

## Superior MSME Strategy: The Role of Team 43 KKN MAs 2024 Welcoming Manang Progress

Imam Jalalludin<sup>1</sup>, Erdayan Muhlshulamal<sup>2</sup>, Amelia Putri Darwiyani<sup>3</sup>, Desvita Maharani<sup>4</sup>, Khomsatun Arisusanti<sup>5</sup>, Ajeng Buja Triana Hidayat<sup>6</sup>, Asna Afifah Wahyuaji<sup>7</sup>, Fardila<sup>8</sup>, Rindy Nabila Khoirunisa<sup>9</sup>, Dr. Ambarwati, M.Si, S.Pd

<sup>1</sup> Department of Islamic Education, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

<sup>2</sup> Department of Management, Universitas Muhammadiyah Bandung, Indonesia

<sup>3</sup> Department of Islamic Banking, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia

<sup>4</sup> Department of Public Health, Universitas Muhammadiyah Palu, Indonesia

<sup>5</sup> Department of Pharmacy, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan, Indonesia

<sup>6</sup> Department of Nursing, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

<sup>7</sup> Department of Nutrition, Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta, Indonesia

<sup>8</sup> Department of Management, Universitas Muhammadiyah Buton, Indonesia

<sup>9</sup> Department of Informatics Engineering Education, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

<sup>10</sup> Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

✉ [amelia2115032098@webmail.uad.ac.id](mailto:amelia2115032098@webmail.uad.ac.id)

### **Abstract**

*This article discusses efforts to strengthen MSMEs in Manang Village through the KKN MAs program. MSMEs are a type of small business that has an important role in improving and growing the economy. Because the existence of MSMEs is able to survive in any situation to achieve community welfare. The purpose of writing this article is to examine, describe and analyze the development of micro, small and medium enterprises (MSMEs) through external and internal support as well as analyzing the obstacles that exist in Manang Village. The main focus of the program is assisting MSMEs to be more effective and efficient through visits, digital marketing outreach, branding and halal certification. Digital marketing is something that can be utilized today, considering that the dynamic business environment requires business people to be adaptive to change, so that they can utilize technology to support product development and promotions. Branding has a strong influence on a brand, business people can maximize sales of goods or services sold through a strong brand or branding. Branding or a brand image that is well ingrained in the mind and trusted by consumers will give consumers a reason to return to buy goods or use the services offered. Halal certification is an important thing in a business, especially if the target market is Muslim, because it can be concrete proof that something offered by the business person is halal and in accordance with the rules of Islamic law. This assistance aims to facilitate market access and fulfill business regulations. Through collaboration with Manang village MSMEs, the KKN MAs program has succeeded in expanding market access and increasing the self-confidence of MSME players. This assistance has a positive impact on increasing local product knowledge and innovation. The writing of this implementation report was written honestly based on facts and data during the work program activities which included the KKN MAs theme and were carried out by us.*

**Keywords:** *Micro, small and medium enterprises (MSMEs), digital marketing, branding, halal certification.*

## Strategi UMKM Unggul: Peran Tim 43 KKN MAs 2024 Menyongsong Manang Berkemajuan

## Abstrak

Artikel ini membahas upaya penguatan UMKM di Desa Manang melalui program KKN MAs. UMKM merupakan salah satu jenis usaha kecil yang mempunyai peranan penting dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian. Sebab keberadaan UMKM mampu bertahan dalam situasi apapun untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Tujuan dari penulisan artikel ini untuk mengkaji, mendeskripsikan dan menganalisis pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui dukungan eksternal dan internal serta menganalisis hambatan-hambatan yang ada di Desa Manang. Fokus utama program adalah pendampingan UMKM agar lebih efektif dan efisien melalui kunjungan, sosialisasi digital marketing, branding, dan sertifikasi halal. Digital marketing merupakan sesuatu yang bisa dimanfaatkan saat ini, mengingat lingkungan bisnis yang dinamis menuntut para pelaku bisnis untuk adaptif terhadap perubahan, sehingga bisa memanfaatkan teknologi untuk menunjang pengembangan produk dan promosi. Branding memiliki pengaruh yang kuat bagi sebuah merek, pelaku bisnis dapat memaksimalkan penjualan barang atau jasa yang dijual melalui merek atau pembawaan branding yang kuat. Branding atau citra merek yang sudah tertanam bagus dalam pikiran dan dipercayai oleh konsumen, akan membuat konsumen memiliki alasan untuk kembali membeli barang atau menggunakan jasa yang ditawarkan. Sertifikasi halal adalah hal yang penting dalam sebuah bisnis terlebih jika target pasarnya merupakan orang yang beragama Islam, karena bisa menjadi bukti konkret bahwa sesuatu yang ditawarkan oleh pelaku bisnis merupakan sesuatu yang halal dan sesuai dengan kaidah hukum Islam. Pendampingan ini bertujuan untuk mempermudah akses pasar dan memenuhi regulasi bisnis. Melalui kolaborasi bersama UMKM desa Manang, program KKN MAs berhasil memperluas akses jangkauan pasar dan meningkatkan kepercayaan diri pelaku UMKM. Pendampingan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan inovasi produk lokal. Penulisan laporan pelaksanaan ini dibuat dengan sebenar-benarnya berdasarkan fakta dan data selama kegiatan program kerja yang mencakup tema KKN MAs berlangsung dan kami laksanakan.

