

## PENGUATAN UMKM BERBASIS KUE BASAH UNTUK PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT KAMPUNG BALEKAMBANG SUKARINGIN BEKASI

Miftahussa'adah Wardi<sup>1\*</sup>, Nopita Sri Mulyani<sup>2</sup>, Sheila Azmi Alifa<sup>3</sup>, Farah Nur Latifah<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Institut Attaqwa KH. Noer Alie Bekasi

<sup>1\*</sup> [miftahussaadah@attaqwa.ac.id](mailto:miftahussaadah@attaqwa.ac.id)

---

### **Article History:**

Received: 28-11-2024

Revised: 30-11-2024

Accepted: 14-12-2024

**Keywords:** *Strengthening, UMKM, Traditional Snacks, Community Empowerment.*

### **Abstract:**

*This community service activity aims to improve the welfare of the residents of Kampung Balekambang, Sukaringin Village, Bekasi Regency, through the empowerment of Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) specializing in traditional snacks (kue basah). The program includes training in innovative kue basah production, mentoring in business management, and developing branding and marketing strategies for the products. Participatory communication processes were conducted using local media, such as WhatsApp groups and regular meetings, to ensure active community involvement. The results show increased production capacity, improved product quality, and a 30% rise in community income. Additionally, the marketing reach of the products expanded to regional levels. This activity demonstrates that strengthening UMKM specializing in kue basah positively impacts not only economic aspects but also social cohesion within the community.*

---

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM di Indonesia saat ini cukup pesat. Terlebih lagi di bidang teknologi juga ikut mengalami perkembangan, sehingga tantangan yang dilalui oleh masyarakat juga semakin meningkat (Nurjaman, 2022). UMKM dapat dikatakan sudah menjadi penopang terbesar dalam pemulihan ekonomi masyarakat Indonesia. Artinya, UMKM yang ada di Indonesia saat ini mampu menjadi penyelamat buat Indonesia menghadapi ancaman resesi nanti. Bukan menjadi rahasia lagi jika sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam memajukan perekonomian negara. UMKM telah menjadi tulang punggung perekonomian negara karena telah memberikan kontribusi PDB atau Produk Domestik Bruto dan juga menambah lapangan kerja untuk masyarakat (Alfrian & Pitaloka, 2020). Menurut ASEAN Investment Report yang dirilis September 2022, Indonesia memiliki usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terbanyak di kawasan ASEAN. Laporan tersebut mencatat jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2021 mencapai sekitar 65,46 juta unit. Pada 2021 UMKM Indonesia tercatat mampu menyerap 97% tenaga kerja, menyumbang 60,3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), serta berkontribusi 14,4% terhadap ekspor nasional (ASEAN & Report, 2022).

Di Kampung Bale Kambang Desa Sukaringin ada beberapa masyarakat yang berprofesi sebagai pelaku UMKM. Dimana salah satunya usaha kue basah milik Ibu Kayla. Usaha ini bahkan sudah memiliki reseller yang terus bertambah hingga hampir mencapai 30 orang. Pendapatan setiap harinya pun cukup menguntungkan. Dengan adanya UMKM ini, banyak membantu masyarakat sekitar Kampung Balekambang dari segi finansial (Azzahra & Wibawa, 2021).

Masyarakat yang awalnya lebih memilih jalan pintas dengan meminjam uang di bank keliling, mulai ada yang mengikuti jejak Ibu Kayla dalam mengembangkan UMKM Bersama (Mardanugraha & Akhmad, 2023). Peran UMKM dalam bentuk usaha kue basah yang telah dikembangkan Ibu Kayla menjadi pemantik sekaligus harapan bagi sebagian warga (Ariestantya, Sari, Putriana, & Soegiarto, 2024). UMKM ini telah membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat yang terlilit hutang di Kampung Bale Kambang.

Selain itu, dengan mengembangkan UMKM ini, Ibu Kayla juga mampu meminjamkan penghasilannya kepada mereka yang membutuhkan sehingga orang yang terlilit hutang dapat mencicil angsuran pinjaman. Dalam mengembangkan UMKM ini dan mengenalkannya kepada masyarakat, tentu memerlukan strategi komunikasi organisasi. Dimana didalamnya terdapat penyusunan program dan proses komunikasi kepada masyarakat tentang bagaimana riset, perencanaan, aksi, komunikasi hingga kriteria dan alat ukur evaluasi yang diperlukan dalam proses susunan program meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat (Harahap & Tambunan, 2022). Fokus pengabdian yang dilakukan tim adalah memberikan penyuluhan terkait strategi komunikasi organisasi kepada kelompok UMKM di Kampung Balekambang agar mereka mampu menata diri dan bisa bersaing dalam skala yang lebih luas.

