



## Transformasi Gang Sempit Menjadi Sentra UMKM: Model Pemberdayaan Masyarakat *Go Global, Go Digital, Go Green* di Kelurahan Duren Tiga

*From Narrow Alleys to UMKM Centers: A Community Empowerment Model Implementing Go Global, Go Digital, Go Green in Duren Tiga Village*

Rina Ekawati<sup>1\*</sup>, Dadan Abdan Sakur<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Baitulmaal Muamalat, Indonesia

<sup>2</sup> PT PLN Puslitbang, Indonesia

Email: [\\*rina.ekawati@bmm.or.id](mailto:rina.ekawati@bmm.or.id)

Alamat: Perkantoran Mitra Matraman Blok A.1 Jl. Matraman Raya, Kec. Matraman, Kel. Kebon Manggis Jakarta Timur 13710  
Korespnndensi penulis\*

---

### Article History:

Diterima: 15 Juni 2025;

Direvisi: 30 Juni 2025;

Diterima: 18 Juli 2025;

Diterbitkan: 28 Juli 2025;

**Keywords:** Café Mini Forest, CSR, Empowerment, Spatial Transformation, UMKM

**Abstract:** Narrow alleys in urban areas are often neglected despite their potential to be developed into productive economic spaces. This community service program aims to transform narrow alleys in Duren Tiga Village into UMKM centers implementing the concept of "go Global, go Digital, go Green" to increase beneficiary income and expand multi-stakeholder cooperation. The method used is a participatory approach based on social mapping, Café Mini Forest infrastructure development, capacity building through business skills training, product innovation, digital marketing, sanitation-hygiene, halal certification processes, and continuous mentoring. The program results demonstrate successful transformation of narrow alleys into productive community gathering and socializing spaces. Eight out of nine UMKMs successfully obtained halal certification, innovative product diversification based on passion fruit was created, digital marketing strategies were implemented through social media, and participation in the regional PERTIWI Exhibition Dekafy Fest 2025. The program successfully transformed the approach from charitable assistance to sustainable productive empowerment, although it has not yet changed the quality of life of beneficiaries completely and opens opportunities for future program development.

---

### Abstrak

Gang sempit di kawasan perkotaan seringkali terabaikan padahal memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi ruang ekonomi produktif. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan mentransformasi gang sempit di Kelurahan Duren Tiga menjadi sentra UMKM yang menerapkan konsep "go Global, go Digital, go Green" untuk meningkatkan pendapatan penerima manfaat dan memperluas kerjasama multi stakeholder. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif berbasis pemetaan sosial (*social mapping*), pembangunan infrastruktur Café Mini Forest, capacity building melalui pelatihan keterampilan bisnis, inovasi produk, digital marketing, sanitasi-hygiene, serta proses sertifikasi halal dan pendampingan berkelanjutan. Hasil program menunjukkan keberhasilan transformasi gang sempit menjadi ruang berkumpul dan bersosialisasi masyarakat yang produktif. Delapan dari sembilan UMKM berhasil memperoleh sertifikasi halal, terciptanya diversifikasi produk inovatif berbasis markisa, implementasi strategi pemasaran digital melalui media sosial, dan partisipasi dalam pameran regional PERTIWI Exhibition Dekafy Fest 2025. Program berhasil mentransformasi pendekatan dari bantuan karitatif menjadi pemberdayaan produktif yang berkelanjutan, meskipun belum mengubah kualitas hidup penerima manfaat secara sempurna dan membuka peluang pengembangan program di masa mendatang.

**Kata Kunci:** Café Mini Forest, CSR, Pemberdayaan, Transformasi Spasial, UMKM

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa hingga 31 Desember 2024, terdapat sekitar 30,18 juta unit UMKM yang tercatat di Indonesia, dengan kontribusi mencapai 61% dari Produk Domestik Bruto (PDB) nasional setara Rp9.580 triliun dan menyerap sekitar 117 juta pekerja atau 97% dari total tenaga kerja (Kadin Indonesia, 2023). Dominasi UMKM yang mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha ini menjadikannya sektor yang mendominasi struktur ekonomi Indonesia, khususnya pada sektor penyediaan akomodasi, makanan, dan minuman yang mencapai 6.400.667 unit usaha.

Meskipun memiliki kontribusi yang signifikan, UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan usaha mereka. Hendra (2019) mengidentifikasi bahwa permasalahan utama yang dihadapi UMKM meliputi rendahnya tingkat produktivitas, nilai tambah yang rendah, dan kualitas produk yang belum optimal. Faktor-faktor yang berkontribusi terhadap permasalahan ini antara lain rendahnya penguasaan teknologi dan keterampilan kewirausahaan di kalangan pelaku UMKM. Tantangan serupa juga dihadapi oleh UMKM di Kelurahan Duren Tiga, Kecamatan Pancoran, Jakarta Selatan, dimana mayoritas pelaku usaha masih mengalami keterbatasan dalam hal manajerial, akses permodalan, dan pemanfaatan teknologi digital untuk pengembangan usaha.

Kelurahan Duren Tiga, Kecamatan Pancoran, Jakarta Selatan, khususnya di area ring satu PT PLN Puslitbang, memiliki karakteristik unik sebagai kawasan perkotaan yang padat dengan potensi ekonomi yang belum dioptimalkan secara maksimal. Kondisi geografis yang didominasi oleh gang-gang sempit seringkali dianggap sebagai hambatan, namun dapat dimanfaatkan menjadi peluang unik untuk pengembangan usaha yang inovatif. Pemetaan sosial yang dilakukan oleh PT PLN Puslitbang mengidentifikasi adanya sembilan UMKM kuliner di area ring satu yang memiliki potensi untuk dikembangkan namun menghadapi kendala dalam hal pemasaran, branding, dan akses pasar yang lebih luas.

Kondisi objektif menunjukkan bahwa pelaku UMKM di wilayah tersebut masih menggunakan metode pemasaran konvensional dengan jangkauan pasar yang terbatas pada lingkungan sekitar. Data kualitatif menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM (sekitar 80%) belum memiliki pemahaman yang memadai tentang digital marketing, pencatatan keuangan yang sistematis, dan strategi branding yang efektif. Kondisi ini sejalan dengan temuan Syukur et al. (2025) yang menyatakan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia, terutama di kawasan perkotaan, masih belum mengetahui atau menggunakan teknologi untuk

aktivitas bisnis mereka.

Berdasarkan hasil pemetaan sosial, isu utama yang menjadi fokus pengabdian adalah optimalisasi potensi gang sempit sebagai ruang ekonomi produktif melalui pembentukan sentra UMKM yang terintegrasi. Gang sempit yang selama ini terabaikan dapat diubah menjadi "Café Mini Forest" yang berfungsi sebagai pusat berkumpul dan bersosialisasi masyarakat sekaligus wadah pemasaran produk UMKM lokal. Konsep ini sejalan dengan pendekatan pemberdayaan masyarakat yang bersifat partisipatif dan berkelanjutan.

