



Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat melalui Pengembangan UMKM Cilok sebagai Penguatan Moderasi Beragama di Desa Kalicinta

Improving Community Welfare through The Development of Cilok Msmes as a Reinforcement of Religious Moderation in Kalicinta Village

Okta Firnando^{1*}, M. Iskandar, M.H², Siti Zumrotus Saadah³

¹⁻³ STAINU Kotabumi Lampung, Indonesia

*Penulis Korespondensi: oktafirnando1234@gmail.com

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 12 Agustus, 2025;

Revisi: 28 Agustus, 2025;

Diterima: 23 September, 2025;

Terbit: 03 Oktober, 2025

Keywords: Cilok; Community Welfare; Kalicinta; MSMEs; PAR.

Abstract: *The development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) is an essential strategy to improve the welfare of rural communities. Kalicinta Village has local potential in the form of the traditional food cilok, which can be developed into a productive and competitive business. This community engagement aims to analyze the role of cilok MSMEs in enhancing community welfare, identify challenges, and formulate strengthening strategies based on local potential. The method employed was Participatory Action Research (PAR), involving the community actively in problem identification, action planning, implementation, and evaluation. Data were collected through observation, interviews, and focus group discussions. The results show that cilok MSMEs contribute to increasing household income, absorbing local labor, and empowering women, while also strengthening social cohesion through values of togetherness. The main challenges include limited capital, market access, digital literacy, and managerial capacity. Interventions such as training, product innovation, digital marketing, and government support effectively enhance competitiveness. Through a participatory approach, cilok MSMEs have the potential to become a pillar of the village economy and a sustainable model of local empowerment.*

Abstrak

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi strategi penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan. Desa Kalicinta memiliki potensi lokal berupa makanan tradisional cilok, yang berpeluang dikembangkan sebagai usaha produktif dan berdaya saing. Pengabdian ini bertujuan menganalisis peran UMKM cilok terhadap kesejahteraan masyarakat, mengidentifikasi tantangan, serta merumuskan strategi penguatan berbasis potensi lokal. Metode yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR) dengan melibatkan masyarakat secara aktif dalam identifikasi masalah, perencanaan aksi, implementasi, dan evaluasi. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan diskusi kelompok terarah. Hasil menunjukkan UMKM cilok berkontribusi pada peningkatan pendapatan keluarga, penyerapan tenaga kerja, serta pemberdayaan perempuan, sekaligus memperkuat kohesi sosial melalui nilai kebersamaan. Kendala utama meliputi keterbatasan modal, akses pasar, literasi digital, dan kapasitas manajerial. Intervensi berupa pelatihan, inovasi produk, digitalisasi pemasaran, serta dukungan pemerintah terbukti efektif memperkuat daya saing. Dengan pendekatan partisipatif, UMKM cilok berpotensi menjadi pilar ekonomi desa sekaligus model pemberdayaan lokal berkelanjutan.

Kata kunci: Cilok; Kalicinta; Kesejahteraan Masyarakat; PAR; UMKM.

1. PENDAHULUAN

Kesejahteraan masyarakat pedesaan hingga kini masih menjadi salah satu tantangan utama dalam pembangunan nasional. Hal ini disebabkan sebagian besar wilayah pedesaan di Indonesia belum mampu mengoptimalkan potensi lokal yang sebenarnya cukup melimpah, baik dari aspek sumber daya alam, sumber daya manusia, maupun kearifan lokal (Kementerian Desa, PDT, dan Transmigrasi, 2021). Apabila dikelola dengan baik, potensi desa mampu menjadi kekuatan besar dalam menopang perekonomian sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Desa Kalicinta merupakan salah satu contoh desa dengan sumber daya yang beragam, namun pengembangan ekonomi produktif masih menghadapi keterbatasan, terutama dalam aspek manajerial, akses pasar, dan dukungan infrastruktur.

Salah satu potensi lokal yang menonjol di Desa Kalicinta adalah produk makanan tradisional *cilok*, yaitu jajanan berbahan dasar tepung tapioka yang digemari berbagai kalangan. Produk ini bukan hanya sekadar makanan ringan, melainkan memiliki peluang besar untuk dikembangkan menjadi usaha mikro yang berkelanjutan. Melalui inovasi rasa, kemasan yang menarik, serta strategi pemasaran yang tepat, cilok dapat ditingkatkan nilai tambahnya sehingga mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Dengan demikian, cilok berpotensi menjadi ikon kuliner lokal sekaligus sumber penghasilan baru bagi masyarakat setempat (Suryana, 2019).

