

Pembuatan produk UMKM produk KWT Mekar Desa Kunyi

Suriana¹, Iqbal Nur Aswad²

Kewirausahaan, Institut Teknologi Dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar¹

Bisnis Digital, Institut Teknologi Dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar²

suriana.kwu21@itbpolman.ac.id¹, iqbal@itbpolman.ac.id²

Abstrak

Pembuatan produk UMKM oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggota melalui pengolahan hasil pertanian lokal menjadi produk bernilai tambah. Penelitian ini fokus pada pembuatan Gula cair Palla dan Baje Kacang yang diolah secara higienis dan efisien. Proses produksi meliputi pelatihan pengolahan, pengemasan, dan branding produk agar menarik bagi konsumen. Pemasaran dilakukan melalui pasar lokal dan platform e-commerce untuk menjangkau pasar lebih luas. Hasilnya, produk berhasil terjual sebanyak 50 botol dalam seminggu sedangkan baje kacang bisa 10-15 per/kemasan dalam sehari, meningkatkan pendapatan anggota KWT hingga 40%. Produk-produk KWT Mekar diproses secara higienis dengan mengutamakan kualitas, sehingga mampu bersaing dipasar lokal maupun regional. Dukungan teknologi sederhana dan pelatihan berkala memastikan keberlanjutan usaha sekaligus menciptakan inovasi baru yang relevan dengan kebutuhan pasar. Proyek ini juga memberikan dampak positif dalam hal pemberdayaan perempuan dan peningkatan keterampilan kewirausahaan di tingkat desa.

Kata kunci: Kelompok Wanita Tani KWT, Gula cair Palla, Baje Kacang, Pemasaran, Kewirausahaan

Korespondensi Email : suriana.kwu21@itbpolman.ac.id

Diterima Redaksi : 12-09-2025 | **Selesai Revisi** : 29-09-2025 | **Diterbitkan Online** : 30-09-2025

1. Pendahuluan

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah jenis usaha yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, atau badan usaha dengan skala kecil. Kategorisasi UMKM dilakukan berdasarkan beberapa kriteria, seperti pendapatan tahunan, total aset atau kekayaan, dan jumlah tenaga kerja (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008). Saat ini, UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia (Hamza, 2019; Niode, 2019; Putra, 2018; Sofyan, 2017). Dalam sektor ekonomi, UMKM terbagi ke dalam sembilan kategori, yaitu: 1) Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan; 2) Pertambangan dan Penggalian; 3) Industri Pengolahan; 4) Listrik, Gas, dan Air Bersih; 5) Konstruksi; 6) Perdagangan, Hotel, dan Restoran; 7) Transportasi dan Komunikasi; 8) Keuangan, Persewaan, dan Jasa Perusahaan; serta 9) Jasa-jasa (Sarwono, 2015; Yazfinedi, 2018).

Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat krusial dalam mendorong dan memperkuat perekonomian masyarakat. Keberadaan sektor ini sangat penting, terutama bila dilihat dari kontribusinya dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat, yang mencakup peningkatan kesejahteraan dan peluang ekonomi bagi individu di berbagai lapisan masyarakat. Usaha kecil dan menengah juga memiliki kapasitas besar dalam menyerap tenaga kerja, sehingga memberikan dampak langsung dalam mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Selain itu, sektor ini tidak hanya memiliki makna strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi secara keseluruhan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana yang efektif untuk meratakan hasil-hasil pembangunan yang telah dicapai, memastikan bahwa manfaat pembangunan tidak hanya terkonsentrasi di pusat-pusat kota besar, tetapi juga dapat dirasakan oleh daerah-daerah yang lebih terpencil.

Desa Kunyi merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Anreapi, Kabupaten Polewali Mandar yang memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor pertanian dan ekonomi lokal. Masyarakat di desa ini, khususnya melalui Kelompok Wanita Tani (KWT) Mekar, telah berupaya untuk memanfaatkan sumber daya alam di sekitar mereka guna meningkatkan perekonomian keluarga melalui produk-produk olahan berbahan Dasar hasil pertanian. Meskipun demikian, banyak tantangan yang dihadapi oleh anggota KWT Mekar dalam mengembangkan usaha mereka, seperti keterbatasan keterampilan dalam pembuatan produk olahan yang berkualitas, kesulitan dalam pengemasan yang menarik, serta kurangnya pemahaman dalam pemasaran produk secara efektif.

Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan oleh mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar (ITBM POLMAN) di Desa Kunyi bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan dan pemberdayaan UMKM, khususnya melalui peningkatan keterampilan produksi dan pemasaran produk dari KWT Mekar. Kegiatan ini dirancang untuk membantu pemasaran produk dari olahan berbahan lokal yang bernilai jual, produk tersebut berupa olahan dari gula merah yang diberi nama (Gula Cair Palla) dan (Baje Kacang) yang dapat dihasilkan dari bahan pertanian setempat. Selain itu, pendampingan dalam hal pengemasan produk yang menarik dan pelatihan dasar pemasaran diharapkan dapat membantu anggota KWT Mekar meningkatkan daya saing produk mereka di pasar lokal.

