

ISSN (Online) 3090-7284, DOI: 10.25134/bakti.v1i4.xx

Bakti Lestari
Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Berkelanjutan

Available online at: https://bakti.uniku.ac.id/

Volume 1
Issue 4
December 2025
Page. 424-433

Pengembangan UMKM untuk Meningkatkan Ekonomi Lokal Menuju Kemakmuran Bersama di Desa Tundagan

Ai Nurlaila*, Elza Rayuniar, Lidia, Firmansah, Tiara Azka, Firman Hermansyah, Ilham Ainul Hakim, Fadilla Rissa Rahtiani, Karolina Dinda, Siti Fatimah, Kaila Fitri Anjani, Ayu Siti Lestari, Vina Maharani, Dea Nurhaliza, Diandra Mauludin, Maya Ratnasari, Feyza Marcela Ghassania, Enjum Aprianti, Dwiky Indrajati, Dain Permana

Universitas Kuningan, Kuningan, Indonesia
*ai.nurlaila@uniku.ac.id

* Corresponding author

https://doi.org/10.25134/bakti.v1i4.xx

ABSTRAK

Pengabdian ini membahas potensi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Tundagan sebagai strategi penting untuk meningkatkan perekonomian lokal dan mencapai kesejahteraan bersama. Fokus dari pengabdian ini adalah pemberdayaan Kelompok Tani Harapan Mukti 7 dalam mengatasi tiga tantangan utama yang mereka hadapi: manajemen organisasi, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), dan identitas produk. Untuk mencapai tujuan tersebut, metode yang digunakan mencakup presentasi, demonstrasi, dan diskusi. Melalui metode ini, anggota kelompok diberikan pemahaman mendalam mengenai manajemen organisasi yang lebih efektif serta cara menentukan harga jual produk secara akurat melalui perhitungan HPP. Salah satu upaya penting lainnya adalah pembuatan logo untuk produk UMKM, yang bertujuan memperkuat identitas visual dan meningkatkan daya saing produk di pasar. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pengelolaan organisasi, kemampuan anggota kelompok dalam menghitung HPP, serta pengenalan dan penerapan identitas produk melalui logo yang baru dirancang. Meskipun menghadapi beberapa kendala seperti keterbatasan waktu dan akses perjalanan, program ini berhasil mencapai tujuannya dengan baik. Para anggota kelompok menunjukkan komitmen untuk menerapkan pengetahuan yang telah mereka peroleh dalam praktik sehari-hari. Berdasarkan hasil ini, disarankan adanya pendampingan lanjutan untuk memperkuat hasil yang telah dicapai dan memberikan pelatihan tambahan di bidang pemasaran digital untuk memastikan kelanjutan dan keberhasilan usaha mereka di masa depan.

Kata Kunci: Pengabdian Masyarakat; UMKM; Manajemen Organisasi; HPP; Identitas Produk

ABSTRACTS

This service discusses the potential for developing Micro, Small and Medium Enterprises in Tundagan Village as an important strategy to improve the local economy and achieve shared prosperity. The focus of this service is empowering the Harapan Mukti 7 Farmer Group in overcoming the three main challenges they face: organizational management, calculating the Cost of Goods Production , and product identity. To achieve this goal, the methods used include presentations, demonstrations and discussions. Through this method, group members are given an in-depth understanding of more effective organizational management and how to determine product selling prices accurately through calculations. One other important effort is creating logos for products, which aims to strengthen visual identity and increase product competitiveness in the market. The results of the service showed a significant improvement in organizational management, the ability of group members to calculate, as well as the introduction and application of product identity through a newly designed logo. Despite facing several obstacles such as limited time and travel access, this program succeeded in achieving its goals well. The group members demonstrate a commitment to applying the knowledge they have acquired in daily practice. Based on these results, it is recommended that they provide further assistance to strengthen the results that have

Copyright © 2025, The Author(s).
Published by Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Kuningan. This is an open access article under a Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

been achieved and provide additional training in the field of digital marketing to ensure the continuation and success of their business in the future.