Dalam konteks pembangunan ekonomi kerakyatan, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran vital. UMKM terbukti mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi, terutama di daerah pedesaan (Tambunan, 2012; Badan Pusat Statistik, 2022). Pengembangan UMKM cilok di Desa Kalicinta tidak hanya berimplikasi pada peningkatan kesejahteraan pelaku usaha, tetapi juga memberikan dampak sosial yang lebih luas, seperti pemberdayaan perempuan dalam proses produksi dan distribusi, serta penguatan komunitas lokal melalui kerjasama dan solidaritas ekonomi. Hal ini sejalan dengan pandangan Yunus (2018) yang menegaskan bahwa UMKM bukan sekadar entitas ekonomi, melainkan instrumen pemberdayaan sosial yang mampu memperkuat kemandirian masyarakat.

Meski demikian, pengembangan UMKM di pedesaan tidak terlepas dari berbagai tantangan. Keterbatasan modal sering menjadi hambatan utama bagi pelaku usaha kecil (Supriyanto, 2020). Selain itu, keterbatasan akses pasar dan rendahnya literasi digital membuat produk lokal sulit menembus pasar yang lebih luas (Rahmawati, 2021). Minimnya keterampilan manajerial dan inovasi produk juga mengakibatkan daya saing UMKM relatif rendah, terutama ketika berhadapan dengan produk modern yang lebih variatif. Di sisi lain, keterbatasan infrastruktur

seperti fasilitas produksi, jaringan distribusi, dan dukungan teknologi turut memperlambat proses pengembangan UMKM di desa (BPS, 2022).

Berdasarkan kondisi tersebut, pengabdian ini diarahkan untuk menganalisis peran UMKM cilok dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Kalicinta, sekaligus mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam proses pengembangannya. Lebih jauh, pengabdian ini juga berupaya merumuskan strategi pengembangan UMKM cilok berbasis potensi lokal yang dapat menjadi model pemberdayaan ekonomi pedesaan berkelanjutan. Dengan adanya penguatan UMKM, diharapkan Desa Kalicinta mampu mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki, memperluas akses pasar, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara lebih merata.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Participatory Action Research (PAR). Pendekatan PAR dipilih karena menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah, perencanaan aksi, pelaksanaan, hingga evaluasi. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya menjadi objek, tetapi sekaligus subjek yang terlibat dalam proses perubahan sosial dan ekonomi (Kemmis & McTaggart, 2005; McIntyre, 2008).

Pelaksanaan PAR dalam program ini melalui beberapa tahapan utama. Pertama, tahap identifikasi masalah dan potensi, yaitu penggalan informasi mengenai kondisi UMKM cilok di Desa Kalicinta, termasuk kendala modal, keterampilan produksi, akses pasar, serta nilai-nilai sosial dan keagamaan yang dapat diintegrasikan dalam usaha. Tahap ini dilakukan melalui wawancara, observasi, dan diskusi kelompok terarah (focus group discussion) (Stringer, 2014).

Kedua, tahap perencanaan aksi, yaitu penyusunan program pengembangan UMKM cilok secara partisipatif bersama masyarakat dan pelaku usaha. Perencanaan meliputi peningkatan kapasitas produksi, pelatihan inovasi produk, strategi pemasaran, serta integrasi nilai-nilai moderasi beragama seperti kejujuran, kebersamaan, dan tanggung jawab dalam aktivitas usaha (Rahardjo, 2019).

Ketiga, tahap implementasi aksi, yaitu pelaksanaan kegiatan yang telah direncanakan, misalnya pelatihan kewirausahaan, pendampingan produksi cilok dengan inovasi rasa dan kemasan, serta pengenalan pemasaran berbasis digital. Selain itu, penguatan aspek moderasi beragama diterapkan melalui pembiasaan nilai toleransi, kerjasama lintas kelompok, dan etika bisnis Islami yang sejalan dengan prinsip keadilan dan keberkahan usaha (Fauzan, 2020).

