
Pendampingan Pengembangan Usaha Gula Semut dalam Meningkatkan Inovasi Lokal

Wiwi Widiastuti¹, Riska Sarofah², Fitriyani Yuliawati³, Taufik Nurohman⁴, Hilal Ramdhani⁵

Program Studi Ilmu Politik, Universitas Siliwangi^{1,2,3,4,5}

✉ Email Korespondensi: riskasarofah@unsil.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 20-04-2025

Disetujui 28-04-2025

Diterbitkan 30-04-2025

Katakunci:

*UMKM,
Bisnis,
Gula Semut,
Kelompok Perempuan*

ABSTRAK

Pengabdian ini menjelaskan tentang pengembangan usaha UMKM salah satunya adalah usaha gula semut. Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Desa Binangun, Kota Banjar. Kegiatan ini merupakan Kerjasama mitra dengan tujuan pada pengembangan ekonomi lokal. Berdasarkan pada hasil Focus Group Discussion (FGD) dan observasi ditemukan permasalahan bahwa usaha home industry yang dijalankan oleh masyarakat setempat terkesan berjalan masing-masing dan tidak terkoordinasi dengan baik oleh desa. Padahal potensi lokal seperti gula semut bisa menjadi salah satu branding produk lokal desa yang sangat memadai. Karakteristik masyarakat di Desa Binangun cukup menarik misalnya terdapat salah satu dusun yang mata pencaharian masyarakatnya mayoritas sebagai pengrajin industry yaitu Dusun Priyagung. Selama ini produksi gula semut masih mengemas produknya dengan sangat sederhana dan belum memiliki merek dagang yang familiar di mata konsumen. Selain itu, kesulitan dalam manajemen pemasaran dan keuangan menjadi salah satu tantangan perkembangan dari home industry gula semut. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian berfokus meningkatkan inovasi lokal dengan pengembangan industry gula semut. Pengabdian akan memberikan beberapa pendampingan penyusunan business plan, manajemen pemasaran, dan pembukuan keuangan. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa kelompok masyarakat melaksanakan kegiatan UMKM yang merupakan Kerjasama antara pemerintah desa dengan kelompok perempuan. Beberapa hasil produk misalnya pembuatan dodol dengan bahan dasar gula semut dan pembuatan kripik. Kegiatan ini memberikan pendampingan yang intensif mulai dari cara penentuan kualitas produk, pembukuan usaha dan pemasaran. Diharapkan program pengabdian ini dapat membantu pemerintah desa untuk berkolaborasi dengan para pelaku home industry sehingga pengembangan industry gula semut memiliki kelompok usaha, rumah produksi yang memadai, dan manajemen pemasaran yang baik dan terintegrasi dengan potensi wisata lokal lainnya. Pada akhirnya, kegiatan ini akan berorientasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Binangun.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Widiastuti, W., Sarofah, R., Yuliawati, F., Nurohman, T., & Ramdhani, H. (2025). Pendampingan Pengembangan Usaha Gula Semut dalam Meningkatkan Inovasi Lokal. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(2), 51-64. <https://doi.org/10.63822/bx5vpb86>

PENDAHULUAN

Pengembangan industry lokal membutuhkan sinergisitas dari berbagai pihak agar menjadi salah satu inovasi unggul dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Perencanaan bisnis hingga pemasaran produk menjadi indikator dalam mengukur keberhasilan sebuah inovasi home industry (industry rumahan). Rencana bisnis cukup penting bagi pelaku usaha dalam mengidentifikasi dan menggambarkan kebutuhan pelanggan dan pelaku UMKM. Upaya menciptakan solusi dan penggalian potensi bisa dilakukan dengan memaksimalkan sumber daya yang dikuasai oleh unit usaha (Harto et al., 2020). Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa dapat dilakukan dengan memberikan penguatan pemilikan faktor-faktor produksi, distribusi, dan konsumsi, serta penguatan masyarakat untuk mendapatkan gaji/upah yang memadai, dan pemberian kesempatan untuk memperoleh informasi, pengetahuan dan keterampilan (Yusup et al., 2018).

Pemberdayaan ekonomi masyarakat selain berfokus pada peningkatan produktivitas (Junita et al., 2022), juga penting membangun kemitraan dan Kerjasama antar berbagai pihak. Pemberdayaan ekonomi perlu dibentuk agar adanya proses Kerjasama yang terbangun antara usaha kecil maupun usaha besar yang didukung dengan pembinaan dan pengembangan yang berkelanjutan. Kerjasama dapat dilakukan berdasarkan prinsip saling memperkuat, membutuhkan dan saling menguntungkan (Diana & Laila, 2020). Program kemitraan desa yang bisa dilaksanakan misalnya Potensi Kawasan Bisnis Terpadu (KBT) dengan pemerintah daerah dan pemerintah desa. Kawasan bisnis terpadu salah satunya di Desa Binangun.