**Kata kunci:** Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), digital marketing, branding, sertifikasi halal.

## 1. Pendahuluan

Kuliah Kerja Nyata atau yang lebih sering disebut KKN merupakan program pengabdian mahasiswa untuk masyarakat sebagai upaya membangun desa dalam berbagai aspek mulai dari aspek ekonomi, sosial, pendidikan, kesehatan, infrastruktur serta aspek lain lain yang berdampak positif serta jangka panjang bagi masyarakat. Adanya Program Kerja Nyata memberikan dampak positif untuk masyarakat sebagai pemberdayaan dalam aspek ekonomi, memperkuat hubungan yang lebih erat antar warga, memberikan akses masyarakat terhadap pendidikan serta informasi pendidikan. Selain itu dalam aspek kesehatan yaitu berupa penyuluhan kesehatan tentang pola hidup sehat, pentingnya posyandu untuk semua kalangan, melakukan cek kesehatan setiap sebulan sekali yang dibantu oleh layanan kesehatan.

Menjalankan Kuliah Kerja Nyata adalah salah satu cara untuk menerapkan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Dalam kelompok KKN sendiri pasti mengharapkan program kerja berhasil dan memuaskan sesuai target untuk masyarakat serta lingkungan tetapi ada kalanya sasaran KKN tidak sesuai dengan harapan awal, sehingga setelah KKN selesai, mahasiswa tidak mendapatkan pembelajaran yang berarti. Oleh karena itu, program KKN mungkin dianggap gagal atau tidak efektif bagi sebagian masyarakat. Menjaga hubungan antara teori akademik dan praktek di

lapangan menjadi sebuah tujuan utama agar tercipta hubungan yang harmonis, saling memahami dan membantu, serta saling mempererat antara mahasiswa dan masyarakat. KKN adalah tempat di mana ilmu dan teknologi diterapkan dan dikembangkan tidak hanya dilakukan di dalam kampus tetapi juga dapat dilakukan di luar kampus dengan waktu, cara kerja, dan syarat-syarat tertentu (Syardiansah, 2019).

Desa Manang sendiri mempunyai cerita sejarah yang berarti bagi penduduk lokal. Pada Zaman Raja kerajaan Surakarta Hadiningrat, yang hendak menuju keraton Pajang. Belum sampai tujuan, Sang Raja beristirahat di Dukuh Manang, yang pada awalnya belum ada nama Dukuhnya. Maka setelah Sang Raja melanjutkan perjalanannya, dan seorang tokoh masyarakat memberi nama Desa Manang. Data demografi Desa Manang yang kami kutip dari Manang (2024) menyatakan bahwa Desa Manang terletak di Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo. Secara Geografis Desa ini merupakan wilayah dataran rendah. Adapun secara umum batas Desa Manang yaitu sebelah utara Desa Manang merupakan Desa Sanggrahan, sebelah selatan merupakan Desa Pandeyan Baki, sebelah barat merupakan Desa Siwal Baki dan sebelah timur merupakan Desa Sanggrahan. Luas wilayah Desa Manang mencapai 142,7179 hektar mengindikasikan potensi yang cukup besar untuk pengembangan berbagai sektor. Alokasi lahan seluas 50.2292 hektar untuk pertanian sawah menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Desa Manang menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian. Jumlah proporsi laki-laki dan perempuan dalam populasi Desa Manang yaitu untuk laki-laki mencapai 49,9% dengan jumlah 3292 jiwa, dan perempuan 50,1% dengan jumlah 3302 jiwa.

Gambaran umum kondisi ekonomi Desa Manang dapat dilihat dari data kemiskinan penduduk di Desa Manang sebanyak 845 jiwa, dan data pengangguran mencapai 464 orang. Mata pencaharian utama masyarakat Desa Manang juga sangat beragam. Sebagian besar penduduk bekerja sebagai petani, mengolah lahan untuk memenuhi kebutuhan pangan dan dijual ke pasar. Selain itu, banyak juga warga yang bekerja sebagai buruh di pabrik-pabrik di sekitar Desa Manang. Aktivitas perdagangan juga cukup berkembang dengan sejumlah warga yang menjalankan usaha UMKM (Manang, 2024).

Pada awal Agustus 2024 penulis melakukan kegiatan KKN bersama kelompok yang telah ditentukan oleh Universitas Muhammadiyah 'Aisyiyah se-Indonesia. KKN ini bertujuan untuk meningkatkan UMKM serta menurunkan *stunting* yang terletak di Desa Manang, Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo. *Stunting* merupakan gangguan pertumbuhan pada anak yang disebabkan oleh defisiensi gizi kronis. Pertumbuhan fisik anak yang mengalami *stunting* tidak optimal akibat kekurangan asupan nutrisi dalam waktu yang cukup lama. Saat ini, masalah *stunting* di Indonesia sangat mendesak dan membutuhkan perhatian serius dari seluruh lapisan masyarakat, sehingga pemerintah telah menetapkan program penanganan *stunting* sebagai prioritas utama dalam upaya mengurangi jumlah kasusnya (Rahman et al., 2023).

