

Penguatan Potensi Lokal Untuk Pengembangan Umkm Kerupuk Pareredan Melalui Pendekatan ABCD (Asset Based Community Development) Di Desa Silebu Kuningan Jawa Barat

Saehu Abas^{✉1}, Casda Waluya², Apip Abdul Latif³, Agus Wisnu Hidayat⁴, Amin Mubarak⁵, Ugih Maryaningsi⁶, Ana Anisa⁷, Linna Rossalina⁸, Ade Susana⁹, Siti Nur'aeni Utami¹⁰, Putri Ananda¹¹, Winarsih¹², Novita Dwi Fridayanti¹³, Dewi¹⁴, Yuyun Yunita Sari¹⁵

Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon

Email: saehuabas@bungabangsacirebon.ac.id

Received: 2024-11-10; Accepted: 2024-12-10; Published: 2024-12-31

ABSTRAK

Dalam kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) melakukan pendampingan terhadap Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) Kerupuk Pareredan di Kabupaten Kuningan Desa Silebu Kecamatan Pancalang. Tujuan pendampingan ini untuk menyusun strategi peningkatan penjualan dan pengembangan usaha agar semakin meningkat kedepannya. Metode peneliti ini dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengkaji penguatan potensi lokal dalam pengembangan UMKM kerupuk Pareredan di Desa Silebu, Kuningan, Jawa Barat, melalui pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD). Dalam pendampingan wawancara tetap dilakukan secara mendalam melalui para pelaku UMKM, tokoh masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya. Selanjutnya observasi partisipatif serta studi dokumentasi. Hasil pendampingan pada UMKM kerupuk pareredan adalah pembuatan dan pengurusan NIB, Sertifikat Halal, logo merek, dan pengemasan produk. Dalam segi Pemasaran telah tercapai melalui media sosial seperti *WhatsApp*, *Facebook* dan lain sebagainya. Selama kegiatan KPM berlangsung, kami sebagai mahasiswa KPM memberikan penyuluhan dan pendampingan usaha tersebut. Kegiatan ini semoga dapat memberikan manfaat bagi mitra dalam mengembangkan usahanya.

Kata Kunci: *penguatan potensi lokal; pengembangan umkm; kerupuk pareredan; pendekatan Asset Based Community Development.*

ABSTRACT

In the Community Service Lecture (KPM) activities, assistance was provided to Small and Medium Enterprises (MSMEs) of Pareredan Crackers in Kuningan Regency, Silebu Village, Pancalang District. The purpose of this assistance is to develop a strategy to increase sales and business development so that it will increase in the future. This research method is carried out using a qualitative approach with a case study method to examine the strengthening of local potential in the development of Pareredan cracker MSMEs in Silebu Village, Kuningan, West Java, through the Asset-Based Community Development (ABCD) approach. In the assistance, in-depth interviews were conducted with MSME actors,

community leaders, and other stakeholders. Furthermore, participatory observation and documentation studies. The results of assistance to Pareredan crackers MSMEs are the creation and management of NIB, Halal Certificates, brand logos, and product packaging. Marketing has been achieved through social media such as WhatsApp, Facebook and so on. During the KPM activity, we as KPM students provided counseling and business assistance. Hopefully, this activity can provide benefits for partners in developing their business.

Keywords: *strengthening local potential; umkm development; pareredan crackers; Asset Based Community Development approach.*