Desa Binangun merupakan salah satu daerah yang terdapat di Kecamatan Pataruman Kota Banjar. Terdapat 3 dusun pada desa ini antara lain Pangasingan, Girimulya dan Priyangan. Kondisi sosial, ekonomi maupun politik sangat berbeda diantara dusun tersebut dengan karakteristiknya masing-masing. Karakteristik berdasarkan mata pencaharian pertama di Dusun Priyagung mayoritas penduduknya menggantungkan hidupnya sebagai pengrajin home industry. Sementara dusun lainnya yaitu Girimulya dan Pangasinan lebih variatif seperti pedagang, pegawai negeri, maupun petani. Hal ini merupakan salah satu dampak dari kondisi geografis desa dimana masyarakat banyak tinggal di daerah pertanian. Berdasarkan data dari Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia tentang Indeks Desa Membangun Tahun 2022, Desa Binangun sudah masuk dalam kategori mandiri. Namun realitas di lapangan membuktikan bahwa Desa ini masih belum mampu mengembangkan potensi lokal salah satunya gula semut sebagai produk unggulan desa.

Permasalahan utama pada desa Binangun antara lain kesejahteraan masyarakat yang belum maksimal dan merata padahal jika dilihat dari potensi desa seharusnya dapat dijadikan peluang bagi untuk meningkatkan inovasi lokal. Pengusul telah melakukan Focus Group Discussion dan survey untuk memetakan kebutuhan mitra. Terdapat beberapa permasalahan berikut dalam pengembangan usaha Gula Semut diantaranya Masyarakat menjalankan pengembangan home industry masing-masing. Tidak ada koordinasi dan penguatan pusat industry yang dapat berpengaruh terhadap branding desa. Penentuan rencana bisnis yang masih belum dianggap bagian dari pengembangan usaha bagi pelaku industry, media promosi usaha industry belum maksimal, sehingga walaupun selama ini Desa Binangun memiliki potensi yang bagus dalam pengelolaan gula semut namun banyak belum dikenal oleh masyarakat. Seharusnya media promosi baik offline maupun online bisa dilakukan oleh pelaku industry dengan bekerjasama melalui pemerintah desa binangun. Serta Belum memaksimalkan manajemen keuangan yang baik dan bernilai ekonomi. Sehingga dalam mengukur keuntungan dari para pelaku industry belum maksimal, inovasi produk yang belum baik. Selama ini pengolahan gula semut belum dimaksimalkan dengan produk inovasi lain

misalnya diolah dengan keripik atau bahkan dikombinasikan dengan papaya sebagai salah satu potensi lokal yang ada di Desa Binangun. Tempat wisata lembah Pejamben belum dimanfaatkan untuk menjual produk-produk olahan Gula Semut. Jika dilihat bahwa belum ada pemanfaatan potensi industry yang terintegrasi. Oleh ksemuta itu, apabila sebuah desa ingin menginisiasi kesejahteraan masyarakat maka harus dimaksimalkan dengan berbagai komponen potensi yang ada.

Berdasarkan permasalahan diatas, pengusul tertarik untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan desa mitra agar meningkatnya potensi gula semut sebagai potensi lokal. Tema pengabdian ini adalah pendampingan pengembangan usaha gula semut dalam meningkatkan inovasi lokal di desa binangun, kota banjar. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk bekerjasama dengan mitra yaitu Pemerintah Desa Binangun. Hasil Focus Group Discussion yang telah dilaksanakan bersama pemerintah desa, masyarakat, kelompok home industry gula, kelompok sadar wisata, pemuda dan PKK disepakati beberapa upaya pemecahan masalah antara lain pendampingan dan Pelatihan penyusunan business plan pada kelompok usaha home industry gula, pelatihan strategi manajemen pemasaran Gula Semut dengan memahami segmentasi pasar, pelatihan pembukuan keuangan. Pentingnya pencatatan/pembukuan serta memahami cara pencatatan yang benar dan sesuai dengan Standar Akuntansi yang berlaku (Wardiningsih et al., 2020). Pelatihan pembuatan inovasi produk. Berdasarkan hasil survey bahwa para produsen gula semut di Desa Binangun secara umum masih mengemas hasil produksi dengan cara sederhana dan belum memiliki merek dagang yang familiar di mata konsumen.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini akan dilaksanakan dengan pengembangan desa mitra. Desa Binangun memiliki potensi lokal yaitu gula semut yang sangat layak untuk dapat dikembangkan agar memiliki pendapatan ekonomi masyarakat setempat. Keterlibatan desa sebagai mitra, pemerintah desa dan para pelaku home industry gula semut dapat berkolaborasi untuk meningkatkan nilai jual kepada konsumen (Frapanti et al., 2020). Adapun metode yang digunakan diantaranya memberikan pengetahuan tentang pembuatan kelayakan bisnis (business plan), memberikan pelatihan cara manajemen pemasaran, emberikan pelatihan manajemen pembukuan dan melakukan pendampingan peningkatan inovasi produk

Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan melalui *Participatory Rural Appraisal (PRS)*. Hal ini memungkinkan bagi mitra untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan sejak identifikasi permasalahan sampai akhir kegiatan. Materi yang disajikan pada kegiatan pendampingan adalah pemahaman tentang business plan, manajemen pemasaran, manajemen pembukuan usaha maupun inovasi produk. Selain itu program ini ditujukan untuk memberikan pengetahuan tentang pengenalan kegiatan home industry serta upaya pemanfaatan teknologi informasi dalam memasarkan produk yang dihasilkan (Diana & Laila, 2020). Dalam upaya memperluas jaringan konsumen, menurut (Baroroh Ma et al., 2020) mengatakan bahwa proses pemberdayaan adalah suatu proses dimana orang memperoleh pengaruh yang lebih besar atas urusan/masalah mereka dan memunculkan inisiatif yang berhubungan dengan nasib mereka sendiri.

