



Pengembangan UMKM Berkelanjutan: Pemanfaatan Produk Lokal dan Teknologi untuk Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital

Budi Siswanto^{1*}, Briliana Maulidya², Marcellina Elka Suryana³, Muhammad Izzan Musyaffa⁴, Zanuba Arifatul Nur Afidah⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Sebelas Maret, Indonesia, 57126

E-mail:* budisiswanto@staff.uns.ac.id

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v6i2.2240>

Info Artikel:

Diterima :
2024-12-26

Diperbaiki :
2025-02-15

Disetujui :
2025-02-17

Kata Kunci: Desa Gemuh,
UMKM, Teknologi Digital

Abstrak: Desa Gemuh merupakan sebuah desa yang terletak di wilayah Kecamatan Pecalungan, Kabupaten Batang, Provinsi Jawa Tengah. Letak geografis Desa Gemuh cukup strategis karena diapit oleh beberapa desa dan memiliki kondisi alam yang baik dengan tanah yang subur, sehingga membuat desa ini memiliki potensi yang besar sebagai penghasil komoditas pertanian seperti singkong, cengkeh, teh, melinjo, kopi, dan kayu sengon. Melalui pemanfaatan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk memasarkan produk UMKM Desa Gemuh. Dalam penelitian ini, telah dilakukan beberapa upaya untuk mendukung UMKM yang memiliki potensi besar di Desa Gemuh yaitu Ayo Maju Bersama UMKM Digital, Pembuatan Video Branding UMKM, dan Pendampingan UMKM. Beberapa program tersebut diharapkan mampu mendukung masyarakat dalam memasarkan dan menghubungi pelanggan untuk produk UMKM yang lebih banyak dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Melalui Kelompok KKN Tematik UNS di Desa Gemuh, mereka telah melibatkan warga setempat untuk ikut serta dalam kegiatan sosialisasi, dengan maksud untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki oleh Desa Gemuh.

Abstract: Gemuh Village is a village located in Pecalungan District, Batang Regency, Central Java Province. The geographical location of Gemuh Village is quite strategic because it is flanked by several villages and has good natural conditions with fertile soil, making this village have great potential as a producer of agricultural commodities such as cassava, cloves, tea, melinjo, coffee, and sengon wood. Through the utilization of

information and communication technology to market Gemuh Village MSME products. In this study, several efforts have been made to support MSMEs that have great potential in Gemuh Village, namely Ayo Maju Bersama UMKM Digital, Making MSME Branding Videos, and MSME Assistance. Several of these programs are expected to be able to support the community in marketing and contacting customers for more MSME products by utilizing information and communication technology. Through the UNS Thematic KKN Group in Gemuh Village, they have involved local residents to participate in socialization activities, with the intention of maximizing the potential of Gemuh Village.

Keywords: *Gemuh Village, UMKM, Digital Technology*

Pendahuluan

Desa Gemuh adalah sebuah desa di Kecamatan Pecalungan, Kabupaten Batang, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia. Lokasi astronomis Kecamatan Pecalungan terletak pada posisi koordinat 7°1'8" LS dan 109°51'43" BT. Secara geografis, desa ini merupakan tempat yang cukup strategis karena diapit oleh beberapa Desa. Desa Gemuh memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan menjadi sentra/pusat pertanian, penghasil beberapa komoditas pertanian strategis seperti singkong, cengkeh, teh, melinjo, kopi, dan kayu sengon karena lokasi desa yang terletak di antara dua pusat pertumbuhan ekonomi yakni Kecamatan Limpung dan Bandar. Kondisi desa yang strategis dan memiliki komoditas pertanian yang memiliki potensi besar, sehingga sektor ekonominya dapat dikembangkan, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Perkembangan ekonomi setiap negara dapat dipengaruhi oleh UMKM, karena dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru dan lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan besar (Tambunan, 2012). Peranan penting UMKM dapat dilihat pada saat krisis moneter tahun 1997 di Indonesia yang dapat memajukan perekonomian pasca krisis moneter. UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peranan yang besar dalam menyerap tenaga kerja, devisa, dan berkontribusi dalam menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB). Kontribusi UMKM dalam menyumbang PDB di Indonesia sendiri sebesar 60,5% dan terhadap tenaga kerja sebesar 96,9% (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, 2022). Kondisi pedesaan yang kaya akan sumber daya alam dan potensi manusia dapat menjadi lokasi yang tepat untuk pengembangan UMKM. Desa Gemuh merupakan salah satu desa yang dapat dikembangkan potensinya. Desa ini memiliki luas 29.05 km² dengan jumlah kepadatan jiwa 122 jiwa/km². Desa Gemuh terbagi dalam 5 dusun.