Copyright © 2024 Etos: Jurnal Pengabdian Masyarakat

PENDAHULUAN

Desa Silebu di Kabupaten Kuningan, Jawa Barat, dikenal sebagai daerah dengan potensi lokal yang kaya, terutama dalam hal produksi pangan lokal seperti kerupuk pareredan. Kerupuk pareredan merupakan salah satu produk unggulan dari Desa Silebu yang dihasilkan melalui proses produksi tradisional. Produk ini memiliki nilai ekonomi yang signifikan bagi masyarakat setempat, terutama sebagai sumber pendapatan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, meskipun memiliki potensi besar, pengembangan UMKM kerupuk pareredan masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan dan keberlanjutannya.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM kerupuk pareredan di Desa Silebu adalah kurangnya akses terhadap teknologi dan informasi. Belum terdapatnya sertifikasi Halal, desain logo, NIB (Nomor Induk Berusaha), dan kemasan produk. Proses produksi yang masih tradisional membuat kualitas dan kuantitas produksi terbatas. Selain itu, keterbatasan akses pasar juga menjadi kendala utama yang menyebabkan produk ini kurang dikenal di luar wilayah lokal. Hal ini mengakibatkan UMKM kerupuk pareredan sulit untuk bersaing di pasar yang lebih luas, baik di tingkat regional maupun nasional.

Dalam konteks pengembangan ekonomi desa, pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) dapat menjadi solusi yang efektif untuk mengatasi masalah tersebut. Pendekatan ABCD fokus pada pemberdayaan masyarakat dengan memanfaatkan aset dan potensi lokal yang ada. (Green & Haines, 2002; Kretzmann & McKnight, 1993; Mathie & Cunningham, 2003). Dengan pendekatan ini, masyarakat Desa Silebu diharapkan dapat mengidentifikasi, mengoptimalkan, dan mengembangkan aset yang dimiliki untuk memperkuat UMKM kerupuk pareredan. Pendekatan ini juga melibatkan partisipasi aktif masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, sehingga program pengembangan lebih berkelanjutan dan sesuai dengan kebutuhan lokal. Pendekatan ABCD juga relevan dalam konteks pembangunan berkelanjutan, karena memperhatikan aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan secara holistik.

Dengan memanfaatkan potensi lokal dan memberdayakan masyarakat, pendekatan ini dapat menciptakan ekonomi yang lebih inklusif dan berdaya saing. (Rappaport, 1987). Dalam hal ini, kerupuk pareredan tidak hanya dipandang sebagai

produk ekonomi, tetapi juga sebagai identitas budaya yang harus dilestarikan dan dikembangkan. Selain itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia menjadi faktor kunci dalam pengembangan UMKM berbasis potensi lokal. Peningkatan keterampilan dan pengetahuan para pelaku UMKM di Desa Silebu melalui pelatihan dan pendampingan teknis dapat membantu mereka mengadopsi teknologi baru dalam proses produksi dan pemasaran. Dengan demikian, produk kerupuk pareredan dapat memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar yang lebih luas. Namun, keberhasilan implementasi pendekatan ABCD sangat tergantung pada kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta. (Emery & Flora, 2006)

Pemerintah desa dan kabupaten perlu memberikan dukungan berupa kebijakan yang mendukung pengembangan UMKM dan fasilitasi akses pasar. Sektor swasta, seperti lembaga keuangan dan perusahaan, juga dapat berperan dalam menyediakan akses pembiayaan dan pasar. Pentingnya pendekatan yang terstruktur dan berbasis data juga tidak bisa diabaikan. Data tentang potensi lokal, kebutuhan pasar, dan profil konsumen harus menjadi dasar dalam merancang program pengembangan UMKM. Hal ini akan membantu para pemangku kepentingan dalam mengambil keputusan yang lebih tepat dan sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. (Suharto, 2009; Suharto, 2015)

Untuk itu, pendampingan ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi lokal yang dapat dikembangkan melalui pendekatan ABCD dalam rangka memperkuat UMKM kerupuk pareredan di Desa Silebu. Pendampingan ini juga akan menganalisis bagaimana pendekatan ABCD dapat diimplementasikan secara efektif untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM tersebut. Dengan demikian, diharapkan pendampingan ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi penguatan potensi lokal berbasis pendekatan ABCD yang dapat diterapkan tidak hanya di Desa Silebu, tetapi juga di desa-desa lain dengan karakteristik serupa. Penguatan UMKM kerupuk pareredan melalui pendekatan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Silebu, tetapi juga melestarikan warisan budaya lokal.