Selain itu program akan dilaksanakan dengan pendampingan kepada desa mitra bersama pelaku home industry gula semut. Program pendampingan dapat dilaksanakan secara terintegrasi yang bersifat lebih proaktif dan intensif. Yang dimaksudkan adalah pertama, konsultan pelaksana program secara aktif,

dari hari ke hari terjun ke lapangan membantu desa mitra mencari solusi dari setiap permasalahan home industry gula semut di lapangan. Kedua, Pendampingan desa mitra yang terintegrasi melakukan pendekatan yang praktis dan aplikatif. Yaitu menerapkan strategi dan kebijakan konsultan yang dapat langsung diterapkan di lapangan. Sehingga strategi tersebut dapat dilihat keberhasilannya dan efektifitasnya dalam menyelesaikan permasalahan home industry gula semut. Ketiga pendampingan terintegrasi lebih menekankan pada keberhasilan pendekatan personal, yaitu program pendampingan ini membutuhkan kemampuan konsultan dalam mendekati para pelaku home industry.

Permasalahan Desa Mitra

1. Masyarakat menjalankan pengembangan home industry masing-masing. Tidak ada koordinasi dan penguatan pusat industry yang dapat berpengaruh terhadap branding desa.
2. Penentuan rencana bisnis yang masih belum dianggap bagian dari pengembangan usaha bagi pelaku industry.
Media promosi usaha industry belum maksimal, sehingga walaupun selama ini Desa Binangun memiliki potensi yang bagus dalam pengelolaan gula semut namun banyak belum dikenal oleh masyarakat. Seharusnya media promosi baik offline maupun online bisa dilakukan oleh pelaku industry dengan bekerjasama melalui pemerintah desa binangun.
3. Belum memaksimalkan manajemen keuangan yang baik dan bernilai ekonomi. Sehingga dalam mengukur keuntungan dari para pelaku industry belum maksimal,
4. Inovasi produk yang belum baik.

SOLUSI

1. Memberikan pengetahuan tentang pembuatan kelayakan bisnis (business plan).
2. Memberikan pelatihan cara manajemen pemasaran
3. Memberikan pelatihan manajemen pembukuan
4. Melakukan pendampingan peningkatan inovasi produk

OUTPUT

1. Terbentuk kelompok home industry gula semut yang mampu menghasilkan produk inovasi.
2. Tersedianya pusat industry gula semut bagi Desa Binangun

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pendampingan dilaksanakan melalui 3 tahapan berikut ini:

Pendampingan dan Pelatihan Penyusunan *Business Plan*.

Tingkat pengangguran di Indonesia termasuk cukup tinggi yang dibuktikan dengan kesempatan kerja yang minim (Asmira et al., 2021). Melalui kegiatan kewirausahaan diharapkan mampu membentuk jiwa wirausaha di lingkungan masyarakat (Fitriani & Ma'ruf, 2019). Oleh karena itu pendampingan *business plan* bertujuan untuk memberikan pemahaman dalam merencanakan bisnis yang terjangkau dan disesuaikan dengan kebutuhan. Dalam tahapan ini pendamping melakukan pelaksanaan business plan melalui beberapa strategi antara lain (Nurhaida et al., 2023) :

1. *Customer Segments* (Segmentasi Konsumen)

Pada tahapan ini, para peserta Latihan mengidentifikasi segmen pelanggan yang ditentukan untuk menjadi target pelanggan. Pengembangan inovasi dari gula semut memang masih menjadi tantangan dimana saat ini gula semut masih dijual sebagai bahan dasar dan belum menyesuaikan dengan kebutuhan pasar. Oleh karena itu, pendamping membantu para kelompok perempuan/UMKM dalam menentukan target produk awal yang ingin dikembangkan dari gula semut. Ternyata, pendamping mendapatkan informasi bahwa selain gula semut, masyarakat juga melakukan kombinasi produk dengan papaya sebagai salah satu potensi lokal. Para peserta mengidentifikasi produk dodol papaya yang dipadukan dengan gula semut. Tujuannya adalah target pasar para pengunjung dari lembah penjamben (potensi lokal desa) bisa membeli dan dijadikan sebagai oleh-oleh. Selain itu, target utamanya adalah para pelanggan millennial yang menyukai produk dengan varian rasa dan tidak monoton.

2. *Value Proposition (Proposisi Nilai Konsumen)* Adalah salah satu tahapan dalam upaya mengidentifikasi keunggulan-keunggulan produk serta manfaat yang dapat menjadi nilai jual bagi pelanggan. Kelompok usaha harus menentukan kelebihan dari usaha yang ingin dikembangkan. Pada sesi ini semua peserta menuliskan kelebihan masing-masing produk. Diantaranya adalah memanfaatkan potensi lokal yaitu papaya dan gula semut yang dengan mudah mendapatkan bahan dasarnya dari Desa Binangun. Selain itu pemilihan produk dodol dianggap unik karena selama ini belum ada usaha dodol dengan bahan dasar gula semut khas Desa Binangun.

