Community Development
Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam
https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/comdev
E-ISSN : **2985-6841**
Vol. 9 No. 2 Tahun 2025 | 219 – 237
DOI: 10.21043/cdjpmi.v9i2.34723

PEMBERDAYAAN PELAKU USAHA KEPENG DAN KRUPUK IKAN MELALUI PELATIHAN PENGEMASAN DAN PEMASARAN PRODUK OLAHAN LOKAL DI DESA PADIKE, TALANGO SUMENEP-MADURA

Tri Sutrisno[1]

[1]Universitas Islam Negeri Madura, Pamekasan, Indonesia
E-mail: [1)]trisutrisno@iainmadura.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku usaha olahan pangan lokal berupa kepeng dan krupuk ikan di Desa Padike, Kecamatan Talango, Kabupaten Sumenep melalui pelatihan pengemasan dan pemasaran. Berdasarkan identifikasi awal, pelaku usaha di desa tersebut masih menghadapi berbagai keterbatasan, terutama dalam aspek desain kemasan, strategi promosi, dan legalitas produk. Padahal, potensi bahan baku dan keterampilan lokal sangat besar untuk dikembangkan menjadi usaha yang lebih bernilai ekonomi. Kegiatan ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) yang menekankan pada penggalian dan pemanfaatan potensi lokal melalui lima tahapan: discovery, dream, design, define, dan destiny. Kegiatan berlangsung pada tanggal 14–19 April 2025 dan melibatkan 15 pelaku usaha lokal. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan signifikan dalam keterampilan teknis dan strategi pemasaran. Sekitar 80% peserta mulai mengemas produknya dengan label yang menarik dan telah memasarkan secara digital. Dampak sosial juga terlihat dari terbentuknya inisiatif kelompok usaha bersama dan meningkatnya kepercayaan diri pelaku usaha untuk bersaing di pasar luar desa. Pendekatan ABCD berhasil membangun semangat kolaboratif dan partisipatif yang menjadi dasar bagi keberlanjutan program. Kesimpulan dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis potensi lokal dengan pendekatan partisipatif mampu meningkatkan kapasitas usaha rumah tangga, baik secara teknis, sosial, maupun ekonomi.

Kata kunci: *Pemberdayaan, Umkm Desa, Pengemasan, Pemasaran Digital, Pendekatan Abcd, Produk Lokal.*

Abstract

Empowerment Of Kepeng And Fish Cracker Business Actors Through Training In Packaging And Marketing Of Local Processed Products In Padike Village, Talango Sumenep-Madura. *This community service activity aims to empower local food-processing entrepreneurs producing kepeng and fish crackers in Padike Village, Talango District, Sumenep Regency through packaging and marketing training. Based on the initial identification, business actors in the village still face various limitations, particularly in packaging design, promotional strategies, and product legality. In fact, the potential of local raw materials and skills is highly promising for development into more economically valuable enterprises. This program was implemented using the Asset-Based Community Development (ABCD) approach, which emphasizes exploring and utilizing local potential through five stages: discovery, dream, design, define, and destiny. The activities were carried out on 14–19 April 2025 and involved 15 local entrepreneurs. The results show that participants experienced significant improvements in technical skills and marketing strategies. Approximately 80% of participants began packaging their products with attractive labels and started marketing them digitally. Social impacts were also evident, including the establishment of a joint business initiative and increased self-confidence among entrepreneurs to compete in markets beyond the village. The ABCD approach successfully fostered collaborative and participatory spirit, forming a foundation for program sustainability. The conclusion of this activity indicates that local potential–based training using a participatory approach can enhance the capacity of household businesses both technically, socially, and economically.*

Keyword**:** *Empowerment, Rural Msmes, Packaging, Digital Marketing, Abcd Approach, Local Products.*

PENDAHULUAN

Desa Padike merupakan salah satu dari sebelas desa di Kecamatan Talango, Kabupaten Sumenep, Madura. Desa ini memiliki karakteristik geografis sebagai kawasan pesisir yang berbatasan langsung dengan Selat Madura di bagian timur dan Selat Poteran di bagian barat. Keberadaan wilayah pesisir menjadikan aktivitas ekonomi masyarakat sebagian besar bertumpu pada sektor perikanan dan pertanian tegalan. Berdasarkan data profil desa tahun 2024, jumlah penduduk mencapai 3.855 jiwa yang terbagi dalam 1.878 kepala keluarga dan tersebar di tujuh dusun.

Mayoritas penduduk bekerja sebagai nelayan, petani, dan buruh harian. Sumber daya alam seperti ikan laut, rajungan, kepiting, serta singkong dan jagung menjadi hasil utama yang mendukung ekonomi rumah tangga. Sebagian masyarakat mengolah hasil tersebut menjadi produk makanan ringan seperti *kepeng* (kerupuk dari singkong) dan *krupuk ikan*, yang diproduksi secara tradisional dan menjadi ciri khas kuliner lokal masyarakat Madura, khususnya di Desa Padike.

Produk *kepeng* dan *krupuk ikan* telah diwariskan secara turun-temurun dan menjadi andalan ekonomi sebagian besar ibu rumah tangga. Pembuatan *kepeng* dimulai dari menghaluskan singkong, membentuknya secara manual, menjemur di bawah sinar matahari, hingga menggoreng sebelum dijual. *Krupuk ikan* juga diproduksi dari hasil tangkapan laut yang melimpah. Meskipun memiliki potensi yang besar, proses produksi dan pemasaran produk tersebut masih menghadapi berbagai kendala serius.

