MESTAKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Volume 5 No 5, Oktober 2026 Halaman: 707-715

E-ISSN: 2963-5969
P-ISSN: 2985-3958

IMPLEMENTASI ABCD MELALUI PROGRAM STARLING SANDIAKALA DALAM PEMBERDAYAAN PEMUDA DAN EKONOMI LOKAL DESA JADI

IMPLEMENTATION OF ASSET-BASED COMMUNITY DEVELOPMENT (ABCD) THROUGH THE "SANDIAKALA" STARLING PROGRAM FOR YOUTH EMPOWERMENT AND LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT IN JADI VILLAGE

Ainin Ainiya Nurroiffah[1*], Rinwanto[2], Yudi Arianto[3], M. Abdullah Aslam Madani[4], Erlina Nur Susanti[5], Nuril Qolbi[6], M. Zuhrul Anam[7], Syafa Layyina Amalia[8], Anindya Laily Shufyamalia[9], M. Najib Fikri[10], Candra Agustin[11]

[1)]Manajemen Dakwah, Institut Agama Islam Nadhotul Ulama Tuban
[2)]Hukum Keluarga Islam, Institut Agama Islam Nadhotul Ulama Tuban
[4)]Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Institut Agama Islam Nadhotul Ulama Tuban
[5,6,7,8,9,11)]Pendidikan Agama Islam, Institut Agama Islam Nadhotul Ulama Tuban,
***Email korespondensi:** ainiyaainin985@gmail.com

Abstract

The village of Jadi possesses a number of local assets with the potential to support community empowerment, including its youth as human resources, social capital through the Karang Taruna youth organization, and a spot with a sunset view that serves as a community gathering place. However, these assets have not yet been fully utilized as opportunities for sustainable business. This community service initiative aims to implement the Asset-Based Community Development (ABCD) approach through the Starling "Sandiakala" Program as a step toward youth empowerment and local economic development grounded in the village's assets. The implementation method applies the ABCD approach, which consists of the following stages: acculturation; asset identification and mapping (asset mapping); collaborative program planning with the village government and Karang Taruna; implementation of the Starling "Sandiakala" Program; and mentoring until management is transferred to local youth. The Starling "Sandiakala" Program is the result of collaborative planning that leverages the potential of the location at dusk as a space for productive enterprises. The results of the activities show that during the pilot period, the program received a positive response from the community, with an upward trend in sales, supported by promotional strategies via social media and adaptive management of the business location. In addition, the active participation of Karang Taruna from the planning stage through to program management fostered a sense of ownership of the business that was established.

Keywords: *Asset-Based Community Development (ABCD), Empowerment of the Younger Generation, Regional Economy, Karang Taruna, Community Service.*

Abstrak

Desa Jadi memiliki sejumlah aset lokal yang berpotensi mendukung pemberdayaan masyarakat, termasuk sumber daya manusia pemuda, modal sosial melalui Karang Taruna, serta tempat dengan pemandangan senja yang berfungsi sebagai area berkumpul masyarakat. Akan tetapi, aset tersebut belum digunakan secara maksimal sebagai kesempatan bisnis yang berkelanjutan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menerapkan pendekatan *Asset-Based Community Develo*pment (ABCD) melalui Program Starling "Sandiakala" sebagai langkah pemberdayaan pemuda dan pengembangan ekonomi lokal yang berlandaskan aset desa. Metode pelaksanaan menerapkan pendekatan ABCD yang terdiri dari tahap inkulturasi, identifikasi dan pemetaan aset (*asset mapping),* perencanaan program secara kolaboratif dengan pemerintah desa dan Karang Taruna, pelaksanaan Program Starling "Sandiakala", serta pendampingan hingga pengalihan pengelolaan kepada pemuda setempat. Program Starling "Sandiakala" adalah hasil dari perencanaan kolaboratif yang memanfaatkan potensi lokasi saat senja sebagai area untuk usaha produktif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa selama periode uji coba program mendapatkan tanggapan baik dari masyarakat dengan peningkatan tren penjualan, didukung oleh strategi promosi melalui media sosial dan pengelolaan lokasi usaha yang adaptif. Di samping itu, partisipasi aktif Karang Taruna dari tahap perencanaan sampai pengelolaan program mendorong terciptanya rasa kepemilikan terhadap usaha yang dibangun. Keberlanjutan program tercermin dari penyerahan pengelolaan Starling "Sandiakala" kepada salah satu anggota Karang Taruna untuk dikelola setelah periode pendampingan mahasiswa KKN selesai.