## **METODE**

Pengabdian ini menggunakan metode Asset-Based Community Development (ABCD) yang berfokus pada pemanfaatan potensi dan aset lokal untuk mendorong pengembangan UMKM berbasis kue basah di Kampung Balekambang, Desa Sukaringin, Kabupaten Bekasi. Dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi kue basah, memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan pendapatan pelaku UMKM, dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan produk lokal. Pendekatan ABCD dilakukan melalui beberapa tahapan berikut (Ali, Mufidah, & Parwanti, 2022):

1. Identifikasi Aset Komunitas: mengidentifikasi aset yang dimiliki oleh komunitas, seperti keterampilan individu, fasilitas fisik, organisasi lokal, atau potensi alam. Proses ini melibatkan pengumpulan informasi melalui observasi, wawancara, atau diskusi kelompok untuk memetakan sumber daya yang dapat dimanfaatkan.
2. Keterlibatan Komunitas: komunitas dilibatkan secara aktif dalam proses perencanaan. Pendekatan ini menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama, bukan hanya sebagai penerima manfaat, untuk memastikan rasa kepemilikan dan tanggung jawab terhadap program.
3. Pemanfaatan Aset untuk Pengembangan UMKM: aset yang telah diidentifikasi digunakan untuk mendukung pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Contohnya, keterampilan individu dalam produksi atau potensi lokal seperti bahan baku dapat dimaksimalkan untuk menciptakan produk bernilai ekonomi tinggi.
4. Implementasi Program dan Monitoring: program pengembangan yang dirancang berdasarkan aset lokal mulai diterapkan. Tahap ini juga disertai dengan proses pemantauan (monitoring) untuk memastikan pelaksanaan berjalan sesuai rencana, mengidentifikasi hambatan, dan memberikan solusi tepat waktu.
5. Evaluasi Dampak Program: evaluasi untuk mengukur keberhasilan program dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, seperti peningkatan pendapatan, kapasitas produksi, atau kesejahteraan masyarakat. Evaluasi ini penting untuk menilai efektivitas program dan menyusun rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut.

## **HASIL & PEMBAHASAN**

Pelaksanaan pengabdian ini berdasarkan teori perencanaan strategi komunikasi milik Laurie J. Wilson & Joseph D. Ogden mengulas tentang *The Strategic Communications Planning* (Ummah et al., 2021) dibagi kedalam empat tahapan yaitu, Penelitian (*Research*), Rencana Aksi (*Action Plan*), Komunikasi (*Communication*), dan Evaluasi (*Evaluation*) dengan hasil analisis

sebagai berikut:

1. Penelitian (*Research*). Pada tahap ini, dilakukan pemetaan aset dengan riset mendalam untuk mengidentifikasi aset-aset yang dimiliki oleh komunitas. Peneliti mengumpulkan informasi yang relevan untuk memahami situasi dan masalah yang ada (Atmadi & Widati, 2013). Melalui wawancara, observasi, dan fokus grup diskusi, terkumpul data tentang aset manusia, sosial, fisik, dan keuangan yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan UMKM, sebagai berikut:
  - a. Aset Manusia: Keterampilan membuat kue, jaringan pemasaran yang sudah ada, semangat kewirausahaan.
  - b. Aset Sosial: Ibu-ibu PKK Kampung Balekambang
  - c. Aset Fisik: Dapur rumah tangga, peralatan memasak, lokasi strategis untuk berjualan.
  - d. Aset Keuangan: Modal awal dari anggota UMKM, dukungan finansial dari keluarga.



**Gambar FGD bersama ibu-ibu reseller**

2. Rencana Aksi (*Action Planning*). Pada tahap ini dilakukan pelatihan kapasitas, pengembangan produk, pemasaran dan promosi dengan merancang berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Rahayu, 2020), seperti: demonstrasi pembuatan kue basah, pelatihan pengemasan kue basah, pemasaran di tempat strategis dan sosial media, serta pelaksanaan FGD untuk evaluasi. Kegiatan-kegiatan ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM, memperluas jaringan, dan meningkatkan daya saing produk.



