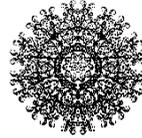




PENDAMPINGAN TRANSFORMASI METODE PEMASARAN UMKM DESA CRABAK DARI TRADISIONAL KE DIGITAL

Umar Faruq Thohir
IAIN Ponorogo
umarfaruqthohir@iainponorogo.ac.id



Abstrak

Desa Crabak adalah salah satu desa yang terkenal dengan jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang banyak. Banyaknya jumlah UMKM ini merupakan aset yang sangat berpotensi untuk meningkatkan penghasilan perekonomian masyarakat desa dan mengatasi angka pengangguran. UMKM di Desa yang memiliki slogan "Deso Roso Kuto" ini sangat beragam, mulai dari makanan, minuman, perbengkelan, las, percetakan, grabah, jamu, dan berbagai jenis usaha lain. Namun sayang sekali, metode pemasaran mereka masih tradisional yang dilakukan secara konvensional tanpa memanfaatkan internet. Aset lain desa ini adalah aset dalam bidang pendidikan, aset bidang agama, aset bidang kesehatan dan aset bidang pertanian, namun kami memfokuskan pada aset bidang ekonomi, karena aset tersebut paling berpotensi memberikan pengembangan pada Desa Crabak ini. Setelah melakukan penelitian, kami melakukan pengabdian dengan metode pendekatan Asset Based Community Development dengan memberikan pendampingan intensif agar masyarakat mampu mengubah metode pemasaran mereka dari tradisional menjadi digital. Setelah menentukan tokoh penggerak desa, pendampingan terus dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada pemilik UMKM bagaimana cara efektif memasarkan produk pada era digital ini. Setelah pelatihan ini, tokoh penggerak desa bersama pemilik UMKM sepakat untuk membuat website dan media sosial dan memasarkan produknya secara digital. Melalui pemantauan di lapangan, income mereka semakin meningkat dan konsumen mereka semakin meluas.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, UMKM Crabak, Pemasaran Digital dan Tradisional

Abstract

Crabak Village is one of the villages which is famous for its large number of Micro, Small and Medium Enterprises (then called UMKM). This large number of UMKM is an asset that has the potential to increase the economic income of rural communities and overcome unemployment. UMKM in the village that have the slogan "Deso Roso Kuto" are very diverse, ranging from food, drink, workshops, welding, printing, pottery, herbal medicine, and various other types of businesses. But it is sorry, their marketing method is still traditional, which is done conventionally without using the internet. Other assets of this village are assets in the education sector, religious assets, health assets and agricultural assets, but we are focusing on economic assets, because these economic assets have the most potential to provide development for this Crabak Village. After conducting research, we conducted community service using the Asset Based Community Development approach by providing intensive assistance so that people are able to change their marketing methods from traditional to digital. After determining village driving figures, assistance continues to be carried out by providing training to UMKM's owners on how to effectively market products in this



digital era. After this training, village driving figures together with UMKM's owners agreed to create a website and social media and market their products digitally. Through accompaniment in the field, their income is increasing and their consumers are become wider.

Keywords: *Marketing Strategy, UMKM Crabak, Digital and Traditional Marketing*

PENDAHULUAN

Bersumber dari sesepuh yang terdapat di Desa Crabak asal mula terbentuknya Desa Crabak yakni sekitar tahun 1830 Desa Crabak dengan keadaan hutan belantara yang di dalamnya terdapat pacrabakan atau biasa dikatakan pertapaan. Pertapaan itu sendiri digunakan untuk bertapa orang-orang dari keturunan bangsawan Kerajaan Mataram Jawa Tengah. Mbah Bodho merupakan juru kunci dari pertapan tersebut. Seiring berjalannya waktu, pertapaan semakin ramai sehingga, Mbah Bodho membuka lahan pedesaan bagi orang yang bertapa atau menjalani pertapaan. Ketika tanah itu meluas dan menjadi desa, Mbah Bodho dan teman-temannya menamakan pacrabakan tersebut menjadi Crabak hingga sekarang desa tersebut disebut Crabak.¹

Desa Crabak merupakan salah satu wilayah di Kecamatan Slahung Kabupaten Ponorogo, dengan luas wilayah keseluruhan 156,595 Ha yang mencakup 2215 jiwa pada unggahan tahun 2010 dan sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani.² Berdasarkan kondisi tersebut, selain bermata pencaharian sebagai petani, desa tersebut memiliki potensi ekonomi masyarakat yang luar biasa, mulai dari pertanian, pelestarian, kesenian dan terdapat usaha UMKM yang digeluti oleh masyarakat sekitar seperti, usaha pembuatan tempe, rengginang, keripik usus dan lain sebagainya. Potensi desa ini disebut juga dengan aset.³

Aset yang dimiliki oleh Desa Crabak ini sangatlah banyak dan beragam, diantaranya aset pendidikan yang berupa 1 playgroup, 1 tarbiyatul athfal (TA) serta 1 sekolah dasar (SD). Aset budaya berupa beberapa kesenian daerah yang masih eksis dan tetap dilestarikan melalui komunitas dengan jadwal latihan rutin disetiap bulannya, seperti reog, jaran thek,

¹ Fendy BlackId Team, "Profil Desa dan Kelurahan Desa Crabak, Slahung, Ponorogo", <https://www.sindopos.com/2016/02/profil-desa-kelurahan-desa-crabak.html>. Diakses pada tanggal 27 September 2022.

² BPS Ponorogo, *Kecamatan Slahung dalam Angka 2021*, (Ponorogo: BPS Ponorogo, 2021), 37-39.

³ Nadhir Salahuddin, "Panduan KKN ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya Asset Based Community-Driven Development (ABCD)" (LP2M UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015).,35.

dan gajah-gajahan. Selain itu, budaya yang ada di Desa Crabak kala merayakan sebuah peringatan juga menambahi ragamnya asset yang di miliki, seperti kirab pacrabakan hingga kenduri “sedekah bumi”. Aset wisata yang dimiliki desa ini berupa beberapa bangunan atau lebih tepatnya patung yang cukup unik dan beda dari yang lain, yakni Patung Songgolangit, Patung Bumble Bee dan Optimus Prime. Masyarakat Desa Crabak memang memiliki kecintaan akan seni cukup tinggi, sehingga tidak heran jika banyak hal unik yang ada di desa. Sementara untuk aset keagamaan di Desa Crabak juga tak kalah banyak, yakni meliputi 4 masjid, 3 musholla, 3 sekolah diniyah, 3 kelompok yasinan ibu-ibu, 5 kelompok yasinan bapak-bapak.