Fokus pengabdian mencakup beberapa aspek strategis: pertama, peningkatan kapasitas SDM pelaku UMKM melalui pelatihan keterampilan bisnis dan digital marketing; kedua, penguatan kelembagaan melalui pembentukan kelompok usaha yang terorganisir; ketiga, pengembangan produk dan inovasi berbasis bahan lokal seperti markisa; keempat, peningkatan akses pasar melalui pemanfaatan platform digital dan media sosial; dan kelima, penguatan legalitas usaha melalui proses sertifikasi halal dan perizinan usaha.

Pemilihan Kelurahan Duren Tiga sebagai subjek pengabdian didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis. Pertama, lokasi ini merupakan area ring satu PT PLN Puslitbang yang memungkinkan implementasi program Corporate Social Responsibility (CSR) yang berkelanjutan dan terintegrasi. Hamdani (2017) menekankan bahwa implementasi CSR yang efektif memerlukan sinergi antara perusahaan, pemerintah, dan masyarakat untuk mencapai tujuan keadilan ekonomi bagi UMKM. Kedua, wilayah ini memiliki karakteristik komunitas yang kohesif dengan keberagaman pelaku usaha kuliner yang dapat saling bersinergi dalam satu ekosistem bisnis. Ketiga, adanya potensi ruang publik berupa gang sempit yang dapat dioptimalkan menjadi ruang ekonomi kreatif. Keempat, dukungan dari stakeholder lokal termasuk kelurahan dan tokoh masyarakat yang memfasilitasi implementasi program pemberdayaan.

Program pengabdian ini bertujuan menciptakan transformasi sosial ekonomi yang komprehensif dengan target perubahan pada tiga level: individual, kelompok, dan komunitas. Pada level individual, diharapkan terjadi peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam hal keterampilan manajerial, pemasaran digital, dan inovasi produk. Data kuantitatif menunjukkan target peningkatan omset penjualan sebesar 50-100% dalam periode satu tahun melalui optimalisasi saluran pemasaran digital. Pada level kelompok, diharapkan terbentuknya solidaritas dan kerjasama antar pelaku UMKM yang terwujud dalam sistem angkringan terintegrasi dimana sembilan UMKM dapat saling mendukung dan berbagi sumber daya. Pembentukan kelompok usaha bersama (KUBE) diharapkan dapat meningkatkan daya tawar dan akses ke program-program pemerintah maupun swasta. Pada level komunitas, program ini

menargetkan terciptanya transformasi ruang publik gang sempit menjadi destination wisata kuliner lokal yang dapat meningkatkan ekonomi lingkungan secara keseluruhan. Konsep "go Global, go Digital, go Green" menjadi visi transformasi yang diharapkan dapat dicapai melalui implementasi teknologi digital, pemasaran internasional, dan praktik bisnis ramah lingkungan.

Pentingnya pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital telah banyak diteliti oleh berbagai peneliti. Baiyinah dan Aminah (2024) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa pemberdayaan sumber daya manusia terhadap pemasaran media online dapat secara signifikan meningkatkan kinerja UMKM. Sementara itu, penelitian Arisanti (2024) mengkonfirmasi bahwa penerapan digital marketing secara signifikan meningkatkan visibilitas produk UMKM secara online, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan interaksi dengan konsumen.

Aspek pelatihan dan pendampingan menjadi kunci keberhasilan program pemberdayaan UMKM. Khaerani dan Sudarmiatin (2022) membuktikan bahwa penggunaan digital marketing memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Sihura (2025) yang menyatakan bahwa media sosial memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan visibilitas merek, interaksi dengan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

Dalam konteks CSR dan pemberdayaan UMKM, penelitian Sugiyo et al. (2024) mengevaluasi program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh PT PLN Indonesia Power menunjukkan bahwa program CSR yang fokus pada pemberdayaan UMKM dapat meningkatkan produktivitas hingga 100,69% dan mengangkat taraf hidup masyarakat sekitar. Hal ini mengkonfirmasi bahwa pendekatan CSR yang tepat sasaran dapat memberikan dampak multiplier effect yang signifikan bagi ekonomi lokal.

Aspek sertifikasi dan legalitas usaha juga menjadi penting dalam pemberdayaan UMKM. Syukur et al. (2025) dalam penelitiannya menekankan pentingnya legalitas usaha sebagai penunjang branding produk UMKM. Sertifikasi halal, dalam konteks UMKM kuliner, tidak hanya memberikan jaminan keamanan produk tetapi juga membuka akses pasar yang lebih luas terutama untuk konsumen muslim.

Program pemberdayaan yang berkelanjutan memerlukan pendekatan yang holistik. Mukhlis et al. (2022) menyatakan bahwa pelatihan penguatan literasi pelaku UMKM tentang konsepsi ekonomi berbasis nilai-nilai moderasi beragama dapat menciptakan lingkungan bisnis yang inklusif dan etis. Pendekatan ini sejalan dengan visi pemberdayaan yang tidak hanya fokus pada aspek ekonomi tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan budaya masyarakat.

Berdasarkan analisis situasi objektif, identifikasi isu, dan tinjauan literatur yang relevan, program pemberdayaan UMKM di Kelurahan Duren Tiga memiliki justifikasi yang kuat baik secara teoritis maupun praktis. Kondisi geografis yang unik, potensi ekonomi yang belum dioptimalkan, serta dukungan stakeholder yang memadai menjadi modal dasar implementasi program yang berkelanjutan. Transformasi dari bantuan karitatif menjadi pemberdayaan produktif diharapkan dapat menciptakan dampak jangka panjang yang menguntungkan bagi seluruh komunitas.

Dengan mengintegrasikan konsep go Global, go Digital, go Green, program ini tidak hanya bertujuan meningkatkan pendapatan pelaku UMKM tetapi juga menciptakan model pemberdayaan yang dapat direplikasi di wilayah lain. Pendekatan yang participatory, inclusive, dan sustainable menjadi kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan pemberdayaan masyarakat yang bermartabat dan berkelanjutan.

## **2. METODE**

### **Subjek Pengabdian**

Subjek pengabdian dalam program ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang terdiri dari sembilan (9) penerima manfaat utama yang tergabung dalam program Sahabat UMKM Individu (SUI) dan satu (1) kelompok angkringan di Kelurahan Duren Tiga. Karakteristik subjek pengabdian meliputi pelaku usaha kuliner dengan berbagai jenis produk, antara lain: roti bakar, kopi susu karamel, peyek kacang, nasi uduk, jambu kristal, baso goreng, keripik, dan produk olahan markisa. Kriteria pemilihan subjek pengabdian adalah pelaku UMKM yang berdomisili di area ring satu PT PLN Puslitbang, memiliki komitmen untuk mengikuti program selama satu tahun penuh, dan bersedia berpartisipasi dalam kegiatan pemberdayaan komunitas.