Keyword: Community Service; MSMEs; Organizational Management; COGS; Product Identity

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa sebagai bagian dari penerapan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pada poin terakhir yaitu Pengabdian Kepada Masyarakat. Pada tahun 2024, Universitas Kuningan melaksanakan KKN dengan tema "Menciptakan Masyarakat yang Sehat, Unggul, dan Produktif Menuju Desa Bangkit melalui Pemberdayaan Masyarakat." Tema ini bertujuan untuk mengoptimalkan potensi desa melalui berbagai upaya pemberdayaan masyarakat, termasuk pengembangan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008, yang menjelaskan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah adalah jenis usaha produktif yang dilakukan oleh individu atau badan usaha dengan kriteria tertentu. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, terutama bagi masyarakat di daerah pedesaan dan rumah tangga berpendapatan rendah (Nalini, 2021). Sektor UMKM memberikan berbagai manfaat bagi daerah, termasuk dengan menciptakan wirausahawan baru yang dapat membuka peluang kerja, sehingga turut berkontribusi dalam penyerapan tenaga kerja (Karimah dkk., 2021).

Berbagai pengabdian sebelumnya telah membahas pentingnya pelatihan dan pendampingan dalam digital marketing serta branding bagi UMKM. Darmawan dkk. (2024) menyelenggarakan pelatihan digital marketing di Desa Nangka, bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dalam memasarkan produk desa secara digital. Herlina dkk. (2022) fokus pada branding produk untuk UMKM di Desa Nangka, menunjukkan bahwa branding dan strategi promosi melalui media sosial dapat meningkatkan penjualan produk. Sari dan Takarini (2023) mendampingi UMKM Catering di Blitar dalam branding dan digital marketing, menghasilkan peningkatan daya saing dan pendapatan. Firjatullah & Andarini (2023) memberikan pelatihan serupa pada UMKM RKT Kitchen di Surabaya, yang berhasil meningkatkan kesadaran merek dan memperluas pasar. Musfirah & Swasti (2023) melatih UMKM Dapoer Kerontang di Surabaya tentang digital marketing, yang memperkuat pemahaman pentingnya pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pasar. Kesimpulannya, pelatihan digital marketing dan branding terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing dan pendapatan UMKM di berbagai daerah.

Desa Tundagan, yang terletak di Kecamatan Hantara, Kabupaten Kuningan, merupakan lokasi pelaksanaan KKN. Secara administratif, Desa Tundagan memiliki luas 672.080 hektar dan berbatasan dengan beberapa desa, yaitu Desa Bunigeulis di sebelah utara, Desa Padahurip dan Desa Cimenga di sebelah selatan, Desa Cikondang dan Desa Hantara di sebelah timur, serta Desa Cageur di sebelah barat. Topografi desa ini berupa perbukitan, yang menyimpan potensi besar di berbagai sektor sumber daya alam, seperti pertanian, peternakan, perikanan, dan perkebunan. Tanah yang subur memungkinkan penduduk desa untuk mengembangkan pertanian padi, palawija, serta rempah-rempah seperti cengkeh, kapulaga, kakao, kopi, vanili, lada hitam, dan pala. Desa ini juga memiliki potensi wisata alam, termasuk Curug Cicandi dan Curug Ciung, serta situs sejarah Istana Nenden. Di bidang peternakan, masyarakat memelihara berbagai jenis hewan, terutama domba, kambing, sapi, ayam, dan bebek. Selain itu, banyaknya kolam ikan di setiap rumah menunjukkan potensi perikanan yang besar.

Mitra kegiatan KKN ini adalah Kelompok Tani Harapan Mukti 7, sebuah kelompok usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di sektor pertanian dengan produk utama gula aren. Kelompok ini memiliki peran penting dalam perekonomian lokal, namun menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam manajemen organisasi, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), dan identitas produk, termasuk pembuatan logo. Masalah manajemen organisasi dapat menghambat operasional kelompok, sementara perhitungan HPP yang tidak akurat dapat menyebabkan penentuan harga jual yang tidak kompetitif. Selain itu, identitas produk yang lemah, terutama karena ketiadaan logo, mengurangi daya tarik produk di pasar.

