

**PEMBERDAYAAN UMKM DI DESA KUTAWARINGIN DALAM UPAYA
PERLUASAN TARGET PASAR**

***Rizkyna Jihan Alqirana¹, Nida Fauziyah², Vina Yuliasih³, Pernanda Bhatara⁴, Fara
Berliana⁵, Silvia Rismayanti⁶, Melisa Pujiandini⁷, Ena Vadila⁸, Fahtur Rahman⁹,
Muhammad Rizki¹⁰, Dr. Ir. Latifah, M. T¹¹**

^{1,2}Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Bandung

^{3,4}Manajemen, Universitas Muhammadiyah Bandung

^{5,6}Psikologi, Universitas Muhammadiyah Bandung

^{7,8}Farmasi, Universitas Muhammadiyah Bandung

⁹Pendidikan Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Bandung

¹⁰Teknik Elektro, Universitas Muhammadiyah Bandung

¹¹Administrasi Publik, Universitas Muhammadiyah Bandung

Email : RizkynaJihanAlqirana@gmail.com

ABSTRAK

Pemberdayaan UMKM memegang peran penting dalam menggerakkan perekonomian suatu negara, terutama di tingkat lokal seperti di Desa. Perkembangan ekonomi dan daya saing UMKM menjadi krusial dalam mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Salah satu strategi vital dalam meningkatkan daya saing UMKM adalah melalui perluasan target pasar. Berdasarkan hasil observasi dan survei lapangan pemasaran produk UMKM Desa Kutawaringin hanya secara konvensional yakni berkeliling desa ataupun menerima pesanan dari pihak tertentu. Tujuan dari program pengabdian ini yaitu untuk menganalisis strategi dan upaya yang dapat diterapkan dalam pemberdayaan UMKM Desa Kutawaringin guna mengatasi kendala akses dan memperluas jangkauan pasar mereka. Oleh karena itu kami melakukan pemberdayaan UMKM dalam Upaya memperluas target pasar yang ada dengan bekerja sama dengan wisata Curug Cipeer (BUMDES) Kutawaringin, dalam kerja sama ini kami mencoba memasukan produk-produk UMKM yang ada di Desa Kutawaringin diantaranya adalah peyeum singkong (tape), keripik talas, Sale pisang, dan sempol ayam. UMKM ini berlaku sebagai suplier yang menyiapkan produk dan pihak Curug Cipeer yang akan mengolah produk tersebut dengan inovasi yang mereka miliki. Dengan kegiatan yang kami lakukan ini kami berharap dapat membantu UMKM di Desa Kutawaringin untuk terus berkembang dan meningkatkan pendapatan mereka.

Kata kunci: Produk, Pemasaran, Peningkatan Ekonomi Desa, Target Pasar, UMKM

ABSTRACT

UMKM empowerment plays an important role in driving a country's economy, especially at the local level such as in villages. The economic development and competitiveness of UMKMs are crucial in achieving sustainable economic growth. One of the vital strategies in improving the competitiveness of UMKM is through expanding the target market. Based on the results of observations and field surveys, the marketing of UMKM products in Kutawaringin Village is only conventional, namely going around the village or receiving orders from certain parties. The purpose of this service program is to analyze strategies and efforts that can be applied in empowering UMKM in Kutawaringin Village to overcome access constraints and expand their market reach. Therefore, we carry out UMKM empowerment in an effort to expand the existing target market by working with Curug Cipeer

tourism (BUMDES) Kutawaringin, in this collaboration we try to include UMKM products in Kutawaringin Village including cassava peyeum (tape), taro chips, banana sale, and chicken sempol. These UMKMs act as suppliers who prepare products and Curug Cipeer who will process these products with the innovations they have. With this activity, we hope to help UMKMs in Kutawaringin Village to continue to develop and increase their income.

Keywords: *Product, Marketing, Village Economic Improvement, Target Market, UMKM*

PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang vital dalam perekonomian global, termasuk di Indonesia. Meskipun jumlah UMKM terus bertambah, banyak dari mereka masih menghadapi tantangan serius dalam hal akses terhadap modal, teknologi, dan pasar yang luas. Terbatasnya akses ini menghambat potensi pertumbuhan UMKM dan mendorong ketidaksetaraan ekonomi. Selain itu, UMKM seringkali merupakan sumber utama lapangan kerja di daerah pedesaan dan perkotaan, dan oleh karena itu, memperkuat sektor ini memiliki dampak positif terhadap pengurangan tingkat pengangguran dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM menjadi krusial dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan mengurangi ketidaksetaraan sosial-ekonomi.