Profil lengkap penerima manfaat meliputi: (1) Maesaroh dengan usaha roti bakar, (2) Dahlia dengan produk kopi susu karamel, (3) Siti Annah dengan usaha peyek kacang, (4) Suryani dengan produk peyek kacang dan nasi uduk, (5) Cholida, (6) Bapak Cecep dengan produk jambu kristal, (7) Aida dengan usaha baso goreng, (8) Dewi dengan produk keripik, dan (9) Kelompok Tani Markisa yang mengembangkan produk inovatif berbasis markisa. Keberagaman jenis usaha ini menjadi kekuatan dalam menciptakan sinergi produk yang saling melengkapi dalam konsep angkringan terintegrasi.

### **Tempat dan Lokasi Pengabdian**

Program pengabdian masyarakat dilaksanakan di Kelurahan Duren Tiga RT 08/RW 03, Kecamatan Pancoran, Jakarta Selatan, yang merupakan area ring satu PT PLN Puslitbang.

Lokasi strategis dipilih berdasarkan hasil pemetaan sosial yang mengidentifikasi potensi gang sempit sebagai ruang ekonomi produktif. Kawasan ini memiliki karakteristik geografis berupa gang-gang sempit yang dapat dioptimalkan menjadi destination wisata kuliner lokal.

Infrastruktur pengabdian meliputi pembangunan "Café Mini Forest" dengan spesifikasi kanopi berukuran 5x4 meter, dilengkapi instalasi listrik dengan 3 stop kontak, sistem mekanikal termasuk saluran air dan wastafel outdoor, serta penataan tanaman hias untuk menciptakan suasana mini forest yang asri. Fasilitas pendukung mencakup mini toilet, lampu dekoratif, dan plang usaha sebagai identitas angkringan. Pemilihan lokasi ini juga mempertimbangkan aksesibilitas masyarakat dan potensi kunjungan dari karyawan PT PLN Puslitbang serta warga sekitar.

### **Keterlibatan Subjek Dampingan dalam Proses Perencanaan dan Pengorganisasian Komunitas**

Proses perencanaan program menggunakan pendekatan partisipatif dimana subjek dampingan terlibat aktif sejak tahap awal identifikasi kebutuhan hingga implementasi program. Keterlibatan komunitas dimulai dari hasil pemetaan sosial (social mapping) yang melibatkan diskusi mendalam dengan pelaku UMKM untuk memahami tantangan, potensi, dan aspirasi pengembangan usaha mereka.

Tahap pengorganisasian komunitas dilakukan melalui pembentukan kelompok usaha bersama dengan struktur organisasi yang jelas. Proses transformasi dari bantuan karitatif menjadi pemberdayaan produktif memerlukan edukasi intensif tentang tujuan program, target luaran, dan dampak yang diharapkan agar masyarakat memahami dan menjalani program dengan komitmen penuh. Pelaku UMKM berpartisipasi dalam perumusan jadwal kegiatan, penentuan materi pelatihan yang sesuai kebutuhan, dan evaluasi berkala untuk memastikan program berjalan sesuai harapan komunitas.

Mekanisme partisipasi komunitas juga meliputi keterlibatan dalam perancangan desain Café Mini Forest, pemilihan jenis tanaman, dan penataan layout angkringan yang mencerminkan identitas lokal. Subjek dampingan juga berperan aktif dalam proses rekrutmen peserta, sosialisasi program kepada warga sekitar, dan mobilisasi sumber daya lokal untuk mendukung keberlanjutan program.

### **Tahapan Kegiatan Pengabdian Masyarakat**

Program pengabdian dilaksanakan selama periode Agustus 2024 hingga Juli 2025 dengan tahapan kegiatan sebagai berikut:

#### **Tahap I: Persiapan dan Pemetaan (Agustus 2024)**

- Pemetaan sosial (social mapping) untuk identifikasi potensi dan masalah komunitas

- Rekrutmen penerima manfaat berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan
- Pembentukan kelompok usaha dan penetapan struktur organisasi
- Sosialisasi program dan penandatanganan komitmen partisipasi

#### **Tahap II: Pengembangan Infrastruktur (September - Oktober 2024)**

- Pembangunan Café Mini Forest dengan fasilitas pendukung
- Pemasangan instalasi listrik, mekanikal, dan sistem drainase
- Penataan tanaman hias dan landscape untuk menciptakan suasana mini forest
- Pembuatan plang usaha dan identitas visual angkringan

#### **Tahap III: Capacity Building (November 2024 - Februari 2025)**

- Pelatihan Business Model Canvas (BMC), Harga Pokok Produksi (HPP), dan Pencatatan Keuangan (10 November 2024)
- Pelatihan Pengolahan Produk Inovatif Berbasis Markisa (14 November 2024)
- Pelatihan Branding, Packaging, dan Social Media (7 Desember 2024)
- Pelatihan Sanitasi dan Hygiene (15 Desember 2024)
- Pendampingan berkelanjutan melalui mentoring dan konsultasi rutin

#### **Tahap IV: Legalisasi dan Sertifikasi (Desember 2024 - Februari 2025)**

- Proses pengajuan sertifikasi halal melalui Pendamping Proses Produk Halal (P3H)
- Verifikasi dan validasi produk oleh tim pendamping dari Yayasan Cendikia Muslim
- Pengurusan legalitas usaha dan perizinan yang diperlukan
- Dokumentasi dan pelaporan proses sertifikasi

#### **Tahap V: Pemasaran dan Promosi (Januari - Juli 2025)**

- Pengembangan strategi pemasaran digital melalui Instagram dan media sosial lainnya
- Partisipasi dalam pameran dan bazaar untuk ekspansi pasar
- Pelatihan Digital Marketing, Fotografi Produk & Katalogisasi (30 Juli 2025)
- Pengembangan jaringan kemitraan dengan stakeholder eksternal

#### **Tahap VI: Monitoring dan Evaluasi (Agustus 2024 - Juli 2025)**

- Monitoring berkala setiap bulan untuk memantau progress dan kendala
- Evaluasi dampak program terhadap peningkatan omset dan kualitas produk
- Penilaian keberlanjutan program dan potensi replikasi di wilayah lain
- Dokumentasi best practices dan lessons learned

### **3. HASIL**

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan selama periode Agustus 2024 hingga Juli 2025 telah menghasilkan berbagai capaian signifikan dalam pemberdayaan UMKM di Kelurahan Duren Tiga. Implementasi program yang berbasis pada hasil pemetaan sosial (social mapping) berhasil mentransformasi bantuan karitatif menjadi pemberdayaan produktif melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan aktif seluruh stakeholder.