Untuk mengatasi permasalahan ini, solusi yang ditawarkan mencakup pelatihan manajemen organisasi, perhitungan HPP, dan pembuatan logo untuk produk-produk UMKM. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan anggota kelompok dalam mengelola usaha dan memperkuat identitas produk

melalui branding yang efektif. Dengan demikian, diharapkan Kelompok Tani Harapan Mukti 7 dapat meningkatkan produktivitas dan daya saingnya di pasar.

Tujuan dari kegiatan KKN ini adalah untuk memperkuat kemampuan mitra dalam mengelola usaha dan mengoptimalkan potensi desa, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Manfaat yang diharapkan adalah terciptanya kelompok usaha yang lebih mandiri dan kompetitif, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada pembangunan ekonomi desa secara keseluruhan. Uraikan solusi permasalahan yang ditawarkan berdasarkan referensi kegiatan pengabdian yang pernah dilakukan atau kajian literatur sebagai penunjang kegiatan.

METODE

Kegiatan ini menggunakan metode presentasi, demonstrasi dan diskusi (Darmawan dkk., 2024). Metode presentasi yang bertujuan untuk menyampaikan materi mengenai Manajemen Organisasi dan Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP). Metode demonstrasi, digunakan untuk memperlihatkan desain logo sebagai bentuk identitas produk yang bisa digunakan dalam kemasan. Metode diskusi, digunakan untuk melakukan diskusi dengan mitra yaitu Patriot Desa dan peserta yaitu Kelompok Tani Harapan Mukti 7 berkaitan dengan segala informasi dan pembuatan logo sesuai dengan keinginan setiap pelaku UMKM. Kegiatan ini dilaksanakan pada 1 Agustus 2024 dengan peserta kegiatan terdiri dari 9 pelaku UMKM dan 11 produk UMKM dari Kelompok Harapan Mukti 7 yang berlokasi di Dusun Cipipisan, Desa Tundagan.

Tahapan kegiatan yang dilaksanakan. adalah sebagai berikut:

a. Observasi

   Kegiatan ini dilaksanakan untuk menganalisis mengenai profil usaha para pelaku UMKM. Lalu mempelajari dan mendata permasalahan yang meliputi manajemen organisasi, penentuan Harga Pokok Produksi (HPP), dan identitas produk berupa logo.

b. Persiapan

   Pada tahap ini, yaitu mempersiapkan semua kebutuhan untuk pelaksanaan penyuluhan di lokasi UMKM, diantaranya yaitu menyiapkan materi, narasumber, peserta, dan logo produk yang akan ditampilkan.

c. Pelaksanaan

   Tahap pelaksanaan terbagi menjadi 2 kegiatan, yaitu:
   1) Pemaparan materi mengenai manajemen organisasi dan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), serta menampilkan logo produk yang telah dibuat
   2) Diskusi bersama Patriot Desa dan Kelompok Tani Harapan Mukti 7

Patriot Desa berperan penting dalam setiap tahapan kegiatan yang dilaksanakan. Pada tahap observasi dan identifikasi, mereka memberikan informasi yang diperlukan dan mendampingi mahasiswa KKN selama proses observasi untuk memahami kondisi Kelompok Tani Harapan Mukti 7. Selanjutnya, dalam pemetaan masalah, Patriot Desa memfasilitasi diskusi dan wawancara dengan anggota kelompok tani, sehingga masalah utama dapat teridentifikasi dengan baik.

Pada tahap persiapan kegiatan, Patriot Desa bertanggung jawab untuk menghubungi narasumber dan peserta yang akan terlibat dalam pelatihan. Mereka memastikan bahwa semua pihak yang relevan da.pat berpartisipasi dalam kegiatan ini. Akhirnya, dalam pelaksanaan kegiatan, Patriot Desa menyediakan sarana dan prasarana yang diperlukan, sehingga semua kegiatan dapat berjalan lancar. Dengan kontribusi tersebut, Patriot Desa membantu mewujudkan tujuan program pengembangan UMKM yang lebih efektif dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelompok Tani Harapan Mukti 7 menghadapi beberapa permasalahan signifikan yang menghambat kinerja dan perkembangan usaha mereka. Salah satu masalah utama adalah manajemen organisasi yang belum terlaksana dengan baik. Struktur organisasi yang tidak jelas dan koordinasi yang kurang efektif antaranggota menyebabkan tugas-tugas penting sering kali tidak terselesaikan dengan optimal. Akibatnya, operasional harian kelompok menjadi kurang efisien, yang pada akhirnya berdampak negatif pada produktivitas dan kinerja keseluruhan kelompok.