METODE PENDAMPINGAN

Pendampingan ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengkaji penguatan potensi lokal dalam pengembangan UMKM kerupuk Pareredan di Desa Silebu, Kuningan, Jawa Barat, melalui pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD). Pendekatan ABCD dipilih karena fokusnya pada identifikasi, pemanfaatan, dan pengembangan aset atau potensi yang sudah ada di komunitas untuk pemberdayaan ekonomi. Pendampingan ini dilakukan di Desa Silebu, Kuningan, Jawa Barat.

Desa ini dipilih sebagai lokasi pendampingan karena memiliki potensi lokal yang signifikan dalam produksi kerupuk Pareredan, yang merupakan produk khas daerah tersebut. Subjek pendampingan ini melibatkan para pelaku UMKM kerupuk Pareredan, tokoh masyarakat, perangkat desa, dan komunitas lokal yang terlibat

dalam pengembangan ekonomi di Desa Silebu. Pemilihan subjek pendampingan dilakukan secara *purposive sampling*, di mana informan dipilih berdasarkan pengetahuan dan keterlibatannya dalam pengembangan UMKM di desa tersebut.

Data dalam pendampingan ini dikumpulkan melalui beberapa teknik berikut:

1. Wawancara Mendalam: Dilakukan dengan pelaku UMKM, tokoh masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya untuk menggali informasi terkait aset lokal, potensi pengembangan, dan tantangan yang dihadapi.
2. Observasi Partisipatif: Peneliti melakukan observasi langsung ke lapangan untuk mengamati kondisi dan dinamika sosial ekonomi masyarakat serta aktivitas produksi UMKM kerupuk Pareredan.
3. Studi Dokumen: Mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen yang relevan seperti data demografi desa, laporan pengembangan UMKM, serta literatur terkait pendekatan ABCD. (Creswell, 2014; Miles & Huberman, 1994)

Sementara analisis data dilakukan dengan pendekatan analisis tematik. Proses analisis meliputi beberapa tahap, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumen dianalisis untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang relevan dengan penguatan potensi lokal dan pengembangan UMKM. (Salim, 2019)

Untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas data, pendampingan ini menggunakan teknik triangulasi data, di mana data dari berbagai sumber (wawancara, observasi, dan dokumen) dibandingkan dan diverifikasi. Selain itu, diskusi dengan ahli dan anggota masyarakat juga dilakukan untuk memastikan akurasi dan keabsahan temuan pendampingan. (Yin, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Aset dan Potensi Lokal yang di Miliki oleh Pelaku UMKM Masyarakat Silebu

Sebagai suatu institusi pendidikan Perguruan Tinggi di Indonesia, Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon (UI BBC) wajib melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi yang selanjutnya disebut Tridharma PT untuk menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran, pendampingan, dan pengaduan kepada masyarakat sesuai dengan UU No.12 Tahun 2012, Pasal 1 Ayat 9. Desa Silebu terletak di Kecamatan Pancalang Kabupaten Kuningan.

Salah satu UMKM yang terdapat di desa silebu adalah kerupuk pareredan. Usaha kerupuk pareredan memiliki potensi yang cukup besar dibagian pemasaran, tetapi kurangnya promosi serta pemasaran yang belum luas sehingga usaha tersebut kurang berkembang. Selain itu, kami mahasiswa KPM membantu mitra untuk melakukan pembaharuan pada strategi pemasarannya dengan meningkatkan system promosi dan menambahkan logo pada kemasan kerupuk pareredan. Kemasan produk merupakan unsur penting dalam Desa silebu.

1) Pembuatan Desain Logo Produk, Pengurusan NIB, dan Sertifikasi Halal

Pada kegiatan ini kami berhasil membuat sebuah logo baru untuk UMKM Kerupuk Pareredan, Pengurusan NIB, dan Sertifikasi Halal dengan tujuan agar menarik minat pelanggan sehingga dapat terjual banyak di pasaran.