DOI: 10.58184/mestaka.v5i5.1090
Website: https://pakisjournal.com/index.php/mestaka

Pelaksanaan pendekatan ABCD lewat Program Starling "Sandiakala" menunjukkan bahwa penggunaan aset lokal secara partisipatif dapat menciptakan model pemberdayaan pemuda yang fokus pada keberlanjutan dan berpotensi mendukung pertumbuhan ekonomi lokal di Desa Jadi.

Kata kunci: *Asset-Based Community Development* (ABCD), Pemberdayaan Generasi Muda, Ekonomi Wilayah, Karang Taruna, Pelayanan Masyarakat.



CC Attribution-ShareAlike 4.0
Copyright © 2026 Author
Diterima: 30 Juli 2026; Disetujui: 24 Oktober 2026; Terbit: 30 Oktober 2026

PENDAHULUAN

Pengembangan desa kini tidak sekadar fokus pada penyelesaian isu-isu masyarakat, tetapi juga bertujuan untuk mengidentifikasi dan memaksimalkan aset lokal sebagai modal untuk pembangunan yang berkelanjutan. Salah satu metode yang umum dipakai dalam program pemberdayaan *masyarakat adalah Asset-Based Community Development* (ABCD), yang menekankan pada penggunaan aset, kemampuan, dan kekuatan yang sudah ada dalam masyarakat sebagai fondasi untuk mewujudkan perubahan sosial dan ekonomi yang berkelanjutan. Pendekatan ini menjadikan masyarakat sebagai subjek dalam pembangunan yang berpartisipasi aktif dalam mengidentifikasi potensi, merencanakan, melaksanakan program, hingga mempertahankan keberlanjutan hasil kegiatan.

Desa Jadi memiliki sejumlah aset yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, seperti sumber daya manusia yang didominasi oleh generasi muda, modal sosial melalui Karang Taruna, serta lokasi yang menjadi pusat kegiatan masyarakat pada sore hari dengan pemandangan senja yang memikat. Potensi tersebut adalah daya lokal yang bisa ditingkatkan menjadi aktivitas ekonomi yang produktif jika dikelola dengan cara partisipatif dan berkelanjutan. Akan tetapi, hasil pengamatan awal dan pembicaraan dengan Pemerintah Desa Jadi serta Karang Taruna menunjukkan bahwa aset-aset tersebut belum dimaksimalkan sebagai peluang usaha yang dapat meningkatkan partisipasi pemuda dalam aktivitas produktif.

Keadaan tersebut menggambarkan bahwa isu utama yang dihadapi mitra bukan berasal dari kekurangan sumber daya, melainkan dari pengelolaan aset yang telah ada yang belum berjalan dengan baik. Dalam sudut pandang ABCD, situasi ini dapat diselesaikan melalui identifikasi aset, penguatan jaringan sosial, dan kolaborasi antara aktor lokal sehingga masyarakat dapat merancang solusi berdasarkan potensi yang dimiliki.

Beragam aktivitas pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa penerapan pendekatan ABCD dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan usaha yang didasarkan pada potensi lokal. Pendekatan ini telah digunakan dalam pengembangan destinasi wisata desa, pemberdayaan usaha mikro, dan penguatan organisasi masyarakat, dengan hasil yang menunjukkan peningkatan rasa kepemilikan terhadap program, kolaborasi antarwarga, serta peluang keberlanjutan aktivitas setelah pendampingan selesai.

Hasil dari komunikasi, observasi lapangan, dan diskusi partisipatif yang dilakukan oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Kelompok 08, Pemerintah Desa Jadi, serta Karang Taruna menunjukkan kesepakatan bahwa dibutuhkan suatu aktivitas ekonomi yang memanfaatkan potensi lokal dan berfungsi sebagai wadah pembelajaran kewirausahaan untuk pemuda. Melalui proses itu, semua pihak secara kolaboratif menyetujui pembentukan Program Starling "Sandiakala" sebagai wujud pemanfaatan aset desa yang menggabungkan potensi lokasi, partisipasi pemuda, dan kesempatan usaha minuman siap saji. Istilah "Sandiakala" dipilih untuk melambangkan waktu sore, saat lokasi tersebut menjadi tempat berkumpulnya masyarakat yang mengakibatkan potensi pasar lebih besar.