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan interview kepada masyarakat, di antara beberapa aset tersebut, aset yang paling penting untuk dikembangkan adalah aset ekonomi. Aset ekonomi ini dipilih lantaran sangat banyaknya jumlah UMKM yang sangat beragam. UMKM tersebut dapat dikelompokkan menjadi beberapa kategori, seperti kategori makanan (meliputi tempe benguk, tempe kedelai, kacang kedelai goreng, kacang goreng, pentol, hingga krecek rangginan), minuman (meliputi jamu), kerajinan (meliputi sangkar burung).⁴ Dari sekian banyak produk UMKM yang ada di Desa Crabak mayoritas pemasaran yang digunakan saat ini masih menggunakan metode tradisional. Oleh karena itulah, penting untuk dikembangkan metode pemasaran tersebut menjadi digital. Pemasaran digital tersebut bisa berupa pemasaran di website, facebook, instagram dan berbagai media digital lainnya.

Keadaan yang dihadapi oleh sebagian besar masyarakat sekitar terkait usaha mikro, kecil, dan menengah yakni rendahnya biaya produktivitas serta rendahnya kualitas produk. Ditambah dengan rendahnya tingkat penguasaan teknologi dan pembukuan yang manual menjadi isu yang terjadi di Desa Crabak. Dalam hal ini, pengambilan permasalahan terdapat di usaha UMKM sekitar yang kurang diperhatikan yakni, pemasaran yang masih bersifat tradisional bersaing dengan usaha yang sudah menerapkan digital marketing dalam pemasarannya. Pemecahan masalah agar para pelaku UMKM mampu bersaing dengan usaha yang lain yaitu, dengan mengadakan Seminar Bincang UMKM terhadap para pelaku UMKM.

⁴ BPS Ponorogo, *Kecamatan Slahung dalam Angka 2021*, (Ponorogo: BPS Ponorogo, 2021), 56-68.



Melalui beragam aset yang ada di Desa Crabak ini, kami lantas memutuskan untuk memilih aset tentang ekonomi. Hal ini dilatarbelakangi oleh belum ada sentuhan apapun dari desa terkait UMKM yang ada di sekitar desa tersebut. Sebelumnya belum ada pendataan, pelatihan atau bantuan apapun dari desa, sehingga program utama yang kami ambil ini sangat penting dikarenakan baru pertama kalinya diadakan.

Pendampingan kepada pelaku UMKM guna meningkatkan metode pemasaran mereka melalui beberapa aspek yakni aspek perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan usaha, serta strategi pemasaran yang terdiri dari pengelolaan kemasan dan pemasaran secara online. Kegiatan pendampingan tersebut diharapkan mampu meningkatkan kinerja pembangunan desa masa mendatang.

METODE

Asset Based Community Development (ABCD)

Asset Based Community Development (ABCD) merupakan metode pengabdian yang digunakan untuk mengembangkan suatu komunitas berbasis aset-aset yang ada di desa dan potensi yang di miliki desa, seperti contoh mengembangkan komunitas ekonomi, pendidikan, sosial, budaya dan aset lain.⁵ Dengan demikian, metode ini berfokus untuk mengembangkan aset komunitas yang sudah ada di tengah-tengah masyarakat.⁶ Dalam penelitian ini aset komunitas yang akan dikembangkan adalah aset ekonomi dengan mengembangkan UMKM di desa crabak melalui perluasan media pemasaran produk melalui media online, yang sebelumnya tradisional dan manual.

Berdasarkan hasil observasi awal yang telah dilaksanakan, peneliti akhirnya mengadakan kegiatan seminar untuk sosialisasi mengenai pemasaran produk lewat media online yaitu *Blog, FaceBook, Instagram* dan *WhatsApp* yang menampilkan lapak jualan pelaku UMKM. Setelah berhasil membuatkan media online, Kami bersepakat menunjuk beberapa kader desa yang cakap digital untuk menjadi operator online UMKM Desa Crabak.

⁵ Muhamad Ansori, "METODE TAHFIDZ APEL Dan MURAJAAH:: Pendampingan Terhadap Pengembangan Kualitas Asset SDM Guru Dalam Meningkatkan Hafalan Juz Amma Siswa SD Plus Al-Qodiri," *Al-Ijtima: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 2 (2021): 139—58.

⁶ M.Pd.I. dkk Dr. Ahmadi, M.Ag, Arif Rahman Hakim, M.Pd., Fery Diantoro, *Pedoman Kuliab Pengabdian Masyarakat Tahun 2022 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo* (Ponorogo: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) IAIN Ponorogo 2022, 2022). 142.

Teknik Pendampingan

Teknik yang digunakan dalam melakukan pendampingan kepada UMKM Desa Crabak untuk melakukan transformasi metode pemasaran menjadi digital melalui *Asset Based Community Development* (ABCD) adalah:

a. Penemuan Apresiatif (*Appreciative inquiry*)

Appreciative Inquiry merupakan pandangan baru yang didasarkan pada pertanyaan positif tentang masa lalu dan sekarang, serta dapat membawa perkembangan pada manusia dan inovasi sosial.⁷ Menurut Cooperrider, *Appreciative Inquiry* adalah pendekatan yang bersifat kooperatif yang menciptakan perubahan individu, organisasi, maupun lingkungan sekitar berdasarkan penemuan kekuatan, nilai, dan harapan bersama.⁸ Pendekatan apresiatif secara umum dilakukan dengan memperhatikan langkah-langkah sebagai berikut:

1) *Discovery*

Langkah ini dilakukan dengan cara wawancara apresiatif untuk mengetahui keberhasilan yang dicapai pada masa lalu. Pada tahap awal, dilakukan penelusuran aset-aset yang dimiliki Desa Crabak yang terdiri dari tiga dusun antara lain Dusun Manyur, Dusun Bulu, dan Dusun Budu. Peserta Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) melakukan pengamatan seiring dengan mengikuti berbagai aktivitas masyarakat desa. Setelah beberapa hari, diperoleh fakta bahwa di Desa Crabak banyak tempat produksi tempe kedelai, tempe benguk, keripik tempe, jamu, sale, gerabah, anyaman bambu, serta rengginan/krecek.