Masalah lain yang dihadapi oleh kelompok ini adalah metode penentuan harga jual produk yang masih menggunakan pendekatan yang kurang tepat. Saat ini, harga jual produk ditentukan secara asal menebak tanpa adanya perhitungan yang akurat. Hal ini menyebabkan harga produk seringkali tidak kompetitif, baik terlalu tinggi yang membuat produk sulit terjual, maupun terlalu rendah sehingga merugikan kelompok secara finansial. Ketidakmampuan untuk menentukan harga yang sesuai ini menjadi hambatan serius dalam upaya meningkatkan penjualan dan profitabilitas.

Selain itu, identitas produk yang lemah juga menjadi tantangan besar bagi Kelompok Tani Harapan Mukti 7. Sebagian besar produk yang dihasilkan belum memiliki logo atau identitas visual yang kuat, sehingga produk-produk ini sulit dikenal dan diingat oleh konsumen. Ketiadaan logo membuat produk kurang menonjol di pasar, mengurangi daya tariknya dibandingkan produk kompetitor yang sudah memiliki branding yang lebih baik. Ini menjadi kendala utama dalam usaha kelompok untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

Gambar Produk Tanpa Logo



Gambar 1. Gula Aren Bonjor



Gambar 2. Kripik Cikur



Gambar 3. Peyek Rebon



Gambar 4. Kacang Bawang



Gambar 5. Kripik Tales



Gambar 6. Gula Aren Semut dan Gula Aren Cair



Gambar 7. Snack Makaroni

Gambar Produk menggunakan logo



Gambar 8. Kripik Cikur



Gambar 9. Kripik Taleus



Gambar 10. Kacang Bawang



Gambar 11. Peyek Rebon



Gambar 12. Kripsus



Gambar 13. Snack Makaroni



Gambar 14. Gula Aren Semut dan Gula Aren Cair, Gula Aren Bonjor

Pelaksanaan

Tahapan kegiatan yang dilaksanakan sebagai berikut.

a. Observasi dan Pemetaan Masalah

Tahap awal dari kegiatan ini dimulai dengan melakukan observasi bersama Patriot Desa untuk memahami secara mendalam permasalahan yang dihadapi oleh Kelompok Tani Harapan Mukti 7. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan utama dalam manajemen organisasi, perhitungan harga jual produk, dan kebutuhan akan identitas visual produk. Setelah melakukan observasi, langkah selanjutnya adalah memetakan masalah yang terjadi dan menentukan jenis kegiatan yang perlu dilaksanakan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

b. Persiapan Kegiatan

Setelah pemetaan masalah, tim KKN melakukan berbagai persiapan untuk memastikan kelancaran pelaksanaan kegiatan. Persiapan dimulai dengan merencanakan konsep kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi mitra. Selanjutnya, tim melakukan proses penentuan dan menghubungi narasumber yang akan memberikan materi mengenai manajemen organisasi dan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP). Selain itu, dilakukan persiapan waktu, lokasi, dan peserta untuk memastikan semua elemen kegiatan siap tepat waktu. Salah satu aspek penting dari persiapan ini adalah pembuatan logo untuk 11 produk Kelompok Tani Harapan Mukti 7, yang akan dipaparkan dalam sesi pelaksanaan kegiatan.

c. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada hari Kamis, 1 Agustus 2024, di Dusun Cipipisan, Desa Tundagan. Pemilihan waktu dan tempat ini telah dipertimbangkan berdasarkan kebutuhan mitra serta ketersediaan narasumber dan peserta yang terlibat. Dusun Cipipisan dipilih sebagai lokasi kegiatan karena merupakan pusat aktivitas Kelompok Tani Harapan Mukti 7, sehingga memungkinkan seluruh anggota kelompok untuk berpartisipasi secara optimal dalam kegiatan ini.