Program Starling "Sandiakala" tidak ditujukan hanya sebagai kegiatan yang dikelola oleh mahasiswa KKN, melainkan sebagai produk dari perencanaan partisipatif yang sejak awal disiapkan untuk dikelola secara mandiri oleh Karang Taruna setelah proses pendampingan selesai. Selama pelaksanaan, mahasiswa KKN berfungsi sebagai pendamping yang membantu dalam proses identifikasi aset, perencanaan program, pelaksanaan usaha, evaluasi, hingga penyerahan pengelolaan kepada pemuda desa. Pola pendampingan tersebut sejalan dengan prinsip ABCD yang menjadikan masyarakat sebagai aktor kunci dalam membangun dan mengembangkan aset yang ada padanya

Berdasarkan penjelasan tersebut, program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menerapkan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) melalui Program Starling "Sandiakala" guna memberdayakan generasi muda dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal di Desa Jadi. Program ini diharapkan menjadi contoh pemberdayaan berbasis aset yang dapat memaksimalkan potensi desa, memperkuat kerja sama antara pemerintah desa, Karang Taruna, dan mahasiswa KKN, serta menciptakan program yang berkelanjutan melalui pengelolaan mandiri oleh masyarakat.

METODE

Studi ini menerapkan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) melalui metode deskriptif kualitatif. Pendekatan ABCD dipilih karena fokus pada identifikasi, pemetaan, dan pengembangan sumber daya yang dimiliki masyarakat sebagai landasan dalam merancang program pemberdayaan. Pendekatan ini melihat masyarakat sebagai entitas yang memiliki potensi, kapasitas, dan sumber daya yang dapat dioptimalkan guna meningkatkan kemandirian dan keberlanjutan program.

Studi ini menerapkan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) melalui metode deskriptif kualitatif. Pendekatan ABCD dipilih karena fokus pada identifikasi, pemetaan, dan pengembangan sumber daya yang dimiliki masyarakat sebagai landasan dalam merancang program pemberdayaan (Nurhayati et al., 2023). Pendekatan ini melihat masyarakat sebagai entitas yang memiliki potensi, kapasitas, dan sumber daya yang dapat dioptimalkan guna meningkatkan kemandirian dan keberlanjutan program (Susilo et al., 2022).

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi, serta pencatatan hasil penjualan setiap hari. Pengamatan dilakukan untuk melihat keadaan lokasi, tanggapan konsumen, dan pelaksanaan program. Interview dilakukan secara langsung dengan anggota Karang Taruna dan konsumen untuk mendapatkan informasi tentang respons terhadap produk serta kelangsungan usaha. Dokumentasi yang terdiri dari foto-foto kegiatan, materi promosi, dan informasi penjualan berfungsi sebagai data pendukung. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis secara kualitatif deskriptif melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sehingga dapat menunjukkan efektivitas pelaksanaan program pemberdayaan yang telah dilaksanakan (Mansir & Madjid, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi dan Pemetaan Aset Desa

Proses identifikasi dan pemetaan aset adalah langkah pertama dalam pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) yang bertujuan untuk menemukan potensi serta kekuatan masyarakat sebagai landasan dalam merancang program pemberdayaan (Suprihatiningsih & Istikhomah, 2023). Pendekatan ABCD menjadikan masyarakat sebagai subjek dalam pembangunan dengan memaksimalkan aset yang ada, sehingga program yang dihasilkan lebih sesuai dengan keadaan lokal dan memiliki potensi keberlanjutan yang lebih besar (Wajdi et al., 2024).

Berdasarkan pendekatan tersebut, identifikasi aset dalam aktivitas ini dilakukan secara partisipatif dengan melakukan observasi lapangan, berdiskusi dengan pemerintah Desa Jadi, dan berkomunikasi dengan Karang Taruna Dusun Gowah untuk mendapatkan informasi tentang potensi yang bisa dikembangkan menjadi kegiatan ekonomi yang produktif (Sinaga et al., 2023). Identifikasi menunjukkan bahwa Dusun Gowah memiliki sumber daya manusia yang potensial, yakni adanya pemuda yang tergabung dalam Karang Taruna dan berkeinginan untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi produktif (Suprihatiningsih & Istikhomah, 2023).

Partisipasi pemuda menjadi aset penting dalam pengembangan Program Starling Sandiakala karena mereka memiliki keterampilan beradaptasi dengan kemajuan teknologi, inovasi dalam merumuskan ide bisnis, serta kesiapan untuk mengelola program secara berkesinambungan (Kurniawan et al., 2024). Selain aset sumber daya manusia, hasil pemetaan juga mengindikasikan adanya aset sosial berupa hubungan harmonis antara pemerintah desa, Karang Taruna, dan mahasiswa KKN yang mempermudah koordinasi dari tahap perencanaan sampai pelaksanaan program (Fitrianto & Susilowati, 2022).