Desa Gemuh memiliki potensi ekonomi melalui pemberdayaan sumber daya alam (SDA) dalam berbagai sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut Sutrisno (2017), pertumbuhan UMKM berdampak terhadap perekonomian

secara keseluruhan, berkontribusi dalam memecahkan masalah pengangguran dan membuktikan kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja. Salah satu peluang besar produk UMKM adalah pemanfaatan singkong pada produk pangan. Jumlah singkong yang melimpah dan tumbuh subur di Desa Gemuh dapat dimanfaatkan untuk produksi olahan pangan opak. Opak merupakan produk pangan berbahan dasar singkong. Proses pengolahan opak masih dilakukan secara tradisional atau sederhana, sementara telah dilakukan pengembangan rasa baru pada opak, termasuk rasa bawang dan rasa *original*. Produksi opak di Desa Gemuh merupakan salah satu penunjang perekonomian masyarakat. Usaha opak ini dapat berpotensi membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat, mulai dari usaha tani singkong hingga proses produksi singkong menjadi opak. Proses penjemuran opak masih memanfaatkan kondisi alam seperti mengandalkan sinar matahari untuk penjemuran opak (Harahap & Mujiatun, 2016).

Produk opak yang dihasilkan diproduksi untuk dipasarkan masih belum menjangkau konsumen secara luas, dikarenakan hanya dipasarkan kepada tetangga, masyarakat sekitar desa, dan diproduksi apabila sedang ada pesanan dari konsumen. Oleh karena itu, perlu diperlukan pembaharuan metode penjualan opak agar dapat dijangkau oleh masyarakat luas dan konsumen baru mengingat produk opak sendiri sangat memiliki potensi untuk disukai oleh banyak kalangan. Salah satu alternatif yang dapat dilakukan yaitu memasarkan produk opak secara *online* melalui media *e-commerce* (Toko Daring) dengan tujuan memperluas pemasaran dan meningkatkan perekonomian di Desa Gemuh. Media *E-commerce* merupakan tempat aktivitas bisnis yang melibatkan konsumen, penyedia layanan, dan pedagang perantara melalui jaringan komputer, seperti internet (Hotana, 2018). Selain itu, dengan adanya pemasaran melalui *online* juga dapat memperkenalkan opak kepada masyarakat di luar Gemuh.

Saat ini, Pemasaran atau *branding* sudah berevolusi dari gambar diam menjadi video. Video promosi produk yang tepat dapat meningkatkan niat beli konsumen. Dengan strategi pengambilan video yang baik dan sesuai, maka produk dapat menciptakan citra dan kesan yang baik pada konsumen. *Branding* produk menggunakan media video dapat dibuat berupa video pendek, sehingga mudah untuk disebarluaskan. Video *branding* dapat meningkatkan minat konsumen terhadap suatu jasa atau produk karena konsumen dapat memahami fitur-fitur produk melalui alur cerita video. Oleh karena itu, video *branding* dapat meningkatkan keuntungan bagi pelaku usaha. *Branding* produk atau jasa menggunakan media video sudah banyak digunakan pada berbagai bidang, antara lain: *branding* untuk