Berdasarkan observasi dan wawancara lapangan, hampir semua pelaku usaha di desa ini belum memiliki keterampilan dasar dalam pengemasan produk modern. Produk dijual dalam kantong plastik transparan tanpa label, tanpa informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, dan tanpa identitas produsen. Hal ini membuat produk sulit menembus pasar formal seperti toko oleh-oleh, minimarket, atau pameran UMKM.

Kondisi ini diperburuk oleh rendahnya tingkat pendidikan masyarakat. Berdasarkan data dari buku profil desa, dari 3.855 penduduk hanya 8 orang yang pernah menempuh pendidikan tinggi (S1) dan hanya 3 orang S2. Sebagian besar warga hanya menyelesaikan pendidikan SD dan SMP. Bahkan masih terdapat 578 jiwa (sekitar 15%) yang tidak mampu membaca huruf Latin. Hal ini tentu berdampak besar terhadap keterbatasan literasi usaha, literasi digital, dan pemahaman terhadap standar pasar.

Secara sosial, usaha *kepeng* dan *krupuk ikan* didominasi oleh kelompok perempuan yang menjalankan usaha di rumah secara mandiri atau dengan bantuan keluarga. Meski begitu, belum ada bentuk kelembagaan formal seperti koperasi, kelompok usaha bersama, atau paguyuban pelaku UMKM yang dapat memperkuat posisi tawar dan kerja sama produksi maupun distribusi.

Pendapatan yang diperoleh pun tergolong rendah dan cenderung stagnan. Rata-rata pelaku usaha hanya mampu menjual produk dalam kisaran Rp25.000–Rp50.000 per hari, dengan keuntungan yang sangat tipis. Situasi ini menggambarkan bahwa pelaku

usaha tidak hanya kekurangan modal, tetapi juga kekurangan keterampilan teknis, manajerial, dan akses pasar.

Dari sisi perencanaan pembangunan desa, potensi produk olahan ini sebenarnya telah diidentifikasi sebagai kekuatan lokal. Namun, belum ada program pendampingan atau pelatihan yang secara khusus diarahkan untuk meningkatkan kualitas pengemasan, pemasaran, dan legalitas produk. Kegiatan pengabdian masyarakat yang terstruktur menjadi langkah strategis untuk mengisi kekosongan intervensi tersebut.

Dalam konteks literatur akademik, banyak studi pengabdian masyarakat menegaskan pentingnya pelatihan pengemasan dan pemasaran sebagai strategi peningkatan daya saing produk lokal. Studi oleh (Marini et al., 2020) di Indramayu membuktikan bahwa pelatihan digital marketing dan fasilitasi legalitas seperti PIRT mampu membuka akses pasar luar daerah dan meningkatkan omzet pelaku usaha olahan ikan. Sementara (Isnaini & Fitria, 2021) dalam pengabdiannya di Lamongan menunjukkan bahwa pelatihan kemasan dan branding mampu meningkatkan volume penjualan UMKM kerupuk hingga 40%. Ini membuktikan bahwa pelatihan teknis memberikan dampak signifikan terhadap kinerja usaha kecil. Sementara itu, (Yusri & Pratiwi, 2021) dalam program pengabdian untuk perempuan nelayan di pesisir Makassar menunjukkan bahwa pelatihan berbasis kebutuhan komunitas dapat mempercepat pembentukan koperasi dan transformasi ekonomi keluarga.

Fokus utama pengabdian ini adalah pada peningkatan kualitas pengemasan dan strategi pemasaran produk *kepeng* dan *krupuk ikan* melalui pendekatan pelatihan partisipatif. Kegiatan ini didesain sebagai bentuk pemberdayaan komunitas berbasis potensi lokal, di mana pelaku usaha diajak untuk memahami pentingnya kemasan, branding, serta promosi digital sebagai kunci akses pasar dan peningkatan pendapatan.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, kegiatan ini menyusun kerangka logis perubahan sosial dengan tahapan: identifikasi masalah, pelatihan dan praktik, pendampingan, peningkatan kualitas produk dan pemasaran, terbentuknya usaha mandiri dan berkelanjutan. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip pengabdian berbasis community empowerment yang menempatkan masyarakat sebagai subjek perubahan (Sudaryanto & Wulandari, 2020).

Secara teknis, pelatihan akan mencakup desain label produk, jenis kemasan yang sesuai standar pasar, teknik promosi melalui media sosial, pembuatan katalog digital, serta simulasi pendaftaran PIRT. Peserta pelatihan akan difasilitasi untuk mempraktikkan langsung materi yang diberikan dengan bahan produk mereka sendiri, sehingga hasil pelatihan dapat langsung diterapkan dan dimanfaatkan.

Dalam prosesnya, pelatihan tidak hanya menargetkan peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat kepercayaan diri pelaku usaha, mendorong kolaborasi antar individu, dan membuka kesadaran terhadap pentingnya legalitas usaha. Tujuan jangka panjangnya adalah terciptanya kemandirian ekonomi berbasis rumah tangga dan terbentuknya kelembagaan usaha masyarakat. Program ini juga menjadi bentuk konkret pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam aspek pengabdian kepada masyarakat. Kehadiran institusi pendidikan tinggi dalam bentuk pelatihan yang langsung menyentuh kebutuhan masyarakat merupakan wujud kontribusi nyata akademisi terhadap pembangunan desa yang berkelanjutan dan inklusif.