Modal sosial yang terjalin antara pemerintah desa, Karang Taruna, dan mahasiswa KKN menjadi kekuatan dalam mendorong partisipasi masyarakat serta mendukung kelangsungan program pemberdayaan (Wajdi et al., 2024.) Hasil pengamatan juga menunjukkan adanya aset fisik berupa tempat di Dusun Gowah yang sering dikunjungi orang, terutama kaum muda, pada sore hari sehingga berpotensi digunakan sebagai lokasi usaha Starling Sandiakala (Abas et al., 2024).

Mengacu pada potensi itu, Starling Sandiakala beroperasi dari pukul 15.30 hingga 17.30 WIB untuk menyesuaikan dengan waktu kumpul masyarakat dan memaksimalkan

peluang pasar (Abas et al., 2024). Di samping itu, penggunaan media sosial sebagai alat promosi berfungsi sebagai aset penunjang yang membantu memperluas cakupan pemasaran dan meningkatkan daya tarik bisnis kepada masyarakat, termasuk konsumen dari luar Desa Jadi (Fitrianto & Susilowati, 2022).

Berdasarkan hasil pemetaan dan identifikasi aset tersebut, tim KKN bersama pemerintah Desa Jadi dan Karang Taruna Dusun Gowah menginisiasi Program Starling Sandiakala untuk mengoptimalkan aset lokal dalam rangka mendorong pemberdayaan pemuda serta keberlanjutan ekonomi masyarakat (Wajdi et al., 2024).

2. Perencanaan Program Starling Sandiakala

Tahap perencanaan Program Starling Sandiakala disusun berdasarkan hasil identifikasi serta pemetaan aset melalui kolaborasi antara mahasiswa KKN, Pemerintah Desa Jadi, dan Karang Taruna Dusun Gowah untuk merancang program yang sesuai dengan potensi lokal dan berkelanjutan (Chupp et al., 2023). Musyawarah memutuskan untuk mendirikan usaha minuman keliling Starling Sandiakala sebagai program pemberdayaan ekonomi pemuda yang didasarkan pada aset lokal. Nama Sandiakala mencerminkan waktu kerja pada sore hari (15.30–17.30 WIB) yang disesuaikan dengan kegiatan masyarakat dan kemungkinan kepadatan (Fatimah et al., 2022).

Tahap perencanaan meliputi penyusunan strategi operasional, penentuan lokasi uji coba, pembagian tugas tim KKN, serta promosi melalui media sosial untuk mendukung pelaksanaan program dan serah terima pengelolaan kepada Karang Taruna setelah pendampingan KKN selesai (Fathoni & Khoiriyah, 2023). Perencanaan mencapai kesepakatan bahwa Starling Sandiakala berfungsi sebagai sarana pembelajaran kewirausahaan untuk pemuda serta sebagai usaha berlanjut setelah program KKN (Isnaini et al., 2025.).

3. Implementasi Program Starling Sandiakala

Pelaksanaan Program Starling Sandiakala dimulai dengan pembukaan besar pada 19 Juli 2026 yang dikelola oleh mahasiswa KKN Kelompok 08 sebagai tahap pengujian pasar. Tahap ini bertujuan untuk menilai reaksi masyarakat, kecocokan lokasi, dan peluang pasar sebelum pengelolaan diserahkan kepada masyarakat. Percobaan itu menjadi landasan untuk mengevaluasi dan menyempurnakan program sesuai dengan situasi di lapangan (Izzah et al., 2025). Selama 19–26 Juli 2026, mahasiswa KKN mengelola operasional Starling Sandiakala dengan bantuan dari Karang Taruna. Hasil pelaksanaan menunjukkan peningkatan penjualan yang menandakan bertambahnya penerimaan masyarakat, khususnya kalangan muda sebagai sasaran usaha. Penemuan ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan sumber daya lokal dan bimbingan masyarakat berkontribusi terhadap perkembangan usaha yang berbasis komunitas (Salim et al., 2025).

Selama program berlangsung, promosi dilaksanakan secara rutin melalui media sosial dengan cara mengunggah foto dan video aktivitas Starling Sandiakala setiap hari. Strategi ini dirancang untuk memperluas akses informasi, menarik minat konsumen, dan mengenalkan usaha kepada masyarakat di luar Desa Jadi. Penggunaan media digital terbukti sebagai salah satu strategi yang efisien dalam memperluas pemasaran serta meningkatkan keterlihatan usaha berbasis komunitas (Alteza et al., 2025; Zarnelly et al., 2025). Dalam promosi digital, lokasi usaha dikelola secara fleksibel dengan menyesuaikan tingkat kepadatan pengunjung. Saat jumlah pengunjung berkurang, tempat penjualan dipindahkan ke daerah yang lebih sering dikunjungi oleh para pemuda agar penjualan dapat dioptimalkan. Strategi ini merupakan adaptasi terhadap tingkah laku konsumen dan juga mendukung kesuksesan usaha mikro berbasis komunitas (Purwantini et al., 2025).

