



TRANSFORMASI : JURNAL PENGABDIAN PADA MASYARAKAT

Email: j.transformasi@ummat.ac.id

<http://jurnal.ummat.ac.id/index.php/transformasi/index>

ISSN: 2797-5940 (Online), ISSN: 2797-7838 (Print)

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram

Jln. KH. Ahmad Dahlan No.1, Pagesangan, Kec. Mataram, Kota Mataram, NTB (83115)

Model Pemberdayaan Partisipatif: Integrasi Modal Sosial Keagamaan dan Kapasitas Ekonomi Digital UMKM

Participatory Empowerment Model: Integrating Religious Social Capital and the Digital Economic Capacity of MSMEs

Muhammad Rahel¹ Nurul Huda² Ariyani³ Ummi Farhani⁴ Ariyana⁵ Moh. Hafid⁶ Mirsa Gulam Zaki⁷ Moh Hazin⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Institut Agama Islam Hasan Jufri Bawean, Indonesia

*Email: muhammadrahel150@gmail.com

Abstrak

Masyarakat Dusun Carabaka, Kecamatan Tambak, Pulau Bawean, memiliki modal sosial keagamaan yang kuat namun menghadapi tantangan dalam optimalisasi potensi ekonomi lokal dan kapasitas digital. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengimplementasikan model pemberdayaan partisipatif yang mengintegrasikan modal sosial keagamaan dengan peningkatan kapasitas ekonomi digital bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan menggunakan metode Participatory Action Research (PAR), program ini dilaksanakan secara kolaboratif antara mahasiswa KKN, Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), dan seluruh elemen masyarakat Dusun Carabaka, termasuk pelaku UMKM, tokoh agama, serta organisasi pemuda dan perempuan. Hasil pengabdiannya menunjukkan bahwa penguatan modal sosial keagamaan melalui kegiatan seperti gotong royong renovasi masjid, penggalangan dana sebesar Rp 9.900.000, dan rutinan keagamaan, berhasil meningkatkan kohesi sosial dan semangat partisipasi warga. Secara simultan, pemberdayaan ekonomi UMKM berbasis kearifan lokal (asam jawa, keripik singkong, kedelai) ditingkatkan melalui pelatihan branding dan pemasaran digital menggunakan Canva/Capcut, bantuan pengemasan, serta pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB). Program ini membuktikan bahwa integrasi modal sosial keagamaan dan kapasitas ekonomi digital melalui pendekatan partisipatif efektif dalam menciptakan pemberdayaan masyarakat yang holistik dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Pemberdayaan Partisipatif; Modal Sosial Keagamaan; Ekonomi Digital; UMKM

Abstract

The community of Carabaka Village in the Tambak subdistrict of Bawean Island possesses strong religious social capital, yet it faces challenges in optimizing its local economic potential and digital capacity. This community service initiative implements a participatory empowerment model integrating religious social capital and enhancing digital economic capacity for micro, small, and medium enterprises (MSMEs). Using the Participatory Action Research (PAR) method, the program was implemented collaboratively by KKN students, Field Supervisors (DPL), and all Carabaka Village community members, including MSMEs, religious leaders, youth, and women's organizations. The results of the community service demonstrate that strengthening religious social capital through activities such as collective efforts to renovate the mosque, fundraising amounting to Rp 9,900,000, and regular religious activities successfully enhanced social cohesion and the spirit of participation among residents. Concurrently, economic empowerment for MSMEs based on local wisdom, such as tamarind, cassava chips, and soybeans, was enhanced through branding and digital marketing training using Canva and CapCut, as well as packaging assistance and guidance in obtaining a Business Identification Number (NIB). This program shows that integrating religious social capital with digital economic capacity through a participatory approach effectively creates holistic, sustainable community empowerment.

Keywords: Participatory Empowerment; Religious Social Capital; Digital Economy; MSMEs

PENDAHULUAN

Pembangunan masyarakat di wilayah kepulauan Indonesia menyajikan sebuah paradigma yang khas, di mana tantangan isolasi geografis berpadu dengan potensi sumber daya lokal dan modal sosial yang unik. Pulau Bawean di Kabupaten Gresik, Jawa Timur, merupakan contoh nyata dari dinamika ini. Sebagai sebuah pulau yang terpisah dari daratan utama Jawa, Bawean menghadapi kendala dalam konektivitas, akses pasar, dan transfer pengetahuan yang sering kali menghambat laju pengembangan ekonomi modern (Susanto & Wibowo, 2019). Namun, di sisi lain, kondisi ini turut melestarikan tatanan sosial yang komunal dan kohesif, yang berakar kuat pada nilai-nilai tradisi dan religiusitas. Keterikatan sosial ini merupakan aset fundamental yang dapat dimobilisasi untuk pembangunan partisipatif dari bawah (bottom-up) (Putra, 2021).

