

Program Rupa Reka UMKM Dalam Memanfaatkan Platform Digital Untuk Pemasaran Dan Penjualan Produk Gula Kawung Desa Sadapaingan Kabupaten Ciamis

Otong Suhada¹, Rani Dewi², Riky Pribadi³,

^{1,2,3}, Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia

*e-mail korespondensi: otongsyuhada@unma.ac.id

Abstract

The implementation of Thematic Community Service Program (KKN-T) in Sadapaingan Village is directed to develop local potential while addressing priority village problems. This program is focused on the MSME sector. By involving students, village government, and the community, KKN-T is expected to create sustainable solutions and become a model for village development that can be replicated in other areas. MSMEs have not yet developed and local economic potential has not been optimized. Digital marketing training, creation of Google Maps & QRIS accounts, as well as branding and digital marketing education for MSME actors. The objectives to be achieved through the KKN-T program in Sadapaingan Village are: Digitalization and Empowerment of MSMEs Through; 1. Increasing the capacity of MSME actors in Sadapaingan Village in utilizing digital platforms for product marketing and sales; 2. Expanding the reach of the MSME market, increasing product visibility, and encouraging village economic growth. The RUPA REKA UMKM program provides mentoring to local MSMEs, namely Gula Kawung Ma Didin and Ma Nonoh on July 21, 2022, and Rengginang Pak Ujang on July 22, 2022. UNMA Community Service Program (KKN-T) students assisted these MSMEs in creating product logos, banners, signposts for their production locations, and listing their locations on Google Maps. The goal was to increase sales volume and enhance business visibility.

Keywords: Digital Marketing; Gula Kawung; Sustainability; Empowerment; MSMEs;

Abstrak

Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) di Desa Sadapaingan diarahkan untuk mengembangkan potensi lokal sekaligus mengatasi permasalahan prioritas desa. Program ini difokuskan pada bidang UMKM. Dengan melibatkan mahasiswa, pemerintah desa, dan masyarakat, KKN-T diharapkan dapat menciptakan solusi berkelanjutan serta menjadi model pengembangan desa yang dapat direplikasi di wilayah lain. UMKM belum berkembang dan potensi ekonomi lokal belum dioptimalkan. Pelatihan digital marketing, pembuatan akun google maps & QRIS, serta edukasi branding dan pemasaran digital bagi pelaku UMKM. Tujuan yang ingin dicapai melalui program KKN-T di Desa Sadapaingan adalah: Digitalisasi dan Pemberdayaan UMKM Melalui; 1. Meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Desa Sadapaingan dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran dan penjualan produk; 2. Memperluas jangkauan pasar UMKM, meningkatkan visibilitas produk, serta mendorong pertumbuhan ekonomi desa. Program RUPA REKA UMKM yang dilakukan dalam bentuk pendampingan kepada UMKM lokal, yaitu Gula Kawung Ma Didin dan Ma Nonoh pada tanggal 21 Juli 2022 serta Rengginang Pak Ujang pada tanggal 22 Juli 2022. Mahasiswa KKN-T UNMA membantu UMKM tersebut dalam pembuatan Logo Produk, Banner, Plang Penunjuk tempat produksi UMKM dan pencantuman lokasi UMKM ke Google Maps, dengan tujuan untuk meningkatkan volume penjualan, meningkatkan visibilitas usaha.

Kata Kunci: Digital Marketing; Gula Kawung; Keberlanjutan; Pemberdayaan; UMKM;

PENDAHULUAN

Secara geografis dan sosial, Desa Sadapaingan memiliki potensi besar di bidang pertanian, peternakan, UMKM, dan pariwisata. Mata pencaharian utama masyarakat adalah bertani dan memproduksi tepung tapioka, serta mengembangkan UMKM makanan khas seperti rengginang. Gapoktan desa ini aktif mengelola komoditas jagung, padi, hingga peternakan sapi dan domba, serta sedang merintis perikanan sistem bioflok. Produk kotoran ternak telah dimanfaatkan menjadi pupuk alami, dan pada musim tanam kedua difokuskan pada sayuran seperti bawang, cabai, tomat, dan selada. Berdasarkan kondisi tersebut, pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) di Desa Sadapaingan diarahkan untuk mengembangkan potensi lokal sekaligus mengatasi permasalahan prioritas desa. Program ini difokuskan pada bidang pertanian, UMKM, dan pariwisata, serta peningkatan kesehatan, pendidikan, dan infrastruktur. Dengan melibatkan mahasiswa, pemerintah desa, dan masyarakat, KKN-T diharapkan dapat menciptakan solusi berkelanjutan serta menjadi model pengembangan desa yang dapat direplikasi di wilayah lain. UMKM belum berkembang dan potensi ekonomi lokal belum dioptimalkan. Pelatihan digital marketing, pembuatan akun google maps & QRIS, serta edukasi branding dan pemasaran digital bagi pelaku UMKM. Tujuan yang ingin dicapai melalui program KKN-T di Desa Sadapaingan adalah: Digitalisasi dan Pemberdayaan UMKM Melalui; 1. Meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Desa Sadapaingan dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran dan penjualan produk; 2. Memperluas jangkauan pasar UMKM, meningkatkan visibilitas produk, serta mendorong pertumbuhan ekonomi desa.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif dan pendampingan langsung kepada masyarakat/pelaku UMKM gula kawung, dengan tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Melakukan survei awal untuk mengidentifikasi potensi, permasalahan pemasaran, serta tingkat literasi digital pelaku usaha gula kawung. Dilanjutkan dengan koordinasi dengan mitra dan penyusunan materi pelatihan.