Sebagai kelanjutan dari program, pada 27 Juli 2026 pengelolaan Starling Sandiakala dialihkan kepada Karang Taruna Dusun Gowah. Peralihan pengelolaan ini telah direncanakan sejak semula, di mana salah satu anggota Karang Taruna meneruskan usaha sebagai pekerjaan tambahan. Proses ini menunjukkan bahwa program tidak hanya menghasilkan aktivitas ekonomi sementara, tetapi juga memperkuat kemandirian generasi muda dalam menjalankan usaha secara berkelanjutan (Faizah & Nurhadi, 2025).

Tabel 1. Penjualan Starling Sandiakala (satuan dalam Rupiah)

Tanggal	Masuk	Keluar	Sisa
19/07/2026	125.000	0	125.000
20/07/2026	165.000	203.000	87.000
21/07/2026	176.000	101.000	162.000

E-ISSN: 2963-5969
P-ISSN: 2985-3958

22/07/2026	290.000	234.000	218.000
23/07/2026	313.000	358.000	173.000
24/07/2026	352.000	34.000	491.000
25/07/2026	355.000	250.000	576.000
26/07/2026	360.000	0	936.000

4. Strategi Pemasaran Dan Pengembangan Pasar

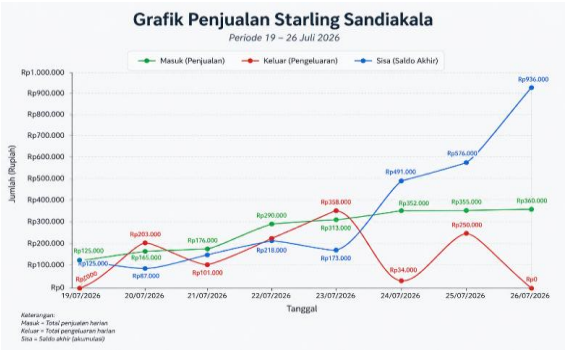
Strategi pemasaran Starling Sandiakala menggabungkan pemasaran langsung dan digital untuk meningkatkan cakupan konsumen. Pemasaran langsung dilaksanakan di tempat yang menjadi pusat berkumpulnya pemuda pada sore hari, sementara pemasaran digital menggunakan media sosial untuk menjangkau khalayak yang lebih luas (Paransa, 2024). Selama program berlangsung, tim KKN secara berkala membagikan foto dan video Starling Sandiakala di media sosial untuk memperkenalkan produk serta membangun kesadaran merek dan menarik perhatian masyarakat untuk berkunjung langsung (Lady et al., 2024; Nadya et al., 2024).

Selain pemasaran digital, pengembangan pasar dilakukan dengan pemilihan lokasi yang responsif. Saat jumlah pengunjung berkurang, lokasi penjualan dipindahkan ke tempat yang lebih sering dikunjungi anak muda untuk mempertahankan peluang penjualan. Strategi ini menekankan peran krusial penyesuaian lokasi bisnis dengan karakteristik konsumen untuk menjaga daya saing usaha mikro. Implementasi strategi pemasaran itu memberikan dampak yang baik untuk pertumbuhan usaha, terlihat dari kenaikan penjualan selama periode uji coba. Temuan ini mengindikasikan bahwa promosi di media sosial dan pemilihan lokasi yang sesuai dapat memperluas pasar serta meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap Starling Sandiakala (Cahyo et al., 2024; Nurhasanah & Sukardi, 2024).

5. Keberlanjutan Program Melalui Karang Taruna

Sebagai bagian dari pemberdayaan yang mengandalkan aset lokal, Karang Taruna Dusun Gowah diikutsertakan mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi untuk membangun rasa memiliki terhadap usaha. Partisipasi sejak awal merupakan prinsip kunci dalam pendekatan ABCD untuk meningkatkan komitmen komunitas dalam melanjutkan program secara mandiri setelah pendampingan selesai (Chupp et al., 2023). Sepanjang pelaksanaan program, Karang Taruna mendapatkan pengalaman dalam manajemen usaha, pemasaran, dan layanan pelanggan melalui pendampingan mahasiswa KKN. Pendampingan tersebut berfungsi sebagai media untuk mentransfer pengetahuan dan keterampilan dalam meningkatkan kemampuan pemuda dalam mengelola usaha yang berlandaskan potensi lokal (Rahmawati et al., 2024).