Secara lebih spesifik, kondisi ini terefleksikan di Dusun Carabaka, Desa Kepuhlagundi, Kecamatan Tambak. Dusun ini, dengan populasi sebanyak 391 jiwa, memiliki struktur demografi dan ekonomi yang beragam. Mayoritas penduduknya menggantungkan hidup pada sektor primer seperti nelayan dan petani, sebagian lainnya bekerja sebagai guru, dan tidak sedikit yang menjadi pekerja migran di Malaysia untuk menopang ekonomi keluarga. Kondisi ini menunjukkan adanya tekanan ekonomi yang mendorong migrasi keluar, sekaligus menandakan adanya potensi sumber daya manusia yang perlu dikelola. Di tengah tantangan tersebut, Dusun Carabaka memiliki potensi ekonomi lokal yang berbasis pada kearifan lokal, terutama pada sektor usaha skala rumahan. Beberapa produk unggulan seperti keripik singkong dan olahan asam jawa telah menjadi sumber pendapatan tambahan bagi warga. Namun, potensi ini belum tergarap secara optimal untuk memberikan dampak kesejahteraan yang lebih luas.

Analisis situasi mendalam yang dilakukan pada awal program pengabdian masyarakat mengidentifikasi serangkaian isu strategis yang saling berkaitan, yang dapat dikelompokkan ke dalam tiga aspek utama.

Pertama, dari aspek sosial-spiritual, masyarakat Dusun Carabaka menunjukkan modal sosial yang sangat kuat. Hal ini tecermin dari semangat gotong royong dan partisipasi kolektif yang tinggi dalam kegiatan keagamaan, terutama dalam rencana besar renovasi masjid dusun. Masjid tidak hanya dipandang sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat interaksi sosial dan simbol kemajuan komunal. Kendati demikian, semangat yang besar ini berhadapan dengan kendala signifikan dalam

mobilisasi sumber daya finansial. Kebutuhan dana yang mencapai Rp 2 Miliar merupakan angka yang masif bagi komunitas dusun, sehingga mekanisme penggalangan dana yang bersifat tradisional dan sporadis terbukti tidak memadai. Diperlukan sebuah strategi yang lebih terstruktur dan inovatif untuk mengubah semangat kebersamaan menjadi kontribusi finansial yang terukur (Huda & Santoso, 2020).

Kedua, dari aspek ekonomi dan pemasaran, para pelaku usaha rumahan menghadapi tantangan dalam meningkatkan skala dan daya saing produk mereka. Meskipun beberapa usaha seperti produsen keripik singkong dan asam jawa telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), kepemilikan legalitas ini belum secara otomatis membuka akses ke pasar yang lebih luas. Isu utamanya terletak pada kapasitas pemasaran dan branding. Produk-produk tersebut masih dipasarkan dengan kemasan yang sederhana dan belum memiliki identitas merek yang kuat untuk menarik konsumen di luar komunitas lokal (Rahmawati, dkk., 2022). Strategi pemasaran pun masih sangat terbatas pada metode konvensional dari mulut ke mulut dan promosi informal melalui status WhatsApp. Keterbatasan dalam literasi digital untuk pemasaran, seperti pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce, menjadi penghalang utama bagi produk lokal untuk menjangkau pasar yang lebih kompetitif (Pratama, dkk., 2022).

Ketiga, dari aspek legalitas dan pengembangan kapasitas, terdapat kesenjangan antara kepemilikan legalitas usaha dengan pemanfaatannya secara optimal. NIB yang telah dimiliki seharusnya menjadi gerbang untuk mengakses program bantuan pemerintah, permodalan formal, dan kemitraan dengan pihak swasta. Namun, banyak pelaku usaha belum memahami bagaimana cara memanfaatkan status legal mereka untuk pengembangan usaha lebih lanjut. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk pendampingan pasca-perizinan, yang berfokus pada peningkatan kapasitas manajerial, perencanaan bisnis, dan literasi finansial (Sari & Wijaya, 2021). Tanpa adanya peningkatan kapasitas ini, legalitas yang dimiliki hanya akan menjadi dokumen administratif tanpa dampak ekonomi yang signifikan.

Fenomena sinergi antara modal spiritual-sosial dan pemberdayaan ekonomi telah banyak dikaji sebagai pendekatan pembangunan yang efektif. Institusi keagamaan, seperti masjid, terbukti mampu menjadi episentrum penggerak aksi kolektif yang melampaui fungsi ritual (Widayanti & Nurohman, 2020). Kekuatan kepercayaan (trust) dan jaringan sosial yang terbangun di lingkungan keagamaan dapat menjadi "pelumas" yang efektif untuk menginisiasi dan menyukseskan program ekonomi bersama (Fauzi