3. *Channels (Saluran)* merupakan merupakan sarana penyampaian produk atau jasa kepada konsumen. Proposisi nilai baru dapat dikomunikasikan kepada segmen pelanggan melalui saluran yang tepat, karena itu mengidentifikasi saluran yang tepat menjadi salah satu bagian terpenting dalam keberhasilan sebuah bisnis. Dalam pelatihan business plan setiap peserta diajarkan mengenai bagaimana media penyampaian produk agar mudah diketahui oleh masyarakat secara luas.

4. *Revenue Streams (Sumber Pendapatan)* merupakan upaya yang dilakukan untuk memperoleh pendapatan dari konsumen yang telah disusun perencanaannya dengan jelas, Bahan baku, produk atau jasa harus direncanakan dan dipersiapkan dengan maksimal. Pada saat pelatihan setiap peserta awalnya hanya mempertimbangkan bahan baku dengan tidak memperhitungkan operasional lain yang digunakan seperti biaya kompor, tenaga atau transportasi. Pendamping kemudian membantu dalam menyusun keperluan bahan baku secara detail agar mudah dalam memperhitungkan keuntungan.

5. Sumber daya utama adalah item dalam strategi bisnis yang dibuat dan dimiliki oleh grup perusahaan untuk menghasilkan proposisi nilai. Model bisnis sangat bergantung pada pengelolaan semua jenis sumber daya, mulai dari bahan mentah, sumber daya manusia, hingga proses operasional.
6. *Customer Relationship* (Hubungan Konsumen). Ini adalah cara merek terhubung dengan pelanggannya. Hal ini memerlukan pemantauan yang ketat dan terus-menerus untuk memastikan bahwa pelanggan tidak meninggalkan kapal begitu saja karena pengalaman negatif.
7. *Key Activities* (Aktivitas yang Dijalankan) Ketika membangun proposisi nilai suatu produk atau layanan, semua tindakan utama perusahaan berada di bawah payung tersebut.
8. *Key Partnership* (Kerjasama) Komponen ini membantu mengkoordinasikan penyampaian suatu jasa atau barang. Status mitra kunci bermanfaat bagi keberhasilan kegiatan utama yang telah ditetapkan. Membangun hubungan sangat penting untuk membangun siklus bisnis yang sukses.
9. *Cost Structure* (Struktur Biaya) Struktur pendanaan usaha adalah faktor kesembilan dan terakhir, dan sama pentingnya dengan faktor lainnya. Mengelola pengeluaran dengan baik akan membuat bisnis lebih menguntungkan dan tidak rentan terhadap kegagalan. Proposisi nilai pelanggan terbaik juga dapat dibangun dengan cara ini. Berikut adalah pelaksanaan pengabdian dalam penyampaian materi business plan.



Gambar 1. Pendampingan Penyusunan Business Plan pada Kelompok Usaha Gula Semut di Desa Binangun

Gambar tersebut menjelaskan proses penyusunan business plan yang dilakukan oleh tim pengabdian pada masyarakat Desa Binangun. Proses yang dijelaskan sesuai dengan alur perencanaan bisnis yang dapat diterapkan oleh masyarakat setempat, sehingga pematiran ini diupayakan dan diranca seefektif mungkin untuk dapat diterapkan dimasyarakat.



Gambar 2 Pendampingan Pelatihan Manajemen Pemasaran

Pada gambar diatas menjelaskan tentang kelompok tim pengabdian yang memberikan beberapa strategi manajemen pemasaran terhadap produk dodol yang telah dibuat oleh kelompok perempuan. Beberapa produk yang telah dihasilkan oleh kelompok masih memiliki kemasan sangat sederhana dan belum menyesuaikan dengan target pasar. Perusahaan dan pelaku bisnis lainnya dapat meningkatkan daya saing mereka dengan berfokus pada pelanggan melalui empat tahap keterlibatan yang berbeda: kesadaran, sensitivitas, penyalarsan, dan kemitraan. Selain itu, banyak usaha kecil yang berusaha meningkatkan daya saingnya dengan lebih menekankan pada :

- a. Pelanggan
- b. Loyalitas terhadap kualitas
- c. Perhatian terhadap kenyamanan.
- d. Konsentrasi pada inovasi
- e. Dedikasi terhadap pelayanan
- f. tekanan pada kecepatan.