Dukungan dari aparat desa, tokoh masyarakat, dan antusiasme pelaku usaha juga menjadi faktor pendorong yang kuat. Keterbukaan mereka terhadap pelatihan dan perubahan menunjukkan kesiapan komunitas untuk berkembang dan menerima inovasi yang relevan dengan konteks kehidupan mereka sehari-hari. Selain itu, program ini akan dirancang untuk bersifat replikatif dan berkelanjutan. Artinya, jika program berhasil di Desa Padike, maka pendekatan ini dapat diterapkan di desa-desa lain di Kecamatan Talango maupun wilayah pesisir Madura secara umum yang memiliki karakteristik ekonomi serupa.

Dari hasil akhir pelatihan, diharapkan peserta mampu menghasilkan produk olahan yang tidak hanya berkualitas dari segi rasa dan higienitas, tetapi juga menarik secara visual, beridentitas lokal, dan mudah diterima oleh konsumen luar. Label produk seperti “Kepeng Padike” atau “Krupuk Ikan Talango” dapat menjadi awal dari proses branding yang lebih luas. Secara sosial, peningkatan kualitas produk akan mendorong kepercayaan diri pelaku usaha, terutama perempuan, untuk lebih aktif berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi desa. Hal ini dapat mengubah peran perempuan dari pelaku produksi domestik menjadi penggerak ekonomi lokal yang strategis.

Dengan semua pertimbangan tersebut, maka kegiatan pengabdian masyarakat yang berjudul *"Pemberdayaan Pelaku Usaha Kepeng dan Krupuk Ikan melalui Pelatihan Pengemasan dan Pemasaran Produk Olahan Lokal di Desa Padike, Talango, Sumenep"* dirancang untuk menjawab kebutuhan riil masyarakat, memperkuat kapasitas usaha, dan menciptakan dampak sosial-ekonomi yang terukur serta berkelanjutan.

METODE

Program Pembentukan Komunitas dalam Penguatan Karakter Kebangsaan Berbasis Moderasi Beragama bagi Mahasiswa di Kabupaten Kudus menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) sebagai metode utama dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian. Pendekatan ABCD berfokus pada pemanfaatan kekuatan dan potensi yang telah dimiliki oleh komunitas, bukan pada kekurangan atau masalahnya.

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mengacu pada pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD). Pendekatan ini menitikberatkan pada pengembangan aset dan kekuatan internal masyarakat sebagai modal utama dalam proses pemberdayaan. Berbeda dengan pendekatan berbasis masalah (*needs-based approach*) yang berfokus pada kekurangan, pendekatan ABCD justru memulai proses perubahan dari potensi yang sudah dimiliki masyarakat—baik yang bersifat fisik, sosial, kultural, maupun ekonomi (Kretzmann & McKnight, 1993).

ABCD sangat relevan diterapkan di Desa Padike, yang memiliki sejumlah aset lokal seperti keterampilan tradisional dalam mengolah singkong menjadi *kepeng* dan hasil laut menjadi *krupuk ikan*. Selain itu, terdapat jaringan sosial antarwarga, semangat gotong royong, dan potensi perempuan sebagai pelaku utama dalam usaha rumahan. Keseluruhan aset ini menjadi fondasi dalam merancang kegiatan pelatihan dan pendampingan yang berbasis pada kebutuhan serta realitas lokal.

Pelaksanaan pendekatan ABCD dalam program ini dilakukan melalui lima tahapan utama yang dikenal sebagai 5D:

1. *Discovery* (Penemuan Aset): Mengidentifikasi seluruh potensi, kekuatan, dan sumber daya yang dimiliki oleh masyarakat Desa Padike melalui observasi, wawancara, dan diskusi kelompok partisipatif.
2. *Dream* (Perumusan Harapan dan Visi): Masyarakat diajak merumuskan cita-cita kolektif terkait pengembangan usaha lokal, terutama dalam hal pengemasan, branding, dan pemasaran produk.
3. *Design* (Perencanaan Aksi): Bersama masyarakat, disusun rencana aksi yang mencakup pelatihan teknis, pembuatan label, strategi promosi digital, dan legalitas usaha.
4. *Define* (Penetapan Tujuan dan Indikator): Menetapkan tujuan kegiatan dan indikator keberhasilan yang disepakati bersama komunitas.
5. *Destiny* (Implementasi dan Keberlanjutan): Melaksanakan pelatihan, mendampingi praktik langsung, dan memfasilitasi terbentuknya kelompok usaha kecil untuk keberlanjutan program.

Untuk memastikan bahwa kegiatan berjalan secara terukur dan sesuai tujuan, berikut adalah indikator keberhasilan yang ditetapkan: Minimal 10 pelaku usaha mengikuti seluruh rangkaian pelatihan hingga selesai, Sebanyak 80% peserta mampu mendesain dan mengaplikasikan kemasan produk secara mandiri, Tercipta minimal 5 desain kemasan baru yang telah diuji pasar secara terbatas, Tersedianya akun promosi digital aktif (*Instagram/WhatsApp Business*) yang dikelola oleh pelaku usaha, Minimal 3 produk telah mulai dipasarkan di luar desa melalui event, toko oleh-oleh, atau daring.