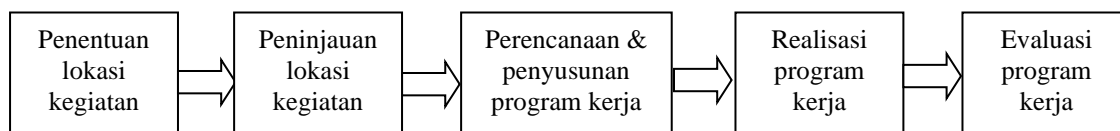
produk kerupuk Amplang (Watulingga dkk., 2017), video belajar untuk anak didik (Fauzan & Rahdiyanta, 2017; Mutia dkk., 2018), pelatihan untuk instalasi listrik (Febrianto dkk., 2020), *branding* film (Permana dkk., 2019b) dan produksi untuk film (Permana dkk., 2019a), *branding* untuk *event organizer* (Lukman, 2021).

UMKM memiliki kontribusi yang besar bagi penjualan dan memasarkan produk melalui merek dagang. *Branding* UMKM melalui merek dagang dapat meningkatkan pangsa pasar, mempengaruhi penjualan produk dan meningkatkan popularitas produk. Faktor-faktor yang perlu dilakukan untuk inovasi UMKM yaitu adanya logo, nama, istilah produk, dan desain untuk menciptakan identitas suatu produk yang dipasarkan. Salah satu komponen terpenting dalam UMKM merupakan *branding* (Arifudin dkk., 2021).

Berbagai potensi yang terdapat di Desa Gemuh, memberikan peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan UMKM. Kelompok KKN Tematik UNS Desa Gemuh menyadari adanya banyak kesempatan di Desa gemuh, sehingga Kelompok KKN UNS Desa Batang berinisiatif untuk memberikan bantuan dan mengajak masyarakat dari berbagai lapisan untuk bersama-sama mengikuti kegiatan Ayo Maju Bersama UMKM Digital, Pembuatan Video *Branding* UMKM, dan kegiatan Pendampingan UMKM.

Metode

Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Sebelas Maret dengan menerapkan metode penerjunan langsung (*luring*) ke lapangan dengan periode waktu 42 hari. Kegiatan KKN ini dilakukan mulai tanggal 9 Juli 2024 – 22 Agustus 2024. Kegiatan KKN ini secara garis besar terbagi menjadi 5 tahap yang disajikan pada **Gambar 1 Tahapan Pelaksanaan** antara lain: penentuan lokasi kegiatan, peninjauan lokasi kegiatan, perencanaan dan penyusunan program kerja, realisasi program kerja, dan evaluasi program kerja.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan

1. Penentuan lokasi

Penetapan tempat dilaksanakannya kegiatan KKN diatur oleh Unit Pelaksana Kuliah Kerja Nyata (UPKKN) Universitas Sebelas Maret. Dari hasil plot,

lokasi Desa Gemuh, Kecamatan Pecalungan, Kabupaten Batang, Jawa Tengah ditetapkan sebagai tempat pelaksanaan KKN.

2. Peninjauan lokasi kegiatan

Peninjauan lokasi dilakukan setelah lokasi untuk kegiatan KKN sudah ditentukan. Peninjauan lokasi ini bertujuan untuk mengetahui keadaan dan situasi lingkungan desa yang akan dimanfaatkan untuk pelaksanaan kegiatan KKN. Melalui peninjauan lokasi diharapkan agar mahasiswa dapat mengetahui dan mengeksplorasi potensi yang ada di desa tujuan untuk merancang program kerja yang nantinya akan dilakukan di desa tersebut. Beberapa hal yang dapat dilakukan selama proses peninjauan lokasi yaitu:

- a Berinteraksi dengan kepala desa dan staf mereka untuk lebih memahami situasi di desa
- b Meninjau kondisi lingkungan di Desa Gemuh dengan mempertimbangkan kelebihan dan kelemahannya.
- c Survei lokasi potensial yang dapat mendukung pelaksanaan rencana kerja yang direncanakan.