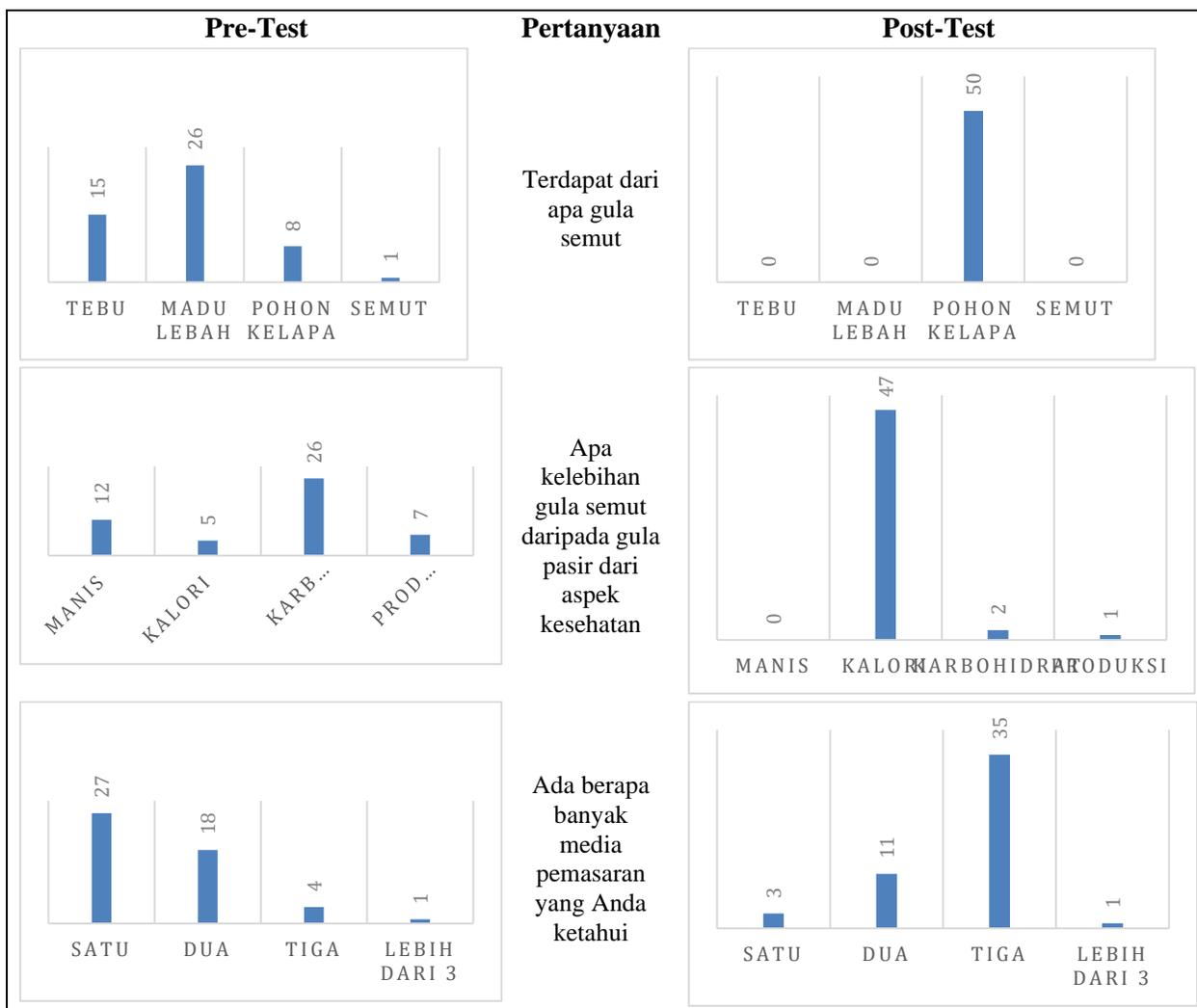
Efektivitas rencana pemasaran bergantung pada pemahaman pemasar terhadap metode pemasaran dan bisnis untuk mendapatkan keunggulan dalam persaingan (Hindratmo et al., 2020). Para ahli di bidang pemasaran terlibat dalam tiga aktivitas penting untuk meningkatkan pendekatan promosi (Thoyib & Effendi, 2017): Keterlibatan dalam tahap analisis perencanaan strategis (Mukmin, 2020); Kontribusi

kepada tim unit bisnis bersama karyawan lain yang berhubungan dengan pelanggan (Makale et al., 2023); Pengembangan dan peluncuran strategi pemasaran strategis yang ditingkatkan dan berfokus pada pasar (Sianturi, 2020).

Pendamping melakukan analisis SWOT untuk membantu dalam manajemen pemasaran produk. Beberapa strategi yang dijalankan selama pendampingan antara lain:

1. Melakukan pemasaran dengan menggunakan e-commerce
2. Melakukan pemasaran di daerah wisata desa.
3. Memperkenalkan produk kepada masyarakat setempat agar dalam membantu dalam proses penjualan produk.

Tim pengabdian melakukan pre-test dan post-test terkait dengan pengetahuan tentang pembuatan kelayakan bisnis (business plan) dan pelatihan cara manajemen pemasaran, sebagai berikut:





Gambar 3 Pengetahuan tentang Pembuatan Kelayakan Bisnis (Business Plan)

Berdasarkan gambar tersebut menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan tentang pembuatan kelayakan bisnis dari peserta program pengabdian. Hal ini menandakan adanya suatu ketertarikan dari peserta dalam bisnis gula semut dan keberhasilan dari program pengabdian.

Pendampingan manajemen pembukuan usaha.