Kegiatan utama dimulai dengan pemaparan materi mengenai manajemen organisasi dan perhitungan HPP oleh narasumber yang telah dipilih. Materi ini disampaikan secara interaktif, dengan fokus pada peningkatan kapasitas anggota kelompok dalam mengelola organisasi dan menetapkan harga jual produk yang kompetitif. Setelah pemaparan materi, dilakukan sesi pengenalan logo produk yang telah dirancang sebelumnya. Logo-logo ini dipresentasikan kepada anggota kelompok untuk mendapatkan masukan dan persetujuan. Kegiatan diakhiri dengan sesi diskusi, di mana peserta dapat mengajukan pertanyaan dan berbagi pengalaman terkait implementasi materi yang telah disampaikan. Diskusi ini bertujuan untuk memastikan pemahaman yang mendalam dan kesiapan anggota kelompok dalam menerapkan pengetahuan yang mereka peroleh.



Gambar 15. Diskusi pertama bersama Patriot Desa



Gambar 16. Diskusi kedua bersama Ketua Kelompok Harapan Mukti



Gambar 17. Pembuatan Logo



Gambar 18. Pelatihan UMKM



Gambar 19. Logo gula aren bonjor



Gambar 20. Logo rempeyek rebon



Gambar 21. Logo keripik pisang



Gambar 22..Logo kacang bawang



Gambar 23. Logo keripik usus



Gambar 24..Logo Minyak Pletik



Gambar 25..Logo Lele Siap Goreng



Gambar 26..Logo Kiripik Taleus



Gambar 27. Logo Kurupuk Cikur



Gambar 28..Logo Gula Aren Cair



Gambar 29..Logo Gula Aren Semut

Partisipasi, peran dan mitra

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan partisipasi aktif dari berbagai pihak, yang masing-masing memiliki peran penting dalam keberhasilan program. Di antaranya adalah pembina UMKM Kelompok Tani Harapan Mukti 7, pemilik UMKM Kelompok Tani Harapan Mukti 7, Patriot Desa, serta mahasiswa KKN Kelompok 36 dari Universitas Kuningan. Setiap pihak memiliki kontribusi yang spesifik dan saling melengkapi, sehingga tercipta kolaborasi yang efektif dalam menjalankan kegiatan ini.

Pembina UMKM Kelompok Tani Harapan Mukti 7 berperan sebagai pengarah utama yang membantu dalam proses identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh kelompok tani. Pembina ini juga memberikan masukan berharga dalam merancang materi pelatihan dan memberikan panduan teknis selama sesi penyampaian materi. Peran mereka sangat krusial karena memiliki pemahaman mendalam tentang kondisi dan kebutuhan kelompok tani, sehingga dapat memastikan bahwa materi yang disampaikan benar-benar relevan dan aplikatif.

Pemilik UMKM Kelompok Tani Harapan Mukti 7 turut berpartisipasi aktif sebagai peserta utama dalam kegiatan ini. Mereka adalah target audiens yang menerima langsung manfaat dari pelatihan yang diberikan, seperti materi tentang manajemen organisasi dan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP). Partisipasi mereka tidak hanya terbatas pada mengikuti pelatihan, tetapi juga aktif dalam diskusi dan memberikan masukan terkait dengan logo produk yang dibuat. Respon mereka sangat positif, menunjukkan antusiasme tinggi terhadap kegiatan ini. Mereka merasa bahwa materi yang disampaikan sangat bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan mereka untuk meningkatkan kinerja dan daya saing produk mereka di pasar.