2) *Dream*

Setelah tahap *discovery* dilakukan, berikutnya adalah tahap *dream* atau harapan. Pada tahap ini, peserta diajak untuk dapat memberikan gambaran cita-cita bersama tentang kelompok, organisasi, atau masyarakat pada titik

⁷ Dave Whittington & Tammy Dewar, “*Appreciative Inquiry Briefing Paper*”, 2003, 2.

⁸ Kharis Ragil Triyanto, Dwi Putra Darmawan, and I Putu Gde Sukaatmadja, Penelusuran Kebutuhan Secara Apresiatif (*Appreciative Inquiry*) di Unit Pemukiman Transmigrasi Kolikapa Kecamatan Maukaro Kabupaten Ende Provinsi Nusa Tenggara Timur 4, no. 2 (2016): 121.

terbaiknya yang biasanya lebih simbolis daripada pernyataan misi-misi⁹. Hal ini sangat penting dilakukan agar masyarakat memiliki tujuan yang jelas. Harapan dapat dirumuskan dengan *Specific* (spesifik), *Measurable* (dapat diukur), *Achievable* (dapat dicapai), *Realistic* (realistis), *Time bound* (berbatas waktu) atau bisa disingkat SMART.¹⁰

3) *Design*

Tahap berikutnya adalah menyusun rancangan langkah-langkah strategik untuk mencapai harapan bersama secara partisipatif dan kolaboratif, sehingga dapat memberikan hasil yang maksimal.¹¹ Proses ini melibatkan seluruh pemilik UMKM dalam mempelajari cara bagaimana untuk memanfaatkan potensi yang mereka miliki dalam kegiatan yang konstruktif (membangun).

Sebuah seminar tentang pemasaran digital dipilih untuk memberikan pengetahuan dan meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM tersebut. Selain itu, media digital seperti sosial media dan *e-commerce* juga dibuat sebagai media pemasaran produk-produk UMKM. Tidak hanya itu, agar pemasaran tetap terus berkembang, pemerintah desa dan pemuda hebat juga diajak untuk bekerja sama dalam mendampingi para pelaku UMKM dalam mengelola media digital yang digunakan.

Berikut adalah langkah strategik untuk transformasi metode pemasaran UMKM Desa Crabak menjadi digital:

- a) Koordinasi dengan Kepala Desa Crabak dan perangkat desa untuk bekerja sama dalam mengadakan seminar pemasaran digital.
- b) Koordinasi dengan takmir masjid Nurul Huda mengenai tempat diadakannya seminar pemasaran digital.

⁹ Bushe, G.R. “*Appreciative inquiry: Theory and critique*”, 2012, 2.

¹⁰ Triyanto, Darmawan, and Sukaatmadja, Penelusuran Kebutuhan Secara Apresiatif (*Appreciative Inquiry*) di Unit Pemukiman Transmigrasi Kolikapa Kecamatan Maukaro Kabupaten Ende Provinsi Nusa Tenggara Timur, 123.

¹¹ Triyanto, Darmawan, and Sukaatmadja, 123.

- c) Koordinasi dengan pemateri seminar yakni Ibu Luluun Nisai. M.Pd.I., M.A yang sukses dalam usaha UMKM dan juga sebagai dosen di bidang ekonomi.
 - d) Koordinasi dengan para pemilik UMKM di seluruh Desa Crabak yang akan mengikuti seminar pemasaran digital.
 - e) Pelaksanaan seminar pemasaran digital.
 - f) Pendampingan para pemilik UMKM setelah mengikuti seminar pemasaran digital.
 - g) Koordinasi dengan perangkat desa dan pemuda hebat sebagai penerus pengelolaan media pemasaran digital.
 - h) Refleksi program kerja.
- 4) *Destiny*

Tahap ini merupakan tahap final dari keempat tahap dimana rancangan strategi diimplementasikan secara langsung. Para pelaku UMKM secara bersama-sama akan melakukan seminar tentang pemasaran digital sebagai bekal pengetahuan mereka yang dilanjut dengan tahap pendampingan kepada masyarakat.

b. Pemetaan Komunitas (*Community Mapping*)

Community mapping ialah penggambaran wawasan dan persepsi berlandas masyarakat untuk mendorong pertukaran informasi dan memberikan peluang terhadap seluruh masyarakat, sehingga dapat ikut serta pada prosedur yang berpengaruh pada lingkungan dan kehidupan mereka.¹² Kegunaan *community map* diantaranya:

1. Perbaikan dan peningkatan ketertbitan publik dalam penggambaran
2. Memberi masyarakat peluang guna memperbaiki proposal desain, perencanaan dan membayangkan akibat keputusan terhadap waktu yang akan dating di komunitas

¹² Andi Muhammad Arif Haris, "PENGEMBANGAN MASYARAKAT MISKIN MELALUI PEMANFAATAN ASET KOMUNITAS DI KABUPATEN BANDUNG BARAT," *Jurnal Mimbar Kesejahteraan Sosial* 2, no. 2 (2019). 35-36

3. Prosedur penghimpunan dan meningkatkan data geospisal
4. Meningkatkan pengetahuan komunitas tentang wilayah komunitas

Aset adalah segala yang bisa menjadi nilai tambah dan dipergunakan dalam pemenuhan kebutuhan baik oleh individu peorangan, kelompok ataupun masyarakat. Aset komunitas adalah segala kekayaan baik fisik non fisik yang dimiliki suatu komunitas yang biasa dijadikan sumber penghidupan bagi komunitas itu sendiri. Tetapi disisi lain dapat merupakan kekurangan dari suatu masyarakat yang kadangkala dapat menjadi kelebihan suatu masyarakat yang harus diperbaiki ataupun dikembangkan.