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam menggerakkan perekonomian suatu negara, terutama di tingkat lokal seperti di Desa. Perkembangan ekonomi dan daya saing UMKM menjadi krusial dalam mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Salah satu strategi vital dalam meningkatkan daya saing UMKM adalah melalui perluasan target pasar. Perluasan target pasar memungkinkan UMKM untuk mencapai lebih banyak konsumen, mengoptimalkan penjualan, dan meningkatkan keberlanjutan usaha mereka. Perluasan target pasar dapat dilakukan dengan cara melakukan pemasaran jaringan, penjualan melalui agen, marketing online, dan kemitraan.

Dalam hasil observasi dan survei lapangan yang dilakukan oleh kelompok KKN Reguler 64 di Desa Kutawaringin Kecamatan Kutawaringin Kabupaten Bandung memiliki banyak UMKM potensial yang menghasilkan suatu produk. Namun dalam proses pemasaran produknya pemilik UMKM hanya melakukan pemasaran secara konvensional seperti berkeliling menjajakan produknya ataupun menerima pesanan dari pihak tertentu. Selain itu ada beberapa faktor lain yang menyebabkan UMKM di Desa Kutawaringin sulit untuk berkembang beberapa faktor diantaranya adalah kurangnya Sumber daya manusia dalam proses pengolahan produk. Karena Sebagian besar dari UMKM di desa Kutawaringin merupakan usaha rumahan yang dimana pekerja yang ada hanyalah keluarga yang ada di rumah itu saja. Disamping kurangnya SDM, para pemilik UMKM juga tidak ingin mencoba untuk mengembangkan produk yang mereka produksi dengan alasan sudah merasa nyaman

dengan sistem produksi mereka saat ini dimana mereka tidak dituntut untuk memenuhi banyak permintaan kecuali mereka sedang menerima pesanan.

Dapat disimpulkan dari beberapa permasalahan diatas bahwa banyak sekali tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh UMKM yang ada di Desa Kutawaringin, sehingga tujuan dari penelitian dalam jurnal ini, yaitu untuk menganalisis strategi dan upaya yang dapat diterapkan dalam pemberdayaan UMKM di Desa Kutawaringin guna mengatasi kendala akses pasar dan memperluas jangkauan pasar mereka.

BAHAN DAN METODE

Program kegiatan yang kami laksanakan berupa perluasan target pasar dari UMKM yang ada di Desa Kutawaringin. Kegiatan pemberdayaan UMKM Desa Kutawaringin ini dilaksanakan di Curug Cipeer yang merupakan sebuah tempat wisata milik Desa Kutawaringin (BUMDES) dimana para pesepeda dari berbagai daerah sering bersinggah disini bila *gowes* ke daerah Kutawaringin ataupun para pengunjung yang ingin menikmati keindahan Desa Kutawaringin.

Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan tujuan memperoleh gambaran mengenai pertimbangan pelaku UMKM akan pelaksanaan perluasan target pasar, kerja sama dengan BUMDES dan inovasi produk UMKM. Metode yang dilakukan yaitu wawancara dan observasi langsung ke setiap rumah produksi, dimulai dengan pengenalan produk hingga proses pembuatan serta pemasaran produk. Dilaksanakan pada hari Sabtu dan Minggu, tepatnya pada tanggal 2-3 September 2023. Populasinya adalah pemilik UMKM di Desa Kutawaringin dan sampelnya adalah UMKM *Peyeum* Singkong (Tape), Sale Pisang, Keripik Talas, dan Sempol Ayam Mas Kulin. Alat ukur suksesnya program kegiatan ini yaitu meluasnya jangkauan pasar dan *awareness* mengenai produk UMKM yang mana merupakan ciri khas dari Desa Kutawaringin, terjalannya kerja sama antara pelaku UMKM dengan pihak Curug Cipeer (BUMDES), dan dapat meningkatkan ekonomi dan pendapatan baik bagi tempat Wisata Curug Cipeer maupun para pemilik UMKM

HASIL

Pada tanggal 9 Agustus 2023, kami melakukan observasi ke beberapa UMKM yang ada di Desa Kutawaringin. Kegiatan yang kami lakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses produksi dan permasalahan yang terjadi dan dirasakan oleh pemilik UMKM. Pada kegiatan ini kami mengunjungi beberapa UMKM yang ada di Desa Kutawaringin mulai dari *peyeum* singkong (tape), keripik talas, sale pisang, tusuk sate dan sempol ayam. Pada observasi ini kami dapat melihat proses pembuatan semua produk UMKM, dan mayoritas UMKM yang ada di Desa Kutawaringin masih berupa produksi rumahan,

dimana semua proses produksinya dikelola secara manual. Pada kegiatan observasi ini juga kami menemukan beberapa permasalahan yang dialami terutama di bidang pemasaran, dimana mayoritas UMKM di Desa Kutawaringin masih menggunakan metode pemasaran konvensional (menjual keliling, menerima pesanan tetangga), sehingga jangkauan pasar terbatas. Selain itu, proses produksi masih sederhana dan belum memanfaatkan strategi promosi modern..