Program Starling Sandiakala mendapatkan tanggapan baik dari Karang Taruna karena dianggap mampu menciptakan kesempatan usaha yang sesuai dengan potensi pemuda Dusun Gowah. Hal ini terlihat dari kesiapan salah satu anggota Karang Taruna untuk meneruskan pengelolaan usaha setelah program KKN selesai. Keterlibatan ini menunjukkan bahwa pemberdayaan tidak hanya menghasilkan aktivitas ekonomi, tetapi juga memperkuat kemandirian serta kemampuan masyarakat untuk mengembangkan potensi lokal (Saputra et al., 2024). Sebagai wujud komitmen terhadap kelangsungan program, pengelolaan Starling Sandiakala diserahkan kepada Karang Taruna Dusun Gowah pada 27 Juli 2026. Alih pengelolaan ini menunjukkan bahwa program tidak hanya fokus pada peningkatan penjualan selama KKN, tetapi juga mendorong terbentuknya usaha yang dikelola secara mandiri oleh warga. Itu menunjukkan bahwa penggunaan aset lokal dan keterlibatan aktif pemuda membantu mewujudkan pemberdayaan yang berkelanjutan (Wajdi et al., 2024).



Gambar 1. Grafik Penjualan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan Program Starling Sandiakala melalui pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) di Dusun Gowah, Desa Jadi, dapat disimpulkan bahwa:

DOI: 10.58184/mestaka.v5i5.1090
Website: https://pakisjournal.com/index.php/mestaka

1. Program Starling Sandiakala efektif dalam memaksimalkan aset lokal milik Desa Jadi, yang mencakup aset sumber daya manusia (Karang Taruna), aset sosial, aset lingkungan seperti lokasi yang ramai saat senja, serta aset teknologi dengan pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi. Pengoptimalan aset tersebut menghasilkan usaha yang didasarkan pada potensi lokal sesuai dengan karakteristik masyarakat di daerah tersebut.
2. Pelaksanaan program menunjukkan hasil yang menguntungkan. Selama periode uji coba yang berlangsung dari 19 hingga 26 Juli 2026, penjualan memperlihatkan tren peningkatan, didorong oleh strategi promosi digital yang diterapkan secara konsisten dan pemilihan lokasi penjualan yang responsif terhadap aktivitas masyarakat.
3. Partisipasi aktif Karang Taruna dari fase perencanaan sampai pelaksanaan dapat membangkitkan rasa kepemilikan (sense of ownership) terhadap program. Hal itu terbukti dengan kesediaan salah satu anggota Karang Taruna untuk meneruskan pengelolaan Starling Sandiakala setelah masa pendampingan mahasiswa KKN selesai, sehingga sasaran keberlanjutan program dapat terwujud.
4. Keunggulan program terletak pada pemanfaatan sumber daya lokal yang sudah ada, biaya pelaksanaan yang cukup terjangkau, strategi pemasaran yang memanfaatkan platform media sosial, serta adanya rencana keberlanjutan melalui transfer pengelolaan kepada masyarakat. Meskipun begitu, program tetap memiliki batasan, seperti masa pendampingan yang cukup singkat sehingga penilaian terhadap kemajuan usaha setelah proses serah terima belum dapat dilakukan secara komprehensif.
5. Program pengabdian selanjutnya bisa fokus pada peningkatan kapasitas pengelola dengan pelatihan manajemen usaha, pengelolaan keuangan, pengembangan inovasi produk, penguatan merek (branding), serta peningkatan pemasaran digital agar Starling Sandiakala memiliki daya saing lebih baik dan mampu tumbuh sebagai usaha yang berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya kegiatan pengabdian kepada masyarakat serta penulisan artikel ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas, Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), Pemerintah Desa Jadi, para perangkat desa, serta Karang Taruna Dusun Gowah yang telah memberikan dukungan, kolaborasi, dan keterlibatan aktif selama pelaksanaan Program Starling Sandiakala.

Penghargaan juga disampaikan kepada seluruh warga Desa Jadi yang telah ikut berpartisipasi dalam setiap tahap kegiatan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga penilaian program. Harapan kami adalah agar hasil dari pengabdian ini dapat memberi manfaat bagi masyarakat dan menjadi sumber inspirasi untuk pengembangan program pemberdayaan yang berkelanjutan berdasarkan aset lokal.