Terdapat beberapa aset-aset individu/personal di daerah Desa Crabak ini. Aset tersebut merupakan peranan masyarakat Desa Crabak dalam mengemvangkan dan membantu memberdayakan aset berdasar potensi yang dimiliki kawasan desa tersebut. Berikut pemamparan dari aset-aset individu/personal yang terdapat di kawasan Desa Crabak:

No	Dusun Bulu	Dusun Manyur	Dusun Budu
1	Kepala Desa	-	-
2	Kepala Dusun	Kepala Dusun	Kepala Dusun
3	Perangkat Desa	Perangkat Desa	Perangkat Desa
4	Petani	Petani	Petani
5	Bumdes	-	-
6	Gedung Pemuda	-	-
7	Pedagang (toko/warung)	Pedagang (toko/warung)	Pedagang (toko/warung)
8	Tokoh Masyarakat Agama	Tokoh Masyarakat Agama	Tokoh Masyarakat Agama

c. Pemetaan Asosiasi dan Institusi

Pemetaan asosiasi adalah satu metode visual yang menunjukkan lokasi relatif suatu komunitas atau kelompok yang dilakukan untuk menemukenali dan mendalami kondisi sosial komunitas tersebut. Pemetaan asosiasi yang dilakukan

untuk menemukenali tentang kondisi sosial budaya masyarakat pada wilayah tertentu yang akan dijadikan sebagai wilayah sasaran program.¹³

Institusi adalah norma atau aturan mengenai suatu aktivitas masyarakat yang khusus yang sifatnya mengikat dan relatif lama serta memiliki ciri-ciri tertentu yaitu simbol, nilai, aturan main, dan tujuan.¹⁴

Desa Crabak adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Slahung, Ponorogo. Beberapa orang membentuk asosiasi atau kelompok untuk keswadayaan atau untuk kebaikan bersama.

1) Asosiasi

Desa Crabak memiliki 5 aset sosial diantaranya :

a) Kelompok *Jam`iyah* Desa Crabak

Kelompok jam`iyah desa Crabak merupakan kelompok yang terdiri dari ibu-ibu dan bapak-bapak dengan kegiatan rutin yang berupa yasinan, istighosah, dan arisan. Kelompok ini ada di setiap dusun di Desa Crabak. Setiap RT (Rukun Tetangga) di Dusun masing-masing mengadakan kegiatan sosial tersebut secara rutin tiap minggunya dengan waktu yang berbeda-beda.

b) Kelompok Kesenian Desa Crabak

Kelompok kesenian ini merupakan kelompok yang fokus pada Seni di Desa Crabak. Kelompok ini terdiri dari remaja hingga dewasa. Kesenian Reog di Desa Crabak ini ada beberapa kategori, yang pertama ada seni Reog Jaran Thek, yang kedua ada seni Gajah-Gajahan, dan yang ketiga kesenian Reog an atau biasa disebut Reog Barongan. Kegiatan sosial tersebut di laksanakan latihan satu bulan sekali di beberapa rumah warga sebagai base camp kesenian di Desa Crabak.

c) Kelompok Remaja Masjid Desa Crabak

¹³ Salahuddin, "Panduan KKN ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya Asset Based Community-Driven Development (ABCD)." 45-46.

¹⁴ Christoper Dureau, *Pembabaruan Dan Kekuatan Lokal Untuk Pembangunan. TT: Australia Strengthening Scheme (ACCESS) Phase II*, 2013. 73-74.

Kelompok remaja masjid ini salah satu kelompok yang terdiri dari para remaja yang mengabdikan diri di lingkungan masjid khususnya di Desa Crabak. Remaja masjid di Desa Crabak sampai sekarang aktif dalam menjalankan kegiatan di lingkungan masjid. Seperti setiap hari jum`at di agendakan rutin bersih-bersih masjid pada jam 09.00 WIB.

d) Kelompok Karang Taruna Desa Crabak

Kelompok karang taruna merupakan salah satu organisasi di lingkungan masyarakat sebagai wadah generasi muda untuk mengembangkan potensi diri dalam rangka meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) salah satunya dari segi Sosial. Terutama di Desa Crabak, sosial dari Karang Taruna sangat baik, seperti ketika ada kerja bakti di Desa Crabak antusias dari Karang Taruna sangat baik.

e) Kelompok Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK)

Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) ini adalah sebuah organisasi guna memberdayakan para wanita agar berpartisipasi dalam pembangunan Indonesia. Kegiatan PKK di Desa Crabak diantaranya Posyandu, Posbindu, Pemasaran Produk.

2) Institusi

Desa Crabak memiliki 4 aset lembaga diantaranya :

a) Posyandu dan Posbindu Desa Crabak

Posyandu adalah salah satu dari beberapa bentuk institusi dibidang kesehatan terutama yang ada di desa Crabak. terdapat satu Posyandu dan Posbindu yang sampai sekarang masih berjalan aktif di Desa Crabak. yang mana letak Posyandu dan Posbindu berada di kelurahan Desa Crabak. Posyandu dan Posbindu di Desa Crabak dilaksanakan 1 bulan sekali.

b) TPQ (Taman Pendidikan Al-Qur`an) Desa Crabak

TPQ disini berperan penting dalam pembentukam karakter generasi bangsa dalam rangka mengembangkan spiritual desa.¹⁵ Umat Islam tentulah mengetahui betapa pentingnya Al-Qur1an sebagai petunjuk hidup, dengan Desa Crabak yang mayoritas beragama Islam ini memiliki 3 TPQ yang sedang berkembang.

c) TK (Taman Kanak-Kanak) Desa Crabak

Taman Kanak-Kanak merupakan bentuk pendidikan usia dini yang berada jalur pendidikan formal. Taman Kanak-Kanak di Desa Crabak mempunyai 28 siswa. Diantaranya Kelas A 18 siswa, 10 siswa Laki-laki dan 8 siswa Perempuan, adapun Kelas B mempunyai 10 siswa, 4 siswa Laki-laki dan 6 siswa Perempuan.

d) SD (Sekolah Dasar) Desa Crabak

Sekolah Dasar disingkat SD merupakan sekolah jenjang paling dasar pada pendidikan formal. Pelajar Sekolah Dasar di Desa Crabak umumnya berusia 6-12 tahun. Sekolah Dasar di Desa Crabak terbilang masih aktif dan mempunyai siswa yang cukup banyak.

d. Pemetaan Aset Individu (*Individual Inventory Skill*)

Pemetaan aset individu adalah kegiatan menginventarisasi pengetahuan (*knowledge*), kecerdasan rasa (*empathy*) dan keterampilan (*skill*) individu yang dimiliki setiap warga dalam suatu komunitas. Dalam proses pemetaan aset individu bisa dilakukan dengan mengunjungi setiap rumah dari selaku UMKM tersebut. Dari hasil pemetaan aset individu itu dapat dikategorikan menjadi tiga kategori yaitu sebagai berikut¹⁶ :

- 1) *Skill* yang berhubungan dengan masyarakat, maksudnya keterampilan yang dapat berkomunikasi dengan berbagai kelompok masyarakat. Contohnya kelompok remaja, dan kelompok usia lanjut.