Tidak hanya berfokus pada penanganan *stunting*, peningkatan UMKM juga sangat dibutuhkan pada masyarakat sebagai akses pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal desa. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi salah satu motor penggerak perekonomian. UMKM, dengan fleksibilitas dan adaptasinya, mampu memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Untuk

mencapai kesejahteraan masyarakat, UMKM mampu bertahan dalam kondisi apa pun. Kekuatan UKM terlihat ketika krisis keuangan melanda tahun 1998, banyak perusahaan besar yang bangkrut, namun UKM tetap bertahan, bahkan jumlahnya semakin bertambah. UMKM memiliki daya tahan yang luar biasa terhadap guncangan ekonomi, meskipun efisiensi produksinya mungkin terbatas. Ini karena organisasi dan tenaga kerja UMKM lebih fleksibel untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pasar. Sebagian besar masyarakat menggunakan UMKM sebagai sumber utama penghidupan karena daya tahan dan fleksibilitas mereka. Mengingat rendahnya tingkat produktivitas dan potensi besar UMKM dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, maka upaya pengembangan UMKM yang berfokus pada peningkatan produktivitas harus menjadi prioritas utama (Hamza & Agustien, 2019). Diharapkan peningkatan kemampuan usaha mikro dapat menghasilkan peningkatan pendapatan masyarakat dan pengurangan kemiskinan.

Karena besarnya peran UMKM dalam menunjang perekonomian suatu negara, keberadaan UMKM disebabkan karena peranannya yang penting dalam pembangunan dan kemajuan perekonomian untuk mencapai kesejahteraan sosial yang diharapkan suatu negara. Penciptaan lapangan kerja di sektor UMKM dapat menarik banyak tenaga kerja yang siap bekerja namun belum mendapatkan pekerjaan sehingga mengurangi jumlah pengangguran. Dikutip dari (Khasanah & Srijani, 2020) menyatakan bahwa pembangunan pertumbuhan sektor usaha mikro akan meningkat serta kesempatan kerja akan terbuka dan pendapatan masyarakat akan meningkat. Menurut Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, usaha mikro adalah usaha yang mencari keuntungan yang dimiliki oleh badan usaha swasta atau perseorangan yang menurut hukum menyelenggarakan usaha mikro. Usaha kecil adalah usaha ekonomi yang menguntungkan semata-mata dimiliki dan dioperasikan oleh seseorang atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau anak perusahaan dari suatu korporasi. Benar atau salahnya, perusahaan menengah atau perusahaan besar telah memperhatikan persyaratan usaha kecil menurut undang-undang. Secara khusus, hambatan dan kendala yang dihadapi pengusaha UMKM dalam mengembangkan usahanya sangatlah kompleks dan menawarkan peluang yang berbeda-beda, beberapa di antaranya saling terkait. Kurangnya modal dalam hal ukuran dan sumber daya, kurangnya kontrol dan kapasitas manajemen dan kurangnya bentuk usaha formal, manajemen yang buruk dan pemasaran yang terbatas. Selain faktor-faktor tersebut, terdapat persaingan tidak sehat dan tekanan ekonomi yang membatasi ruang lingkup pekerjaan. Tujuan dari penulisan artikel ini untuk mengkaji, mendeskripsikan dan menganalisis perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui dukungan eksternal dan internal serta menganalisis tantangan yang ada di Desa Manang. Harapannya dengan adanya pendampingan maupun penyuluhan terhadap masyarakat bisa menjadi jembatan menuju Desa Manang yang berkemajuan.

## 2. Metode

Program kuliah Kuliah Kerja Nyata Muhammadiyah 'Aisyiyah (KKN MAs) 2024 memiliki tema besar yaitu UMKM unggul, *stunting* menurun. Pada kesempatan kali ini kami Tim 43 KKN MAs memfokuskan program kerja pada penguatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Desa Manang, Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo. Tema program kerja kami yaitu Pemberdayaan Masyarakat melalui

Program Segoro Bening “Semangat Gotong Royong Bebas *Stunting*” dan Strategi UMKM Unggul Menuju Manang Berkemajuan. Adapun alasan kami memilih tema tersebut yaitu kami berharap agar kasus *stunting* di Desa Manang bisa sebersih lautan dan menjadi desa berkemajuan dengan berbagai potensi UMKM yang ada.