& Nugroho, 2018). Di sisi lain, intervensi yang dilakukan oleh agen eksternal seperti mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) terbukti mampu menjadi katalisator perubahan, khususnya dalam mentransfer pengetahuan praktis terkait teknologi digital, branding, dan manajemen usaha kepada masyarakat (Andriani, dkk., 2023; Setiawan, 2020). Program pengabdian ini dirancang untuk tidak memisahkan antara penguatan spiritualitas dan pemberdayaan ekonomi, melainkan mengintegrasikannya dalam sebuah model yang saling menguatkan. Peningkatan kesejahteraan ekonomi diharapkan dapat memberikan sumber daya lebih bagi masyarakat untuk mendukung kegiatan sosial-keagamaan, menciptakan sebuah siklus pembangunan berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang, analisis situasi, dan dukungan kajian literatur tersebut, maka tujuan utama dari program pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk mengembangkan dan mengimplementasikan model pemberdayaan kolaboratif yang menyinergikan kekuatan spiritualitas dan potensi ekonomi lokal guna meningkatkan kemandirian serta kesejahteraan masyarakat di Dusun Carabaka, Bawean. Hal ini akan diwujudkan melalui serangkaian program terpadu yang mencakup penguatan manajemen penggalangan dana masjid, pelatihan branding dan pemasaran digital menggunakan perangkat sederhana seperti Canva dan CapCut, serta pendampingan untuk optimalisasi pemanfaatan NIB dalam mengakses peluang pasar yang lebih luas.

METODE

Metode yang digunakan dalam program pengabdian ini adalah Penelitian Tindakan Partisipatif atau Participatory Action Research (PAR). Pendekatan ini dipilih karena relevansinya yang tinggi dengan konteks sosial dan geografis Dusun Carabaka, Pulau Bawean. Sebagai komunitas di wilayah kepulauan, masyarakat Carabaka memiliki modal sosial yang kuat dan potensi kearifan lokal yang unik, sehingga pendekatan dari atas ke bawah (top-down) tidak akan efektif (Wahyuni & Wijayanti, 2020). PAR menempatkan masyarakat sebagai subjek atau mitra setara yang secara aktif terlibat dalam keseluruhan siklus program, mulai dari identifikasi kebutuhan, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi (Susanto, dkk., 2021). Hal ini sejalan dengan tujuan utama program, yaitu mendorong kemandirian dan keberlanjutan, bukan menciptakan ketergantungan (Putra & Hidayat, 2019).

Proses pengorganisasian komunitas diawali melalui musyawarah partisipatif bersama para pemangku kepentingan, seperti Kepala Dusun, Takmir Masjid, pelaku usaha lokal, dan perwakilan remaja. Instrumen yang digunakan pada tahap ini adalah pemetaan sosial dan analisis potensi untuk merumuskan program yang benar-benar berakar dari aspirasi warga (Kurniawan, 2018).

1. Strategi Aksi Kolaboratif

Implementasi program dijalankan melalui dua pilar strategi utama yang saling bersinergi:

- a. Penguatan Spiritual dan Kohesi Sosial: Strategi ini difokuskan pada penguatan ikatan sosial melalui kegiatan keagamaan. Aksi utamanya adalah fasilitasi renovasi masjid, di mana mahasiswa berperan sebagai inisiator penggalangan dana dan mediator partisipasi kolektif dalam bentuk gotong royong. Selain itu, dilakukan pula revitalisasi kegiatan rutin keagamaan seperti pengajian malam Jumat dan pengajaran di TPQ/MDU/MINU untuk memperkuat nilai-nilai spiritual dan kebersamaan di tengah masyarakat (Hasan, dkk., 2022).
- b. Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal: Strategi ini bertujuan meningkatkan kapasitas ekonomi warga melalui pendampingan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Fokus utamanya adalah pada produk lokal seperti asam jawa dan keripik singkong. Intervensi yang dilakukan meliputi:
 - 1) Pelatihan: Peningkatan kapasitas dalam penjenamaan (branding) dan pemasaran digital (digital marketing) menggunakan aplikasi Canva dan Capcut.
 - 2) Pendampingan: Bimbingan intensif dalam pengemasan produk agar lebih menarik dan memiliki nilai jual.
 - 3) Advokasi: Fasilitasi dan pendampingan dalam proses pengurusan legalitas usaha melalui Nomor Induk Berusaha (NIB), yang menjembatani warga dengan proses birokrasi (Pratama, 2021).

2. Tahapan Kegiatan dan Peran Para Pihak

Program yang berlangsung selama 36 hari (28 Juli – 1 September 2025) ini dibagi menjadi tiga tahapan utama dengan pembagian peran yang jelas:

- a. Tahap Perencanaan Partisipatif (Minggu ke-1):
 - 1) Aktivitas: Musyawarah awal untuk identifikasi masalah dan potensi.
 - 2) Peran Mahasiswa: Fasilitator diskusi dan pemetaan aset.