2. Tahap Sosialisasi dan Edukasi

Memberikan pemahaman tentang pentingnya pemasaran digital, branding produk, serta peluang pasar melalui platform digital seperti media sosial dan marketplace.

3. Tahap Pelatihan Teknis

Melaksanakan pelatihan penggunaan platform digital (misalnya pembuatan akun bisnis, pengelolaan konten, teknik foto produk, hingga cara bertransaksi online).

4. Tahap Pendampingan

Mendampingi peserta dalam praktik langsung, mulai dari pembuatan akun, upload produk, hingga strategi promosi digital agar dapat diterapkan secara mandiri.

5. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Melakukan pemantauan terhadap perkembangan penggunaan platform digital serta mengevaluasi peningkatan penjualan, jangkauan pasar, dan kemampuan digital peserta.

PELAKSANAAN KEGIATAN

1. Pemberdayaan UMKM

Pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah proses atau upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kemampuan, kemandirian, daya saing, serta keberlangsungan

UMKM agar dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi maksimal terhadap perekonomian.

a. Jenis Kegiatan

Program RUPA REKA UMKM yang dilakukan dalam bentuk pendampingan kepada UMKM lokal, yaitu Gula Kawung Ma Didin dan Ma Nonoh pada tanggal 21 Juli 2025 serta Rengginang Pak Ujang pada tanggal 22 Juli 2025. Mahasiswa KKN-T UNMA membantu UMKM tersebut dalam pembuatan Logo Produk, Banner, Plang Penunjuk tempat produksi UMKM dan pencantuman lokasi UMKM ke Google Maps, dengan tujuan untuk meningkatkan volume penjualan, meningkatkan fisibilitas usaha.

b. Faktor Pendukung

- 1) Identitas merek → Membantu membedakan produk UMKM dari kompetitor.
- 2) Banner yang dipasang di lokasi strategis, seperti area ramai atau dekat tempat produksi, menjadi media promosi yang efektif untuk menarik perhatian secara langsung.
- 3) Mempermudah konsumen menemukan lokasi → Plang yang jelas membantu pembeli langsung datang ke tempat produksi.
- 4) Memudahkan pencarian lokasi oleh konsumen → Konsumen cukup mencari di Google Maps untuk datang atau memesan.
- 5) Meningkatkan visibilitas bisnis → Lokasi akan muncul di pencarian Google, meningkatkan peluang ditemukan pelanggan baru.

c. Faktor Penghambat

- 1) Keterbatasan pemahaman awal dari pemilik UMKM tentang penggunaan teknologi digital dan media sosial, sehingga membutuhkan waktu lebih untuk pendampingan.
- 2) Tantangan dalam menjaga konsistensi dan keberlanjutan pengelolaan akun media sosial setelah pendampingan berakhir.

d. Hasil yang Dicapai

- 1) Hasil pencapaian meliputi tersusunnya identitas visual UMKM melalui pembuatan logo produk yang menarik dan mudah diingat.
- 2) Pemasangan banner promosi di lokasi strategis yang meningkatkan daya tarik produk.
- 3) Pemasangan plang penunjuk tempat produksi yang memudahkan konsumen menemukan lokasi.
- 4) Serta pencantuman lokasi UMKM di Google Maps yang mempermudah akses konsumen dan memperluas jangkauan pemasaran secara digital.

e. Tindak Lanjut

- 1) Tindak lanjut yang dapat dilakukan meliputi pembaruan desain logo secara berkala agar tetap relevan dan menarik.
- 2) Pemeliharaan serta penggantian banner jika sudah usang untuk menjaga citra profesional.
- 3) Pengecekan dan perawatan plang penunjuk agar tetap terlihat jelas, serta pembaruan informasi di Google Maps seperti jam operasional, foto produk terbaru, dan ulasan pelanggan.

f. Partisipasi Masyarakat dan Peran Pemda/Dinas/Instansi Terkait

- 1) Partisipasi aktif dari pemilik UMKM yang sangat mendukung jalannya program ini.
- 2) Dukungan dari perangkat desa dan komunitas setempat yang mendorong keterlibatan lebih luas dari UMKM lainnya dalam program digitalisasi.