Program KKN MAs di Desa Manang ini berlangsung selama 40 hari mulai tanggal 01 Agustus 2024 sampai penarikan peserta KKN MAs pada tanggal 11 September 2024. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model kolaborasi yang sukses antara perguruan tinggi dan masyarakat, dalam rangka mendorong pengembangan UMKM dan pertumbuhan ekonomi lokal. Dimana dapat berkontribusi nyata dalam memajukan perekonomian daerah dan membuka peluang usaha baru bagi UMKM setempat. Sasaran dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM dan para remaja di Desa Manang. Kami memilih sasaran remaja karena merupakan generasi emas yang dapat membawa perubahan dengan berbagai ide kreatif dan inovasi yang dimiliki.

Program ini ditujukan untuk pelaku UMKM yang bergerak di berbagai sektor, mulai dari produksi makanan hingga sektor non-makanan lainnya. Oleh karena itu, program kerja ini dimaksudkan untuk memberikan dukungan, bimbingan, dan upaya penguatan kepada berbagai jenis usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di wilayah Desa Manang, sejalan dengan beragam barang dan layanan yang mereka tawarkan. Berikut jadwal kegiatan program kerja “Strategi UMKM Unggul” yang kami laksanakan di Desa Manang:

**Tabel 1.** Jadwal Kegiatan

No.	Kegiatan	Minggu ke-				
		1	2	3	4	5
1.	Koordinasi dengan Perangkat Desa Manang					
2.	Kunjungan UMKM dan pabrik Desa Manang					
3.	Persiapan Sosialisasi UMKM Unggul					
4.	Sosialisasi “Strategi UMKM Unggul: Integritas Digital Marketing, Branding Produk dan Sertifikasi Halal”					
5.	Bazar UMKM Desa dalam <i>Manang Performing Art</i> 2024					

Kegiatan kunjungan UMKM Desa Manang yang kami lakukan selalu didampingi oleh perangkat desa, sehingga proses kunjungan berjalan dengan lancar. Terdapat lima UMKM dan pabrik yang kami kunjungi pada minggu kedua pelaksanaan kegiatan KKN MAs 2024. Dalam kegiatan kunjungan kami mendapatkan kesempatan untuk melihat secara langsung proses pembuatan produk dan wawancara langsung kepada *owner* maupun SDM yang bekerja di UMKM serta pabrik yang ada di Desa Manang. Berikut rincian kunjungan UMKM dan pabrik selama minggu kedua:

**Tabel 2.** Rincian Kunjungan UMKM dan Pabrik Desa Manang

No.	Tanggal	Lokasi Kunjungan
1.	12 Agustus 2024	Pabrik Batik Y2K dan <i>Home Industry</i> Baju Anak
2.	13 Agustus 2024	Kunjungan ke UMKM Pembuatan Tempe Tradisional
3.	14 Agustus 2024	Kunjungan ke Pabrik Batik Pria Tampan dan UMKM Rengginan Barokah Bunga Matahari

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Minggu Pertama: Koordinasi dengan Perangkat Desa Manang

Pertemuan penting dilakukan di awal hari pertama kegiatan program Kuliah Kerja Nyata "Muhammadiyah 'Aisyiyah". Di Kantor Kelurahan, tim KKN MA Kelompok 43 berkumpul bersama pihak Kelurahan Manang untuk merencanakan program Stunting dan UMKM yang akan dilaksanakan selama kegiatan KKN. Selama KKN, diskusi awal ini membahas tujuan program dan kerangka kerja yang akan digunakan. Dikutip dari Manang (2024) mata pencaharian utama masyarakat Desa Manang sangat beragam. Sebagian besar penduduk bekerja sebagai petani, mengolah lahan untuk memenuhi kebutuhan pangan dan dijual ke pasar. Selain itu, banyak juga warga yang bekerja sebagai buruh pabrik-pabrik sekitar desa. Aktivitas perdagangan juga cukup berkembang, dengan sejumlah warga yang menjalankan usaha UMKM.



**Gambar 1.** Koordinasi dengan Perangkat Desa Manang

Pada hari kedua hingga hari ketujuh, tim 43 KKN MAS memulai koordinasi dengan melakukan survei awal dengan Perangkat Desa Manang, Ketua PRM, Ketua RT dan RW. Dalam koordinasi ini kami membahas lebih lanjut mengenai UMKM Desa Manang untuk mewujudkan UMKM yang unggul. Kami juga meminta izin untuk melakukan kegiatan dan program kerja yang akan kami jalankan selama di Desa Manang ini. Adanya koordinasi terhadap tokoh masyarakat terkait profil desa membantu kami dalam menjalankan kegiatan dan program kerja selama KKN MAS berlangsung.

#### 3.2 Minggu Kedua: Kunjungan UMKM dan Pabrik Desa Manang

Desa Manang merupakan salah satu desa di Kabupaten Sukoharjo yang memiliki potensi besar dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Mayoritas masyarakat Desa Yang bergerak di sektor industri kreatif dan pangan, khususnya di bidang batik, pembuatan tempe, dan kerupuk.