Gambar 1. Foto Bersama setelah wawancara dengan pemilik UMKM keripik talas dan sale pisang



Gambar 2. Foto Bersama setelah wawancara dengan pemilik UMKM *peyeum singkong* (tape)



Gambar 3. Pemilik UMKM smpol ayam menunjukkan alat buatan sendiri untuk mengolah smpolnya

Setelah melakukan observasi dan menemukan permasalahan yang ada di UMKM Desa Kutawaringin akhirnya kami memutuskan untuk mengambil permasalahan mengenai pemasaran, yang dimana pelaku UMKM belum memasarkan produk mereka secara luas. Pada tahapan ini kami berencana untuk memasukan produk UMKM ke tempat wisata Curug Cipeer yang dimana tempat wisata ini merupakan BUMDES Kutawaringin. Kemudian setelah penyusunan rencana kami melakukan kunjungan ke wisata Curug Cipeer untuk mendiskusikan kolaborasi ini dengan pihak pengelola. Akhirnya rencana yang dibuat diterima dengan baik oleh pengelola wisata Curug Cipeer, mereka meminta agar pemilik UMKM dapat memasukan produknya di hari Sabtu dan Minggu dikarenakan *weekend* merupakan hari yang ramai pengunjung.



Gambar 4. Diskusi dengan pengelola wisata Curug Cipeer

Setelah rencana kerja sama tersusun dengan baik akhirnya kami sampai pada tahap akhir dari program yang kami kerjakan. Pada tahap ini kami mencoba untuk memperkenalkan

produk UMKM Desa kutawaringin kepada para pengunjung maupun masyarakat yang sering melewati dan mengunjungi wisata Curug Cipeer. Proses pengenalan produk yang kami terapkan adalah dengan cara membagikan brosur dan menyediakan tester untuk setiap produk yang ada. Kegiatan ini disambut baik oleh para pengunjung wisata Curug Cipeer mereka berpendapat bahwa produk-produk UMKM yang kami bawa rasanya sangat enak dan menarik.



Gambar 5. Pembagian brosur kepada masyarakat yang bersepeda di sekitar Curug Cipeer



Gambar 6. Pemberian tester kepada pengunjung Curug Cipeer

Pada hari selanjutnya kami mengadakan peresmian kerja sama antara pengelola wisata Curug Cipeer dan para pelaku UMKM. Acara dibuka dengan sambutan Pak Roni sebagai pengelola Curug Cipeer dan menyambut pengunjung yang berkunjung, lalu masuk pada pengenalan menu baru yakni produk dari UMKM Desa Kutawaringin, pembagian brosur dan tester setiap produk UMKM, dan ditutup dengan promosi serta simbolisasi kerja sama UMKM

dan Curug Cipeer. Kami berharap agar kerja sama ini dapat berjalan dengan lancar kedepannya dan dapat meningkatkan ekonomi dan pendapatan baik bagi tempat wisata Curug Cipeer maupun para pemilik UMKM.



Gambar 7. Penyerahan simbolis dengan pengelola Curug Cipeer



Gambar 8. Peresmian kerja sama antara UMKM dengan Curug Cipeer

Tabel 1. Perbandingan Kondisi UMKM Sebelum dan Sesudah Pengabdian

Aspek	Sebelum Pengabdian	Sesudah Pengabdian
Pemasaran	Hanya menjual keliling / ke tetangga sekitar	Produk dipasarkan di wisata Curug Cipeer melalui kerja sama

Promosi	Tidak ada promosi tertulis / digital	Ada brosur, tester, dan promosi langsung ke pengunjung
Jangkauan Pasar	Terbatas di lingkungan desa	Lebih luas (pengunjung wisata lokal & luar daerah)
Pendapatan	Relatif stabil, tidak meningkat signifikan	Berpotensi meningkat karena ada pasar baru
Kolaborasi	Tidak ada mitra kerja sama	Ada kerja sama dengan BUMDES & pengelola wisata

Sumber: Data diolah (2025)

PEMBAHASAN

Program kerja berupa kerja sama antara UMKM dengan pihak BUMDES ini mampu memberi perubahan pada pelaku UMKM seperti jangkauan pasar yang semakin meluas dari sebelumnya, membantu meningkatkan ekonomi pelaku UMKM Desa Kutawaringin, dan membantu memperkenalkan ciri khas Desa Kutawaringin. Bagi Curug Cipeer (BUMDES) sendiri dengan adanya kerja sama ini menambah variasi menu Curug yang awalnya hanya menu makanan berat (*liwet* dan mie) dan beberapa minuman, kini semakin bervariasi karena pengelola Curug sendiri senang berinovasi dengan bahan-bahan dari UMKM seperti tape diolah dengan cara yang berbeda perminggu atau harinya beserta produk UMKM lainnya, dan tentu membantu meningkatkan pengunjung dengan mencetak banner baru dan pembagian brosur serta membuat media sosial untuk membantu *branding* Curug Cipeer..