3. Perencanaan dan penyusunan program kerja

Beberapa program kerja telah direncanakan untuk menciptakan peluang pengembangan UMKM yang berkelanjutan di desa Gemuh. Rencana program kerja disesuaikan dengan kondisi lingkungan lokasi supaya masyarakat dapat lebih memanfaatkan potensi lingkungan Desa Gemuh. Ada banyak rencana kerja untuk mengembangkan usaha kecil, menengah dan mikro, yaitu:

- a Ayo Maju Bersama UMKM Digital,
- b Pembuatan Video Branding UMKM
- c Pendampingan UMKM

4. Realisasi program kerja

Program kerja diawali dengan Ayo Maju Bersama UMKM Digital yang terealisasi pada Selasa, 13 Juli 2024; Pembuatan Video Branding UMKM pada Sabtu, 16 Juli 2024; Pendampingan UMKM pada Sabtu, 27 Juli 2024. Program kerja Ayo Maju Bersama UMKM Digital dilaksanakan di Balai Desa Gemuh, sedangkan untuk Pembuatan Video Branding dan Pendampingan UMKM dilaksanakan di salah satu UMKM opak yang terdapat di Desa Gemuh.

5. Evaluasi program kerja

Evaluasi program kerja bertujuan untuk mengidentifikasi kendala dan kesalahan yang kemungkinan dapat terjadi selama pelaksanaan program kerja. Sehingga, pengalaman tersebut dapat dijadikan pembelajaran berharga untuk

memnghindari kesalahan serupa. Selain itu, evaluasi dilakukan untuk menyempurnakan program kerja di masa yang akan datang agar lebih efektif dan efisien.

Hasil dan Pembahasan

1. Ayo Maju Bersama UMKM Digital

Program kerja ini diselenggarakan pada Kamis (11/7/2024). Kegiatan ini melibatkan ibu-ibu PKK dan warga yang mempunyai usaha di Desa Gemuh. Tujuannya yaitu untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam menggunakan *e-commerce* untuk menjual produk. *E-commerce* dapat menjadi salah satu batu loncatan untuk mengembangkan UMKM di Desa Gemuh dengan kemudahan akses pemasaran dan luasnya jangkauan konsumen.



Gambar 2. Pengenalan e-commerce

Kegiatan ini berisi tentang peningkatan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya pemanfaatan *e-commerce* di era digital saat ini. Melalui *e-commerce*, UMKM mempunyai peluang untuk mengakses pasar yang lebih besar, baik dalam negeri maupun internasional. Peserta yang dilatih diharapkan mampu menjual produk yang dihasilkannya seperti opak, emping dan rengginang, baik secara langsung maupun melalui *platform online*. Oleh karena itu, pelatihan ini dapat menjadi sarana untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi keluarga desa.

2. Pembuatan Video Branding UMKM

Program Kerja Pembuatan Video Branding UMKM ini dilaksanakan pada tanggal 16 Juli 2024. Program ini bertujuan untuk menyebarkan dan memperluas

pengetahuan terkait UMKM yang terdapat di Desa Gemuh terhadap masyarakat luas, sekaligus terhadap target pasar guna menyukkseskan dan memberikan keuntungan bagi Ibu Winarsih selaku pemilik UMKM opak.



Gambar 3. Perekaman Proses Pembuatan Opak

Tahapan pembuatan video *branding* dilakukan dengan merekam setiap proses pembuatan opak. Selain itu, kelompok KKN UNS Desa Gemuh juga melakukan wawancara dengan Ibu Winarsih guna mendapatkan informasi lebih lanjut terkait UMKM opak tersebut.



Gambar 4. Proses Wawancara dengan Bu Winarsih

Setelah kedua proses di atas selesai, maka dilakukan *editing* pada video branding UMKM tersebut dan diunggah di *platform* Youtube guna penyiaran terhadap masyarakat luas.