Kegiatan UMKM di desa ini tidak hanya menjadi penopang ekonomi rumah tangga, tetapi juga menjadi ciri khas dan identitas budaya lokal.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berusaha untuk mendorong pengembangan usaha sebagai bagian dari pembangunan perekonomian nasional yang didasarkan pada demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Dengan kata lain, UMKM adalah alat perjuangan nasional untuk pertumbuhan dan perkembangan ekonomi nasional dengan melibatkan semua pelaku ekonomi, atas dasar pemerataan bagi seluruh pemangku kepentingan (Zaelani, 2019).

Pada minggu kedua, Tim 43 KKN MA 2024 melakukan serangkaian kunjungan ke beberapa UMKM di Desa manang. Berikut kunjungan adalah rincian kegiatan selama minggu kedua:

- 1) Tanggal 12 Agustus: Kunjungan ke Pabrik Batik Y2K dan *Home Industry* Baju Anak



**Gambar 2.** Kunjungan Pabrik Batik Y2K



**Gambar 3.** Kunjungan *Home Industry* Baju Anak

Pada tanggal 12 Agustus, Tim 43 KKN MAS mengunjungi pabrik batik Y2K. Pabrik ini berfokus pada pembuatan batik dengan berbagai motif modern yang disesuaikan dengan tren pasar saat ini. Dalam kunjungan ini, kami mendapatkan kesempatan untuk melihat proses produksi batik mulai dari pencetakan pola hingga pewarnaan kain. Selain itu, kami juga mengunjungi sebuah *home industry* yang memproduksi baju anak. *Home industry* ini masih menggunakan metode produksi manual, tetapi memiliki potensi besar untuk berkembang. Selama kunjungan, tim 43 KKN MAS berdiskusi dengan pemilik usaha mengenai tantangan yang dihadapi, terutama dalam hal pemasaran produk dan peningkatan kapasitas produksi.

- 2) Tanggal 13 Agustus: Kunjungan ke UMKM Pembuatan Tempe Tradisional



**Gambar 4.** Kunjungan UMKM Pembuatan Tempe Tradisional

Pada tanggal 13 Agustus, kunjungan dilanjutkan ke UMKM pembuatan tempe. Proses pembuatan tempe ini menggunakan bahan baku kedelai lokal dan memproduksi tempe dengan metode tradisional. Tim 43 KKN MAS diajak untuk melihat langsung proses fermentasi kedelai dan pengemasan produk. Diskusi dengan pemilik usaha berfokus pada upaya mereka untuk meningkatkan kualitas tempe dan memperluas distribusi produk ke pasar yang lebih luas.

- 3) Tanggal 14 Agustus: Kunjungan ke Pabrik Batik Pria Tampan dan UMKM Rengginan Barokah Bunga Matahari



**Gambar 5.** Kunjungan Pabrik Batik Pria Tampan

Kunjungan selanjutnya dilakukan di pabrik batik Pria Tampan. Pabrik ini memproduksi batik dengan motif khas yang dipasarkan baik di dalam negeri maupun ke luar negeri. Tim 43 KKN MAS disambut oleh manajer pabrik yang menjelaskan strategi bisnis mereka, terutama dalam hal menjaga kualitas produk dan inovasi desain batik. Tim 43 KKN MAS juga mendapatkan wawasan tentang tantangan yang dihadapi terkait persaingan di pasar batik serta upaya pabrik dalam menjaga keberlanjutan bahan baku.



**Gambar 6.** Kunjungan UMKM Rengginan Barokah Bunga Matahari

Terakhir kami mengunjungi UMKM yang memproduksi kerupuk rengginan. Usaha ini dijalankan oleh satu keluarga dan memiliki beberapa karyawan yang membantu dalam proses produksi. Kerupuk rengginan dibuat dari beras ketan yang diproses melalui tahap pengukusan, pencetakan, dan pengeringan sebelum digoreng. UMKM ini menghadapi tantangan dalam hal distribusi produk ke pasar yang lebih luas dan pengembangan varian rasa untuk menarik lebih banyak konsumen.

### **3.3 Minggu Ketiga: Persiapan Sosialisasi Strategi UMKM Unggul**

Pada minggu ketiga, tim 43 KKN MAs memulai tahap persiapan untuk sosialisasi terkait “Strategi UMKM Unggul: Integritas Digital Marketing, Branding Produk dan Sertifikasi Halal”. Hari pertama sampai hari keempat dimulai dengan diskusi dan menyusun strategi untuk pemaparan materi kepada *audience*. Dimulai dengan menyusun tema, judul, topik materi, target *audience*, pemilihan produk UMKM, dan media edukasi.

Dari hasil diskusi yang telah didapatkan, tim 43 KKN MAs memutuskan untuk memilih tempe sebagai inovasi produk UMKM yang akan diangkat dan kemudian di inovasi menjadi *toast* tempe. Pemilihan tempe sebagai fokus dalam pemaparan karena menjadi salah satu produk lokal unggulan di Desa Manang. Tempe adalah sumber nutrisi yang sangat lengkap. Selain kaya akan protein nabati berkualitas tinggi dengan asam amino esensial lengkap, tempe juga mengandung beragam mineral penting seperti kalsium, zat besi, magnesium, dan fosfor. Tidak hanya itu, tempe juga merupakan sumber vitamin yang baik, termasuk vitamin B kompleks, vitamin A, D, E, dan K. Selain itu, tempe kaya akan serat, antioksidan, probiotik, dan antibiotik alami yang sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh (Hamza & Agustien, 2019).