Gambar 1. Program Kerja RUPA REKA UMKM Gula Kawung



Gambar 2. Program Kerja RUPA REKA UMKM Rengginang

2. Bazaar UMKM

Program kerja ini bertujuan untuk meningkatkan potensi UMKM yang terdapat di desa Sadapaingan.

a. Jenis Kegiatan

Bazar UMKM dan Turnamen Bola Voli yang diselenggarakan pada 2 Agustus 2025 di lapang voli Dusun Karangsumiar berhasil mempererat hubungan antara masyarakat, mahasiswa, dan pelaku UMKM melalui kegiatan yang terkoordinasi dengan baik. Keberhasilan acara ini diawali dengan pelaksanaan sosialisasi kepada setiap dusun untuk mengirimkan perwakilan pelaku UMKM yang akan berpartisipasi dalam bazar.

b. Faktor pendukung

Dukungan dari pihak desa turut mendukung kelancaran kegiatan, khususnya melalui penyediaan lahan untuk pelaksanaan bazar. Antusiasme warga yang tinggi juga menjadi salah satu faktor pendukung utama, tercermin dari semangat dan partisipasi aktif mereka dalam mengikuti rangkaian acara. Selain itu, keterlibatan setiap dusun dalam mengirimkan perwakilan pelaku UMKM turut memperkaya variasi produk yang ditampilkan, sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang terlibat.

c. Faktor penghambat

Kendala yang dihadapi selama persiapan dan pelaksanaan kegiatan meliputi keterbatasan waktu untuk koordinasi, minimnya fasilitas pendukung seperti tenda dan perlengkapan teknis untuk stand UMKM.

d. Hasil yang Dicapai

Kegiatan ini berhasil mempererat hubungan antara masyarakat, mahasiswa, dan pelaku UMKM. Selain itu, kegiatan memberikan ruang promosi bagi pelaku usaha lokal dan meningkatkan semangat kebersamaan melalui turnamen olahraga yang melibatkan berbagai kalangan.

e. Tindak lanjut

Kegiatan ini direncanakan dalam bentuk pelatihan kewirausahaan dan pengembangan produk UMKM, serta pembentukan forum komunikasi antarpelaku UMKM desa. Selain itu, kegiatan serupa diharapkan dapat terus dilaksanakan secara berkelanjutan sebagai agenda tahunan desa.

f. Partisipasi Masyarakat dan Peran Pemda/Dinas/Instansi Terkait

Masyarakat menunjukkan partisipasi yang aktif dalam mendukung dan mengikuti kegiatan, baik sebagai peserta, panitia, maupun pengunjung bazar. Pemerintah desa turut berperan penting dalam mendukung kegiatan, khususnya dalam hal penyediaan fasilitas, koordinasi lintas dusun, serta memberikan dukungan administratif dan logistik.



Gambar 22 Program Kerja Bazaar UMKM

KESIMPULAN

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) di Desa Sadapaingan, Kecamatan Panawangan, Kabupaten Ciamis yang dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Majalengka telah mencapai tujuan yang diharapkan. KKN-T ini melibatkan berbagai kegiatan yang mencakup pendidikan literasi, pencegahan stunting, pemberdayaan UMKM, ketahanan pangan, kesehatan masyarakat, keagamaan, olahraga, dan kegiatan penunjang lainnya.

Secara keseluruhan, program KKN-T berhasil memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat Desa Sadapaingan. Program literasi mampu menumbuhkan minat baca anak-anak, edukasi gizi meningkatkan kesadaran masyarakat dalam pencegahan stunting, digitalisasi UMKM memperluas jangkauan pemasaran, dan pelatihan pertanian ramah lingkungan mendukung ketahanan pangan keluarga. Kegiatan olahraga, keagamaan, dan kerja bakti juga berhasil mempererat hubungan sosial dan menumbuhkan rasa kebersamaan warga. Partisipasi aktif masyarakat dan dukungan dari perangkat desa, instansi terkait, serta mahasiswa KKN -T menjadi faktor kunci dalam keberhasilan kegiatan ini. Penerapan hasil kegiatan diharapkan dapat terus memberikan manfaat dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asyiffa, M. R., Rozak, W. A., & Hadi, R. (2024). *Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM*. Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa. DOI: <https://doi.org/10.61722/jipm.v3i4.1140>

- Paransa, R. P. J. (2024). *Optimalisasi Pertumbuhan UMKM di Indonesia melalui Pemasaran Digital*. Jurnal Efisiensi. DOI: <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v21i2.77042>
- Nasir, A., & Chalimi, A. N. F. (2023). *Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Ekuitas Merek pada UMKM*. Jurnal Al-Muttaqin. DOI: <https://doi.org/10.63230/almuttaqin.v5i2.208>
- Permatasari, P. A., & Choiriyah, S. H. (2023). *Penerapan Strategi Digital Marketing pada UMKM*. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan. DOI: <https://doi.org/10.47942/iab.v13i2.1808>
- Rudianto, Z. R. V. (2022). *Strategi Pemasaran Digital bagi UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing*. Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi. DOI: <https://doi.org/10.61930/jebmak.v2i2.230>
- Mulyanto, D., & Budi, A. P. (2023). *Penerapan Pemasaran Digital dan Kinerja UMKM*. Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan. DOI: <https://doi.org/10.37476/jbk.v14i2.5173>
- Afrizal, A., Soetjipto, K. S., & Sumarna, A. (2024). *Penerapan Digital Marketing sebagai Sarana Pemasaran Produk UMKM*. Jurnal Pengabdian Masyarakat (ARSY). DOI: <https://doi.org/10.55583/arsy.v6i3.2035>