Evaluasi kegiatan dilakukan secara formatif dan sumatif. Evaluasi formatif dilakukan selama proses pelatihan oleh tim pelaksana pengabdian melalui observasi langsung, diskusi reflektif bersama peserta, serta pengumpulan umpan balik spontan. Evaluasi sumatif dilakukan setelah kegiatan berakhir dengan melibatkan tim evaluator dari dosen pendamping. Data dikumpulkan melalui pengisian kuesioner oleh seluruh peserta, wawancara terstruktur dengan perwakilan pelaku usaha (ketua kelompok, peserta paling aktif, dan peserta dengan perubahan hasil kerja paling signifikan), serta analisis luaran berupa kualitas desain kemasan, penerapan strategi pemasaran digital, dan testimoni konsumen. Data kualitatif dianalisis menggunakan teknik analisis tematik,

sedangkan data kuantitatif dari kuesioner dianalisis secara deskriptif untuk melihat kecenderungan peningkatan keterampilan dan pemahaman peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Umum Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul *"Pemberdayaan Pelaku Usaha Kepeng dan Krupuk Ikan melalui Pelatihan Pengemasan dan Pemasaran Produk Olahan Lokal di Desa Padike, Talango, Sumenep"* berlangsung selama enam hari, yakni pada tanggal 14 hingga 19 April 2025. Kegiatan ini menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) yang berfokus pada penguatan aset lokal dan mendorong partisipasi aktif warga dalam proses pemberdayaan. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan di Balai Desa Padike, serta dilanjutkan dengan kunjungan dan praktik langsung di rumah-rumah produksi milik peserta.

Kegiatan dibuka secara resmi pada hari pertama oleh Kepala Desa Padike dan tim pelaksana. Hari pertama difokuskan pada orientasi kegiatan, pengenalan pendekatan ABCD, serta pemetaan potensi dan aset lokal yang dimiliki oleh peserta. Hari kedua diisi dengan kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) yang menggali mimpi dan harapan pelaku usaha terhadap pengembangan produk mereka. Hari ketiga hingga kelima difokuskan pada pelatihan teknis pengemasan dan pemasaran, sementara hari keenam ditutup dengan evaluasi, presentasi hasil karya peserta, dan penyusunan rencana keberlanjutan.

Sebanyak 15 peserta mengikuti kegiatan ini secara aktif. Sebagian besar merupakan perempuan kepala rumah tangga yang telah memproduksi *kepeng* dan *krupuk ikan* secara turun-temurun. Rentang usia peserta berkisar antara 28 hingga 55 tahun. Mayoritas hanya lulusan sekolah dasar dan menengah, namun memiliki pengalaman praktis di bidang produksi makanan ringan selama lebih dari lima tahun. Ini menunjukkan bahwa peserta memiliki pengetahuan empiris kuat, namun minim akses pada inovasi teknologi dan pasar modern.

Suasana pelaksanaan kegiatan berlangsung dengan hangat, partisipatif, dan inklusif. Para peserta sangat antusias, bahkan sebagian membawa serta produk mereka masing-masing untuk digunakan sebagai bahan praktik langsung. Interaksi antara peserta dan tim pelaksana berlangsung dalam nuansa dialogis. Pendekatan pembelajaran berbasis praktik dan penggunaan bahasa lokal menjadikan suasana pelatihan terasa akrab dan mudah dipahami, sejalan dengan prinsip pelatihan berbasis kebutuhan komunitas (Suharto, 2005).

Dukungan dari pemerintah desa sangat signifikan dalam kelancaran program. Pihak desa tidak hanya menyediakan fasilitas balai desa sebagai tempat pelatihan, tetapi juga membantu dalam mobilisasi peserta, konsumsi kegiatan, serta membantu menjembatani koordinasi antar warga. Dukungan ini mencerminkan adanya sinergi antara perangkat desa dan masyarakat dalam mewujudkan program pemberdayaan yang berkelanjutan.

Meskipun kegiatan berjalan lancar secara umum, terdapat beberapa hambatan awal yang sempat muncul. Di antaranya adalah keterbatasan pemahaman peserta terhadap penggunaan teknologi digital, keterbatasan alat bantu seperti printer label, serta keraguan awal peserta terhadap kemampuan mereka mendesain kemasan. Namun melalui pendekatan pelatihan langsung dan pendampingan sabar dari tim, hambatan ini dapat diatasi secara bertahap.

Hal menarik terjadi pada sesi praktik pengemasan hari keempat, ketika beberapa peserta menunjukkan kreativitas tinggi dalam mendesain label produk dengan alat tulis sederhana. Bahkan, salah satu peserta menyarankan nama merek produk kolektif yang kemudian disepakati bersama sebagai identitas kelompok usaha. Ini menunjukkan bahwa pelatihan bukan hanya mentransfer keterampilan, tetapi juga membangkitkan inisiatif dan imajinasi warga sebagai subjek pembangunan.

Kegiatan juga memunculkan ruang baru bagi interaksi sosial dan solidaritas antar pelaku usaha yang sebelumnya berjalan secara terpisah. Kini mereka mulai menyadari pentingnya bekerja dalam kelompok, saling berbagi pengalaman produksi, serta merancang strategi bersama untuk menjangkau pasar yang lebih

luas. Ini menjadi cikal bakal munculnya kelompok usaha bersama yang akan diperkuat melalui pendampingan lanjutan.

Keterlibatan peserta dalam proses dokumentasi kegiatan juga sangat aktif. Beberapa peserta bahkan mulai meminta diajarkan cara mengambil gambar produk dengan baik menggunakan ponsel mereka. Ini menunjukkan bahwa pelatihan memberi mereka motivasi untuk belajar lebih jauh, tidak hanya berhenti pada sesi yang difasilitasi. Antusiasme ini menjadi indikator penting bahwa masyarakat telah merasa memiliki terhadap program dan hasilnya.

Kegiatan pengabdian ini berhasil menciptakan ruang belajar yang bermakna, memberdayakan, dan membangun. Tidak hanya berdampak pada peningkatan keterampilan teknis peserta, tetapi juga memunculkan semangat baru dalam bekerja sama dan membangun masa depan usaha berbasis kekuatan lokal. Dengan dukungan desa dan tim pengabdian, program ini telah membuka jalan bagi transformasi sosial berbasis komunitas yang berkelanjutan.