#### **Pembangunan Infrastruktur Café Mini Forest**

Hasil pertama yang dicapai adalah terwujudnya infrastruktur fisik berupa Café Mini Forest yang berfungsi sebagai pusat kegiatan angkringan terintegrasi. Pembangunan dilaksanakan pada periode September-Okttober 2024 dengan spesifikasi teknis yang mendukung operasional UMKM secara optimal.

**Tabel 1. Spesifikasi Infrastruktur Café Mini Forest**

Komponen	Spesifikasi	Capaian
<b>Kanopi Utama</b>	Ukuran 5 x 4 meter	Memberikan ruang yang cukup luas untuk kenyamanan pengunjung dengan suasana yang nyaman dan estetis
<b>Instalasi Listrik</b>	3 stop kontak di setiap dinding	Mendukung operasional peralatan UMKM dan pencahayaan dekoratif
<b>Sistem Mekanikal</b>	Saluran air dan wastafel outdoor	Memfasilitasi kebutuhan sanitasi dan kebersihan produksi
<b>Mini Toilet</b>	Fasilitas sanitasi lengkap	Meningkatkan kenyamanan pengunjung dan memenuhi standar usaha kuliner
<b>Landscape</b>	Tanaman hias dan media tanam	Menciptakan suasana mini forest yang asri dan menyegarkan
<b>Branding Fisik</b>	Plang "Angkringan Wedangan Kebon"	Media promosi dan identitas visual yang efektif

Pembangunan infrastruktur ini berhasil mengoptimalkan potensi gang sempit yang sebelumnya terabaikan menjadi ruang ekonomi produktif. Lokasi strategis di pinggir jalan memungkinkan visibilitas tinggi bagi konsumen yang melintas, sekaligus menjadi media promosi yang efektif untuk menarik perhatian pasar.

#### **Dinamika Proses Pendampingan dan Capacity Building**

**Pelatihan Business Model Canvas (BMC), Harga Pokok Produksi (HPP), dan Pencatatan Keuangan** dilaksanakan pada 10 November 2024 dengan metodologi pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan pemahaman pelaku UMKM tentang model bisnis, perhitungan biaya produksi, dan sistem pencatatan keuangan sederhana.

Pendampingan lanjutan dilakukan pada 28 November 2024 untuk mereview materi pelatihan dan memastikan implementasi yang tepat. Penerima manfaat juga dibimbing untuk menyusun proposal bisnis sebagai roadmap pengembangan usaha masing-masing. Kegiatan pendampingan keuangan berkelanjutan pada 29 Desember 2024 fokus pada pencatatan cashflow usaha dan laporan penjualan produk yang berfungsi sebagai alat evaluasi kinerja bisnis.



**Gambar 1.** Pelatihan Business Model Canvas (BMC), Harga Pokok Produksi (HPP), dan Pencatatan Keuangan

### Inovasi Produk Berbasis Potensi Lokal

**Pelatihan Pengolahan Produk Inovatif Berbasis Markisa** pada 14 November 2024 menghadirkan Dede Mulyani Tjipto sebagai praktisi bisnis berprestasi tingkat nasional dan internasional. Pelatihan diikuti oleh 9 penerima manfaat utama dan 2 peserta tambahan dari PKK Kelurahan, mencakup edukasi food safety dan praktik langsung pengolahan buah dan daun markisa menjadi produk inovatif.

Hasil pelatihan menghasilkan diversifikasi produk UMKM berupa minuman markisa, sirup, sambal, pie markisa, puding markisa, dan keripik daun markisa. Inovasi ini meningkatkan daya saing produk lokal dan membuka peluang pasar baru dengan memanfaatkan bahan baku yang tersedia di lingkungan sekitar.



**Gambar 2.** Kelompok Tani Markisa

### **Penguatan Digital Marketing dan Branding**

**Pelatihan Branding, Packaging, dan Social Media** pada 7 Desember 2024 disampaikan oleh Rahmat Hidayat (Entrepreneur dan CSR Officer Sinar Mas Land) dengan fokus pada pembangunan identitas usaha yang kuat dan pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran efektif. Delapan peserta SUI dan satu kelompok angkringan memperoleh keterampilan praktis dalam desain kemasan dan pengelolaan akun media sosial.

Pelatihan lanjutan "**UMKM Naik Kelas: Digital Marketing, Fotografi Produk & Katalogisasi**" pada 30 Juli 2025 menghadirkan Muhammad Heykal S.ST., M.Par (Wakil Rektor III Universitas Pertwi) bersama tim pendamping yang memberikan pembelajaran aplikatif tentang strategi branding, teknik fotografi produk, penyusunan katalog digital menggunakan Canva, dan optimalisasi WhatsApp Business.



**Gambar 3.** Pelatihan Branding, Packaging, dan Social Media

### **Standardisasi Kualitas dan Keamanan Produk**

**Pelatihan Sanitasi dan Hygiene** pada 15 Desember 2024 dengan narasumber Muhammad Nuruddin bertujuan meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha dalam produksi yang higienis. Delapan penerima manfaat SUI dan kelompok angkringan memperoleh pemahaman tentang standar sanitasi dan berpartisipasi dalam praktik pembuatan SOP (Standard Operating Procedure) sanitasi dan hygiene.

### **Legalisasi dan Sertifikasi Produk**

Proses sertifikasi halal menjadi salah satu capaian penting program dengan melibatkan Pendamping Proses Produk Halal (P3H) dari Yayasan Cendikia Muslim. Persiapan dimulai pada 8 Februari 2025 untuk mengidentifikasi produk yang akan disertifikasi dari masing-masing UMKM peserta.

**Tabel 2.** Hasil Sertifikasi Halal UMKM Peserta Program

No	Nama	Jenis Produk	Status Sertifikasi	No. Sertifikat
1	Maesaroh	Roti Bakar/Roti Goreng	Terbit SH	-
2	Dahlia	Kopi Susu Karamel	Terbit SH	-
3	Siti Annah/Anna	Peyek Kacang/Rempeyek	Terbit SH	ID31410021603090425
4	Suryani	Peyek Kacang dan Nasi Uduk/Rempeyek	Verval Bersama Pendamping	-
5	Aida	Baso Goreng/Basreng dan Minuman	Terbit SH	ID31410021603150425
6	Dewi/Karmi	Keripik/Gabin	Terbit SH	-
7	Angkringan	Minuman Markisa	Terbit SH	-
8	Cholida	-	Sudah Memiliki Sertifikat	-

Hasil menunjukkan 8 dari 9 UMKM berhasil memperoleh sertifikat halal, yang meningkatkan kredibilitas produk dan membuka akses pasar yang lebih luas, terutama untuk konsumen yang mengutamakan produk halal.