¹⁵ Nahih Machendra Waty, *Pengembangan Masyarakat Islam* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001). 335-340.

¹⁶ Nurdiyanah Nurdiyanah et al., "Panduan Pelatihan Dasar Asset Based Community-Driven Development (Abcd)," 2016. 45-46.

- 2) *Skill* yang berhubungan dengan kewirausahaan, maksudnya keterampilan dalam mengolah suatu usaha. Contohnya pedagang
- 3) *Skill* yang berhubungan dengan seni dan budaya, maksudnya keterampilan yang berhubungan dengan kerajinan. Contohnya pengrajin tangan, penjahit dan lain-lain.

Metode yang digunakan untuk melakukan pemetaan aset individu ini yaitu interview, kuisisioner dan *focus group discussion*. Manfaat dari pemetaan aset individu ini antara lain yaitu sebagai berikut:

- 1) Memberi bantuan untuk mendirikan dasar guna memperdayakan supaya saling ketergantungan antar masyarakat.
- 2) Meningkatkan interaksi antar komunitas masyarakat.
- 3) Menyokong masyarakat guna mengenali skill yang dimiliki.

Di Desa Crabak, Kecamatan Slahung, Kabupaten Ponorogo pemetaan aset individual ini dikaitkan dengan keberagaman dari pekerjaan warganya. Berikut ini adalah paparan data pemetaan aset individual di desa Crabak.

Tabel Pemetaan Aset Individu

Dusun Manyur	Dusun Bulu	Dusun Budu
Krecek/ rengginang	Anyaman bamboo	Sale goreng
Sangkar	Gerabah	Jamu
	Kripik usus	Kripik tempe

Pemetaan aset individu pada desa Crabak ini yaitu kripik tempe, kripik usus, jamu, krecek/ rengginang, sale goreng. Sebagian besar penduduk desa Crabak ini memiliki keterampilan individu yang dimana dapat meningkatkan pendapatan finansial mereka untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dari beberapa penggambaran kemampuan atau keterampilan bisa diambil kesimpulan bahwa pada

kelompok masyarakat mempunyai sesuatu yang dapat dikembangkan supaya bisa ikut serta dalam memajukan UMKMnya.¹⁷

e. Sirkulasi Keuangan (*Leaky Bucket*)

Sirkulasi keuangan merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia dalam setiap harinya, termasuk masyarakat desa Crabak terutama bagi mereka yang memiliki usaha. Untuk meningkatkan aset aset yang ada perlu sebuah pemahaman dan analisa secara cermat. Salah satunya dengan pendekatan ABCD melalui *Leaky Bucket*. *Leaky Bucket* merupakan alat praktis yang memudahkan untuk mengidentifikasi aset di berbagai wilayah yang dimiliki oleh penduduk, warga maupun komunitas. Hal yang diperoleh bisa digunakan bagi peningkatan pembangunan vitalitas dengan bersama-sama. *Leaky Bucket* sebenarnya ialah metode yang dimanfaatkan supaya memberi kemudahan kepada masyarakat guna merekognisi seberapa maksimalnya kegiatan ekonomi dengan melihat perputaran kas yang masuk pada wadah dan perputaran yang teratur dapat meminimalisir banyaknya aliran yang keluar dengan memaksimalkan aliran masuk.¹⁸

Hal pertama yang dilakukan yaitu dengan meminta masyarakat untuk berimajinasi mengenai ekonomi dengan menggambarkan dalam suatu wadah yang didalamnya terdapat perputaran kas dan barang dimana barang dan kas tersebut masuk dari atas wadah dan keluar dari bawah wadah. Ketika masyarakat sudah dapat mengidentifikasi maka pengembangan ekonomi dapat lebih mudah ditingkatkan.¹⁹

Masyarakat crabak sudah memiliki sirkulasi keuangan yang cukup baik dan sudah menerapkan konsep ember bocor. Hal tersebut dapat dilihat dari mampu memenuhi kebutuhan hidupnya, masyarakat yang cukup sejahtera dan hasil dari

¹⁷ Novita Dwi Rachmawati and Husna Nimatul Ulya, "Inovasi Produk Sebagai Upaya Peningkatan Volume Penjualan Krupuk Trasi Dua Burung," *Abdimas Indonesian Journal* 1, no. 1 (2021): 55—71

¹⁸ Asri Sawiji and Rizqi Abdi Perdanawati, "Pemetaan Pemanfaatan Limbah Kerang Dengan Pendekatan Masyarakat Berbasis Aset (Studi Kasus: Desa Nambangan Cumpat, Surabaya)," *Marine Journal* 3, no. 1 (2017): 10-19.

¹⁹ Nurdiyana et al., "Panduan Pelatihan Dasar Asset Based Community-Driven Development (Abcd)." 71-74.

usaha bisa untuk mencukupi kebutuhan lain selain modal usaha. Namun, rata rata masyarakat belum memiliki buku catatan khusus mengenai sirkulasi keuangan atau administrasi sebab yang penting laba usaha mampu memenuhi segala kebutuhan hidup.

f. Skala Prioritas (*Low Hanging Fruit*)

Skala prioritas merupakan urutan kebutuhan yang disusun berdasarkan tingkat kepentingan kebutuhan, dengan menyusun skala prioritas, seseorang dapat mengetahui kenutuhan mana yang harus didahulukan dan kebutuhan mana yang harus didahulukan dan kebutuhan mana yang harus ditunda.²⁰ Menyusun skala prioritas merupakan langkah penting Mark Zuckerberg dalam mempersiapkan rencana jangka panjang.²¹

Dalam skala prioritas yang telah di dapat dari penelusuran wilayah-wilayah yang ada di desa crabak terdapat potensi, kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh masyarakat sekitar. Dari penelusuran wilayah yang sudah ada, pemetaan aset, penelusuran wilayah, pemetaan kelompok, atau institusi maka di dapatkan mimpi-mimpi atau harapan-harapan dari masyarakat desa Crabak.