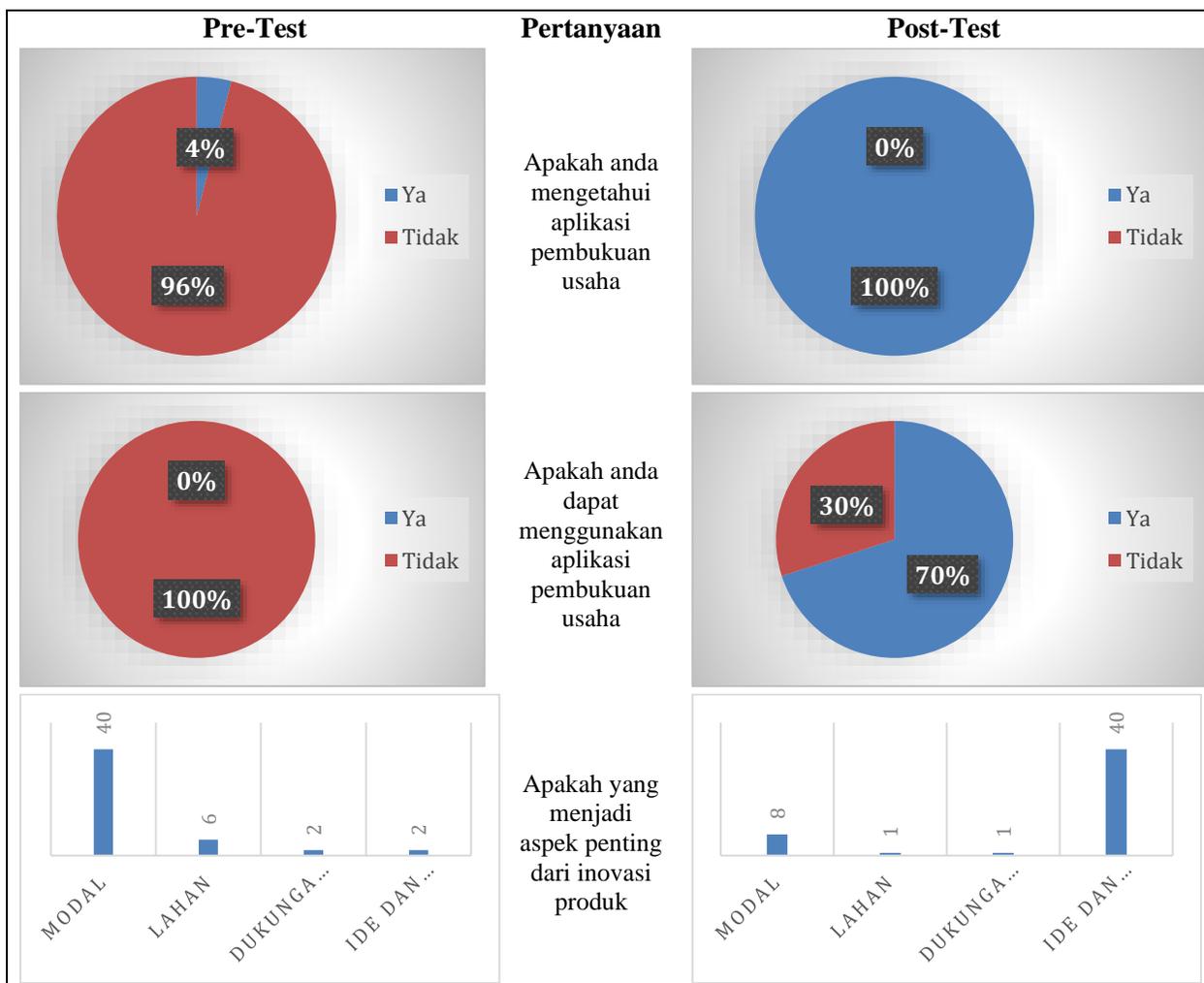
Gambar 4 Pembukuan usaha melalui aplikasi