Sementara itu, pada hari kelima sampai keenam, tim 43 KKN MAs memanfaatkan waktu untuk persiapan pembuatan materi berupa *power point* dan *leaflet*. Persiapan ini meliputi penyusunan materi pemaparan sampai menentukan pendekatan yang paling sesuai kepada *audience*. Pada hari terakhir di minggu ketiga, tim KKN memanfaatkan waktu untuk melakukan uji coba inovasi pembuatan *toast* tempe yang nantinya akan diberikan pada selingan pemaparan materi UMKM. Inovasi tempe ini diharapkan dapat membuka pemikiran *audiens* terhadap olahan tempe serta dapat meningkatkan harga jual produk.

### **3.4 Minggu Keempat: Sosialisasi “Strategi UMKM Unggul: Integritas Digital Marketing, Branding Produk dan Sertifikasi Halal”**

Pada minggu keempat pada tanggal 27 Agustus 2024, KKN MAs kelompok 43 melakukan program kerja terakhir kami yaitu edukasi mengenai “Strategi UMKM Unggul: Integrasi Digital Marketing, Branding Produk dan Sertifikasi Halal”. Materi awal yang kami sampaikan adalah digital marketing. Dikutip

dari Hamza & Agustien (2019) menyatakan bahwa digital marketing adalah sebuah kegiatan yang memanfaatkan internet sebagai suatu teknologi yang dalam hal ini bisa menghubungkan komunikasi dua arah, yang terjadi antara perusahaan atau pedagang dengan konsumen. Digital marketing memanfaatkan teknologi untuk berbisnis, karena diketahui bahwa lingkungan bisnis itu dinamis selalu berubah-ubah. Para pebisnis dituntut untuk adaptif terhadap suatu perubahan, salah satu contohnya memanfaatkan teknologi untuk berbisnis.



Gambar 7. Sosialisasi “Strategi UMKM Unggul”

Berdasarkan Aditya & Rusdianto (2023) menyatakan Penggunaan teknologi digital telah merubah secara fundamental segala aspek kehidupan manusia, termasuk cara kita berinteraksi, bekerja, dan melakukan pemasaran. Penerapan pemasaran digital bertujuan untuk meningkatkan keuntungan dengan menarik pelanggan, meningkatkan preferensi merek, untuk mempromosikan merek, mempertahankan pelanggan, dan meningkatkan penjualan produk bagi pelaku usaha. Banyak langkah yang bisa dilakukan untuk bisa menerapkan strategi pemasaran digital yang mana sebagai contohnya adalah aktivitas promosi di media sosial, membuat situs web, membangun database pelanggan.

Materi kedua yang kami sampaikan dalam sosialisasi ini adalah mengenai apa itu branding, unsur-unsur branding dan tujuan *branding*. Salah satu komponen visual terpenting dari identitas sebuah perusahaan adalah *branding* produk yang dibuat oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Melalui *branding* produk, UMKM dapat menghadirkan pembaruan dan penyesuaian pada berbagai produk atau sektor UMKM. Logo adalah gambar, simbol, lambang, atau ikon yang menunjukkan identitas merek secara visual. Logo adalah ciri utama yang dapat dilihat secara fisik. Logo yang baik dan akurat juga harus menyampaikan fitur non-fisik yang penting untuk operasi merek (Aditya & Rusdianto, 2023).

Merek dagang adalah kumpulan aset yang berwujud dan tidak berwujud yang disebut merek. Jika dikelola dengan benar, merek dapat memberikan efek peningkatan nilai. Unsur branding lainnya adalah warna. Warna sama pentingnya dengan bentuk dalam desain logo. Perpaduan komponen-komponen warna yang berbeda tentunya dapat menciptakan keserasian, keseimbangan dan keseimbangan yang akan mempengaruhi penjualan. Unsur yang terakhir dalam branding adalah slogan. Slogan sangat penting dalam branding, dengan adanya slogan maka konsumen akan lebih mudah mengenal brand yang dibuat. Misalnya dalam iklan sirup Marjan yang menekankan pentingnya menghabiskan waktu bersama keluarga saat berbuka. Adapun tujuan dari branding itu sendiri adalah untuk membedakan dari pesaing, membangun citra merek, meningkatkan loyalitas pelanggan, Meningkatkan daya tarik dan mempermudah promosi (Ainun et al., 2023).

Meteri terakhir yang kami sampaikan berupa edukasi mengenai sertifikasi halal kami memaparkan mengenai definisi sertifikasi halal, proses atau alur sertifikasi halal serta manfaat dari sertifikasi halal. Proses mendapatkan sertifikasi halal terdiri dari beberapa langkah yang membuktikan bahwa bahan, proses pembuatan, dan Sistem Jaminan Halal (SJH) memenuhi standar LPPOM MUI (LPPOM MUI 2008). Dengan UU Jaminan Produk Halal Nomor 33 Tahun 2014, sertifikasi halal didefinisikan sebagai pengakuan kehalalan produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (Warto & Samsuri, 2020).