**Gambar 4.** Pelatihan Sertifikasi

### Strategi Pemasaran dan Ekspansi Pasar

#### Platform Digital dan Media Sosial

Implementasi strategi pemasaran digital dilakukan melalui pengembangan akun Instagram dengan konten yang diproduksi secara rutin minimal satu konten per hari berupa story atau feeds. Strategi ini bertujuan mengoptimalkan pengenalan produk angkringan dan meningkatkan engagement dengan konsumen potensial.

#### Partisipasi Pameran dan Eksposur Produk

Partisipasi PERTIWI Exhibition Dekafy Fest 2025 pada 26 Juli 2025 di Bekasi menjadi milestone penting dalam ekspansi pasar UMKM binaan. Kegiatan ini mempertemukan pelaku UMKM dengan masyarakat, akademisi, dan pemerintah daerah dalam ruang kolaborasi

yang mendukung pengembangan potensi lokal.

UMKM binaan menampilkan beragam inovasi produk pangan berbahan alami dan sehat, termasuk olahan markisa berupa pie, puding, dan minuman segar. Booth yang ditampilkan mendapat apresiasi positif dari pengunjung, termasuk tokoh pemerintah daerah, akademisi, dan pelaku industri kuliner.

### **Perubahan Sosial yang Dihasilkan**

#### **Transformasi Ruang dan Fungsi Sosial**

Program berhasil mentransformasi gang sempit yang sebelumnya terabaikan menjadi "Café Mini Forest" yang berfungsi sebagai ruang berkumpul dan bersosialisasi masyarakat sekitar. Transformasi ini tidak hanya menciptakan nilai ekonomi tetapi juga memperkuat kohesi sosial komunitas melalui aktivitas bersama yang produktif.

Konsep angkringan terintegrasi berhasil mengubah dinamika sosial dengan menciptakan atmosfer yang ramah dan bersahabat, menjadikan ruang terbatas sebagai destinasi wisata kuliner lokal yang unik. Keberagaman produk dari sembilan UMKM menciptakan sinergi yang saling menguntungkan dan memperkuat ekonomi lokal.

#### **Pemberdayaan Ekonomi dan Peningkatan Kapasitas**

Hasil program menunjukkan peningkatan kapasitas signifikan pelaku UMKM dalam berbagai aspek:

- **Keterampilan Manajerial:** Pemahaman tentang business model canvas, perhitungan HPP, dan pencatatan keuangan yang sistematis
- **Inovasi Produk:** Kemampuan mengembangkan produk berbasis bahan lokal (markisa) dengan standar kualitas yang lebih baik
- **Digital Literacy:** Keterampilan pemasaran digital, fotografi produk, dan manajemen media sosial
- **Standar Kualitas:** Implementasi SOP sanitasi dan hygiene serta memperoleh sertifikasi halal

### **Jejaring Kemitraan dan Kolaborasi Stakeholder**

Program berhasil membangun jejaring kemitraan yang melibatkan multi stakeholder: PT PLN Puslitbang sebagai inisiatör CSR, Kelurahan Duren Tiga sebagai fasilitator administratif, Baitulmaal Muamalat sebagai mitra implementasi, Yayasan Cendikia Muslim sebagai pendamping sertifikasi halal, dan berbagai narasumber ahli dari kalangan akademisi dan praktisi bisnis.

Kolaborasi ini menciptakan ekosistem pendukung yang memungkinkan keberlanjutan program bahkan setelah periode implementasi berakhir. Dukungan stakeholder terbukti mempermudah pelaksanaan kegiatan dan memberikan legitimasi yang kuat bagi program pemberdayaan.

### **Perubahan Mindset dan Orientasi Bisnis**

Transformasi paling fundamental adalah perubahan mindset pelaku UMKM dari orientasi usaha lokal dan tradisional menuju visi "go Global, go Digital, go Green". Konsep ini tercermin dalam:

- **Go Global:** Partisipasi dalam pameran regional dan peningkatan kualitas produk untuk daya saing yang lebih luas
- **Go Digital:** Pemanfaatan platform digital dan media sosial untuk ekspansi pasar
- **Go Green:** Pemanfaatan bahan lokal dan konsep mini forest yang ramah lingkungan

### **Dinamika Kelompok dan Pembelajaran Komunitas**

Proses pendampingan menghasilkan dinamika kelompok yang positif dengan munculnya solidaritas dan kerjasama antar pelaku UMKM. Pembentukan kelompok usaha bersama memungkinkan sharing sumber daya, pengetahuan, dan pengalaman yang saling menguntungkan.

Pembelajaran komunitas terjadi secara organik melalui interaksi sehari-hari di Café Mini Forest, dimana pelaku UMKM saling bertukar tips, berbagi strategi pemasaran, dan memberikan dukungan moral dalam menghadapi tantangan usaha. Dinamika ini menciptakan lingkungan pembelajaran yang kondusif untuk inovasi dan pengembangan usaha berkelanjutan.

Program juga berhasil merubah potensi negatif pemuda menjadi karya bersama yang produktif, menciptakan role model bagi komunitas sekitar tentang bagaimana ruang terbatas dapat dioptimalkan menjadi sumber ekonomi yang berkelanjutan.

## **4. DISKUSI**

Program pemberdayaan UMKM di Kelurahan Duren Tiga menghasilkan temuan-temuan signifikan yang dapat didiskusikan melalui berbagai perspektif teoretik kontemporer tentang pemberdayaan masyarakat, transformasi sosial, dan inovasi sosial. Diskusi ini mengintegrasikan hasil empiris program dengan kerangka teoretik yang relevan untuk memahami dinamika perubahan sosial yang terjadi serta implikasinya bagi pengembangan model pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan.

## **Transformasi dari Bantuan Karitatif ke Pemberdayaan Produktif: Perspektif Empowerment Theory**

Salah satu temuan utama program ini adalah keberhasilan transformasi pendekatan dari bantuan karitatif menjadi pemberdayaan produktif, yang sejalan dengan konsep empowerment theory yang dikembangkan oleh Zimmerman dan Rappaport. Zimmerman (2020) menekankan bahwa pemberdayaan bukan sesuatu yang dapat diberikan oleh pihak eksternal, tetapi merupakan proses dimana individu dan komunitas memperoleh kontrol atas faktor-faktor yang mempengaruhi kehidupan mereka. Dalam konteks program Duren Tiga, transformasi ini tercermin dari proses edukasi awal tentang tujuan program yang bertujuan mengubah mindset penerima manfaat dari ketergantungan pada bantuan menjadi kemandirian ekonomi.