(Susanti, 2023) Dalam hal ini kami kami membuat serta mencetak logonya untuk membantu mitra. Setelah itu logonya akan kami berikan kepada mitra agar dilanjutkan kedepannya. Dimana sebelumnya kami juga sudah melakukan penyuluhan atau sosialisasi mengenai logo yang dibuat, pendaftaran NIB yang diuruskan, dan Sertifikasi Halal. Jika dilanjutkan oleh mitra potensinya sangat bagus sehingga dapat menjadi ciri khas dari produk tersebut.



Gambar 1. Desain Logo Produk Kerupuk Pareredan

2) Pengembangan Kemasan Produk UMKM Kerupuk Pareredan

Pada kegiatan ini kami melakukan pengembangan kemasan untuk produk UMKM Kerupuk Pareredan. Salah satu cara untuk mengembangkannya dengan cara kami membantu memberikan sebuah alat *press* plastik yang berguna untuk menyegel produk kerupuk. Berdasarkan hasil pendampingan yang telah kami capai bahwa kemasan produk kerupuk pareredan berkembang menjadi lebih baik dengan alat tersebut. Kegiatan ini memiliki potensi keberlanjutan kedepannya dimana mitra dapat bekerja dengan cepat dan maksimal dalam, mengemas produk krupuk tersebut, seperti terlihat pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Kemasan Produk Sebelum Pengembangan



Gambar 3. Kemasan Produk Setelah Pengembangan

2. Sejarah dan Makna UMKM Kerupuk Pareredan, Tahapan Pengolahan serta Inovasi Pengembangan

Hasil pendampingan ini mengungkapkan bahwa warna pada kerupuk pareredan tidak hanya memiliki fungsi estetika, tetapi juga memiliki makna budaya dan sosial yang mendalam bagi masyarakat setempat.

Makna Warna Merah: Warna merah pada kerupuk pareredan melambangkan keberanian dan semangat. Warna ini sering dikaitkan dengan energi positif yang mendorong masyarakat untuk berani menghadapi tantangan dalam kehidupan sehari-hari.

- a. **Makna Warna Kuning:** Warna kuning dianggap melambangkan kebahagiaan dan kemakmuran. Warna ini mencerminkan harapan masyarakat Desa Silebu untuk kehidupan yang sejahtera dan harmonis
- b. **Makna Warna Hijau:** Hijau melambangkan kesuburan dan kesejahteraan. Warna ini mencerminkan hubungan masyarakat dengan alam dan pentingnya keberlanjutan dalam tradisi pertanian yang masih menjadi mata pencaharian utama di desa tersebut.
- c. **Makna Warna Putih:** Warna putih pada kerupuk pareredan melambangkan kesucian dan kejujuran. Ini menunjukkan nilai-nilai moral yang dijunjung tinggi oleh masyarakat Desa Silebu dalam interaksi sosial dan kehidupan sehari-hari.

Secara keseluruhan, warna-warna pada kerupuk pareredan bukan hanya sekedar pilihan estetik, melainkan juga sarana komunikasi budaya yang menyimpan nilai-nilai lokal, sejarah, dan identitas komunitas Desa Silebu. Warna-warna tersebut membantu memperkuat ikatan sosial dan melestarikan tradisi melalui produk UMKM yang sangat dikenal di daerah tersebut.

Kerupuk Pareredan adalah salah satu jenis kerupuk tradisional yang berasal dari Indonesia, khususnya dari wilayah Jawa Barat. Kerupuk ini memiliki ciri khas berbentuk bunga dengan tekstur renyah dan rasa gurih yang kuat. Kerupuk Pareredan pertama kali dikenal dikuningan, Jawa Barat, dan sekitarnya. Nama Kerupuk Pareredan menggambarkan proses pembuatan kerupuk ini yang cukup unik. Dahulu, kerupuk pareredan dibuat secara tradisional oleh para perajin

lokal menggunakan bahan-bahan alami seperti tepung beras, dan bumbu-bumbu rempah.