2. Proses Pelaksanaan Berdasarkan Pendekatan ABCD (5D)

1. Discovery (Penemuan Aset)

Tahap awal dilakukan melalui observasi dan diskusi partisipatif untuk menggali potensi yang dimiliki masyarakat. Tim menemukan bahwa warga Desa Padike memiliki keterampilan tradisional mengolah singkong dan ikan menjadi produk *kepeng* dan *krupuk ikan*. Ditemukan pula aset sosial seperti kebiasaan gotong royong, keterlibatan perempuan, serta dukungan keluarga dalam kegiatan usaha rumah tangga. Masyarakat awalnya belum menyadari bahwa aktivitas rutin mereka merupakan aset ekonomi potensial. Melalui proses reflektif, warga mulai mengenali bahwa bahan baku lokal, resep turun-temurun, serta teknik produksi sederhana adalah bentuk modal yang layak dikembangkan. Kesadaran ini menjadi awal dari proses transformasi sosial yang lebih luas. Proses pemetaan aset juga mengungkap potensi fisik seperti ruang jemur yang luas, alat produksi sederhana, serta koneksi informal ke pembeli luar desa. Semua

informasi ini digunakan untuk menyusun desain pelatihan yang lebih tepat guna dan relevan.

2. Dream (Perumusan Harapan dan Visi Bersama)

   Dalam sesi FGD, warga diajak membayangkan kondisi ideal yang ingin dicapai. Pelaku usaha mengungkap harapan agar produk mereka bisa tampil lebih menarik, punya label merek sendiri, serta dipasarkan hingga luar desa. Diskusi dilakukan dalam suasana terbuka yang mendorong setiap peserta menyuarakan ide dan aspirasinya. Proses ini memunculkan harapan baru yang realistis, seperti membuat katalog sederhana, belajar mengelola media sosial, dan memperbaiki tampilan produk agar bisa bersaing. Beberapa peserta bahkan menyampaikan mimpi agar produk mereka bisa masuk pasar oleh-oleh atau dipasarkan melalui platform daring. Hasil dari tahap ini dijadikan dasar menyusun rencana aksi kolektif. Harapan yang disusun bersama menumbuhkan rasa kepemilikan terhadap program, dan memperkuat semangat kolaborasi untuk mencapai tujuan bersama.

3. Design (Perencanaan Aksi Partisipatif)

   Bersama warga, tim pengabdian menyusun rencana pelatihan yang aplikatif dan berbasis realitas. Warga terlibat dalam menentukan materi, jadwal, dan pendekatan pelatihan. Pelatihan dirancang dalam bentuk praktik langsung, penggunaan bahasa lokal, dan simulasi promosi yang sederhana namun berdampak nyata. Materi pelatihan meliputi desain kemasan, pembuatan label manual, dan strategi pemasaran melalui WhatsApp dan Instagram. Warga membawa produk mereka sendiri untuk langsung diuji coba dalam kegiatan pelatihan. Keterlibatan penuh warga menjadikan pelatihan terasa relevan dan kontekstual. Perencanaan yang fleksibel memungkinkan warga berpartisipasi tanpa meninggalkan kegiatan rumah tangga atau produksi. Tahap ini membuktikan efektivitas pendekatan bottom-up dalam konteks desa.

4. Define (Penetapan Tujuan dan Indikator Sukses)

   Warga dan tim menyepakati tujuan konkret yang hendak dicapai, seperti: peserta mampu membuat kemasan menarik, memahami promosi digital, dan menjangkau pasar baru. Indikator keberhasilan juga disepakati bersama, seperti

jumlah produk dengan label, akun media sosial aktif, dan volume penjualan meningkat. Tujuan disusun tidak hanya untuk memenuhi target proyek, tetapi juga agar warga memiliki alat ukur dalam mengevaluasi diri. Misalnya, indikator bahwa peserta mampu menjelaskan kembali strategi promosi secara lisan, atau menunjukkan hasil penjualannya melalui WhatsApp Business. Budaya refleksi juga mulai tumbuh ketika warga menilai apakah tujuan mereka telah tercapai. Tahap ini membentuk sikap tanggung jawab kolektif yang menjadi modal sosial baru dalam pengembangan usaha bersama.

5. Destiny (Implementasi dan Keberlanjutan)

Rencana aksi diwujudkan melalui pelatihan dan praktik langsung. Semua peserta berhasil membuat kemasan dan label dasar. Produk mereka mulai dipasarkan melalui media sosial, dan beberapa menerima pesanan dari luar desa. Aktivitas ini menunjukkan bahwa perubahan bisa dimulai dari aset yang sudah dimiliki. Warga menunjukkan inisiatif untuk membentuk kelompok usaha bersama guna mendukung keberlanjutan kegiatan. Komunikasi melalui grup WhatsApp difungsikan sebagai ruang berbagi, koordinasi produksi, dan promosi. Beberapa peserta bahkan mulai menjalin kerja sama informal dalam pengiriman produk. Tahap ini menunjukkan bahwa pendekatan ABCD tidak hanya menghasilkan kegiatan sesaat, tetapi membentuk struktur sosial baru yang mendukung keberlanjutan dan kemandirian usaha masyarakat.