Meski sebelumnya kami menyarankan menggunakan media sosial atau menjual produk secara *online* dan digital, pelaku UMKM tetap menolak hingga akhir dan kami mencari jalan tengah agar produk dapat menjangkau pasar yang lebih luas namun tidak memaksa pelaku UMKM untuk langsung melekat digitalisasi karena mereka tidak ingin keluar dari zona nyaman dan amannya. Dengan melakukan kerja sama dengan BUMDES yang sering dikunjungi dari luar daerah tentu mampu membantu pelaku UMKM meluaskan pasarnya sebagai jalan tengah dari permasalahan tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada dasarnya setiap UMKM pasti memiliki selalu memiliki permasalahan baik dari sisi produksi, pemasaran ataupun keterbatasan modal, tidak berbeda jauh dengan UMKM yang ada di Desa Kutawaringin yang dimana beberapa UMKM disana masih sulit untuk diajak berbisnis dengan basis digital sehingga target pasar yang mereka miliki hanya lingkup tempat tinggal mereka saja. Oleh karena itu kami melakukan pemberdayaan UMKM dalam Upaya

memperluas target pasar yang ada dengan bekerja sama dengan wisata Curug Cipeer (BUMDES) Kutawaringin, dalam kerja sama ini kami mencoba memasukan produk-produk UMKM yang ada di Desa Kutawaringin diantaranya adalah *peyeum* singkong (tape), keripik talas, Sale pisang, dan sempol ayam. UMKM ini berlaku sebagai *suplier* yang menyiapkan produk dan pihak Curug Cipeer yang akan mengolah produk tersebut dengan inovasi yang mereka miliki. Dengan kegiatan yang kami lakukan ini kami berharap dapat membantu UMKM di Desa Kutawaringin untuk terus berkembang dan meningkatkan pendapatan mereka.

Saran yang dapat kami sampaikan untuk pemerintah desa adalah untuk mendorong pendirian sentra UMKM dengan fasilitas dan infrastruktur yang memadai, memfasilitasi pelatihan serta pendampingan kepada pelaku UMKM terkait manajemen, pemasaran dan keuangan, dan mendukung keberlangsungan UMKM secara enterpreneur. Bagi masyarakat sendiri untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan terkait bisnis melalui pelatihan dan kursus yang tersedia, mendukung produk lokal dengan membeli produk dari UMKM setempat serta mempromosikan produk tersebut, berpartisipasi dalam program pelatihan dan peningkatan keterampilan yang ditawarkan oleh pemerintah desa, dan kolaborasi antar UMKM untuk meningkatkan daya saing serta menciptakan jaringan yang saling mendukung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Desa Kutawaringin yang telah memberi kepercayaan kepada kami untuk mengabdikan kepada desa, pengabdian ini juga tidak bisa berjalan baik apabila tidak ada dukungan dari berbagai pihak, kami haturkan ucapan terima kasih kepada:

1. Universitas Muhammadiyah Bandung yang telah memberikan kesempatan dan bimbingan kepada kami untuk melakukan KKN
2. DPL yang telah memercayakan dan membimbing kami selama KKN
3. Kepala Desa Desa Kutawaringin beserta perangkat desa yang telah memberikan kesempatan dan wadah untuk kami melakukan KKN
4. Karang Taruna Kamboja yang telah membantu kami selama KKN

Tak lupa kami ucapkan terimakasih kepada anggota kelompok 64 yang telah berkontribusi penuh untuk peningkatan dan pemberdayaan UMKM Desa Kutawaringin sehingga program kerja ini dapat meningkatkan potensial UMKM Desa Kutawaringin agar dapat berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

-
- Fidela, A., Pratama, A., Nursyamsiah, T., (2020). *Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang*. Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat, 2 (3), 493–498.
- Oktaviani, R., & Wahyuni, D. (2019). *Pemberdayaan UMKM di Era Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Global*. Jurnal Manajemen Teknologi, 18(2), 127-138.
- Prasetyo Hadi, D., (2015). *Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pada Usaha Kecil Dan Menengah Berbasis Sumber Daya Lokal Dalam Rangka Millenium Development Goals 2015 (Studi Kasus Di Pnpm-Mp Kabupaten Kendal)*. Jurnal Imliah CIVIS, 5 (1), 725–736.
- Safana, Anggi dkk., (2021). *Pemanfaatan Tanaman Kelor Sebagai Peluang Bisnis Guna Meningkatkan UMKM Desa Kepuh*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat STF Muhammadiyah Cirebon, 1 (2), 109–116.
- Suryadi, K., & Rachman, A. N. (2018). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. Jurnal Manajemen Bisnis, 15(2), 202-215.