Proses pembuatan kerupuk pareredan sebagaimana penjelasan Ibu Saodah atau biasa di sebut Ibu Odah dimulai dengan mencampur bahan utama seperti tepung beras, pewarna makanan, dan juga penyedap rasa. Setelah adonan jadi, adonan tersebut kemudian dibentuk menjadi lembaran-lembaran tipis lalu dibentuk seperti bunga, yang kemudian dikukus beberapa menit lalu di jemur di bawah sinar matahari. Setelah kering, digoreng hingga mengembang dan renyah. Kerupuk Pareredan kini menjadi salah satu ikon kuliner Desa Silebu yang terkenal dan terus dinikmati oleh berbagai kalangan.

3. Strategi Pemasaran dan Pemanfaatan Teknologi Informasi UMKM Kerupuk Pareredan

1) Pengembangan Strategi Pemasaran dan Branding Kerupuk Pareredan

Hasil pendampingan tentang Strategi Pemasaran dan Pemanfaatan Teknologi Informasi UMKM di Desa Silebu, Kuningan, Jawa Barat, berfokus pada upaya pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui pendekatan pemasaran yang efektif dan penggunaan teknologi informasi (TI) untuk meningkatkan daya saing produk di pasar. Pendampingan ini mengidentifikasi segmentasi pasar berdasarkan demografi, geografis, dan perilaku konsumen. Fokus utamanya adalah konsumen lokal dan wisatawan yang mencari oleh-oleh khas daerah. Sementara penentuan target pasar, target pasar utama adalah konsumen menengah ke bawah yang tertarik pada produk pangan tradisional dengan harga terjangkau. Adapun *positioning* produk kerupuk pareredan diposisikan sebagai makanan ringan khas daerah yang terbuat dari bahan-bahan alami dan bebas bahan pengawet. Hal ini bertujuan untuk menarik konsumen yang mengutamakan kesehatan dan keaslian produk. (Ningsih & Handayani, 2017)

2) Pengembangan Teknologi Informasi untuk Pemasaran Kerupuk Pareredan

Pertama yaitu digital marketing, melalui penggunaan platform digital seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp* untuk mempromosikan produk. Konten yang menarik seperti foto produk berkualitas tinggi, testimoni pelanggan, dan video proses produksi digunakan untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan. (Rifianita et al., 2022, November) Kedua, yakni pemasaran konten (*content marketing*), melalui pembuatan blog atau artikel terkait manfaat kerupuk sehat, resep, dan gaya hidup sehat yang dapat menarik perhatian audiens yang lebih luas. Pada kegiatan ini kami mencoba memperbarui sistem pemasaran produk UMKM Kerupuk Pareredan agar dikenal oleh masyarakat sekitar.

Kami memperbarui promosi dengan menggunakan media sosial seperti *WhatsApp* dan *Facebook*. Selain itu, dalam tahap jalur distribusi kami juga melakukan pemasaran melalui kedai-kedai serta rumah makan atau tempat makan lainnya yang sesuai untuk memasarkan produk Kerupuk

Pareredan sehingga berguna bagi mitra untuk meningkatkan penjualan produk dan menambah pemasukan.

4. Tantangan dan Bentuk Dukungan yang Diperlukan dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kerupuk Pareredan

Dalam pengabdian ini ada tantangan dan dukungan berfokus pada identifikasi masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM Kerupuk Pareredan di Desa Silebu, Kuningan, serta solusi yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan daya saing mereka. Menurut pandangan Ibu Icah tantangan yang dihadapi UMKM Kerupuk Pareredan di desa Silebu Kabupaten Kuningan, diantaranya:

- 1) Keterbatasan modal dan akses pembiayaan, salah satu tantangan utama adalah keterbatasan modal untuk mengembangkan usaha dan kesulitan dalam mengakses sumber pembiayaan, seperti perbankan atau lembaga keuangan lainnya.
- 2) Kurangnya pengetahuan dan keterampilan manajerial, pemilik UMKM sering kali memiliki keterbatasan dalam hal manajemen bisnis, termasuk dalam aspek pengelolaan keuangan, pemasaran, dan pengembangan produk. (Karyaningsih, 2020)
- 3) Akses pasar yang terbatas, Kerupuk Pareredan cenderung hanya dipasarkan secara lokal, dan UMKM ini kesulitan menembus pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional, karena keterbatasan dalam promosi dan distribusi.
- 4) Kurangnya inovasi produk, kebanyakan UMKM masih menggunakan metode tradisional dalam proses produksi dan tidak berinovasi pada variasi produk yang dapat menarik konsumen baru.
- 5) Persaingan yang ketat, persaingan dengan produk sejenis, baik yang berasal dari dalam maupun luar daerah, juga menjadi tantangan besar, terutama dengan produk yang sudah memiliki merek kuat dan distribusi yang luas.