Keempat, tahap refleksi dan evaluasi, yaitu melakukan penilaian terhadap hasil pelaksanaan aksi bersama masyarakat. Tahap ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana program memberikan dampak terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, baik dari aspek ekonomi maupun sosial-religius. Hasil refleksi digunakan sebagai dasar untuk perbaikan program pada tahap berikutnya agar tercapai keberlanjutan (Kemmis, McTaggart, & Nixon, 2014).

Dengan metode PAR, program pengembangan UMKM cilok di Desa Kalicinta diharapkan mampu menghasilkan perubahan nyata karena masyarakat terlibat langsung dalam keseluruhan proses. Selain itu, integrasi aspek ekonomi dan moderasi beragama menjadikan program ini tidak hanya meningkatkan kesejahteraan, tetapi juga memperkuat harmoni sosial dan nilai religius dalam kehidupan sehari-hari masyarakat desa.

3. HASIL & PEMBAHASAN

Cilok merupakan makanan yang sangat populer di kalangan masyarakat Kalicinta maupun luar desa. Bahan baku yang mudah diperoleh, proses produksi yang relatif sederhana, serta permintaan pasar yang stabil menjadikan cilok sebagai produk yang ideal untuk dikembangkan sebagai UMKM. Hal ini sejalan dengan pendapat Tambunan (2012) yang menyebutkan bahwa keunggulan UMKM di Indonesia terletak pada kemampuannya memanfaatkan sumber daya lokal dengan modal terbatas namun tetap mampu menjawab kebutuhan pasar. Saat ini terdapat sekitar 25 pelaku usaha cilok di Kalicinta, mulai dari skala rumahan hingga yang telah memasarkan produknya secara daring. Kondisi ini menunjukkan adanya peluang besar bagi desa untuk menjadikan cilok sebagai produk unggulan berbasis potensi lokal.

Pengembangan UMKM cilok telah memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di Kalicinta. Peningkatan pendapatan rumah tangga terlihat dari data lapangan yang menunjukkan sebagian besar pelaku usaha mengalami kenaikan pendapatan hingga 40–60% dibanding sebelum menjalankan usaha cilok. Hal ini sejalan dengan pengabdian Supriyanto (2020) yang menegaskan bahwa UMKM di pedesaan memiliki peran penting dalam meningkatkan pendapatan masyarakat melalui usaha berbasis komunitas.

Selain itu, UMKM cilok juga menyerap tenaga kerja lokal dengan rata-rata 2–5 orang di setiap unit usaha, terutama ibu rumah tangga dan pemuda desa. Kondisi ini menunjukkan kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja sebagaimana dilaporkan oleh BPS (2022), bahwa UMKM menjadi sektor dengan kontribusi terbesar dalam menyerap tenaga kerja di Indonesia. Lebih jauh, pengelolaan usaha cilok oleh banyak perempuan menunjukkan adanya pemberdayaan perempuan melalui peran aktif mereka dalam ekonomi keluarga, sejalan

dengan pandangan Putnam (2000) mengenai pentingnya partisipasi sosial dalam memperkuat komunitas lokal.

Sejumlah strategi pengembangan telah diterapkan untuk mendukung UMKM cilok, antara lain pelatihan pengolahan makanan, pengemasan, dan manajemen usaha yang difasilitasi oleh Dinas UKM. Strategi ini sesuai dengan pendapat Suryana (2019) yang menekankan pentingnya pelatihan berkelanjutan untuk meningkatkan kapasitas wirausaha.

Selain itu, digitalisasi pemasaran melalui media sosial dan aplikasi pesan antar juga mulai dimanfaatkan oleh pelaku usaha. Hal ini sejalan dengan pengabdian Rahmawati (2021) yang menunjukkan bahwa inovasi produk dan digitalisasi pemasaran menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing UMKM di era global. Diversifikasi produk, seperti cilok isi keju, cilok kuah pedas, hingga cilok beku (frozen food), semakin memperkuat daya tarik produk bagi konsumen yang lebih luas.