Adapun prosedur pendaftaran sertifikat halal secara gratis adalah dengan cara pelaku usaha membuat akun SIHALAL dengan mengakses laman <https://ptsp.halal.go.id/> (SiHalal), kemudian pelaku usaha dapat mendapatkan sertifikat halal dengan memilih pendaftaran self declare dan memasukkan kode fasilitasi. Kemudian mereka diverifikasi dan divalidasi oleh pendamping PPH, dan BPJPH menerbitkan Surat Tanda Terima Dokumen (STTD). Setelah sidang fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI), BPJPH menerbitkan sertifikat halal. Terakhir, pelaku usaha dapat mengunduh sertifikat halal dari SIHAL (Kemenag, 2022).

Baik konsumen, produsen, dan pemerintah mendapatkan banyak keuntungan dari sertifikasi halal. Dikutip dari Warto & Samsuri (2020) terdapat beberapa manfaat tersebut diantaranya sebagai berikut; sertifikat halal menjamin keamanan produk yang dikonsumsi, sertifikat halal memiliki Unique Selling Point (USP), Sertifikat halal membuat masyarakat tenang, memberikan keunggulan, melindungi produk dalam negeri dari persaingan di seluruh dunia, dan membuka pintu ke pasar internasional. Sertifikat halal menghadirkan sistem dokumentasi dan administrasi perusahaan yang lebih baik dan sertifikasi halal menjadi tiket untuk mendapat akses pasar global.

Selain mengadakan edukasi mengenai marketing dan sertifikasi halal tadi, kelompok 43 juga melakukan inovasi produk berupa Toast Tempe. Alasan penggunaan tempe sebagai inovasi produk dikarenakan masyarakat Desa Manang memiliki potensi besar bahan baku lokal yang melimpah, serta keterampilan masyarakat Desa Manang dalam memproduksi tempe. Selain itu, toast tempe dapat menjadi alternatif camilan kaya protein yang menarik bagi konsumen dengan memanfaatkan bahan baku lokal, meningkatkan nilai jual tempe, sekaligus mendukung keberlanjutan UMKM melalui diversifikasi produk yang lebih kreatif dan berdaya saing.

### **3.5 Minggu Kelima: Bazar UMKM Desa dalam Manang Performing Art 2024**

Pada minggu kelima ini, tim KKN mulai mempersiapkan Manang Performing Art yang dilaksanakan pada tanggal 31 Agustus 2024. Empat dari sembilan anggota tim 43 KKN MAs mengikuti pagelaran “Wayang Wong Manang Rama dan Shinta”, sisanya menjadi bagian dari panitia. Manang Performing Art merupakan acara tahunan yang sudah dilakukan sejak tahun 2016 dengan tema yang berbeda-beda tiap tahunnya dan pada tahun ini mengambil tema wayang wong dan akan diperankan oleh para Perangkat Desa Manang. Manang Performing Art menjadi salah satu event yang dinanti para pelaku UMKM karena menjadi ajang bagi mereka untuk mempromosikan dan memasarkan produk UMKM mereka.

Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat strategis untuk menggerakkan perekonomian karena kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha. Akibatnya, kontribusi UMKM sangat besar dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dengan pendapatan rendah (Hamzah, 2022). Kontribusi UMKM tidak hanya memiliki pengaruh terhadap peningkatan pendapatan masyarakat tetapi juga meningkatkan perekonomian desa. Dukungan desa terhadap UMKM merupakan hal yang sangat penting sebagai fasilitator dan pendukung UMKM dengan memberikan peluang penjualan yang baik. Seperti yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Manang dalam acara Manang Performing Art 2024,

yang menyediakan tempat-tempat strategis untuk berjualan produk UMKM, serta sarana untuk pengembangan beberapa produk UMKM.

UMKM desa memiliki manfaat berupa peningkatan pendapatan, penguatan masyarakat lokal, peningkatan pengalaman berwirausaha, pengurangan pengangguran di desa, menguatnya rasa persatuan, berkembangnya kekuatan sosial, mengembangkan usaha yang telah ada sebelumnya, dan menumbuhkan rasa ingin maju dan sebagainya (Idayu et al., 2021). Oleh karena itu, Pemerintah Desa Manang juga memfasilitasi pengembangan kapasitas pelaku UMKM melalui Manang Performing Art 2024 dengan pendampingan dan promosi pemasaran. Adapun UMKM yang mengikuti bazar pada event Manang Performing Art antara lain Tempura Miftah, Cimory, Bakso dan Cilok Friuka, Cabuk Rambak Laksmi, Nasi Liwet Suratmi, dan Bakso Purwaningsih.