Sementara bentuk dukungan yang diperlukan menurut Ibu Kiyah adalah:

- 1) Pelatihan dan pendampingan bisnis, pelatihan yang berfokus pada pengembangan keterampilan manajerial, inovasi produk, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kapasitas pemilik UMKM.
- 2) Akses terhadap modal dan sumber pembiayaan, pemerintah dan lembaga keuangan perlu memberikan akses lebih mudah kepada pelaku UMKM untuk mendapatkan pinjaman atau bantuan dana dengan bunga rendah dan syarat yang ringan.
- 3) Peningkatan akses pasar, dukungan untuk memperluas akses pasar melalui pameran, kerjasama dengan retailer besar, atau platform e-commerce dapat membantu produk kerupuk Pareredan dikenal lebih luas.
- 4) Infrastruktur dan teknologi produksi, penyediaan infrastruktur produksi yang lebih baik dan akses terhadap teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi juga menjadi hal yang penting.

- 5) Kemitraan dengan lembaga pendidikan dan pendampingan, kemitraan yang bisa difokuskan pada pendampingan dan pengembangan untuk inovasi produk serta pengemasan yang lebih menarik.
5. **Strategi Penguatan Aset Usaha UMKM Kerupuk Pareredan**
- Sebagaimana data pendampingan yang diperoleh dari Ibu Saodah serta dilengkapi dengan Ibu Icah memaparkan bahwa strategi penguatan aset usaha UMKM kerupuk pareredan, diantaranya:
- 1) **Pemberdayaan Masyarakat**
Salah satu strategi utama yang ditemukan adalah pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan keterampilan teknis dan manajerial. Pelatihan ini mencakup teknik produksi kerupuk yang efisien, pengemasan yang menarik, dan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing produk di pasar lokal maupun nasional.
 - 2) **Penguatan Kapasitas Produksi**
Memperkuat kapasitas produksi UMKM Kerupuk Pareredan sangat penting untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk. Ini mencakup pembaharuan alat produksi, penerapan standar kualitas yang lebih tinggi, dan diversifikasi produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang lebih luas.
 - 3) **Pengembangan Jaringan dan Kerjasama**
Mengembangkan jaringan dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah, koperasi, dan lembaga non-pemerintah, adalah langkah penting untuk mendapatkan dukungan dalam bentuk pendanaan, pelatihan, atau promosi. Kolaborasi dengan institusi pendidikan untuk riset dan pengembangan produk juga diusulkan sebagai langkah strategis.
 - 4) **Inovasi Produk dan Branding**
Pentingnya inovasi dalam produk kerupuk agar lebih relevan dengan selera konsumen saat ini. Pengembangan rasa baru, kemasan ramah lingkungan, serta penggunaan bahan baku lokal berkualitas tinggi dapat meningkatkan daya tarik dan nilai jual kerupuk. Branding yang kuat dan pemasaran melalui media sosial dan platform digital menjadi salah satu cara efektif untuk menarik pelanggan baru.
 - 5) **Pelibatan Generasi Muda**
Agar usaha kerupuk Pareredan tetap lestari, penting untuk melibatkan generasi muda dan anak cucu pemilik usaha UMKM dalam proses produksi dan manajemen. Melalui program magang, edukasi, dan pelatihan kewirausahaan, generasi muda serta dan anak cucu pemilik usaha UMKM dapat menjadi motor penggerak keberlanjutan UMKM ini di masa depan.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari pendampingan "Penguatan Potensi Lokal untuk Pengembangan UMKM Kerupuk Pareredan melalui Pendekatan ABCD (Asset Based Community Development) di Desa Silebu, Kuningan, Jawa Barat" menunjukkan bahwa pendekatan ABCD efektif dalam memberdayakan masyarakat dan mengembangkan