DAFTAR PUSTAKA

Abas, S., Waluya, C., & Latif, A. A. (2024). Penguatan Potensi Lokal Untuk Pengembangan Umkm Kerupuk Pareredan Melalui Pendekatan ABCD (Asset Based Community Development) Di Desa Silebu Kuningan Jawa Barat. *Etos : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *6*(02), 68–78. https://doi.org/10.47453/etos.v6i02.2956

Alteza, M., Rahmawaty, P., Hidayati, L. N., & Darmawati, A. (2025). Utilizing digital marketing to improve the performance of MSMEs in Kraton District, Yogyakarta. *Community Empowerment*, *10*(3), 718–726. https://doi.org/10.31603/ce.12495

Cahyo, P. N., Wulansari, D. D., Romadhoni, D. A., Damayanti, A., Sujadi, I., Fahri, A. A., & Saputra, A. H. (2024). Pengaruh Media Sosial Dan Perluasan Akses Pasar Terhadap Pendapatan Umkm Di Bojonegoro. *SEMINAR NASIONAL LPPM UMMAT*, *3*(0), 342–349.

Chupp, M., Hirsch, J., & Malone, M. (2023). Integrating asset-based community development and community-based research for social change: A beginning. *Gateways: International Journal of Community Research and Engagement*, *16*(2). https://doi.org/10.5130/ijcre.v16i2.8968

Faizah, F. N., & Nurhadi, E. (2025). Coaching for Empowering Digital Marketing for MSMEs in Malang City: A Case Study of the Community-Based Approach:

Pendampingan Pemberdayaan Digital Marketing UMKM Kota Malang: Studi Kasus Comunity Based Approach. *JATI EMAS (Jurnal Aplikasi Teknik Dan Pengabdian Masyarakat)*, *9*(1), 35–40.

Fathoni, M. I. A., & Khoiriyah, S. (2023). Pemanfaatan Media Digital dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Desa Prayungan dengan Metode ABCD (Asset Based Community Development). *Jurnal SOLMA*, *12*(3), 1237–1246. https://doi.org/10.22236/solma.v12i3.12846

Fatimah, S., Hudri, M. A. F. A., Yulianti, F., Lutfiyah, H., Fatikhaturrohmah, Oktariyanti, Y., Muttaqiyah, B., Istiqomah, D., Rohmah, L. N., Kainanto, A., & Wijayanti, E. (2022). ASSET BASED COMMUNITY DEVELOPMENT (ABCD) IN OPTIMALIZATION MSME OWNED BY MEMBERS OF PAC ANSHOR AND FATAYAT GOMBONG THROUGH DIGITAL MARKETING TRAINING. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(4), 758–764. https://doi.org/10.31949/jb.v3i4.3189

Fitrianto, A. R., & Susilowati, Z. (2022). STRATEGI OPTIMALISASI PERAN RUKUN NELAYAN DENGAN PENDEKATAN ASSET BASED COMMUNITY DEVELOPMENT (ABCD) PADA PENINGKATAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT: (Studi Kasus: Desa Palang Kecamatan Palang Kabupaten Tuban-Jawa Timur). *Jurnal Dinamika Pengabdian*, *7*(2). https://doi.org/10.20956/jdp.v7i2.14022

Isnaini, L., Muslim, B., & Andi, M. A. (2025). Pendampingan Usaha Kloset Berbasis Home Industri untuk Mengurangi Ketergantungan Pemuda Pringgajurang Utara Menjadi PMI. *NGABDIMAS UNIRA*, *5*(1), 33-39.

Izzah, A., Prastyo, H., Arianti, E. F., Khafidhoturrofia, K., & al-Badry, R. N. (2025). Pendampingan Digital Marketing pada Pelaku UMKM Makanan Ringan melalui Pendekatan ABCD. *Ta'awun Jurnal Pengabdian*, *4*(1), 50–60. https://doi.org/10.47759/734ast84

Kurniawan, F. H., Santoso, B., Sobandi, A., Maulana, M. A., & Fitrina, G. D. (2024). Implementasi Asset Based Community Development: Strategi Peran Pemimpin dalam Pemberdayaan Masyarakat berbasis Circular Economic pada Unit Usaha Syariah. *Nuansa Akademik: Jurnal Pembangunan Masyarakat*, *9*(1), 197–216. https://doi.org/10.47200/jnajpm.v9i1.2328