Gambar 5. Hasil video branding UMKM

3. Pendampingan UMKM

Program Kerja Pendampingan UMKM ini merujuk pada Program Kerja *branding* UMKM dan Ayo Maju Bersama UMKM Digital, dimana program ini merupakan realisasi dari kedua Program Kerja tersebut. Di Desa Gemuh, terdapat berbagai UMKM yang menjual berbagai produk yang menarik dan memiliki potensial untuk lebih berkembang. Akan tetapi, sebagian pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam mempromosikan produk mereka, sehingga diperlukan adanya pendampingan supaya para pengusaha UMKM dapat mempromosikan produknya dengan baik dan efektif.

Kegiatan Pendampingan UMKM ini dilakukan pada usaha UMKM makanan Opak yang dimiliki oleh Ibu Winarsih atau biasa dipanggil Ibu Win. Peserta KKN terlebih dahulu melakukan survei dan wawancara di lokasi pembuatan Opak, yaitu di rumah Ibu Winarsih. Setelah melakukan wawancara, peserta KKN mendapat informasi bahwa Ibu Winarsih sudah menjalani usaha ini sejak tahun 2021. Dia juga mengatakan bahwa produknya dipesan ke berbagai daerah, termasuk luar negeri seperti Singapura. Kesulitan yang dialami Ibu Winarsih dalam menjual produknya adalah dia kesulitan melakukan penjualan dan promosi di toko *online* seperti shopee. Selain itu, Ibu Winarsih juga memiliki kesulitan dalam mencari kemasan produk yang sesuai. Kelangkaan produk juga menjadi kesulitan yang dihadapi Ibu Winarsih karena sulitnya memilih bahan baku yang sesuai, lama pembuatan, dan ketersediaan produk yang siap dijual.



Gambar 6. Proses pembuatan Opak

Setelah melakukan wawancara, Peserta KKN menentukan *branding* dan promosi yang sesuai dengan identitas UMKM Opak. Peserta KKN membuat video *branding* tentang UMKM Opak yang meliputi kegiatan mewawancarai Ibu Winarsih secara langsung dan proses pembuatan Opak. Selain membuat video *branding*, Peserta KKN juga membuat *banner* sebagai bentuk *branding* dan promosi Produk UMKM Opak Ibu Winarsih. Dalam proses *branding*, Peserta KKN menamai usaha UMKM dengan nama Win Opak yang diambil dari singkatan Ibu Winarsih (Win) dan produk usaha Ibu Winarsih. Peserta KKN juga membuat *packaging* atau kemasan produk Opak sebagai bagian dari *branding* dan promosi UMKM.

Pada tanggal 27 Juli 2024, peserta KKN melakukan pendampingan UMKM Opak di rumah Ibu Winarsih. Kegiatan tersebut terdiri dari penyerahan *banner* yang sudah dibuat oleh peserta KKN kepada Ibu Winarsih. Sedangkan untuk produk yang sudah dibuat dengan *packaging* yang baru sebagian akan ditampilkan pada kegiatan *Expo* UMKM yang dilaksanakan di Kantor Kecamatan Pecalungan.



Gambar 7. Penyerahan Banner UMKM kepada Ibu Winarsih

Diharapkan produk UMKM Opak Ibu Winarsih dapat lebih dikenal oleh masyarakat di luar Desa Gemuh. Sehingga kesulitan Ibu Winarsih dalam menjual produknya dapat teratasi dan penjualan produk opaknya lebih meningkat dari penjualan sebelumnya.

Kesimpulan

Dalam rangkaian program kerja di atas, Desa Gemuh sudah memiliki inisiatif dalam pemanfaatan sumber daya alam yang dihasilkan di desa tersebut. Hal tersebut dapat dilihat dari adanya produk opak yang dihasilkan. Dengan program kerja yang telah dilakukan untuk Desa Gemuh, diharapkan agar masyarakat dapat memahami betapa pentingnya pemanfaatan sumber daya alam untuk meningkatkan kesejahteraan. Kegiatan di atas memberikan dampak positif pada lingkungan dan ekonomi masyarakat. Selain itu, kegiatan di atas dapat menginspirasi desa-desa lain untuk mengambil langkah serupa agar mereka dapat memanfaatkan sumber daya alam yang ada secara bijak.