Temuan program menunjukkan bahwa proses pemberdayaan memerlukan pendekatan yang komprehensif meliputi psychological empowerment (melalui pelatihan keterampilan), organizational empowerment (melalui pembentukan kelompok usaha), dan community empowerment (melalui transformasi ruang publik). Hal ini konsisten dengan framework empowerment theory yang mengidentifikasi tiga level pemberdayaan yang saling berinteraksi (Cattaneo & Chapman, 2010). Keberhasilan 8 dari 9 UMKM memperoleh sertifikasi halal dan partisipasi dalam pameran regional menunjukkan peningkatan psychological empowerment peserta program.

## **Pendekatan Partisipatif dan Community-Driven Development**

Program ini menerapkan pendekatan partisipatif sejak tahap pemetaan sosial hingga implementasi, yang sesuai dengan prinsip-prinsip participatory development theory. Sharp et al. (2022) menekankan bahwa pendekatan partisipatif dapat memberdayakan komunitas untuk terlibat dalam masalah kompleks yang merespons keberagaman persepsi, praktik, ekspektasi, dan ketidakpastian. Dalam program Duren Tiga, keterlibatan komunitas dalam perancangan Café Mini Forest, pemilihan jenis tanaman, dan penataan layout menunjukkan implementasi praktis dari participatory design approach.

Hasil program mengkonfirmasi temuan Nikkhah dan Redzuan (2009) yang menyatakan bahwa partisipasi merupakan medium pemberdayaan dalam community development. Partisipasi aktif penerima manfaat dalam seluruh tahapan program, mulai dari perencanaan hingga evaluasi, memfasilitasi terjadinya empowerment process yang berkelanjutan. Pembentukan kelompok usaha bersama dengan struktur organisasi yang jelas menciptakan social infrastructure yang mendukung keberlanjutan program pasca intervensi.

### **Inovasi Sosial melalui Corporate Social Responsibility**

Program ini merepresentasikan model inovasi sosial yang diinisiasi melalui mekanisme Corporate Social Responsibility (CSR). Salmon et al. (2025) mengidentifikasi bahwa stakeholder empowerment memiliki dampak signifikan selama perjalanan social innovation, terutama dalam komponen setbacks dan criteria shift dimana mitra lokal memberikan sinyal tentang kendala praktis yang harus diatasi secara alternatif. Dalam konteks program PLN Puslitbang, pendekatan CSR yang berorientasi pada community empowerment berhasil menciptakan sustainable social innovation melalui optimalisasi ruang terbatas (gang sempit) menjadi ruang ekonomi produktif.

Temuan program mendukung argumen yang dikemukakan oleh berbagai peneliti (Amran et al., 2013; Freeman & Dmytriyev, 2017) bahwa CSR yang efektif memerlukan integrasi legitimat dengan stakeholder theory untuk mengakomodasi sistem dan tuntutan lingkungan serta multiple stakeholder groups pada level yang berbeda. Kolaborasi multi-stakeholder yang melibatkan PT PLN Puslitbang, Kelurahan Duren Tiga, Baitulmaal Muamalat, dan Yayasan Cendikia Muslim menunjukkan implementasi stakeholder theory dalam praktik CSR yang berorientasi pada community development.

### **Transformasi Spasial dan Social Capital**

Optimalisasi gang sempit menjadi Café Mini Forest merepresentasikan spatial transformation yang signifikan dalam konteks urban development theory. Hasil program sejalan dengan konsep urban spatial change (USC) hypothesis yang mengkategorikan tahapan perubahan spasial perkotaan (Hall & Hay, 1980; Van den Berg et al., 1982). Transformasi ruang dari kondisi terabaikan menjadi destination wisata kuliner lokal menunjukkan proses revitalisasi kawasan yang dapat dikategorikan sebagai bentuk reurbanization pada skala mikro.

Transformasi spasial ini juga mengaktifkan social capital dalam komunitas, sebagaimana dijelaskan oleh Coleman (1988) dan Putnam (2000) tentang peran social capital dalam pembangunan ekonomi. Hasil program menunjukkan bahwa social capital berkontribusi pada keberhasilan program CSR melalui lima cara: (1) meningkatkan kemungkinan partisipasi masyarakat, (2) mengurangi ambiguitas individual akibat ketidakpastian implementasi program, (3) meningkatkan moral dan motivasi, (4) memfasilitasi koordinasi dan kolaborasi, dan (5) memperkuat sustainability program (sesuai dengan temuan penelitian terdahulu tentang peran social capital dalam community development).

### **Digital Transformation sebagai Enabler Ekonomi**

Program ini mengimplementasikan digital transformation sebagai strategi pemberdayaan ekonomi UMKM, yang konsisten dengan literatur contemporary tentang digital

transformation dan social change. Paul et al. (2024) menekankan bahwa digital transformation memiliki pengaruh yang belum pernah terjadi sebelumnya terhadap semua sektor bisnis. Dalam konteks program Duren Tiga, implementasi strategi digital marketing melalui Instagram, pelatihan fotografi produk, dan katalogisasi digital menunjukkan bagaimana teknologi digital dapat menjadi enabler transformation untuk UMKM di kawasan urban.

Hasil program mengkonfirmasi temuan penelitian tentang digital economy dan urban-rural integration yang menunjukkan bahwa digital transformation dapat menjembatani kesenjangan melalui optimalisasi alokasi faktor produksi (sebagaimana dijelaskan dalam penelitian tentang digital economy di China). Peningkatan kemampuan digital marketing peserta program dan partisipasi dalam platform e-commerce menunjukkan bagaimana digital literacy dapat meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

### **Livelihood Transformation dan Sustainable Development**

Program ini menghasilkan livelihood transformation yang signifikan bagi peserta, sejalan dengan konsep yang dikembangkan dalam development studies contemporary. Natarajan et al. (2022) menekankan bahwa livelihood transformation telah bertransisi dari margin ke mainstream dalam diskursus pembangunan. Diversifikasi produk berbasis markisa, peningkatan keterampilan manajerial, dan akses ke pasar yang lebih luas menunjukkan bagaimana program berhasil menciptakan livelihood opportunities yang berkelanjutan.

Konsep "go Global, go Digital, go Green" yang diterapkan dalam program merepresentasikan pendekatan holistik terhadap sustainable development yang mengintegrasikan aspek ekonomi, teknologi, dan lingkungan. Hal ini sejalan dengan Sustainable Development Goals (SDGs) khususnya Goal 8 (Decent Work and Economic Growth), Goal 10 (Reduced Inequalities), dan Goal 11 (Sustainable Cities and Communities).

### **Community Empowerment dan Capacity Building**

Hasil program menunjukkan bahwa community empowerment dapat dicapai melalui comprehensive capacity building approach yang mengintegrasikan individual, organizational, dan community levels. Program ini mengimplementasikan empowerment process yang mencakup collaborative planning, community action, community change, capacity building, dan adaptation sebagaimana dijelaskan dalam framework empowerment theory (Fetterman et al., 1996).