Lady, Putri, I. M., Shevia, Eviyani, E. R., & Putra, E. Y. (2024). Implementasi dan Pengembangan Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Mikro-Kecil. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, *10*(2), 361–379. https://doi.org/10.32528/jmbi.v10i2.2525

Mansir, F., & Madjid, M. N. (2023). Strategi pemasaran produk pada UMKM berbasis digital marketing. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, *4*(1), 126–136. https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i1.19903

Nadya, S. N., Barokah, I., Sarofi, A., & Deni, A. A. (2024). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI MARKETING UMKM DI ERA DIGITAL. *JURNAL DIALOKA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi Islam*, *3*(1), 1–14. https://doi.org/10.32923/dla.v3i1.4474

Nurhasanah, A., & Sukardi, Y. O. (2024). Systematic Literatur Review: Peran Digital Marketing Dalam Pertumbuhan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Entrepreneurship*, *1*(1), 1–16.

Nurhayati, A., Widodo, A. A., Febian, B. A. D., Febryanti, R., & Mustofa, I. A. (2023). KKN Tematik Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing dan Inovasi Desain Kemasan pada UMKM Desa Dermojayan Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar. *JPEMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(1), 21–26.

Paransa, R. P. J. (2024). Optimalisasi Pertumbuhan Umkm Di Indonesia Melalui Pemasaran Digital. *Efisiensi : Kajian Ilmu Administrasi*, 164–181. https://doi.org/10.21831/efisiensi.v21i2.77042

Purwantini, A. H., Khasanah, L., Pravitasari, R., Syivani, P. A., Lestari, I., & Azis, R. R. (2025). Assistance in digital marketing and MSME accounting to support the business sustainability of Talatik home industry. *Community Empowerment*, *10*(2), 279–286. https://doi.org/10.31603/ce.9794

Rahmawati, R., Dahlan, M., Setiawan, R. R., Gunawan, B., Nugraha, F., & Mulyani, S. (2024). Pemberdayaan Karang Taruna

E-ISSN: 2963-5969
P-ISSN: 2985-3958

Melalui Program Kampung Iklim Pada Pengelolaan Sampah Terintegrasi. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *4*(2), 324–333. https://doi.org/10.52072/abdine.v4i2.982

Salim, Q., Sela, W. M., Cholifah, S., Haq, S. C. A., Aminudin, M. B., Ummah, F. R., Azhar, J. A., & Mutafarida, B. (2025). Youth Empowerment Through Digital Marketing for UMKM Development in Ponggok Village, Mojo District, Kediri Regency. *Journal of Islamic Economy and Community Engagement*, *6*(1). https://doi.org/10.14421/jiecem.2025.6.1.2292

Saputra, E., Purwanto, D., Zulaehah, S., Bakhtiar, A. I., & Rahim, S. R. (2024). Peningkatan Keterampilan Karang Taruna Melalui Pelatihan Service AC Mobil. *Aksiologiya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *8*(3). https://doi.org/10.30651/aks.v8i3.13591

Sinaga, F. S. S., Andika, H., Prasetya, A. Y., & Wahyuni, T. (2023). Menguak Potensi Desa: Implementasi ABCD dalam Penguatan Literasi Notasi Musik untuk Membangun Seni Kentongan di Banyumas. *Solidaritas: Jurnal Pengabdian*, *3*(2), 179–188. https://doi.org/10.24090/sjp.v3i2.9907

Suprihatiningsih, & Istikhomah, F. (2023). Pengembangan Potensi Lokal Di Dusun Kuripan Dengan Pendekatan Asset-Based Community Development. *Jurnal SOLMA*, *12*(2), 632–639. https://doi.org/10.22236/solma.v12i2.11502

Susilo, J. H., Eliana, A., Putri, E. Y., & Fauziah, A. P. (2022). PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING DAN LEGALITAS USAHA UNTUK MENINGKATKAN KUANTITAS PENJUALAN UMKM. *Jurnal Abdi Masyarakat*, *6*(1). https://doi.org/10.30737/jaim.v6i1.3331

Wajdi, M. B. N., Ekaningsih, L. A. F., Rizal, H. S., & Fathurrohman, A. (2024). Asset-based community development. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *8*(1), 308-325.

Zarnelly, Z., Fronita, M., & Afifah, A. P. (2025). Implementation of Digital Marketing and Digital Payment in the Community of UMKM Cake Entrepreneurs: Penerapan Digital Marketing dan Digital Payment pada Komunitas UMKM Pengusaha Kue Etalase. *CONSEN: Indonesian Journal of Community Services and Engagement*, *5*(1), 77–86. https://doi.org/10.57152/consen.v5i1.2041