Patriot Desa berperan sebagai mitra utama dalam kegiatan ini. Mereka tidak hanya membantu dalam proses observasi awal dan pemetaan masalah, tetapi juga bertanggung jawab dalam penyediaan fasilitas untuk pelaksanaan kegiatan. Fasilitas seperti tempat pelatihan di Balai Dusun Cipipisan dan perlengkapan lainnya disediakan oleh Patriot Desa. Selain itu, mereka juga bertugas mengumpulkan peserta dari Kelompok Tani Harapan Mukti 7 dan memastikan bahwa seluruh anggota yang relevan dapat hadir dalam kegiatan ini. Respon dari Patriot Desa sangat mendukung dan kooperatif, mereka menganggap kegiatan ini sebagai peluang untuk memberdayakan masyarakat dan meningkatkan kualitas hidup di desa mereka.

Mahasiswa KKN Kelompok 36 dari Universitas Kuningan berperan sebagai penyelenggara utama yang merancang, mengkoordinasikan, dan melaksanakan seluruh rangkaian kegiatan. Mereka bertanggung jawab dalam merancang konsep kegiatan, mengundang narasumber, serta memfasilitasi jalannya pelatihan. Selain itu, mereka juga berperan dalam proses pembuatan logo produk UMKM yang kemudian dipresentasikan kepada peserta. Respon dari para peserta, terutama dari mitra seperti Patriot Desa dan pemilik UMKM, sangat positif. Mereka menghargai upaya dan kerja keras yang dilakukan oleh mahasiswa KKN, serta merasa bahwa kegiatan ini memberikan manfaat nyata bagi peningkatan kapasitas dan kompetensi mereka dalam mengelola usaha.

Kolaborasi antara berbagai pihak ini menunjukkan bahwa kerjasama dengan mitra yang tepat dapat meningkatkan kualitas acara dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi para peserta. Setiap pihak yang terlibat memberikan kontribusi sesuai dengan kapasitas mereka, menciptakan sinergi yang kuat dan memastikan bahwa tujuan dari kegiatan pengabdian ini dapat tercapai dengan efektif. Respon yang positif dari

mitra dan peserta selama pelaksanaan kegiatan menjadi indikasi keberhasilan program ini dan menegaskan pentingnya kolaborasi dalam upaya pemberdayaan masyarakat.

Hasil Akhir

Setelah kegiatan pengabdian dilaksanakan, Kelompok Tani Harapan Mukti 7 mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa aspek utama, khususnya dalam manajemen organisasi, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), dan identitas produk melalui pembuatan logo yaitu logo gula aren bonjor,gula aren semut,gulla aren cair,rempeyek rebon,lele siap goreng(lesgo),kurupuk cikur,kiripik taleus,keripik usus,kacang bawang,keripik pisang, dan minyak pletik, . Pelatihan manajemen organisasi berhasil memberikan pemahaman yang mendalam kepada anggota kelompok mengenai pentingnya struktur organisasi yang jelas dan efisien. Selain itu, pelatihan mengenai perhitungan HPP memberikan dampak yang nyata dalam cara kelompok menentukan harga jual produk. Sebelumnya, penetapan harga dilakukan secara asal tanpa perhitungan yang tepat, tetapi dengan pengetahuan baru yang mereka peroleh, anggota kelompok kini dapat menghitung HPP dengan lebih akurat, yang memungkinkan mereka menetapkan harga jual yang lebih kompetitif dan realistis. Hal ini tidak hanya mengurangi risiko kerugian tetapi juga meningkatkan daya saing produk mereka di pasar. Lebih lanjut, kegiatan pengabdian ini juga mencakup pembuatan logo untuk 11 produk UMKM dari kelompok tersebut, yang memberikan identitas visual yang kuat bagi produk mereka. Logo-logo ini dirancang untuk mencerminkan karakteristik unik dan kualitas produk, yang diharapkan dapat meningkatkan daya tarik visual dan membedakan produk mereka dari kompetitor.