3. Hasil Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

1. Kondisi Objektif Pelaku Usaha Kepeng dan Krupuk Ikan di Desa Padike

Hasil identifikasi lapangan menunjukkan bahwa pelaku usaha olahan pangan di Desa Padike sebagian besar merupakan perempuan usia produktif hingga lanjut usia yang menjalankan usaha rumah tangga berbasis tradisi lokal. Produk utama yang dihasilkan adalah *kepeng*—kerupuk berbahan dasar singkong yang dihaluskan, dicetak, dijemur, lalu digoreng—dan *krupuk ikan* yang dibuat dari campuran ikan lokal dan tepung. Usaha ini telah berlangsung puluhan tahun, namun masih berlangsung dalam skala kecil dan tidak

terorganisasi secara formal. Proses produksi dilakukan secara manual dengan peralatan sederhana yang hanya mampu memenuhi permintaan lokal.

Dalam aspek pengemasan, hampir seluruh pelaku usaha hanya menggunakan plastik bening tanpa merek, label, atau informasi gizi. Hal ini tidak hanya membuat produk kurang menarik di mata konsumen luar, tetapi juga menurunkan daya jual karena dianggap tidak memenuhi standar kebersihan dan estetika. Pengetahuan warga tentang pentingnya desain kemasan dan informasi produk sangat terbatas. Mereka belum memahami bahwa kemasan dapat menjadi alat komunikasi sekaligus pembeda nilai produk di pasar.

Dari sisi pemasaran, pelaku usaha masih sangat bergantung pada pasar lokal dan konsumen tetap. Produk dijual melalui jaringan informal seperti tetangga, pedagang keliling, atau titipan di warung kecil. Tidak ada upaya promosi terencana maupun pencatatan usaha. Akses terhadap teknologi digital dan media sosial sangat minim, sebagian karena keterbatasan literasi digital dan sebagian karena belum adanya pemahaman akan potensi pasar yang lebih luas.

Selain keterbatasan produksi dan pemasaran, hambatan lain adalah tidak adanya legalitas produk. Tidak satu pun dari pelaku usaha memiliki sertifikat PIRT, label halal, maupun izin edar lainnya. Hal ini menjadi penghalang besar bagi produk untuk bisa masuk ke toko oleh-oleh, koperasi desa, atau menjangkau pasar daring. Minimnya akses informasi dan pendampingan dari pihak luar membuat proses legalisasi usaha tidak pernah diupayakan sebelumnya.

Kondisi tersebut menggambarkan bahwa pelaku usaha di Desa Padike masih berada pada fase usaha subsisten yang belum berkembang ke arah usaha mikro produktif. Dengan demikian, intervensi yang terarah dalam bentuk pelatihan, pendampingan, dan penguatan kelembagaan sangat diperlukan untuk meningkatkan kapasitas produksi, nilai tambah produk, serta daya saing pasar. Potensi produk lokal yang tinggi akan sulit berkembang tanpa peningkatan keterampilan dan dukungan berkelanjutan.

2. Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan

Pelaksanaan pelatihan dimulai dengan pendekatan partisipatif yang mengacu pada hasil pemetaan aset (discovery) dan harapan warga (dream) terhadap pengembangan usahanya. Tim pengabdian merancang pelatihan dengan menyesuaikan kebutuhan nyata warga: pengemasan sederhana, pembuatan label produk, dan teknik promosi melalui media sosial. Materi disampaikan dalam bentuk praktik langsung agar mudah dipahami, mengingat mayoritas peserta tidak memiliki latar belakang pendidikan formal yang tinggi.

Pelatihan pengemasan dilakukan dalam sesi kecil yang membimbing peserta mengenali fungsi kemasan, jenis plastik yang cocok, dan cara membuat desain label yang informatif namun tetap sederhana. Peserta diberi kesempatan membuat label sendiri menggunakan alat tulis dan dibantu mencetaknya. Latihan ini tidak hanya melatih keterampilan teknis, tetapi juga membangun rasa kepemilikan terhadap produk mereka.

Dalam sesi pelatihan pemasaran, peserta diperkenalkan pada cara menggunakan WhatsApp Business dan Instagram. Mereka diajarkan mengambil foto produk, menulis deskripsi singkat, dan menyebarkannya melalui status dan grup konsumen. Antusiasme tinggi terlihat saat peserta mempraktikkan teknik ini menggunakan ponsel masing-masing. Beberapa peserta yang belum memiliki ponsel dibantu oleh anggota keluarga mereka untuk mengakses media digital.

Pendampingan juga dilakukan di luar sesi pelatihan melalui komunikasi dalam grup WhatsApp yang dibentuk. Di sana peserta saling berbagi progres, menanyakan kendala teknis, dan saling memotivasi. Tim pengabdian secara aktif memberi arahan dan contoh sederhana yang mudah ditiru, seperti template promosi atau contoh katalog digital buatan tangan.

Keterlibatan peserta terlihat dalam bentuk peningkatan produktivitas dan kemauan untuk mencoba hal baru. Peserta yang awalnya tidak percaya diri kini mulai merencanakan langkah lanjutan seperti menyiapkan kartu nama sederhana, menjalin relasi dengan toko oleh-oleh, atau ikut bazar desa. Hal ini menandakan bahwa pelatihan tidak hanya berhasil secara teknis, tetapi juga membangun kapasitas psikososial masyarakat sebagai pelaku usaha mandiri.

3. Dampak Pelatihan terhadap Pemberdayaan Pelaku Usaha

Pelatihan yang diberikan memberikan dampak positif pada pelaku usaha di dua level utama: keterampilan teknis dan pemberdayaan sosial. Secara teknis, peserta kini mampu membuat kemasan yang lebih rapi, menarik, dan informatif. Kemasan yang sebelumnya polos kini dilengkapi label merek, komposisi bahan, dan kontak pelaku usaha. Hal ini membuat produk lebih layak jual dan menarik minat konsumen baru, terutama dari luar desa.