- 3) Peran DPL: Pengarah metodologi dan kerangka program.
 - 4) Peran Masyarakat: Memberikan informasi, gagasan, dan menjadi perumus utama kebutuhan program.
- b. Tahap Implementasi Aksi Kolaboratif (Minggu ke-2 hingga ke-4):
- 1) Aktivitas: Pelaksanaan program renovasi masjid, pelatihan UMKM, pengajaran, dan kegiatan kemasyarakatan lainnya.
 - 2) Peran Mahasiswa: Motor penggerak, pelaksana teknis (misalnya, menjadi tenaga dalam gotong royong, mengajar, dan mendampingi pemasaran), serta fasilitator penggalangan dana.
 - 3) Peran DPL: Supervisor, narasumber ahli (pelatihan NIB dan pemasaran), dan penghubung dengan pihak eksternal.
 - 4) Peran Masyarakat: Pelaku utama dalam setiap kegiatan, mulai dari gotong royong, peserta aktif pelatihan, hingga pengelola dana renovasi.
- c. Tahap Refleksi dan Evaluasi Berkelanjutan (Dilakukan Mingguan):
- 1) Aktivitas: Evaluasi kemajuan program secara berkala bersama warga.
 - 2) Instrumen Evaluasi:
 - a) Program Renovasi: Catatan progres dana terkumpul (target dana KKN: Rp10.000.000) dan realisasi pembangunan fisik.
 - b) Program UMKM: Peningkatan kualitas kemasan, jumlah NIB yang berhasil diterbitkan, dan data peningkatan penjualan awal melalui media sosial (misalnya, story WhatsApp).
 - 3) Tujuan: Memastikan program berjalan sesuai rencana, relevan dengan kebutuhan, dan dampaknya dapat dirasakan langsung oleh masyarakat (Rahman, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang diimplementasikan di Dusun Carabaka, Pulau Bawean, selama 36 hari (28 Juli - 1 September 2025) dirancang menggunakan kerangka kerja Pemberdayaan Kolaboratif dengan pendekatan Participatory Action Research (PAR). Pendekatan ini menempatkan 13 mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) dan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) sebagai fasilitator untuk menyinergikan modal spiritual-sosial dengan potensi ekonomi lokal. Analisis hasil dan pembahasan berikut diuraikan secara sistematis berdasarkan dua pilar utama kegiatan, sinergi yang terbangun, serta refleksi kritis terhadap keterbatasan program.



Gambar 1. DPL & Mahasiswa KKN INHAFI Bawean K. 6 Carabaka

1. Pilar I: Penguatan Spiritualitas sebagai Fondasi Modal Sosial

Pilar pertama bertujuan untuk merevitalisasi dan mengkapitalisasi kegiatan keagamaan yang telah mengakar kuat di masyarakat sebagai instrumen untuk memperkuat kohesi dan modal sosial. Intervensi difokuskan pada proyek bersama yang membutuhkan aksi kolektif.

a. Hasil Kegiatan

Secara kualitatif, program ini berhasil menumbuhkan partisipasi aktif dan rasa kepemilikan (*sense of ownership*) masyarakat terhadap kegiatan yang dijalankan. Keterlibatan mahasiswa dalam proyek renovasi masjid melampaui peran sebagai fasilitator penggalangan dana; mereka berpartisipasi langsung sebagai tenaga kerja bersama warga dan remaja dusun. Aksi konkret ini secara efektif meruntuhkan sekat formal antara akademisi dan masyarakat, membangun ikatan personal yang kuat. Kepercayaan (*trust*) semakin diperdalam melalui

partisipasi aktif mahasiswa dalam kegiatan rutin keagamaan, seperti Yasinan dan Diba'an mingguan bersama kelompok Muslimat dan Fatayat, serta menjadi pengajar di tiga institusi pendidikan agama: TPQ (setiap malam), MDU (Rabu & Sabtu), dan MINU (Senin & Kamis). Kehadiran yang konsisten ini membangun legitimasi dan penerimaan program secara menyeluruh.



Gambar 2. KKN & Ibu Muslimat Carabaka Pengajian Rutin Keagamaan

Secara kuantitatif, hasil yang terukur dapat dirinci sebagai berikut: Mobilisasi Sumber Daya: Upaya penggalangan dana jangka pendek untuk renovasi masjid berhasil mengumpulkan dana sebesar Rp 7.300.000 per tanggal 16 Agustus 2025 dan mengalami peningkatan signifikan menjadi Rp 9.900.000 pada 25 Agustus 2025, atau mencapai 99% dari target jangka pendek sebesar Rp 10.000.000. Dana ini dihimpun dari berbagai sumber, termasuk Balai Desa, instansi pasar, dan toko emas lokal, yang menunjukkan keberhasilan dalam memobilisasi sumber daya internal maupun eksternal dusun.

Partisipasi Kegiatan: Rata-rata partisipasi dalam kegiatan keagamaan mingguan (Yasinan dan Diba'an) mengalami peningkatan kehadiran, terutama dari kalangan remaja, setelah keterlibatan aktif mahasiswa KKN. Sesi pengajaran di TPQ, MDU, dan MINU secara rutin diikuti oleh lebih dari 60 anak-anak dari berbagai jenjang usia.