Meskipun beberapa kendala seperti keterbatasan waktu dan akses perjalanan muncul selama pelaksanaan, respons dari anggota kelompok dan mitra sangat positif. Evaluasi yang dilakukan menunjukkan bahwa mereka berkomitmen untuk terus menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh. Rekomendasi untuk program selanjutnya termasuk pendampingan lanjutan dalam penerapan manajemen organisasi dan perhitungan HPP, serta pelatihan tambahan dalam pemasaran digital dan pengemasan produk yang lebih menarik. Program ini menekankan pentingnya kerjasama antara tim pengabdian dan mitra lokal untuk mencapai hasil yang optimal, serta pentingnya evaluasi berkelanjutan untuk memastikan bahwa solusi yang diberikan benar-benar bermanfaat bagi mitra. Pengalaman dari kegiatan ini juga menunjukkan bahwa pemberdayaan komunitas harus fokus pada membangun kapasitas dan kepercayaan diri anggota masyarakat untuk terus berkembang secara mandiri di masa depan.

KESIMPULAN

Tingkat pencapaian target kegiatan pemberdayaan masyarakat di Kelompok Harapan Mukti 7 telah menunjukkan kemajuan signifikan dengan metode yang sesuai untuk menangani permasalahan dan tantangan spesifik wilayah, seperti pemahaman manajemen organisasi dan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP). Kontribusi utama terukur meliputi peningkatan efisiensi produksi dan identitas produk, termasuk pembuatan logo, yang berdampak positif pada pemasaran dan citra kelompok. Namun, keterbatasan hasil meliputi kurangnya sumber daya untuk implementasi penuh dan pengembangan berkelanjutan.

Berdasarkan keterbatasan hasil yang telah dicapai, disarankan agar kegiatan pengabdian selanjutnya fokus pada peningkatan sumber daya untuk mendukung pengembangan jangka panjang, termasuk pelatihan tambahan dalam manajemen organisasi dan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP). Selain itu, untuk mengatasi keterbatasan tersebut, dapat dipertimbangkan pengembangan platform digital yang memudahkan pemantauan dan pengelolaan produksi serta pemasaran. Potensi lainnya yang perlu diangkat adalah penguatan identitas produk dengan desain inovatif dan strategi pemasaran yang lebih agresif, termasuk kolaborasi dengan desainer untuk memperbaharui logo dan branding secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Unviersitas Kuningan yang sudah membantu memfasilitasi penyelenggaraan KKN, dosen pembimbing lapangan yang sudah memberikan pendampingan dan arahan mulai awal sampai akhir program. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pemerintah Desa Tundagan yang telah memberikan ijin untuk melaksanakan KKN, dan Patriot Desa yang selalu bersedia membantu dan bekerja sama dalam setiap program kerja yang kami laksanakan selama KKN ini. Tak lupa kami ucapkan terima kasih kepada seluruh warga Desa Tundagan yang telah dengan senantiasa menerima kami dan selalu membantu kami.

DAFTAR PUSTAKA

Darmawan, E., Thamrin, N. R., Maulianingsih, M., & Azzahra, A. (2024). Pelatihan Digital Marketing Produk Potensi Desa Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat. 3(1), 11–14. https://doi.org/10.25134/jise.v1i2.xx

Herlina, E., Ahdiyat, A. N., & Syamfithriani, T. S. (2022). Pelatihan Branding Produk untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Desa Nangka Kecamatan Kadugede. Journal of Innovation and Sustainable Empowerment, 1(2), 54–58. https://doi.org/10.25134/jise.v1i2.22

Firjatullah, C., & Andarini, S. (2023). Peningkatan Brand Awareness Dengan Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM "RKT Kitchen." Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia Sejahtera, 2(3), 164–172.

Karimah, K., Muhtadi, R., & Kamali, K. (2021). STRATEGI PENANGGULANGAN PENGANGGURAN MELALUI PERAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM) GENTING. Ar-Ribhu : Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah, 2(1), 107–131. https://doi.org/10.55210/arribhu.v2i1.550

Musfirah, R., & Swasti, I. K. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing Untuk Peningkatan Brand Awareness UMKM "Dapoer Kerontang." Jurnal Pengabdian dan Kemitraan Masyarakat (ALKHIDMAH), 1(3), 34–44.

Nalini, S. N. L. (2021). Dampak Dampak covid-19 terhadap Usaha MIkro, Kecil dan Menengah. Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah), 4(1), 662–669. https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.278