Dalam hal pemasaran, sekitar dua pertiga peserta telah mulai mempromosikan produknya melalui WhatsApp dan Instagram. Beberapa produk mulai menerima pesanan dari luar kecamatan, terutama dari kerabat dan jejaring sosial warga. Perubahan ini terjadi karena peserta merasa lebih percaya diri memasarkan produknya secara aktif, sesuatu yang sebelumnya tidak pernah mereka lakukan.

Dalam hal pemasaran, sekitar dua pertiga peserta telah mulai mempromosikan produknya melalui WhatsApp dan Instagram. Berdasarkan rekap kuesioner dan wawancara, terjadi peningkatan pesanan sebesar ±35–50% pada minggu pertama setelah pelatihan, terutama pada produk yang telah menggunakan desain kemasan baru. Beberapa peserta juga melaporkan adanya pesanan dari luar Kecamatan Talango, termasuk dari Kecamatan Kalianget dan Kota Sumenep, yang umumnya berasal dari kerabat maupun jejaring sosial warga. Peningkatan ini terjadi karena peserta merasa lebih percaya diri untuk memasarkan produknya secara aktif, sesuatu yang sebelumnya belum pernah lakukan.

Dampak sosial juga sangat terasa. Pelatihan membentuk jaringan sosial baru antarpelaku usaha yang sebelumnya bekerja sendiri-sendiri. Sekarang mereka saling berbagi bahan baku, berbagi ide kemasan, dan mendiskusikan strategi harga. Proses ini mendorong tumbuhnya solidaritas dan semangat kolektif yang menjadi dasar penting bagi pembentukan kelompok usaha bersama.

Selain itu, pelatihan memberikan dampak psikologis berupa peningkatan kepercayaan diri. Warga yang sebelumnya hanya mengandalkan suami dalam hal ekonomi, kini merasa lebih mandiri dan mampu mengelola usaha sendiri.

Beberapa peserta bahkan menyatakan ingin mendaftarkan usaha mereka untuk mendapat PIRT dan label halal ke depannya.

Secara keseluruhan, pelatihan ini membentuk perubahan paradigma: dari usaha bertahan hidup menjadi usaha produktif berbasis identitas lokal. Pendekatan ABCD terbukti mampu mengaktivasi kekuatan internal komunitas untuk menjadi sumber pertumbuhan ekonomi desa. Keberhasilan ini menjadi landasan penting bagi replikasi model serupa di wilayah lain dengan potensi dan keterbatasan yang sama. Refleksi Pelaksanaan Kegiatan

Secara umum, kegiatan pengabdian telah mencapai tujuan yang ditetapkan dan memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kapasitas usaha masyarakat. Seluruh tahapan pendekatan ABCD berjalan efektif dan sesuai konteks lokal. Pendekatan ini terbukti mampu memicu partisipasi warga secara aktif dan membangun inisiatif kolektif.

Beberapa tantangan muncul dalam hal literasi digital dan keterbatasan alat produksi. Namun hambatan tersebut mampu diatasi melalui metode sederhana dan penggunaan alat yang tersedia di lingkungan masyarakat. Fleksibilitas pendekatan menjadi kunci keberhasilan kegiatan ini.

Ke depan, kegiatan ini memiliki potensi besar untuk direplikasi di desa-desa lain yang memiliki potensi serupa. Pendekatan ABCD terbukti mendorong masyarakat menjadi subjek pembangunan, bukan objek penerima bantuan semata. Hal ini menunjukkan bahwa pemberdayaan sejati dimulai dari pengakuan dan penguatan potensi lokal.

Tabel Rekap Hasil Kegiatan dan Dampaknya

Aspek	Kondisi Awal	Kegiatan/ Intervensi	Hasil yang Dicapai	Dampak Pemberdayaan
Produksi	Manual, tidak distandardisasi, tergantung cuaca dan permintaan lokal	Penguatan kesadaran aset produksi lokal, observasi dan diskusi lapangan	Peningkatan kesadaran efisiensi dan potensi produk lokal	Warga mulai merencanakan waktu produksi dan kualitas secara kolektif
Pengemasan Produk	Plastik polos tanpa label, tidak informatif dan	Pelatihan pengemasan, desain label, praktik	Semua peserta membuat label sederhana dan	Produk memiliki identitas dan lebih layak jual

Aspek	Kondisi Awal	Kegiatan/ Intervensi	Hasil yang Dicapai	Dampak Pemberdayaan
	kurang menarik	langsung membuat kemasan	mengemas ulang produknya	
Pemasaran	Pasif, hanya mengandalkan pasar lokal dan relasi pribadi	Pelatihan media sosial (WA Business, Instagram), penyusunan katalog sederhana	10 dari 15 peserta mulai promosi digital, ada penjualan ke luar desa	Peserta lebih percaya diri dan mandiri memasarkan produknya
Legalitas Usaha	Tidak ada PIRT, label halal, atau izin edar	Penyuluhan dasar legalitas usaha, informasi prosedur pengurusan izin	Peserta memahami pentingnya izin usaha, mulai mempersiapkan dokumen	Tumbuh niat kolektif untuk pengajuan PIRT dan legalisasi bersama
Kelembagaan /Jejaring Usaha	Usaha berjalan sendiri-sendiri, tidak saling terhubung	Diskusi kelompok, fasilitasi pembentukan kelompok usaha	Muncul inisiatif membentuk kelompok produsen bersama	Terbentuk jaringan usaha informal dan kesadaran kerja sama
Motivasi dan Kemandirian	Rendah kepercayaan diri, tidak yakin mampu bersaing di pasar luar	Pendekatan ABCD, pemetaan aset, FGD mimpi dan rencana usaha	Peserta aktif dalam diskusi, refleksi, dan praktik langsung	Tumbuhnya rasa percaya diri dan semangat usaha jangka panjang
Penggunaan Teknologi	Minim literasi digital, beberapa tidak memiliki akses perangkat pribadi	Pelatihan penggunaan HP untuk promosi, bantuan teknis dari keluarga muda	Sebagian peserta mulai memanfaatkan ponsel untuk pemasaran	Terjadi transfer pengetahuan antar generasi dalam keluarga