Meskipun potensi UMKM cilok cukup besar, para pelaku masih menghadapi berbagai kendala. Akses permodalan terbatas karena sebagian besar pelaku masih mengandalkan modal pribadi atau pinjaman informal. Padahal, menurut BPS (2022), salah satu tantangan utama UMKM di Indonesia adalah keterbatasan akses terhadap lembaga keuangan formal.

Selain itu, kurangnya pengetahuan manajerial juga menjadi masalah karena tidak semua pelaku memiliki keterampilan dalam pencatatan keuangan maupun strategi usaha. Menurut Tambunan (2012), lemahnya kapasitas manajerial merupakan hambatan klasik dalam pengembangan UMKM. Keterbatasan sarana produksi yang masih sederhana juga berpengaruh pada kapasitas produksi dan kualitas produk, sehingga membatasi daya saing di pasar yang lebih luas.

Namun demikian, jika tantangan tersebut dapat diatasi melalui dukungan pemerintah, pendampingan berkelanjutan, serta kolaborasi dengan berbagai pihak, maka UMKM cilok berpotensi menjadi motor utama pembangunan ekonomi desa sekaligus sarana penguatan moderasi beragama melalui nilai kebersamaan, gotong royong, dan pemberdayaan sosial masyarakat (Hadi & Nurbayani, 2023).

4. DISKUSI

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini sudah dilakukan sesuai tahap yang direncanakan dari awal pembuatan Cilok sampai pada pemasarannya. Masyarakatpun menyambut baik program tersebut. Kegiatan ini dilakukan bersama masyarakat, dan Mahasiswa. Pada Gambar 1 sampai Gambar 4 adalah jalannya kegiatan yang dilakukan pada saat pembuatan cilok di desa kalicinta.



Gambar 1. Proses pembuatan adonan



Gambar 2. Adonan telah selesai siap dicetak



Gambar 3. Proses cetak oleh masyarakat desa kalicinta



Gambar 4. Proses pendinginan setelah direbus



Gambar 5. Proses persiapan keberangkatan penjual cilok oleh masyarakat desa kalicinta

Pada gambar 5 adalah proses Persiapan pemasaran oleh masyarakat desa kalicinta, pemasaran tidak hanya dilingkungan masyarakat kalicinta saja tetapi juga diluar desa kalicinta, terutama disekolah, pasar, dan tempat-tempat lainnya.

Setelah berjalannya kegiatan pembuatan cilok sampai pada pemasaran pastinya ada kelebihan dan kekurangan selama kegiatan berlangsung. Kelebihan dari kegiatan yang sudah berjalan yaitu: (1) Masyarakat terbantu dari segi ekonomi dengan adanya kegiatan pembuatan cilok karena menambah penghasilan masyarakat. (2) Terbukanya lapangan pekerjaan didesa kalicinta.(3) Mengurangi pengangguran masyarakat desa kalicinta.

Adapun Kekurangan yang menyebabkan kurang optimalnya proses kegiatan pembuatan sampai pemasaran cilok yaitu : (1) Alat yang digunakan masih sederhana. (2) Kurang nya modal yang menyebabkan produksi tidak maksimal. (3) Persaingan antar pedagang.

5. KESIMPULAN

Kesejahteraan masyarakat pedesaan masih menjadi tantangan pembangunan nasional akibat belum optimalnya pemanfaatan potensi lokal. Desa Kalicinta, meskipun memiliki sumber daya beragam, menghadapi keterbatasan dalam manajemen, akses pasar, dan infrastruktur. Salah satu potensi lokal yang menjanjikan adalah produk makanan tradisional cilok, yang berpeluang dikembangkan sebagai UMKM berdaya saing melalui inovasi produk, kemasan, dan pemasaran.

UMKM cilok di Kalicinta terbukti mampu meningkatkan pendapatan pelaku usaha hingga 40–60%, menyerap tenaga kerja lokal, serta memberdayakan perempuan dalam kegiatan ekonomi. Selain itu, UMKM ini turut memperkuat kohesi sosial melalui nilai kebersamaan dan solidaritas ekonomi. Namun, pengembangannya masih terkendala oleh keterbatasan modal, literasi digital, keterampilan manajerial, dan sarana produksi yang sederhana.