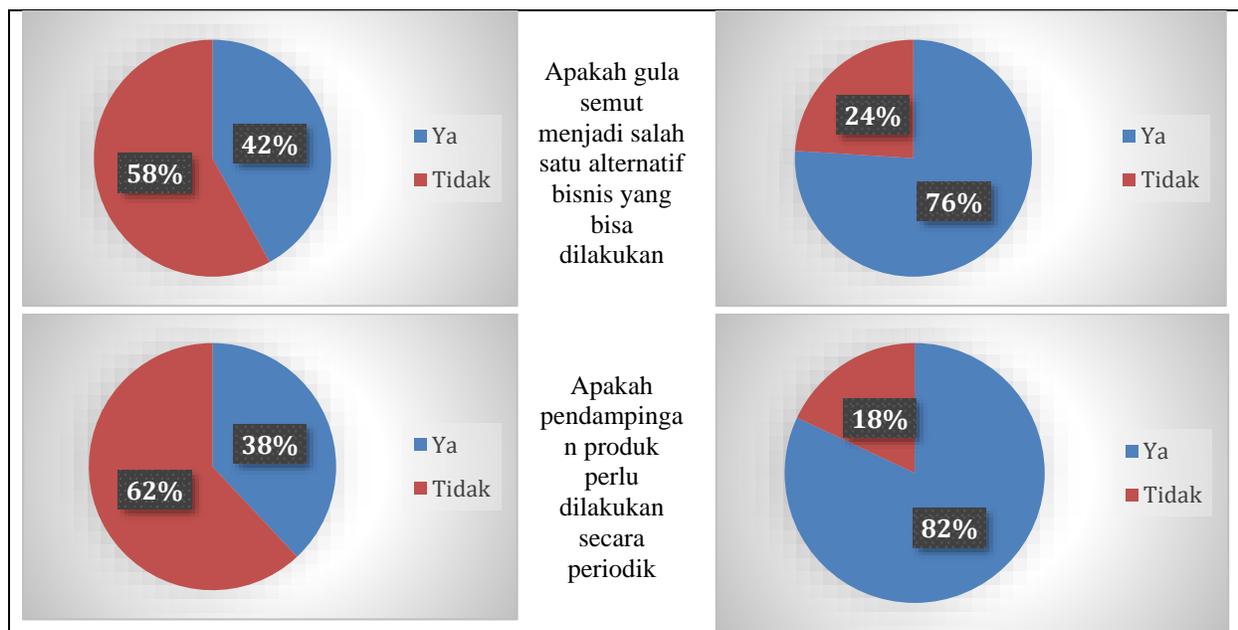
Buku warung dipilih oleh pendamping karena mudah dan dapat menjangkau kelompok usaha UMKM (Aisyah et al., 2023). Beberapa fitur diperkenalkan untuk mempermudah kelompok usaha, antara lain:

1. Mencatat Utang dan Piutang, Melalui domain ini pelaku umkm dapat mencatat piutang apabila melakukan hitang kepada pihak suplay atau lainnya (Indrayanti & Iskandar, 2020).

2. Mencatat Pemasukan dan Pengeluaran, fitur ini bisa dimanfaatkan pemilik UMKM untuk mencatat penjualan dan pembelian. Hal ini bertujuan agar arus kas usaha bisa tercatat sehingga tahu kemana arus keuangan usaha.
3. Mencatat Laporan. Laporan yang tercatat detail baik mingguan, harian atau bulanan dapat memonitoring perkembangan usaha dan memetakan perkembangan keuntungan usaha.
4. Pembayaran, Tagihan pelanggan atau bayar ke supplier atau pihak lain mudah dan tercatat secara otomatis. Gratis biaya admin dan aman dengan partner terlisensi Bank Indonesia.
5. Kelola Stok, fitur ini digunakan untuk menyimpan stok, dan mengelola secara otomatis dengan tambah detail barang di setiap transaksi.

Tim pengabdian melakukan pre-test dan post-test terkait dengan pelatihan manajemen pembukuan dan pendampingan peningkatan inovasi produk, sebagai berikut:





Gambar 5 Hasil Pre Test dan Post Test

Berdasarkan gambar tersebut menunjukkan bahwa terdapat peningkatan manajemen pembukuan maupun peningkatan inovasi dari peserta program dalam mengelola gula semut. Hal ini menandakan adanya tingkat efektifitas dari program pengabdian kepada masyarakat.

Berkolaborasi dengan desa dalam melakukan pendampingan inovasi lokal demi terwujudnya Desa penghasil gula semut.

Kolaborasi dilakukan antara universitas, kelompok usaha dan pelaku UMKM. Bahkan pada pelaksanaan kegiatan pihak desa ikut serta berpartisipasi untuk membantu kelompok pengembangan usaha kecil di desa Binangun. Kegiatan ini dilaksanakan untuk menjamin bahwa kegiatan pendampingan yang tercatat dalam program kerja desa bisa melibatkan masyarakat setempat. Selain itu produk yang dihasilkan pasca pelatihan akan dilakukan pameran di Lembah penjabmen yang merupakan salah satu wisata desa. Oleh karena itu, kolaborasi ini disebut dengan *village business integrated*.

Beberapa kendala yang disampaikan oleh pemerintah desa diantaranya adalah masih sulit menemukan produk unggulan khas yang merupakan hasil olahan dari gula semut. Oleh karena itu pendampingan akan dilaksanakan secara berkelanjutan untuk memantau perkembangan usaha masyarakat desa Binangun. Target solusi dari pemmasalahan desa mitra adalah sebagai berikut :

1. Solusi untuk pelaku usaha yang masih melakukan aktivitas secara sendiri dan belum memiliki kelompok usaha, maka perlu dilakukan pendampingan *business skill* agar memiliki kemampuan analisis bisnis dan penguatan potensi lokal maupun peluang.
2. Belum memiliki manajemen pemasaran yang dapat menjangkau segmentasi pasar, oleh karena itu perlu pendampingan manajemen pemasaran untuk menjadikan gula semut sebagai produk unggulan.
3. Belum memiliki kemampuan dalam analisis keuntungan dalam kegiatan bisnis, oleh karena itu

perlu dilakukan pendampingan manajemen pembukuan dan keuangan usaha.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pendampingan dilaksanakan untuk menjangkau target pengembangan kelompok UMKM di Desa Binangun. Kegiatan ini dilaksanakan melalui 4 tahapan antara lain Memberikan pengetahuan tentang pembuatan kelayakan bisnis (*business plan*), memberikan pelatihan cara manajemen pemasaran, memberikan pelatihan manajemen pembukuan dan melakukan pendampingan peningkatan inovasi produk. Kegiatan ini menghasilkan kelompok usaha dengan sasaran kelompok perempuan yang mengembangkan bisnis usaha dodol dengan bahan dasar gula aren dan papaya. Kedua produk ini dipilih karena Desa Binangun merupakan penghasil bahan baku tersebut. Namun selama ini memang belum dikembangkan dengan baik dengan inovasi produk lainnya. Oleh karena itu diharapkan kegiatan ini bisa menjadi salah satu sasaran pengabdian dengan desa mitra.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Siliwangi atas pendanaan pengabdian masyarakat desa mitra pada tahun 2023.