Ucapan Terima Kasih

Rangkaian kegiatan KKN Kelompok di Desa Gemuh, Kabupaten Batang tidak akan berjalan lancar tanpa bantuan pihak pihak yang terlibat, diantaranya: Universitas Sebelas Maret (UNS) sebagai lembaga penyelenggara KKN Tematik periode Juli - Agustus 2024. UPKKN UNS sebagai tim yang bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan KKN Tematik UNS periode Juli - Agustus 2024. Teman sekelompok kami Aida Hannani, Callysta Adzhani, Khusnul Khotimah, Nabila Rasya, Ratu Asha Aurellia, Rizki Ananda Putra yang telah membantu dalam keberjalanan KKN di Desa Gemuh. Warga masyarakat dan Pemerintah Desa Gemuh, Kecamatan Pecalungan, Kabupaten Batang, yang telah berkenan untuk memberikan kami tempat dan ruang untuk menjalankan kegiatan KKN.

Referensi

- Arifudin, D., Heryanti, L., & Pramesti, D. (2021). Pelatihan Desain Mockup Dan Logo Sebagai Branding Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi Umkm. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(5), 2640–2651. <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i5.5847>
- Fauzan, M. A., & Rahdiyanta, D. (2017). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Video pada Teori Pemesinan Frais. *JURNAL DINAMIKA VOKASIONAL TEKNIK MESIN*, 2(2), 82. <https://doi.org/10.21831/dinamika.v2i2.15994>

- Febrianto, G., Sulton, S., & Praherdiono, H. (2020). Pengembangan Media Video Pembelajaran untuk Pelatihan Instalasi Tenaga Listrik. *Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 3(2), 149–157. <https://doi.org/10.17977/um038v3i22020p149>
- Harahap, M., & Mujiatun, S. (2016). Keragaan Ekonomi Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Pengolahan Opak Singkong Di Desa Tuntungan II Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 16(2), 179–190. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v16i2.946>
- Hotana, M. S. (2018). Industri E-Commerce Dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 1(1), 28. <https://doi.org/10.30996/jhbhc.v0i0.1754>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI. (2022). *Perkembangan UMKM Sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Rerus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Lukman, A. (2021). Pembuatan Video Dokumentasi Event Organizer Bagi Perusahaan PT. Kalamata Komunika Idealeema Di Bandung. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(3), 107–115. <https://doi.org/10.53866/jimi.v3i1.17>
- Mutia, R., Adlim, A., & Halim, A. (2018). Pengembangan Video Pembelajaran Ipa Pada Materi Pencemaran Dan Kerusakan Lingkungan. *Jurnal Pendidikan Sains Indonesia*, 5(2), 108–114. <https://doi.org/10.24815/jpsi.v5i2.9825>
- Permana, R. S. M., Puspitasari, L., & Indriani, S. S. (2019a). Pelatihan Post-Produksi (Audio-Visual Editing) Film Indie di Armidale English College Soreang, Bandung. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(1), 19–28. <https://doi.org/10.30653/002.201941.88>
- Permana, R. S. M., Puspitasari, L., & Indriani, S. S. (2019b). Strategi Promosi Pada Tahapan Pra-Produksi Film 'Haji Asrama' (HAS). *ProTVF*, 2(2), 145. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i2.20818>
- Sutrisno, E. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Kencana.
- Tambunan, T. (2012). *Usaha Makro Kecil Dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. LP3ES.
- Watulingga, A. O., Ugiarto, M., & Cahyono, B. (2017). Pembuatan Media Profil Pada Perusahaan Amplang Sebagai Media Pengenalan Produk. *Jurnal Rekayasa Teknologi Informasi*, 1(1), 48–52.