**Gambar 8.** Manang Performing Art 2024

Selain memberikan fasilitas melalui pendampingan dan promosi pemasaran Pemerintah Desa Manang juga memberikan Program pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam hal teknis produksi, manajemen keuangan, dan pemasaran. Dukungan Pemerintah Desa Manang terhadap UMKM juga membantu dalam mendorong pemerataan ekonomi dan pelestarian kearifan lokal. UMKM desa sering kali menghasilkan produk dan layanan yang terkait erat dengan budaya dan tradisi lokal, sehingga dengan mendukung UMKM, membantu mempertahankan kearifan lokal dan budaya setempat. Dukungan dan fasilitasi dari berbagai pihak, terutama Pemerintah Desa Manang, menjadi sangat penting untuk mengatasi berbagai kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Dengan demikian, Desa Manang dapat menjadi lebih mandiri dan sejahtera, serta memiliki potensi yang besar dalam pengembangan UMKM.

#### 4. Kesimpulan

Program KKN MAs di Desa Manang ini berlangsung selama 40 hari mulai tanggal 01 Agustus 2024 sampai penarikan peserta KKN MAs pada tanggal 11 September 2024. Tema program kerja kami yaitu Pemberdayaan Masyarakat melalui Program Segoro Bening “Semangat Gotong Royong Bebas Stunting” dan Strategi UMKM Unggul Menuju Manang Berkemajuan. Adapun alasan kami memilih tema tersebut yaitu kami berharap agar kasus stunting di Desa Manang bisa sebersih lautan dan menjadi desa berkemajuan dengan berbagai potensi UMKM yang ada. Terdapat lima UMKM dan pabrik yang kami kunjungi pada minggu kedua

pelaksanaan kegiatan KKN MAs 2024. Setelah kunjungan UMKM kami mengadakan sosialisasi UMKM unggul dan contoh inovasi produk UMKM Desa Manang. Diharapkan kegiatan ini dapat memberikan dorongan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan membuka peluang usaha baru bagi UMKM setempat.

## Ucapan Terima Kasih

Segala puji hanya milik Allah Swt, dengan rahmatnya dan berkahnya Tim 43 KKN MAs dapat menyelesaikan penyusunan artikel ini. Selesaiannya penyusunan artikel ini semata-mata tidak hanya dari usaha Tim 43 KKN MAs sendiri, melainkan terdapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu Tim 43 KKN MAs ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak tersebut:

1. Perguruan Tinggi Muhammadiyah 'Aisyiyah selaku penyelenggara program KKN MAs yang telah memberikan kesempatan, dukungan, materi, dan immateri kepada peserta dari berbagai daerah di Indonesia.
2. Dr. Ambarwati, M.Si, S.Pd selaku dosen lapangan yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan kepada Tim 43 KKN MAs selama KKN berlangsung dan penyelesaian penyusunan artikel ini.
3. Desa Manang beserta perangkat desa selaku lokasi dan mitra dalam pelaksanaan KKN MAs yang telah menerima kami dan bekerja sama dalam pelaksanaan kegiatan KKN.

## Referensi

- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Studi Kasus Batik Tedjo. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 295–301.
- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada Umkm. *Jesya*, 6(1), 674–681.
- Hamza, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 127–135.
- Hamzah, A. (2022). Strategi Pengembangan Umkm Desa Cibingbin Menuju Entrepreneurs Village Berbasis Sumberdaya Alam. *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 9(2), 36.
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73.
- Kemenag. (2022). Syarat Daftar Sertifikasi Halal Gratis Kategori “Self Declare.” Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Khasanah, & Sriyani, N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Guna Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Equilibrium*, 8(2), 191–200.
- Manang, P. (2024). Profil Desa Manang. Pemdес Manang.
- Rahman, H., Rahmah, M., & Saribulan, N. (2023). Upaya Penanganan Stunting Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Suara Khatulistiwa (JIPSK)*, VIII(01), 44–59.
- Syardiansah. (2019). Peranan Kuliah Kerja Nyata Sebagai Bagian dari Pengembangan Kompetensi Mahasiswa. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 57–68.
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98.
- Zaelani, I. R. (2019). Peningkatan Daya Saing Umkm Indonesia: Tantangan Dan Peluang Pengembangan Iptek. *Jurnal Transborders*, 3(1), 15
- Kusumawati, Evi Dewi, et al. “Metode Persediaan Fifo Berbasis Komputer Untuk Meningkatkan Laba Penjualan Pada UMKM Kerajinan Tas Etnik.” *Abdi Psikonomi*, Nov. 2023, pp. 164–72. [journals2.ums.ac.id, https://doi.org/10.23917/psikonomi.vi.3491](https://doi.org/10.23917/psikonomi.vi.3491).
- Trisnawati, Rina, et al. “Implementasi Corporate Social Responsibility Pada UMKM Percetakan Dan Penerbitan Al-Qur’an Ma’sum Press.” *Abdi Psikonomi*, Aug. 2021, pp. 116–23. [journals2.ums.ac.id, https://doi.org/10.23917/psikonomi.v2i2.329](https://doi.org/10.23917/psikonomi.v2i2.329).



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

---