Gambar 3. Aksi Penggalangan Dana Renovasi Masjid Carabaka



Gambar 4. KKN dan Warga Aksi Gotong Royong Renovasi Masjid



Gambar 5. Sesi pengajaran di TPQ, MDU, dan MINU Carabaka.

b. Pembahasan

Hasil dari pilar pertama ini memberikan bukti empiris yang kuat mengenai peran sentral spiritualitas dalam pembentukan modal sosial di konteks pedesaan Indonesia. Modal sosial, yang didefinisikan sebagai jaringan, kepercayaan, dan norma yang memfasilitasi tindakan kolektif (Putnam, 2000), menjadi variabel kunci keberhasilan program ini. Proyek renovasi masjid tidak hanya bertujuan memperbaiki infrastruktur fisik, tetapi berfungsi sebagai arena untuk mempraktikkan dan memperkuat modal sosial.

Semangat gotong royong yang termanifestasi dalam partisipasi warga merupakan cerminan dari modal sosial ikatan (*bonding social capital*), yaitu hubungan erat di antara anggota komunitas yang homogen (Fukuyama, 2001). Ikatan ini sudah ada sebelumnya, namun berhasil diaktivasi dan diperkuat melalui tujuan bersama. Peran mahasiswa KKN dalam konteks ini adalah sebagai katalisator yang membangun modal sosial jembatan (*bridging social capital*), dengan menghubungkan komunitas Dusun Carabaka dengan sumber daya eksternal seperti donatur dan instansi di luar dusun (Woolcock & Narayanan, 2000).

Keberhasilan penggalangan dana awal, meskipun secara nominal kecil dibandingkan total kebutuhan Rp 2 Miliar, memiliki signifikansi strategis. Ini berfungsi sebagai "kemenangan kecil" (*small win*) yang membangkitkan optimisme dan efikasi kolektif-keyakinan komunitas akan kemampuannya untuk mencapai tujuan (Wibowo & Purnomo, 2020). Pencapaian ini memvalidasi strategi yang dijalankan dan membangun momentum untuk upaya penggalangan dana jangka panjang. Lebih jauh, keterlibatan mahasiswa dalam pendidikan agama merupakan investasi sosial jangka panjang. Ini bukan sekadar transfer pengetahuan, tetapi proses pembentukan karakter generasi muda dan penanaman nilai-nilai kebersamaan yang akan menopang keberlanjutan program pembangunan dusun di masa depan (Abdullah et al., 2019).

2. Pilar II: Pemberdayaan Ekonomi Lokal melalui Peningkatan Kapasitas dan Branding

Pilar kedua berfokus pada intervensi ekonomi yang bertujuan meningkatkan nilai tambah produk unggulan lokal asam jawa, keripik singkong, dan produk kedelai (soya) melalui peningkatan kapasitas dan strategi branding.

a. Hasil Kegiatan

Sebelum intervensi, ketiga produk tersebut dipasarkan secara subsisten dengan kemasan seadanya (plastik bening tanpa label) dan jangkauan pasar yang terbatas pada lingkungan terdekat. Program ini menghasilkan transformasi yang nyata dan terukur:

Peningkatan Kapasitas Digital: Pelatihan branding dan pemasaran digital yang difasilitasi oleh praktisi (Bapak Huda) pada 25 Agustus 2025 diikuti oleh sekitar 15 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang mayoritas adalah ibu rumah tangga. Peserta mendapatkan keterampilan praktis menggunakan aplikasi desain grafis (Canva) dan video editing (CapCut) melalui gawai mereka.

Transformasi Produk: Sebanyak tiga jenis produk utama telah berhasil di-branding ulang. Mahasiswa melakukan pendampingan intensif (hand-holding) dalam pembuatan logo, desain stiker kemasan, hingga proses pencetakan. Hasilnya adalah produk dengan identitas visual yang lebih profesional dan menarik.



Gambar 5. Hasil pemberdayaan ekonomi lokal kripik singkong

Perluasan Jangkauan Pasar: Terjadi perubahan perilaku pemasaran dari pasif (menunggu pembeli) menjadi proaktif. Pemanfaatan fitur status WhatsApp untuk promosi terbukti efektif, dengan laporan informal dari para peserta yang menyatakan adanya peningkatan jumlah pesanan dan perluasan jangkauan pasar hingga ke desa-desa tetangga di Pulau Bawean.



Gambar 6. Hasil branding ekonomi kreatif Asam jawa

Akses Legalitas Usaha: Dengan pendampingan dari DPL, proses pengajuan Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk beberapa pelaku usaha telah dimulai melalui sistem Online Single Submission (OSS). Ini merupakan langkah awal krusial menuju formalisasi usaha.

b. Pembahasan

Keberhasilan pilar ekonomi ini dapat dianalisis melalui lensa teori Difusi Inovasi Rogers (2003). Adopsi teknologi baru (pemasaran digital dan branding) oleh para pelaku UMKM berjalan relatif cepat karena inovasi yang ditawarkan memenuhi beberapa kriteria kunci: (1) Keunggulan Relatif (manfaat nyata berupa peningkatan daya tarik produk dan potensi penjualan); (2) Kesesuaian (Compatibility, menggunakan perangkat gawai yang sudah dimiliki); (3) Kompleksitas Rendah (aplikasi Canva dan CapCut bersifat intuitif); dan (4) Kemampuan untuk Diuji Coba (Trialability, dapat diterapkan dalam skala kecil). Peran mahasiswa sebagai agen literasi digital menjadi jembatan yang mempercepat proses adopsi ini.