Temuan program mengkonfirmasi bahwa empowerment merupakan proses re-negotiating power untuk memperoleh kontrol yang lebih besar, sebagaimana dijelaskan oleh WHO (2008). Pembentukan kelompok usaha bersama, akses ke sertifikasi halal, dan partisipasi dalam pameran regional menunjukkan peningkatan power dan control penerima manfaat

terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kehidupan mereka.

### **Temuan Teoretis tentang Perubahan Sosial**

Program ini menghasilkan beberapa temuan teoretis penting tentang mekanisme perubahan sosial dalam konteks community development:

#### ***Model Transformasi Bertahap (Staged Transformation Model)***

Proses transformasi dalam program ini terjadi melalui tahapan yang terstruktur: persiapan → capacity building → legalisasi → ekspansi pasar → evaluasi. Model ini menunjukkan bahwa social change memerlukan sequenced intervention yang membangun momentum secara bertahap.

#### ***Multi-Level Empowerment Framework***

Program menunjukkan bahwa empowerment efektif memerlukan intervensi simultan pada tiga level: individual (pelatihan keterampilan), kelompok (pembentukan organisasi), dan komunitas (transformasi ruang). Framework ini memperkaya existing empowerment theory dengan menunjukkan interdependensi antar level.

#### ***Space-Based Community Development***

Optimalisasi gang sempit menjadi ruang ekonomi produktif menunjukkan bahwa spatial intervention dapat menjadi katalis untuk community development. Temuan ini berkontribusi pada spatial turn dalam community development theory yang menekankan pentingnya place-making dalam empowerment process.

#### ***Technology-Mediated Social Innovation***

Program menunjukkan bagaimana digital technology dapat diintegrasikan dalam traditional community development approach untuk mempercepat social innovation. Digital marketing, e-commerce, dan social media menjadi tools for empowerment yang memperluas akses pasar UMKM.

### **Diskusi Kritis dan Keterbatasan**

Meskipun program menunjukkan hasil positif, terdapat beberapa aspek yang memerlukan diskusi kritis. Pertama, program mengakui bahwa "upaya ini sesuai dengan perencanaan, namun belum merubah kualitas hidup penerima manfaat secara sempurna." Hal ini menunjukkan bahwa community empowerment memerlukan waktu yang lebih panjang untuk menghasilkan transformative impact yang mendalam. Kedua, sustainability program masih menjadi tantangan, sebagaimana diidentifikasi dalam recommendations bahwa penerima manfaat perlu menjaga konsistensi dan disiplin dalam melanjutkan usaha. Hal ini sejalan dengan kritik terhadap project-based community development yang seringkali mengalami decline setelah periode intervensi berakhir. Ketiga, program ini dilaksanakan dalam konteks

urban yang relatif menguntungkan (area ring satu PLN Puslitbang) dengan akses infrastruktur dan stakeholder support yang memadai. Replikabilitas model ini pada konteks rural atau area dengan keterbatasan infrastruktur perlu dikaji lebih lanjut.

### **Implikasi Teoretis dan Praktis**

Temuan program ini memiliki beberapa implikasi penting untuk pengembangan teori dan praktik community development:

#### **Implikasi Teoretis:**

- **Integrated Empowerment Model:** Program ini menghasilkan model empowerment yang mengintegrasikan empowerment theory, participatory development, dan social innovation theory.
- **Spatial-Digital Integration:** Temuan menunjukkan bahwa spatial transformation dan digital transformation dapat saling memperkuat dalam community development context.
- **CSR-Community Co-creation:** Program menghasilkan model CSR yang berbasis pada co-creation dengan community stakeholders, bukan sekedar corporate philanthropy.

#### **Implikasi Praktis:**

- **Replicable Model:** Framework program dapat diadaptasi untuk konteks community development lainnya dengan penyesuaian pada local context.
- **Multi-Stakeholder Approach:** Keberhasilan program menunjukkan pentingnya orchestration multi-stakeholder dalam community development initiatives.
- **Technology Integration:** Digital literacy harus menjadi komponen integral dalam contemporary community development programs.

Program pemberdayaan UMKM di Kelurahan Duren Tiga memberikan kontribusi signifikan pada body of knowledge tentang community development, social innovation, dan empowerment theory. Integrasi antara spatial transformation, digital transformation, dan participatory development dalam satu framework program menunjukkan evolusi contemporary community development practice yang lebih holistik dan adaptive terhadap tantangan abad ke-21.

## **5. KESIMPULAN**

Program pemberdayaan UMKM di Kelurahan Duren Tiga menunjukkan transformasi dari bantuan karitatif menuju pemberdayaan produktif melalui model community-driven development. Keberhasilan mengubah gang sempit menjadi Café Mini Forest menegaskan relevansi spatial transformation theory sekaligus melahirkan integrated empowerment model yang mencakup level individu, organisasi, dan komunitas. Pendekatan partisipatif serta integrasi transformasi digital menghasilkan inovasi sosial berbasis teknologi yang memperluas akses pasar tanpa mengabaikan nilai lokal. Program ini juga memperkaya teori CSR dengan menekankan pentingnya co-creation bersama komunitas dalam ekosistem kolaborasi multi-stakeholder. Meski demikian, keberlanjutan program masih bergantung pada komitmen individu sehingga diperlukan pendampingan sistematis dan penelitian lanjutan terkait replikasi, longitudinal impact assessment, serta kurikulum literasi digital. Temuan ini menegaskan bahwa pemberdayaan masyarakat yang efektif membutuhkan pendekatan holistik yang menggabungkan transformasi ruang, penguatan kapasitas, adopsi teknologi, dan kolaborasi pemangku kepentingan.

## **PENGAKUAN**

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung suksesnya Program Pelatihan Sertifikasi Keterampilan Kerja dan Pembentukan Sentra UMKM di Kelurahan Duren Tiga. Apresiasi diberikan kepada PT PLN Puslitbang atas dukungan penuh, Baitulmaal Muamalat sebagai mitra strategis capacity building, Pemerintah Kelurahan Duren Tiga beserta perangkatnya atas fasilitasi dan koordinasi, Yayasan Cendikia Muslim atas pendampingan sertifikasi halal, serta para narasumber, fasilitator, UMKM peserta, Kelompok Tani Markisa, dan PKK atas partisipasi aktifnya. Sinergi dan kolaborasi multi-stakeholder ini menjadi fondasi utama keberhasilan transformasi dari bantuan karitatif menuju pemberdayaan produktif yang berkelanjutan.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Alamri, A. R. (2025). Community development for social change: Community development. *Community Development*, Advance online publication, 1–2. <https://doi.org/10.1080/15575330.2025.2464988>
- Amran, A., Zain, M., Sulaiman, M., Sarker, T., & Ooi, S. (2013). Empowering society for better corporate social responsibility (CSR): The case of Malaysia. *Kajian Malaysia*, 31(1), 57–78.
- Arisanti, N. P., Aminah, S., & Baiyinah, D. A. (2024). Peran digital marketing dalam

meningkatkan UMKM di Kelurahan Wonorejo Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 145–158.