potensi lokal. Melalui identifikasi dan pemanfaatan aset yang ada, seperti sumber daya alam, keterampilan, dan budaya lokal, masyarakat Desa Silebu dapat mengoptimalkan potensi yang dimiliki untuk mengembangkan UMKM Kerupuk Pareredan. Beberapa hasil yang telah dicapai dalam UMKM kerupuk pareredan adalah pembuatan dan pengurusan NIB, Sertifikat Halal, logo merek, dan pengemasan produk. Dalam segi Pemasaran telah tercapai melalui media sosial seperti *WhatsApp* dan *Facebook*. Pendekatan ini berhasil meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pengembangan UMKM, memperkuat hubungan sosial antar warga, dan membangun kesadaran akan pentingnya kolaborasi dalam mengelola potensi lokal. Dengan strategi pemberdayaan ini, UMKM Kerupuk Pareredan mampu meningkatkan kualitas produk, memperluas pasar, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat secara berkelanjutan. Pendampingan ini menyarankan agar pemerintah dan pihak terkait terus mendukung dan memfasilitasi inisiatif-inisiatif serupa untuk memperkuat kemandirian ekonomi desa dengan berbasis pada potensi dan aset lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*. Sage Publications.
- Emery, M., & Flora, C. (2006). Spiraling-up: Mapping Community Transformation with Community Capitals Framework. *Community Development*, 37(1), 19-35.
- Green, M., & Haines, A. (2002). *Asset Building & Community Development*. Sage Publications.
- Karyaningsih, I. (2020). Penghimpunan Pengetahuan Keterampilan Lokal Pembuatan Kerupuk Menuju Desa Kertawana Kecamatan Kalimanggis Sebagai Sentra Kerupuk. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(01).
- 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.
- Mathie, A., & Cunningham, G. (2003). *From Clients to Citizens: Asset-Based Community Development as a Strategy for Community-Driven Development*. *Development in Practice*, 13(5), 474-486.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook (2nd ed.)*. Sage Publications.
- Ningsih, S., & Handayani, T. (2017). Rancangan Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah Kerupuk Multisari. *Jurnal Daya Saing*, 3(2), 199-206.
- Rappaport, J. (1987). Terms of Empowerment/Exemplars of Prevention: Toward A Theory for Community Psychology. *American Journal of Community Psychology*, 15(2), 121- 148.
- Rifianita, V., Falah, R. M., Pangestu, S., & Metasari, A. (2022, November). Pelatihan Branding Produk UMKM Dan Digital Branding Kerupuk Kulit "Rambakku ". In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ* (Vol. 1, No. 1).
- Salim, A. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Sejarah, Kritik, dan Praktik*. Pustaka Pelajar.
- Salim, E., & Munandar, H. A. (2020). Pendekatan Pembangunan Berkelanjutan di Indonesia: Tantangan dan peluang. *Jurnal Pembangunan Berkelanjutan*, 8(1), 43-59.
- Selsky, J. W., & Parker, B. (2005). Cross-Sector Partnerships to Address Social Issues: Challenges to Theory and Practice. *Journal of Management*, 31(6), 849-873.

- Suharto, E. (2009). *Pemberdayaan Masyarakat: Teori, Kebijakan dan Praktik*. PT Refika Aditama.
- Suharto, E. (2015). *Pembangunan Kesejahteraan Sosial: Pendekatan, Metode, dan Program*. Alfabeta.
- Susanti, A., Handayani, L. S., Hildayati, S. K., Hertati, L., & Hendarmin, R. R. (2023). Branding dan Labeling Sebagai Upaya Strategi Pemasaran Produk Emping Singkong UMKM di Desa Petanang. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 7628-7635.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods (6th ed.)*. Sage Publications