Tujuan proses ini yaitu untuk mengembangkan aset personal/individual seperti *home industry* (penjual rengginang, tempe kripik, gerabah, sangkar, sale,). Langkah yang kami lakukan untuk mengembangkan skala prioritas dari *home industry* adalah memberikan sosialisasi pemahaman tentang Strategi UMKM untuk meningkatkan produktifitas Di Era Digital, selanjutnya dilakukan pendampingan terhadap pemasaran produk-produk berbasis online (*Marketing Online*).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pengabdian; Media Digital Pemasaran UMKM Desa Crabak

²⁰ Manggala Prayoga, *Menjadi Pribadi Tegas & Bernibawa Setiap Saat Dan Di Semua Situasi*, ed. Abdul Malik, Cetakan I (Yogyakarta: Araska Sekar Bakung Residence, 2020). 4.

²¹ Rifcka Raundnick, *Belajar Bisnis Modal Nekat Dari Para Miliarder Dunia*, ed. Edi Mubarok, Cetakan I (Yogyakarta: Araska Sekar Bakung Residence, 2020). 24.



Setelah menentukan untuk mengembangkan mentransformasi media pemasaran UMKM Desa Crabak menjadi digital, kemudian dilaksanakn seminar perihal Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang bertempat di halaman Masjid Nurul Huda Crabak. Hal ini penting, dikarenakan kurangnya pengetahuan pemilik UMKM Desa Crabak terkait media digital.

Tidak ada yang salah dengan pemasaran bisnis yang dilakukan menggunakan metode tradisional. Namun di era saat ini alangkah lebih tepat dan akan jauh lebih efisien jika sebuah bisnis dapat merambah ke dunia digital. Tentu saja, hal ini dilatar belakangi dengan berkembang pesatnya teknologi. Media digital dirasa tepat diaplikasikan sebagai media pemasaran untuk UMKM yang ada di Desa Crabak.

Dengan banyaknya platform yang menyediakan layanan gratis dan dapat diakses cukup dengan menggunakan internet saja menjadi salah satu alasan kuat untuk mengalihkan metode yang semula tradisional menjadi digital. Kelebihan lain yang didapat dengan pemasaran digital ini yakni lebih mudahnya meluas tanpa ada batasan. Artinya produk yang dipasarkan melalui media digital ini akan mudah dikenal bahkan di luar Indonesia sekalipun, sehingga memiliki peluang besar untuk dapat memasarkan produk hingga ke manca negara. Apa lagi dengan metode pemasaran ini, seorang konsumen tidak perlu jauh-jauh datang ke lokasi penjual untuk dapat membeli barang yang diinginkan, hal itu dapat dilakukan secara daring. Melihat dari beberapa kelebihan itu, para pelaku UMKM tentunya memiliki sejumlah keuntungan, seperti dapat menjangkau konsumen lebih luas dan lebih efisien.

Dari banyaknya platform yang tersedia terdapat 3 platform yang menjadi media pemasaran UMKM di Desa Crabak, yakni Blog, Instagram dan juga Facebook. Blog dengan alamat <https://umkmdesacrabak.blogspot.com/> merupakan media baru yang dibuat khusus untuk mempromosikan produk-produk UMKM yang ada di Desa Crabak.



Gambar 1: Tampilan Beranda Blog UMKM Desa Crabak

Sementara untuk media yang sedikit modern yakni Instagram dipilih selain karena penggunanya mayoritas anak-anak muda namun juga supaya produk dapat dipasarkan secara maksimal bahkan lintas generasi sekalipun. Selanjutnya platform Facebook. Desa Crabak sebenarnya memiliki media komunitas digital lebih tepatnya komunitas facebook, dengan pengikut yang lumayan banyak sehingga media ini juga turut dimanfaatkan untuk memasakan produk-produk UMKM yang ada di Desa Crabak. Selain melalui halaman facebook desa, pemasaran produk pada platform juga dilakukan melalui beberapa halaman facebook umkm yang ada di Indonesia.



Gambar 2: Beranda Facebook dan Instagram UMKM Desa Crabak

Setelah kegiatan selesai, tim peneliti melakukan evaluasi pasca kegiatan guna mengetahui keberhasilan dalam kegiatan yang telah dicapai²² seperti: 1) Keberhasilan target

²² Nadiya Dwi and Safiruddin Al Baqi, "PENGEMBANGAN PRODUKTIVITAS REMAJA DESA JORESAN MELALUI USAHA PENGELOLAAN SAMPAH PLASTIK," *PRODIMAS: Prosiding Pengabdian Masyarakat* 1 (2022): 335—53.



pemasaran; 2) Ketercapaian tujuan pemasaran digital; 3) Kemampuan pelaku UMKM dalam penguasaan media digital; 4) Evaluasi kegiatan dilaksanakan guna mengetahui kepuasan peserta UMKM terkait transformasi media pemasaran digital.

Hasil Kegiatan

Pelaksanaan pengabdian dimulai ketika tim kegiatan melakukan telaah pemetaan aset berdasarkan klasifikasinya di berbagai bidang. Kriteria kegiatan yang akan tim kegiatann laksanakan ialah menentukan satu aset yang dirasa lebih penting bagi masyarakat untuk dikembangkan. Setelah tahap tersebut terlaksana, tim kegiatan memilih bidang ekonomi dalam kegiatan pengembangan UMKM. Akhirnya usulan tim kegiatan diterima untuk dijadikan bahan penelitian pengabdian masyarakat. Pemahaman tentang pengembangan UMKM setidaknya didukung dengan SDM yang mumpuni dan faktor utama lainnya seperti ketersediaan alokasi dana atau modal bagi setiap pelaku usaha. Ekonomi menjadi basis utama kehidupan masyarakat. Dengan adanya hal tersebut para pelaku UMKM dituntut untuk bersaing ketat untuk dunia pasar modal.

Terdapat dua faktor internal dan eksternal dalam kegiatan penentuan aset yang menjadi basis utama pengembangan UMKM di desa crabak. Faktor internal yaitu keinginan dari pelaku UMKM untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar dan pemasaran produk diberbagai tempat. Kedua faktor eksternal yaitu dukungan dari pemerintah desa crabak untuk mengembangkan taraf ekonomi masyarakat sekitar. Namun, masyarakat desa crabak masih melakukan pemasaran produk mereka dengan cara yang tradisional. Mindset dalam usaha yang mereka tanamkan ialah yang terpenting usaha mereka cukup untuk kebutuhan sehari-hari dan belum memikirkan agar usahanya lebih maju dan berkembang lebih besar. Dalam hal ini, mindset untuk menjadi seorang pengusaha besar belum ada.