**Gambar Pelatihan Pembuatan Kue Basah**

3. Komunikasi (*Communication*). Pada tahap ini dilakukan kegiatan pemasaran dan promosi yang berusaha untuk menyampaikan informasi tentang produk UMKM kepada konsumen yang lebih luas. Selain itu, komunikasi juga dilakukan untuk membangun hubungan yang baik dengan berbagai pihak terkait, seperti pemerintah, pelaku usaha lain, dan masyarakat.



**Gambar kegiatan pemasaran dan promosi kue basah**

4. Evaluasi (*Evaluation*). Ini dilakukan untuk menilai sejauh mana tujuan program telah tercapai. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa program ini berhasil meningkatkan pendapatan masyarakat hingga 30% dan memperluas jangkauan pemasaran produk hingga ke wilayah regional. Pada tahap evaluasi dilakukan pengukuran efektivitas program, dengan menggunakan indikator keberhasilan, yakni:
- Peningkatan pendapatan rata-rata pelaku UMKM.
  - Peningkatan jumlah produk yang dihasilkan.
  - Perluasan jaringan pemasaran.
  - Peningkatan kesadaran masyarakat akan produk lokal.
  - Berdirinya koperasi UMKM.
  - Adanya produk baru yang inovatif



**Gambar evaluasi produk bersama Ibu Kayla, pendiri UMKM Kue Basah**

Pengabdian yang dilakukan tim menghasilkan sebuah data bahwasannya strategi komunikasi organisasi sangat diperlukan dalam mengembangkan UMKM khususnya dalam mempermudah meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat Kampung Balekambang. Sebab pada penguatan dan strategi yang tepat dapat mendorong aktivitas UMKM berjalan.



dengan baik. Sementara itu, berdasarkan informasi yang diterima dari pemilik UMKM, bahwa awal mulanya usaha kue basah tersebut dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi pribadi saja. Namun seiring berjalannya waktu, dengan melihat kondisi finansial warga setempat yang masih membutuhkan lapangan pekerjaan, maka pemilik UMKM pun mengajak para warga untuk menjadi reseller. Hingga saat ini, usaha yang dikelola telah berhasil membantu banyak masyarakat sekitar Kampung Balekambang. Misalnya saja sudah ada yang berhasil mencicil pembelian motor, membiayai pendidikan anak, renovasi rumah, mencicil angsuran bank, memenuhi kebutuhan makan sehari-hari, dan sebagainya.

## **PENUTUP**

Pengabdian ini fokus pada penguatan UMKM berbasis kue basah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kampung Balekambang, Desa Sukaringin, Kabupaten Bekasi. Proses penguatan UMKM melibatkan pelatihan intensif, pendampingan pemasaran, dan pengembangan strategi branding produk, yang memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas produk, jaringan pemasaran, serta pendapatan masyarakat. Selain itu, program ini juga berhasil menciptakan kolaborasi yang erat antara masyarakat, pemerintah desa, dan pihak-pihak terkait lainnya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penguatan UMKM berbasis kue basah tidak hanya mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, tetapi juga memperkuat hubungan sosial di antara anggota komunitas. Peningkatan kapasitas individu, keterampilan kelompok, dan akses ke pasar yang lebih luas menjadi indikator keberhasilan utama program ini.

Beberapa rekomendasi untuk keberlanjutan dan pengembangan lebih lanjut dari program penguatan UMKM berbasis kue basah di Kampung Balekambang: (1) Pemerintah desa bersama masyarakat perlu terus mengelola dan mengoptimalkan aset-aset lokal yang telah diidentifikasi, seperti keterampilan produksi dan bahan baku lokal, untuk mempertahankan kualitas produk kue basah. Pemanfaatan teknologi sederhana dan ramah lingkungan dapat diperluas untuk meningkatkan efisiensi produksi dan daya saing produk. (2) Pelatihan dan pendampingan berkelanjutan perlu dilakukan, khususnya dalam bidang inovasi produk, manajemen usaha, dan pemasaran digital. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas individu dan kelompok usaha agar dapat bersaing di pasar yang lebih luas. Mengembangkan modul pelatihan berbasis lokal yang dapat digunakan secara mandiri oleh masyarakat untuk memperluas keterampilan mereka. (3) Diperlukan upaya untuk membangun jejaring yang lebih luas dengan pelaku usaha, lembaga keuangan, dan pemerintah daerah untuk memperkuat ekosistem UMKM. Kerjasama dengan platform e-commerce dan pasar online dapat menjadi langkah strategis untuk memperluas akses pemasaran produk kue basah ke tingkat regional maupun nasional. (4) Pemerintah desa perlu memberikan dukungan yang lebih sistematis melalui kebijakan atau program yang berpihak pada pengembangan UMKM. Dukungan ini bisa berupa fasilitasi akses permodalan, pelatihan, atau subsidi alat produksi. Perguruan tinggi dan lembaga penelitian diharapkan dapat terus memberikan kontribusi melalui penelitian-penelitian aplikatif yang mendukung inovasi dan pengembangan UMKM. (5) Kampanye promosi produk lokal perlu digalakkan untuk meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap kue basah sebagai salah satu aset budaya dan ekonomi desa. Festival atau bazar UMKM berbasis kue basah dapat diadakan secara berkala untuk memperkenalkan produk lokal kepada khalayak yang lebih luas.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, antara lain:

1. Bapak Sekam Asma Wijaya selaku Kepala Desa Kampung Balekambang, Sukawangi, Bekasi atas dukungan penuh dan arahan selama pelaksanaan program penguatan UMKM berbasis kue basah.

2. Jajaran Pemerintah Desa Kampung Balekambang, khususnya Sekretaris Desa, Ketua BPD, dan perangkat desa lainnya, yang telah memberikan fasilitas dan dukungan administratif sehingga kegiatan ini berjalan lancar.
3. Ibu Kayla, selaku pemilik UMKM kue basah yang telah mengizinkan kami melakukan penelitian dan membantu terlaksananya berbagai program dalam Rencana Aksi yang kami buat.
4. Ibu-ibu PKK Kampung Balekambang, yang dipimpin oleh Ibu Iin atas peran aktif dalam memfasilitasi kegiatan pelatihan dan mendukung pemberdayaan kelompok UMKM.
5. Masyarakat Kampung Balekambang, yang secara antusias berpartisipasi dalam setiap tahapan program, mulai dari pelatihan, diskusi kelompok, hingga pelaksanaan rencana aksi.
6. Institut Attaqwa KH. Noer Alie Bekasi yang memberikan bantuan berupa pendanaan, fasilitas, dan dukungan teknis, sehingga program ini dapat berjalan sesuai harapan.

Semoga kolaborasi dan dukungan dari semua pihak ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat Kampung Balekambang dan menjadi inspirasi untuk program pemberdayaan serupa di masa depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020). Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemik covid 19 di Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)* (Vol. 6, pp. 139–146).
- Ali, M., Mufidah, W., & Parwanti, A. (2022). METODE ASSET BASED COMMUNITY DEVELOPMENT: Teori dan Aplikasinya. *Insight Mediatama*.
- Ariestantya, P. Y., Sari, W. P., Putriana, M., & Soegiarto, A. (2024). Strategi Komunikasi Humas Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan Dalam Menyosialisasikan Cara Pencegahan Wabah Penyakit Mulut dan Kuku Pada Hewan Berkuku Belah. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(4), 629–638.
- ASEAN, & Report, I. (2022). ASEAN Investment Report, (October).
- Atmadi, G., & Widati, S. R. W. (2013). Strategi pemilihan media komunikasi LPPOM MUI dalam sosialisasi & promosi produk halal di Indonesia. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial*, 2(2), 87–97.
- Azzahra, B., & Wibawa, I. G. A. R. P. (2021). Strategi optimalisasi standar kinerja UMKM sebagai katalis perekonomian indonesia dalam menghadapi middle income trap 2045. *Inspire Journal: Economics and Development Analysis*, 1(1), 75–86.
- Harahap, N. A., & Tambunan, K. (2022). UMKM dan Pembangunan. *Cemerlang: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(2), 228–235.
- Mardanugraha, E., & Akhmad, J. (2023). Ketahanan UMKM di Indonesia menghadapi Resesi Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 30(2), 101–114.
- Nurjaman, K. (2022). Pemberdayaan E-Commerce di Kalangan Pelaku UMKM di Indonesia. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 3(1), 34–40.
- Rahayu, R. P. C. (2020). Strategi Komunikasi Pemuda Organisasi Kerjasama Islam Indonesia Dalam Meningkatkan Kualitas Pemuda Muslim Melalui Program Kepemimpinan. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ....
- Ummah, A. H., Djuanda, G., Ahmad, D., Afriza, E. S. D., Athalarik, F. M., Moekahar, F., ... Dewi, N. P. S. (2021). Komunikasi Korporat Teori Dan Praktis.