya, dan menciptakan ekosistem pemberdayaan yang berkelanjutan.

Temuan penelitian ini mengonfirmasi bahwa pengembangan UMKM berbasis komunitas yang memanfaatkan aset lokal secara optimal mampu menciptakan solusi yang inklusif dan berkelanjutan. Model pemberdayaan ini dapat menjadi referensi bagi program pengembangan ekonomi masyarakat di wilayah pedesaan lainnya, dengan catatan pentingnya adaptasi terhadap karakteristik lokal dan keterlibatan aktif seluruh *stakeholder* komunitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi yang mendalam kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan penelitian ini. Terima kasih yang tulus disampaikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, khususnya Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) yang telah memfasilitasi program Kuliah Kerja Nyata (KKN) sebagai wahana penerapan Tri Dharma perguruan tinggi.

Penghargaan yang tinggi disampaikan kepada Pemerintah Desa Wakah, Kecamatan Ngrambe, Kabupaten Ngawi, yang telah memberikan izin, dukungan, dan fasilitas selama

pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Apresiasi khusus ditujukan kepada Kepala Desa Wakah beserta seluruh perangkat desa yang telah memfasilitasi akses penelitian dan memberikan informasi yang komprehensif mengenai kondisi sosial ekonomi masyarakat.

Ucapan terima kasih yang mendalam disampaikan kepada seluruh pelaku UMKM di Dusun Bogo dan Dusun Ngelo yang telah menjadi mitra kolaboratif dalam penelitian ini. Secara khusus, penulis mengapresiasi Bu Sri Wahyuni dan seluruh anggota komunitas anyaman bambu Dusun Bogo, serta Bu Tun, Bu Karti, Bu Yati, Bu Marsinih, dan Bu Erna sebagai anggota komunitas jamu Dusun Ngelo atas partisipasi aktif, keterbukaan, dan komitmen mereka dalam proses pemberdayaan komunitas.

Penghargaan juga disampaikan kepada para pemuda desa yang telah berkontribusi dalam aspek teknis, khususnya dalam pengembangan desain grafis dan pengelolaan media sosial untuk mendukung strategi pemasaran digital UMKM. Keterlibatan generasi muda ini menjadi elemen krusial dalam menciptakan sinergi antar generasi dan keberlanjutan program pemberdayaan.

Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada seluruh masyarakat Desa Wakah yang telah menerima kehadiran tim peneliti dengan sikap yang positif dan memberikan dukungan moral selama pelaksanaan kegiatan. Semangat gotong royong dan partisipasi kolektif masyarakat menjadi modal sosial yang sangat berharga dalam keberhasilan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD).

Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh rekan mahasiswa KKN dan pihak- pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah memberikan kontribusi signifikan dalam pelaksanaan penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik pemberdayaan masyarakat, serta menjadi inspirasi bagi upaya-upaya pembangunan ekonomi berbasis komunitas di masa mendatang.

REFERENSI

Annisaurrohmah, S., & Ratnawati, S. R. (2022). Pemberdayaan Komunitas Perajin Bambu Melalui Pelatihan Diversifikasi Produk Anyaman Bambu Di Dusun Sewu Desa Kresek Kecamatan Wungu Madiun Jawa Timur. *The 4th International Conference on University-Community Engagement (ICO-UCE)*, 614–622.

Bela, H., Annshori, M., & Marshalita, M. (2024). Asset-Based Community Development. *Strengths-Based Practice in Adult Social Work and Social Care*, *8(1)*, 61–74. https://doi.org/10.4324/9781003424383-10

Firsanty, F. P. (n.d.). Tujuan Perusahaan PT . BANK PERKREDITAN RAKYAT SYARIAH AL- IHSAN. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Bidang Administrasi, Sosial, Humaniora Dan Kebijakan Public*, *07*(February), hal, 256.

Isnanto, G. B., Haq, M. I. A., Mumtaza, N. A., Faiz, A. R., & ... (2023). Implementasi Model Asset Community Development (ABCD) Dalam Pendampingan Branding UMKM Desa Tumiyang. …, *2*(2), 647–662. Retrieved from https://proceedings.uinsaizu.ac.id/index.php/kampelmas/article/view/942

Karisma, R. D. N., Widayani, H., & Naschicuddin, A. (2022). Asset-Based Community Development: Pengembangan Produk Pertanian Sari Jeruk Khas Dusun Precet. *JRCE (Journal of Research on Community Engagement)*, *4*(1), 54–59. https://doi.org/10.18860/jrce.v4i1.17410

Mallapiang, F., Kurniati, Y., Syahrir, S., Lagu, A. M. H., & Sadarang, R. A. I. (2020). Pengelolaan sampah dengan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) di wilayah pesisir Bulukumba Sulawesi Selatan. *Riau Journal of Empowerment*, *3*(2), 79–86. https://doi.org/10.31258/raje.3.2.79-86

Mutaqin, E. Z., Saputri, S. L., & Maulida, M. F. (2023). Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Digital Marketing Produk Sirup Jahe Kelompok Wanita “Tiara Tani” Di Desa Tanggeran. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(4), 2993–3006.

Najamudin, F., & Al Fajar, A. H. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Sumber Daya Lokal Melalui Pendekatan Abcd Untuk Mencapai Sdg 1: Tanpa Kemiskinan. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, *7*(2), 142–158. https://doi.org/10.24198/focus.v7i2.58936

Vicky Yoga Satria, Al-Fikri, M. S., Nabillah, S. Q., Prasetyo, D., & Abror, S. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk di Desa Dukuh Menanggal Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, *3*(3), 1066–1078. https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i3.2360