Baiyinah, D. A., & Aminah, S. (2024). Pemberdayaan sumber daya manusia terhadap pemasaran media online pada UMKM MadeStrong.id. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 89–102.

Cattaneo, L. B., & Chapman, A. R. (2010). The process of empowerment: A model for use in research and practice. *American Psychologist*, 65(7), 646–659. <https://doi.org/10.1037/a0018854>

Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, S95–S120. <https://doi.org/10.1086/228943>

Fetterman, D. M., Kaftarian, S. J., & Wandersman, A. (1996). Empowerment evaluation: Knowledge and tools for self-assessment and accountability. Sage Publications.

Freeman, R. E., & Dmytriев, S. (2017). Corporate social responsibility and stakeholder theory: Learning from each other. *Symphonia: Emerging Issues in Management*, 1, 7–15. <https://doi.org/10.4468/2017.1.02freeman.dmytriев>

Hall, P., & Hay, D. (1980). Growth centres in the European urban system. Heinemann Educational Books.

Hamdani, H. (2017). Corporate social responsibility for micro, small and medium enterprise (MSME/UMKM) as a form of economic justice in Banten Province. *The Management Journal of Binaniaga*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.33062/mjb.v2i2.71>

Hendra, H. (2019). UMKM development program and community empowerment on increasing public income. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 3(2), 234–245. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v3i02.516>

International Association of Schools of Social Work (IASSW), International Council on Social Welfare (ICSW), & International Federation of Social Workers (IFSW). (2020). 2020 to 2030 global agenda for social work and social development framework: Co-building inclusive social transformation. International Federation of Social Workers. <https://www.ifsw.org/2020-to-2030-global-agenda-for-social-work-and-social-development-framework-co-building-inclusive-social-transformation/>

Kadin Indonesia. (2023). UMKM Indonesia 2024: Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia. Kamar Dagang dan Industri Indonesia. <https://kadin.id/en/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>

Khaerani, S. N., & Sudarmiatin, S. (2022). The use of digital marketing and its impact on increasing MSME sales. *Interdisciplinary Social Studies*, 1(8), 1054–1061.

Mukhlis, M., Konadi, W., Mangkuwinata, S. M., Musrizal, M., Nova, N., Qadri, F., & Fauziah, F. (2022). Pelatihan penguatan literasi pelaku UMKM tentang konsepsi ekonomi dan pembiayaan berbasis syariah. *Aceh Journal of Community Engagement (AJCE)*, 1(2), 45–62.

Natarajan, N., Newsham, A., Rigg, J., & Suhardiman, D. (2022). A sustainable livelihoods framework for the 21st century. *World Development*, 155, 105898. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2022.105898>

Nikkhah, H. A., & Redzuan, M. (2009). Participation as a medium of empowerment in community development. *European Journal of Social Sciences*, 11(1), 170–176.

Paul, J., Lim, W. M., O'Cass, A., Hao, A. W., & Bresciani, S. (2024). Digital transformation: A multidisciplinary perspective and future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 48(2), e13015. <https://doi.org/10.1111/ijcs.13015>

Putnam, R. D. (2000). Bowling alone: The collapse and revival of American community.

Simon & Schuster.

- Salmon, J., Satoğlu, E. B., Ongut, V., & Thurston, P. (2025). Identifying the impact of stakeholder empowerment during the social innovation journey. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 32(2), 2651–2663. <https://doi.org/10.1002/csr.2650>
- Sharp, H., Goodwin, S., Anwar, M., & Bartram, L. (2022). A participatory approach for empowering community engagement in data governance: The Monash Net Zero Precinct. *Data & Policy*, 4, e5. <https://doi.org/10.1017/dap.2021.30>
- Sihura, H. K. (2025). Peran media sosial dalam strategi pemasaran UMKM di era digital. *Jurnal Education and Development*, 13(1), 703–706.
- Sugiyo, S., Ramdani, T., Rohmanto, S., & Mar Ah, N. K. (2024). Evaluation of the community empowerment program conducted by PT PLN Indonesia Power UBP Mrica Unit PLTA of Wonogiri. *ENDLESS: International Journal of Future Studies*, 7(2), 108–116.
- Supriyanto, A., Permatasari, R. D., Prihastuti, A. H., Saputra, T., & Bora, M. A. (2023). Kesuksesan muslimah pelaku UMKM: Peran dimensi entrepreneurial orientation. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 10(2), 267–286.
- Syukur, A., Puspita, R., Aulia, N. Z., Diwani, M. L., Bilqis, S. H., & Fitri, Q. A. K. (2025). Pemanfaatan sosial media marketing sebagai alat pemasaran efektif untuk peningkatan bisnis UMKM. *Journal of Community Service and Society Empowerment*, 3(1), 60–69.
- Syukur, A., Widiastuti, W., Surasati, F., Mazia, L., Sasetio, J., Hidayat, I., ... & Zhafira, R. (2025). Edukasi masyarakat tentang pentingnya legalitas usaha sebagai penunjang branding produk. *Journal of Community Service and Society Empowerment*, 3(2), 112–125.
- Tadjuddin, T., & Mayasari, N. (2019). Strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Palopo. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Business*, 2(1), 78–95.
- Thata, A. F. (2020). Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 147–153. <https://doi.org/10.36407/brand.v2i1.190>
- Van den Berg, L., Drewett, R., Klaassen, L. H., Rossi, A., & Vijverberg, C. H. T. (1982). *Urban Europe: A study of growth and decline*. Pergamon Press.
- World Health Organization (WHO). (2008). Community empowerment. <https://www.who.int/teams/health-promotion/enhanced-wellbeing/seventh-global-conference/community-empowerment>
- World Bank. (2023). Urban development overview. <https://www.worldbank.org/en/topic/urbandevelopment/overview>
- Wibowo, A. P. S. (2021). Pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah paska berlakunya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. *Jurnal Budget*, 6(2), 89–105.
- Zakiyah, E. F., Kasmo, A. B. P., & Nugroho, L. (2022). Peran dan fungsi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam memitigasi resesi ekonomi global 2023. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(4), 1657–1668. <https://doi.org/10.54045/jci.v2i4.573>
- Zimmerman, M. A. (2020). Empowerment theory: Psychological, organizational and community levels of analysis. In J. Rappaport & E. Seidman (Eds.), *Handbook of community psychology* (pp. 43–63). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-1-4615-4193-6\\_2](https://doi.org/10.1007/978-1-4615-4193-6_2)