Melihat keadaan tersebut, menjadi pertimbangan untuk mencari cara yang tepat dalam melakukan upaya pengembangan aset program UMKM di desa crabak. Diantaranya, melakukan seminar pengetahuan terkait strategi pemasaran produk secara digital atau modern dan membantu para pelaku UMKM dalam melaksanakan pemasaran produk secara online, membuat website untuk para melaku UMKM se-desa Crabak dan membuat foto katalog kedalam market place.

Hasil dari pelaksanaan pengabdian masyarakat selanjutnya secara garis besar dapat dinilai dari komponen berikut, yang meliputi :

1. Keberhasilan target jumlah peserta pelatihan

Jumlah peserta seminar yang ditargetkan sebanyak 25 orang, yang terdiri dari pelaku UMKM itu sendiri. Dalam pelaksanaan seminar peserta yang hadir sebanyak 14 orang. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan keberhasilan target jumlah peserta seminar dapat dinilai baik, karena 50% peserta yang diundang dapat mengikuti seminar UMKM.

2. Tujuan Terlaksananya Seminar

Seminar ini bertujuan untuk membekali para pelaku UMKM dalam pengembangan produk usaha mereka terkait tentang pemasaran. Materi yang diberikan antara lain Branding produk, packaging produk serta strategi pemasaran online yang meliputi via Facebook ads, via tiktok shop dll. Dari semua materi tersebut sudah disampaikan kepada peserta secara baik yang sesuai dengan rundown acara dan alokasi waktu.

3. Pemahaman peserta dalam materi

Perwujudan seminar dibuat lebih singkat karena waktu pelaksanaan pada malam hari dan mengingat waktu semakin larut. Materi yang disampaikan dijelaskan secara garis besar dikarenakan banyaknya materi. Dalam pelaksanaan materi, peserta juga diberikan lembaran fotocopy materi pembahasan agar memudahkan peserta untuk menguasai materi. Namun dikarenakan materi yang membahas mengenai media sosial banyak peserta yang kurang memahami terkait materi yang disampaikan disebabkan juga karena SDM yang kurang mumpuni dan berusia lanjut. Disisi lain banyak istilah bahasa asing yang dipaparkan dalam materi yang membuat peserta sulit memahami maksudnya.

Kemudian Tim melakukan wawancara terhadap peserta dengan cara mendatangi rumah masing-masing peserta setelah dua hari kegiatan seminar dilakukan. Dari hasil penilaian terhadap seminar Bincang UMKM diketahui bahwa pemahaman peserta terkait materi sangat bermacam-macam. Dari kategori faham, kurang faham dan yang tidak faham sama sekali. Kategori kriteria tersebut dinilai berdasarkan hasil dari wawancara yang telah



dilakukan. Berdasarkan hasil wawancara, menunjukkan 80% peserta yang faham terhadap materi yang disampaikan, dan 15% persen peserta yang kurang faham dan 5% peserta yang tidak faham sama sekali.

Pada tahap selanjutnya, tim kegiatan melakukan pendampingan terhadap peserta dan membantu memasarkan produk usaha mereka ke media online dan market place diantaranya Facebook ads, Shopee, Whatsapp bisnis. Dari hasil penilaian terhadap pendampingan tersebut, para peserta UMKM terdapat peningkatan pemahaman terkait cara berjualan di media sosial untuk memasarkan produk usahan UMKM secara online, wawasan tentang strategi usaha dan pentingnya dalam mengembangkan usaha. Dari hasil pendampingan yang dilakukan sebelumnya dapat dinilai bahwa dari 14 peserta yang hadir diketahui ada 9 peserta yang faham, 3 peserta yang kurang faham dan 1 peserta yang tidak faham.

Jalannya Pelaksanaan Kegiatan

Perkembangan teknologi membuat para pelaku UMKM perlu menyesuaikan diri terutama dalam proses pemasaran. Pemasaran melalui digital dengan memanfaatkan sosial media, sosial chatting, marketplace dan penggunaan platform lainnya memudahkan para pelaku UMKM untuk dapat menarik dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa pelaku UMKM di Desa Crabak dalam hal pemasaran mereka masih cenderung tradisional dalam memasarkan usaha mereka, produk hanya dipasarkan di pasar desa dan konsumen atau pembeli hanya sebatas tetangga sendiri atau orang-orang terdekat mereka dan jangkauannya maksimal hanya sebatas kota sendiri.

Kemudian diadakanlah Seminar Bincang Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Crabak untuk mengembangkan pemasaran pelaku UMKM yang ada di desa tersebut yang sebelumnya tradisional ke pemasaran secara modern atau digital. Seminar Bincang Usaha Mikro Kecil Menengah ini mengangkat tema “Strategi Usaha Kecil Menengah untuk Meningkatkan Produktivitas di Era Digital”. Tema ini diharapkan turut mampu membantu program kesuksesan pemerintah dalam menciptakan keberlangsungan bagi UMKM desa Crabak.

Media sosial yang digunakan adalah media sosial Facebook. Hal ini dengan rasionalisasi, karena Akun Facebook itu sudah ada sebelum kami tiba di Desa Crabak, Slahung, Ponorogo, selain itu halaman Facebook itu merupakan akun Facebook yang sudah memiliki banyak pengikut atau anggota didalamnya, sehingga peluang pemasaran produk, pelaku UMKM Desa Crabak cukup besar untuk bisa menjangkau 777 orang. Jangka panjangnya, dari hasil wawancara dengan pelaku UMKM yang sudah mengikuti Bincang UMKM tersebut, dapat disampaikan kepada Pemerintah Desa Crabak, agar keberadaan UMKM di Desa Crabak dapat lebih maju dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan

Dari hasil evaluasi pengoperasian dan setelah terlaksananya acara telah di dapatkan faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan program ini adalah :

a) Faktor pendukung

- Dukungan kepala desa, segenap jajaran perangkat desa, dewan pembimbing lapangan dan ketua takmir masjid nurul huda terhadap kegiatan seminar bincang UMKM
- Ketersediaan tempat sebagai wadah dalam penyelenggaraan kegiatan seminar bincang UMKM terlaksana
- Ketersediaan fasilitas yang digunakan kegiatan seminar bincang UMKM
- Ketersediaan tenaga ahli atau pemateri dari dosen iain ponorogo untuk menjadi pemateri dalam kegiatan seminar bincang UMKM
- Antusiasme pelaku umkm yang tinggi di lokasi pengabdian dalam mengikuti kegiatan seminar bincang UMKM

b) Faktor penghambat

- Kurang nya SDM pelaku umkm yang mayoritas ber usia 50 tahun keatas membuat pelaku UMKM ada yang bisa memahami materi yang di sampaikan pemateri dan ada juga yang masih belum bisa memahami materi oleh sebab itu juga yang menjadi kendala untuk tindak lanjut setelah seminar.