DAFTAR RUJUKAN

- Aisyah, S., Sinaga, A. N. A., Tondang, G. A., & Harahap, S. F. (2023). Penerapan Pencatatan Keuangan pada UMKM Melalui Aplikasi Buku Warung. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 99–106. <https://doi.org/10.34306/adimas.v3i2.835>
- Asmira, A., Muin, R., & Hindi, M. A. (2021). STRATEGI PEMASARAN GULA AREN DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI MASA PANDEMI COVID19. *Journal Pegguruang: Conference Series*. <https://doi.org/10.35329/jp.v3i1.2143>
- Baroroh Ma, I., Bahtiar, Y., & Dwi Aprilia, E. (2020). Pendampingan Kewirausahaan Home Industry Ibu-Ibu PKK Desa Mojokambang Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Ekonomi*, 1(1), 23–27.
- Diana, & Laila, N. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Makanan Sebagai Peluang Pendapatan di masa Pandemi Covid 19. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1(1), 1–8.
- Fitriani, S., & Ma'ruf, F. (2019). Membentuk jiwa kewirausahaan melalui pendampingan proposal bisnis. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan*, 1(1), 453–458.
- Frapanti, S., Asfiati, S., & Hadipramana, J. (2020). Pendampingan Legalitas Mutu Berstandart SNI Guna Meningkatkan Pendapatan Home Industri Batu Bata Di Desa Sido Urip Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang. *JURNAL PRODIKMAS Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(76), 41–46. <https://doi.org/10.30596/jp.v5i1.5749>
- Harto, B., Saidah, L., Rahayu Rukmanda, M., Bandung, I., Ekuitas Bandung, S., Syariah, E., & Miftahul

- Huda Pamanukan Subang, S. (2020). Menggunakan Aplikasi Excel Bagi Umkm Juara Kota Bandung. *Jurnal Kual: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 2(1), 18–22.
- Hindratmo, A., Riyanto, O. A. W., & Tajuddin, U. (2020). Penerapan Teknologi Tepat Guna dan Perbaikan Manajemen Produksi UMKM Krupuk Puli Sidoarjo. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v3i0.858>
- Indrayanti, W., & Iskandar, D. D. (2020). Teori Perilaku Terencana dan Minat Wirausaha Pemuda di Kabupaten Tegal. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.24269/asset.v3i1.2673>
- Junita, A., Meutia, R., Andiny, P., & Wahyuningsih, P. (2022). Standarisasi Produk dan Penetapan Strategi Pemasaran Gula Semut Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Produk di Desa. *Jurnal Buletin Al-Ribaath*. <https://doi.org/10.29406/br.v19i1.3552>
- Makale, T. M., Indriani, R., & Moonti, A. (2023). Strategi Pemasaran Produk Gula Semut (Studi Kasus di Kelompok Tani Huyula Desa Dulamayo Selatan, Kecamatan Telaga, Kabupaten Gorontalo). *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.57141/kompeten.v1i5.29>
- Mukmin, B. (2020). MANAJEMEN PEMASARAN JASA SEKOLAH DASAR TERPADU. *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*. <https://doi.org/10.15575/isema.v5i1.6076>
- Nurhaida, D., Arsiyanti, F., & Munawar, M. A. (2023). Anatomi Bisnis Plan. *Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera*, 4(2), 200–211.
- Sianturi, R. D. (2020). Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 45–50. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.118>
- Thoyib, E., & Effendi, R. Y. (2017). EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN SOSIAL INTERNAL DAN EKSTERNAL RENCANA PEMBANGUNAN PROGRAM PLPBK DI KELURAHAN SUNGAI LAIS KECAMATAN KALIDONI KOTAMADYA PALEMBANG. *Jemasi: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*. <https://doi.org/10.35449/jemasi.v13i1.44>
- Wardiningsih, R., Wahyuningsih, B. Y., & Sugianto, R. (2020). Pelatihan Pembukuan Sederhana Bagi Pelaku Usaha Kecil (Mikro) Di Dusun Bore Desa Kopang Rembiga Kecamatan Kopang Lombok Tengah. *PENSA : Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 163–172.
- Yusup, D. K., Rusyana, A. Y., & Fitriyaningsih, I. (2018). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Manajemen Pemasaran Produk Gula Semut Berbasis Kemitraan Di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar. *Al-Khidmat*, 1(1), 35–44. <https://doi.org/10.15575/jak.v1i1.3322>