Melalui pendekatan Participatory Action Research (PAR), masyarakat dilibatkan aktif dalam identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Program pengabdian berupa pelatihan kewirausahaan, inovasi produk, digitalisasi pemasaran, serta penguatan moderasi beragama berhasil meningkatkan kapasitas usaha dan memperluas akses pasar. Meski demikian, dukungan pemerintah, pendampingan berkelanjutan, serta kolaborasi multipihak diperlukan agar UMKM cilok menjadi motor pembangunan ekonomi desa yang berkelanjutan.

Dengan demikian, pengembangan UMKM cilok tidak hanya berdampak pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat Kalicinta, tetapi juga memperkuat harmoni sosial, pemberdayaan perempuan, dan moderasi beragama sebagai bagian integral dari pembangunan desa berkelanjutan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan khusus ditujukan kepada Pemerintah Desa Kalicinta atas dukungan dan kerjasamanya, serta para pelaku UMKM cilok yang telah berpartisipasi aktif selama kegiatan berlangsung. Apresiasi juga diberikan kepada dosen pembimbing Bapak M.Iskandar, M.H. dan rekan mahasiswa atas masukan serta bantuan yang sangat berharga di lapangan. Terakhir, penulis mengakui dukungan masyarakat setempat yang melalui kerja sama dan antusiasmenya telah berperan besar dalam keberhasilan program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afwadzi, B., Mubarak, H., & Susanto, R. (2022). Revitalisasi Taman Pendidikan Al-Qur'an berbasis moderasi beragama. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Islam*, 7(2), 145–160. <https://doi.org/10.24252/jpmi.v7i2.35671>
- Ali, M., & Munira, I. (2022). Peran TPA dalam pembinaan akhlak anak dan penguatan nilai moderasi beragama. *Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 5(1), 33–47. <https://doi.org/10.56872/elathfal.v1i01.272>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). *Statistik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia*. Jakarta: BPS RI.
- Fauzan, A. (2020). Etika bisnis Islami dalam penguatan UMKM berbasis masyarakat. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 12(2), 115–128.
- Fitriani, N., Nurhidayati, & Hamzah, A. (2022). Pemberdayaan masyarakat melalui revitalisasi TPA berbasis komunitas. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 21–30. <https://doi.org/10.21831/jpkm.v5i1.38842>
- Hadi, S., & Nurbayani, E. (2023). Moderasi beragama sebagai strategi membangun masyarakat harmonis di Indonesia. *Jurnal Sosial Keagamaan*, 9(1), 55–70. <https://doi.org/10.24235/jsk.v9i1.5678>
- Kemmis, S., & McTaggart, R. (2005). Participatory action research: Communicative action and the public sphere. In N. Denzin & Y. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (pp. 559–603). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kemmis, S., McTaggart, R., & Nixon, R. (2014). *The action research planner: Doing critical participatory action research*. Singapore: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-981-4560-67-2>
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. (2021). *Indeks Desa Membangun*. Jakarta: Kemendesa PDTT.
- McIntyre, A. (2008). *Participatory action research*. Thousand Oaks, CA: Sage. <https://doi.org/10.4135/9781483385679>

- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster. <https://doi.org/10.1145/358916.361990>
- Rahardjo, D. (2019). Pemberdayaan masyarakat melalui model PAR dalam pengembangan ekonomi desa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 45–53.
- Rahmawati, D. (2021). Digitalisasi UMKM pedesaan dalam meningkatkan akses pasar. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, 19(2), 55–67.
- Rahmawati, D. (2021). Inovasi produk dan digitalisasi pemasaran dalam pengembangan UMKM di era global. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(2), 115–128. <https://doi.org/10.20885/jebd.vol4.iss2.art3>
- Stringer, E. T. (2014). *Action research* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Supriyanto, E. (2020). Kendala permodalan UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 23–34. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8640>
- Supriyanto, E. (2020). Tantangan dan strategi pemberdayaan UMKM di pedesaan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 7(1), 33–47. <https://doi.org/10.24114/jpm.v7i1.18723>
- Suryana, Y. (2019). *Kewirausahaan: Teori, praktik, dan kasus-kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana. (2019). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tambunan, T. (2012). *Usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia: Isu-isu penting*. Jakarta: LP3ES.
- Yunus, M. (2018). *Banker to the poor: Micro-lending and the battle against world poverty*. New York: Public Affairs.