- Kendala dalam rencana tindak lanjut yaitu pelaku usaha UMKM yang rata-rata ber usia 50 tahun keatas sehingga tidak dapat menggunakan alat komunikasi atau hp dengan baik oleh sebab itu membuat sedikit susah untuk pengarahan tindak lanjut pemasaran barang yang semula nya akan di ajarkan cara berjualan secara online agar bisa mengembangkan produk yang mereka jual

KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian dan pendataan di Desa Crabak, dapat diketahui bahwa desa ini memiliki berbagai aset, yaitu aset pendidikan, aset keagamaan, aset pertanian dan aset ekonomi. Melalui pendekatan ABCD pendampingan dilakukan fokus pada pengembangan aset ekonomi karena aset ekonomi adalah aset yang paling berpotensi meningkatkan perekonomian masyarakat.

Pembidikan aset ekonomi sebagai objek pengembangan dilatari oleh jumlah UMKM Desa Crabak ini yang berjumlah sangat banyak dan beragam, mulai dari makanan, minuman, perbengkelan, las, percetakan, grabah, jamu, dan berbagai jenis usaha lain. Namun sayang media yang mereka gunakan masih sangat tradisional dan kurang efektif. Pelanggan mereka juga hanya sekitaran desa dan kecamatan Slahung saja.

Setelah dilakukan pendampingan secara intens dan terarah, kini UMKM Desa Crabak dapat melebarkan jangkauan pemasaran produk mereka. Hal itu karena saat ini mereka sudah memiliki website, facebook, dan instagram untuk pemasaran produk. Digitalisasi pemasaran ini juga membuat pelanggan UMKM Desa Crabak menjadi semakin luas, nasional, bahkan internasional selama ada jangkauan internet. Hal ini tentunya berdampak pada peningkatan penghasilan UMKM mereka.

DAFTAR PUSTAKA



- Ahmadi, Arif Rahman Hakim, Fery Diantoro, dkk. 2022. *Pedoman Kuliah Pengabdian Masyarakat Tabun 2022 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*. Ponorogo: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) IAIN Ponorogo 2022.
- Ansori, Muhamad. (2021). “METODE TAHFIDZ APEL Dan MURAJAAH:: Pendampingan Terhadap Pengembangan Kualitas Asset SDM Guru Dalam Meningkatkan Hafalan Juz Amma Siswa SD Plus Al-Qodiri.” *Al-Ijtima: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 2.
- BPS Ponorogo, 2021, *Kecamatan Slabung dalam Angka 2021*, Ponorogo: BPS Ponorogo.
- Dureau, Christoper. 2013. *Pembabaruan Dan Kekuatan Lokal Untuk Pembangunan. TT : Australia Strengthening Scheme (ACCESS) Phase II*.
- Dwi, Nadiya, and Safiruddin Al Baqi. (2022). “PENGEMBANGAN PRODUKTIVITAS REMAJA DESA JORESAN MELALUI USAHA PENGELOLAAN SAMPAH PLASTIK.” *PRODIMAS: Prosiding Pengabdian Masyarakat* 1.
- Fendy BlackId Team, “Profil Desa dan Kelurahan Desa Crabak, Slahung, Ponorogo”, <https://www.sindopos.com/2016/02/profil-desa-kelurahan-desa-crabak.html>. Diakses pada tanggal 27 September 2022.
- Haris, Andi Muhammad Arif. (2019). “PENGEMBANGAN MASYARAKAT MISKIN MELALUI PEMANFAATAN ASET KOMUNITAS DI KABUPATEN BANDUNG BARAT.” *Jurnal Mimbar Kesejahteraan Sosial* 2, no. 2.
- Nurdiyana, Nurdiyana, Rika Dwi Ayu Parmitasari, Irvan Mulyadi, Serliah Nur, and Nadyah Haruna. (2016) “Panduan Pelatihan Dasar Asset Based Community-Driven Development (Abcd),”.
- Prayoga, Manggala. 2020. *Menjadi Pribadi Tegas & Berwibawa Setiap Saat Dan Di Semua Situasi*. Edited by Abdul Malik. Cetakan I. Yogyakarta: Araska Sekar Bakung Residence.
- Rachmawati, Novita Dwi, and Husna Nimatul Ulya. (2021) “Inovasi Produk Sebagai Upaya Peningkatkan Volume Penjualan Krupuk Trasi Dua Burung.” *Abdimas Indonesian Journal* 1, no. 1.
- Raundnick, Rifcka. 2020. *Belajar Bisnis Modal Nekat Dari Para Miliarder Dunia*. Edited by Edi Mubarak. Cetakan I. Yogyakarta: Araska Sekar Bakung Residence.
- Salahuddin, Nadhir. 2015. “Panduan KKN ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya Asset Based Community-Driven Development (ABCD).” LP2M UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Sawiji, Asri, and Rizqi Abdi Perdanawati. (2017) “Pemetaan Pemanfaatan Limbah Kerang Dengan Pendekatan Masyarakat Berbasis Aset (Studi Kasus: Desa Nambangan Cumpat, Surabaya).” *Marine Journal* 3, no. 1.



Thohir, Umar Faruq, and Irma Runtianing UH. "A Divine Love of Annemarie Schimmel: A Sufism Study of an Orientalist." *Dialogia: Islamic Studies and Social Journal* 19.1 (2021): 269-292.

Thohir, Umar Faruq, and Nina Agus Hariati. "Korelasi Pendapatan Ekonomi dan Kedewasaan Pasangan terhadap Keharmonisan Rumah Tangga Pelaku Pernikahan di bawah Umur di Desa Wedusan, Tiris, Probolinggo." *Ayy-Syari'ah: Jurnal Hukum Islam* 4.1 (2018): 77-110.

Waty, Nahih Machendra. 2001. *Pengembangan Masyarakat Islam*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.