Intervensi ini merupakan contoh konkret dari strategi peningkatan rantai nilai (value chain upgrading), khususnya pada level product upgrading (peningkatan produk) dan functional upgrading (peningkatan fungsi) (Gereffi, 2005). Tanpa mengubah resep atau bahan baku inti, nilai produk ditingkatkan secara signifikan melalui pengemasan dan branding. Hal ini sejalan dengan temuan Sari & Hidayat (2022) yang mengidentifikasi branding sebagai salah satu tuas utama untuk meningkatkan daya saing UMKM di pedesaan.

Lebih dari sekadar pelatihan teknis, pendampingan pengurusan NIB adalah bentuk pemberdayaan struktural. Menurut Friedman (1992), pemberdayaan sejati tidak hanya terjadi pada level psikologis (peningkatan kepercayaan diri), tetapi juga pada akses terhadap basis kekuatan sosial dan politik. Dengan memiliki NIB, pelaku usaha informal ini mulai memasuki ranah ekonomi formal. Ini adalah gerbang untuk mengakses sertifikasi halal, Pangan Industri Rumah Tangga (PI-IRT), serta program bantuan permodalan dari pemerintah, yang secara fundamental mengubah posisi tawar mereka dalam sistem ekonomi yang lebih luas (Pratama & Santoso, 2021).

3. Sinergi Pilar Spiritualitas-Ekonomi dan Implikasi Perubahan Sosial

Kekuatan utama program PKM ini terletak pada sinergi yang berhasil dibangun antara kedua pilar. Modal sosial yang dikultivasi melalui kegiatan keagamaan berfungsi sebagai "pelumas sosial" yang memfasilitasi keberhasilan program pemberdayaan ekonomi.

a. Bukti Sinergi di Lapangan

Sinergi ini termanifestasi secara nyata di lapangan. Kepercayaan dan kedekatan yang terbangun antara mahasiswa dan masyarakat di masjid dan majelis taklim terbukti menurunkan resistensi dan meningkatkan antusiasme terhadap program-program baru. Contoh paling konkret adalah tumpang tindihnya demografi peserta: ibu-ibu yang menjadi tulang punggung kegiatan Yasinan Muslimat adalah individu yang sama yang menjadi peserta paling aktif dalam pelatihan branding UMKM. Hubungan yang telah terjalin dalam domain spiritual membuat mereka lebih terbuka untuk menerima bimbingan teknis dalam domain ekonomi. Demikian pula, para remaja yang terlibat sebagai panitia kegiatan keagamaan dan renovasi masjid kini teridentifikasi sebagai agen potensial yang dapat melanjutkan estafet pemasaran digital produk-produk dusun.

b. Analisis Perubahan Sosial Awal

Program ini telah menginisiasi setidaknya tiga perubahan sosial awal yang positif:

Munculnya Kesadaran Baru (New Consciousness): Terjadi pergeseran pola pikir di kalangan pelaku usaha dari sekadar produsen menjadi pemilik merek. Mereka mulai menyadari pentingnya citra produk, kualitas kemasan, dan narasi pemasaran.

Perubahan Perilaku Ekonomi: Dari sikap menunggu, kini muncul proaktivitas dalam mencari pasar. Pemanfaatan teknologi digital, meskipun sederhana, menandai langkah awal menuju perilaku kewirausahaan yang lebih adaptif (Susanto, 2023).

Identifikasi Penggerak Lokal (Local Champions): Program ini berhasil mengidentifikasi individu-individu—baik dari kalangan ibu-ibu pelaku usaha yang percaya diri maupun remaja yang cepat belajar teknologi—yang berpotensi menjadi motor penggerak keberlanjutan program setelah tim KKN menyelesaikan tugasnya.

c. Keterbatasan Program dan Rekomendasi

Sebuah analisis yang kritis dan objektif mengharuskan pengakuan terhadap keterbatasan yang ada dalam pelaksanaan program ini.

Jangka Waktu Singkat: Durasi program 36 hari sangat terbatas untuk menghasilkan dampak yang berkelanjutan dan mendalam. Perubahan perilaku dan peningkatan kapasitas membutuhkan waktu yang lebih panjang untuk terinternalisasi sepenuhnya.

Ketergantungan pada Fasilitator Eksternal: Keberhasilan banyak kegiatan masih sangat bergantung pada kehadiran dan inisiatif mahasiswa KKN. Persoalan keberlanjutan (sustainability) menjadi tantangan utama: siapa yang akan melanjutkan pendampingan setelah program berakhir?

Skalabilitas Terbatas: Intervensi, terutama pelatihan ekonomi, baru menyentuh sekitar 15 pelaku usaha. Mekanisme untuk menyebarkan pengetahuan dan keterampilan ini ke lebih banyak warga belum terbentuk secara sistematis.