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Padike, Talango, Sumenep menunjukkan bahwa pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) mampu menjadi strategi pemberdayaan yang efektif dan sesuai dengan konteks lokal. Dengan menggali dan mengoptimalkan aset yang telah dimiliki masyarakat mulai dari keterampilan pelaku usaha, ketersediaan bahan baku lokal, hingga kekuatan jaringan sosial program ini berhasil mendorong perubahan yang nyata pada kapasitas teknis maupun pola pikir warga dalam mengembangkan usaha secara mandiri.

Pelatihan pengemasan dan pemasaran memberikan dampak langsung terhadap peningkatan mutu produk olahan kepeng dan krupuk ikan. Sebagai akibat dari pelatihan,

peserta mampu menghasilkan desain kemasan yang lebih layak jual, menyusun label produk yang informatif, dan memanfaatkan media sosial sebagai saluran promosi. Perbaikan kualitas produk ini kemudian berkontribusi pada meningkatnya jangkauan pemasaran, ditandai dengan mulai dikenalnya produk hingga luar desa. Hal ini membuktikan bahwa peningkatan kapasitas yang diberikan melalui pelatihan berpengaruh langsung terhadap daya saing produk lokal.

Selain peningkatan teknis, program ini juga memicu perubahan sosial di kalangan pelaku usaha. Interaksi selama pelatihan mendorong terciptanya inisiatif untuk membentuk kelompok usaha bersama, berbagi bahan baku, serta merumuskan strategi pemasaran kolektif. Inisiatif tersebut merupakan akibat dari proses pembelajaran yang partisipatif, yang membuka ruang dialog dan memperkuat rasa percaya diri serta solidaritas antar pelaku usaha. Transformasi ini menjadi fondasi penting bagi penguatan kelembagaan lokal yang lebih mandiri.

Berdasarkan hasil tersebut, direkomendasikan agar program dilanjutkan dalam bentuk pendampingan yang lebih intensif, khususnya terkait legalitas usaha (PIRT dan label halal), manajemen produksi, serta akses pemasaran yang lebih luas seperti toko oleh-oleh dan platform e-commerce. Pelatihan teknologi digital secara berkelanjutan juga diperlukan untuk memperkuat kemampuan promosi dan distribusi mandiri.

Akhirnya, kegiatan ini dapat menjadi model pemberdayaan berbasis potensi lokal yang layak direplikasi di desa lain dengan kondisi serupa. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan pemberdayaan masyarakat tidak hanya ditentukan oleh besarnya intervensi, tetapi oleh kemampuan program dalam menumbuhkan kemandirian, keberlanjutan, dan kepercayaan diri komunitas untuk mengelola perubahan sendiri..

DAFTAR PUSTAKA

Ife, J., & Tesoriero, F. (2006). *Community development: Community-based alternatives in an age of globalization* (3rd ed.). Pearson Education Australia.

Israel, B. A., Schulz, A. J., Parker, E. A., & Becker, A. B. (1998). Review of community-based research: Assessing partnership approaches to improve public health. *Annual Review of Public Health*, 19, 173–202.

Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kretzmann, J. P., & McKnight, J. L. (1993). *Building communities from the inside out: A path toward finding and mobilizing a community's assets*. ACTA Publications.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Marini, M., Sudrajat, D., & Yulianti, R. (2020). Pelatihan Pengemasan dan Pelabelan Produk Pangan Olahan Bagi UMKM di Kabupaten Indramayu. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 4(1), 12–18.

Rahmawati, L. (2020). *Pelatihan Inovasi Produk dan Pengemasan sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM*. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat, 3(2), 45–56.

Sari, R. A. (2019). Pengaruh Desain Kemasan terhadap Minat Beli Konsumen Produk UMKM. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 55–64.

Setyawan, H., Nugroho, D., & Mulyati, S. (2021). *Pendampingan Legalitas Produk Olahan Makanan untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM*. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 4(1), 21–28.

Sudaryanto, T., & Wulandari, R. (2020). *Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Pelatihan dan Pendampingan Berbasis Potensi Lokal*. Jurnal Abdimas Nusantara, 2(3), 88–95.

Suharto, E. (2005). *Pembangunan, memberdayakan masyarakat, dan jaring pengaman sosial*. Bandung: Refika Aditama.

Sumodiningrat, G. (2000). *Membangun masyarakat memberdayakan rakyat: Kajian strategis pembangunan ekonomi kerakyatan*. Jakarta: Pustaka Pelajar.

Widiastuti, D. (2021). Implementasi Pendekatan ABCD dalam Pemberdayaan Ekonomi Warga Desa. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan*, 5(2), 112–124.

Yusri, M., & Pratiwi, N. (2021). Pemberdayaan UMKM Perempuan Pesisir Melalui Pelatihan Pemasaran Digital. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (JPKM)*, 7(1), 67–74.