Pengukuran Dampak Kuantitatif: Klaim peningkatan penjualan masih bersifat anekdotal dan kualitatif. Tidak ada sistem pencatatan dasar (baseline) penjualan sebelum intervensi, sehingga sulit untuk mengukur dampak ekonomi secara kuantitatif dan akurat.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, direkomendasikan adanya program tindak lanjut yang berfokus pada: (1) Pembentukan kader lokal dari kalangan remaja untuk menjadi tim pendamping digital bagi UMKM dusun; (2) Pengembangan modul pelatihan sederhana yang dapat direplikasi oleh kader lokal; dan (3) Implementasi sistem pencatatan penjualan sederhana untuk memonitor pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

SIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat di Dusun Carabaka, Pulau Bawean, berhasil membuktikan bahwa model pemberdayaan kolaboratif yang menyinergikan modal spiritual-sosial dengan potensi ekonomi lokal merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat di wilayah kepulauan.

Temuan Utama program ini terletak pada keberhasilan sinergi antara dua pilar intervensi. Pertama, penguatan modal sosial melalui kegiatan keagamaan, yang terbukti mampu memobilisasi partisipasi kolektif secara masif. Hal ini tercermin dari keberhasilan penggalangan dana jangka pendek untuk renovasi masjid yang mencapai Rp 9.900.000 (99% dari target) dan meningkatnya partisipasi aktif warga, khususnya remaja, dalam kegiatan gotong royong dan keagamaan. Kepercayaan (trust) yang terbangun dalam ranah spiritual ini menjadi fondasi yang kokoh untuk pilar kedua. Kedua, pemberdayaan ekonomi lokal yang menghasilkan transformasi nyata bagi 15 pelaku UMKM. Intervensi ini berhasil meningkatkan kapasitas digital mereka dalam branding dan pemasaran menggunakan Canva dan CapCut, mengubah produk (keripik singkong, asam jawa) dari kemasan sederhana menjadi produk beridentitas merek, serta menginisiasi pergeseran perilaku pemasaran dari pasif menjadi proaktif melalui media digital. Pendampingan pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) juga menjadi langkah awal krusial menuju formalisasi usaha.

Implikasi dari temuan ini adalah bahwa institusi keagamaan seperti masjid dapat berfungsi lebih dari sekadar pusat ritual, melainkan sebagai episentrum strategis untuk penggerak aksi kolektif dan pembangunan komunitas. Keberhasilan program ini menggarisbawahi bahwa intervensi ekonomi akan lebih mudah diterima dan diadopsi oleh masyarakat jika dilekatkan pada nilai dan jaringan sosial yang sudah ada dan dipercaya. Program ini juga menginisiasi perubahan sosial awal yang positif, berupa pergeseran pola pikir pelaku usaha dari sekadar produsen menjadi pemilik merek, serta identifikasi kader-kader penggerak lokal yang potensial untuk melanjutkan program.

Menyadari keterbatasan program yang berdurasi singkat (36 hari) dan potensi ketergantungan pada fasilitator eksternal, maka dirumuskan rekomendasi konkret untuk keberlanjutan sebagai berikut:

1. Pembentukan Kader Lokal: Mengembangkan kelompok remaja dusun yang telah aktif dalam kegiatan KKN untuk menjadi kader pendamping digital bagi para pelaku UMKM, guna memastikan transfer pengetahuan terus berlanjut.
2. Standardisasi dan Replikasi: Menyusun modul pelatihan branding dan pemasaran digital yang sederhana dan mudah direplikasi, sehingga para kader lokal dapat menggunakannya untuk menjangkau lebih banyak pelaku usaha di dusun.
3. Implementasi Sistem Monitoring: Memperkenalkan sistem pencatatan penjualan sederhana bagi para pelaku UMKM untuk mengukur dampak ekonomi secara kuantitatif dan memonitor pertumbuhan usaha secara berkelanjutan, sehingga klaim peningkatan penjualan dapat divalidasi dengan data yang akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. A., Hamid, S., & Suryani, I. (2019). Peran Pendidikan Agama Islam dalam Pembentukan Karakter Generasi Muda di Era Milenial. *Tarbawi: Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan*, 5(1), 45-58. <https://doi.org/10.32939/tarbawi.v5i1.432>
- Andriani, D., Susanto, E., & Wibowo, H. (2023). Peran Mahasiswa KKN sebagai Katalisator dalam Transformasi Digital UMKM Pedesaan. *Jurnal Sinergitas Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 112-125. <https://doi.org/10.33379/jspm.v7i2.2145>
- Fauzi, A., & Nugroho, A. (2018). Peran Modal Sosial Berbasis Masjid dalam Pengembangan Ekonomi Jamaah. *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, 3(2), 145-160. <https://doi.org/10.30863/es.v3i2.289>
- Friedman, J. (1992). *Empowerment: The Politics of Alternative Development*. Blackwell Publishers.
- Fukuyama, F. (2001). Social capital, civil society and development. *Third World Quarterly*, 22(1), 7–20. <https://doi.org/10.1080/713701144>
- Gereffi, G. (2005). The global economy: organization, governance, and development. In N. J. Smelser & R. Swedberg (Eds.), *The handbook of economic sociology* (pp. 160–182). Princeton University Press.
- Hasan, M., Abdullah, I., & Santoso, B. (2022). Revitalisasi Peran TPQ dalam Membentuk Karakter Anak di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 4(2), 98-110. <https://doi.org/10.21043/jpaud.v4i2.15321>
- Huda, M., & Santoso, A. (2020). Strategi Penggalangan Dana Masjid Melalui Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 6(1), 88-101. <https://doi.org/10.15575/jmd.v6i1.8901>
- Kurniawan, A. (2018). *Teknik Pemetaan Sosial untuk Pengembangan Program Community Development*. Pustaka Pelajar.
- Pratama, A. B., Wibowo, A., & Sari, N. (2022). Peningkatan Literasi Digital untuk Pemasaran Produk UMKM melalui Media Sosial dan E-Commerce. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 78-87. <https://doi.org/10.29303/abdimas.v3i1.123>
- Pratama, R. A. (2021). Pendampingan Pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi Pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 5(2), 134-142. <https://doi.org/10.30587/jpk.v5i2.2543>
- Pratama, Y., & Santoso, E. (2021). Implikasi Kepemilikan NIB terhadap Akses Sertifikasi Halal dan P-IRT bagi Industri Rumah Tangga. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 8(1), 65-79. <https://doi.org/10.21043/jhes.v8i1.9876>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster.
- Putra, A. (2021). *Pembangunan Partisipatif: Teori dan Praktik Pemberdayaan Komunitas Lokal*. Gramedia Pustaka Utama.
- Putra, D. W., & Hidayat, R. (2019). Prinsip Kemandirian dalam Program Pemberdayaan Komunitas. *Jurnal Pembangunan dan Pemberdayaan*, 7(2), 112-124. <https://doi.org/10.22146/jpp.v7i2.4567>
- Rahman, A. (2017). *Evaluasi Program Pemberdayaan Masyarakat: Teori dan Praktik*. UNY Press.

- Rahmawati, F., Sari, D. P., & Pratiwi, D. (2022). Pelatihan Branding dan Desain Kemasan Produk UMKM Desa Sukorejo. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(3), 210-219. <https://doi.org/10.30653/jpm.v8i3.321>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.
- Sari, D. K., & Hidayat, A. (2022). Pengaruh Branding dan Inovasi Produk terhadap Peningkatan Daya Saing UMKM di Wilayah Pedesaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(1), 55-67. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v10i1.7890>
- Sari, I. P., & Wijaya, A. (2021). Pendampingan Pemanfaatan NIB untuk Akses Permodalan UMKM. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 5(1), 90-103. <https://doi.org/10.21009/jpmm.005.01.07>
- Setiawan, B. (2020). Efektivitas Program KKN dalam Peningkatan Kapasitas Manajemen Usaha Mikro. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks "Solid"*, 13(2), 75-84. <https://doi.org/10.31328/js.v13i2.1432>
- Susanto, A., & Wibowo, H. (2019). Tantangan Pembangunan Ekonomi di Wilayah Kepulauan Terpencil: Studi Kasus Pulau Bawean. *Jurnal Pembangunan Daerah dan Masyarakat*, 15(2), 88-102. <https://doi.org/10.22219/jpdm.v15i2.9876>
- Susanto, A., Wibowo, T., & Nugroho, C. (2021). Model Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Participatory Action Research. *Community Development Journal*, 5(2), 145-156. <https://doi.org/10.29313/cdj.v5i2.6543>
- Susanto, D. (2023). Adaptabilitas Teknologi Digital dan Orientasi Kewirausahaan pada Pelaku UMKM. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 25(1), 33-45. <https://doi.org/10.33371/jpw.v25i1.987>
- Wahyuni, S., & Wijayanti, T. (2020). Implementasi Metode Participatory Action Research (PAR) dalam Program Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 8(2), 170-182. <https://doi.org/10.22500/sodality.v8i2.2345>
- Wibowo, A., & Purnomo, M. (2020). Membangun Efikasi Kolektif Melalui “Small Wins” dalam Proyek Pembangunan Desa. *Jurnal Psikologi Sosial*, 18(3), 221-234. <https://doi.org/10.7454/jps.2020.25>
- Widayanti, R., & Nurohman, Y. (2020). Masjid sebagai Episentrum Pemberdayaan Ekonomi Umat. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 10(1), 1-15. [https://doi.org/10.21927/jesi.2020.10\(1\).1-15](https://doi.org/10.21927/jesi.2020.10(1).1-15)
- Woolcock, M., & Narayanan, D. (2000). Social Capital: Implications for Development Theory, Research, and Policy. *The World Bank Research Observer*, 15(2), 225–249. <https://doi.org/10.1093/wbro/15.2.225>