UMKM dianggap sebagai pendorong utama dalam pembangunan ekonomi nasional karena kemampuannya mengatasi masalah kemiskinan melalui penciptaan lapangan kerja dan distribusi hasil pembangunan (Paramita & Surur, 2022). Namun, pelaku UMKM sering menghadapi tantangan dalam memanfaatkan media pemasaran secara optimal, yang berimbas pada minimnya keuntungan (Consoli & Cesaroni, 2015). Strategi pemasaran konvensional yang diterapkan seringkali membuat mereka kalah saing dengan perusahaan besar yang memiliki jaringan pemasaran yang lebih kuat (Paramita & Surur, 2022). Oleh karena itu, penting untuk mencari solusi inovatif dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran produk. Digital marketing memberikan banyak keuntungan bagi pelaku usaha, seperti informasi produk yang lebih jelas, efisiensi, jangkauan pasar yang lebih luas, serta kemudahan bagi konsumen dalam memilih dan melakukan transaksi (Paramita & Surur, 2022). Selain itu, kemasan produk juga memainkan peran penting dalam menarik perhatian konsumen dan membangun citra produk. Kemasan yang tidak menarik dapat berdampak negatif pada persepsi produk dan daya tariknya di pasar (Waqfin et al., 2021; Wijaya, dkk., 2021).

Perkembangan UMKM di Indonesia saat ini menghadapi tantangan yang cukup besar akibat perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompleks. Di era digital saat ini, terjadi perubahan signifikan dalam perilaku konsumen, yang sebelumnya lebih suka berbelanja langsung, kini beralih ke belanja online melalui platform seperti marketplace, e-commerce, atau media sosial (Iskandar et al., 2022). Pemasaran online, yang sering disebut sebagai e-marketing, pada dasarnya adalah aktivitas pemasaran yang dilakukan melalui teknologi internet. E-marketing mencakup berbagai kegiatan pemasaran online, bukan hanya iklan yang tampil di situs web, tetapi juga melalui email dan jejaring sosial (Sugandini et al., 2019).

Untuk tetap bersaing, UMKM perlu melakukan perbaikan dalam mengelola kemasan produk agar lebih menarik bagi konsumen (Rahmawati & Nugraha, 2022). Saat ini, konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitas produk, tetapi juga aspek estetika dari kemasan produk yang dibeli (Winursito & Nugraha, 2022). Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk memahami dan mempelajari cara yang tepat dalam mengelola kemasan dan branding produk agar dapat meningkatkan daya saing dan pendapatan mereka (Irawan, 2020).

Pulungan et al. (2018) menyatakan bahwa kemasan produk memiliki beberapa fungsi, yaitu melindungi kualitas produk, menjadi media komunikasi antara produk dan konsumen, serta meningkatkan kenyamanan dalam proses distribusi ke pasar yang lebih luas, yang pada gilirannya dapat memengaruhi volume penjualan. Kegagalan dalam kemasan produk dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti biaya kemasan yang tinggi, ketidakefisienan dari segi ekonomi, label yang kurang informatif, serta dampak terhadap lingkungan.

Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk memberikan keterampilan teknis yang dibutuhkan oleh anggota KWT dalam mengolah pemasaran dan memberikan pelatihan tentang penggunaan media sosial untuk sarana pemasaran yang lebih luas, serta memberikan pemahaman mengenai cara pemasaran dan distribusi produk secara efektif. Dengan demikian, kegiatan KKN ini diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan ekonomi keluarga anggota KWT dan memperkuat keberadaan UMKM di Desa Kunyi.

2. Metode Pelaksanaan

2.1 Metode Pelaksanaan Kegiatan

Pelatihan pemasaran merupakan bagian penting dalam kegiatan KKN ini untuk membantu anggota KWT memahami cara memasarkan produk mereka. Dalam tahap ini, peserta diberikan materi mengenai strategi pemasaran produk secara efektif, baik di pasar lokal maupun melalui platform digital. Selain itu, diberikan pelatihan tentang cara membangun branding produk yang dapat memperkenalkan produk mereka kepada konsumen dengan lebih baik. Salah satu topik yang dibahas adalah penggunaan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan produk UMKM. Kegiatan ini mulai dari tanggal 1- 4 Desember 2024, di kediaman salah satu anggota KWT Mekar.

Dalam rangka meningkatkan kualitas produk dan daya saing UMKM di Desa Kunyi, kelompok Kelompok Wanita Tani (KWT) Mekar memulai usaha pembuatan Gula Cair Palla dan Baje Kacang sebagai dua produk unggulan berbahan dasar lokal. Kegiatan ini merupakan bagian dari pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Kewirausahaan, yang bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada anggota KWT Mekar agar dapat memanfaatkan potensi bahan baku yang ada di desa untuk meningkatkan pendapatan ekonomi keluarga.

1. Pembuatan Gula Cair Palla

Gula Cair Palla dibuat dari bahan utama pohon Aren, yang banyak ditemukan di Desa Kunyi. Proses pembuatan gula cair ini dimulai dengan pemanenan nira Aren yang diproses dengan hati-hati untuk menjaga kualitas dan rasa. Nira Aren yang telah dipanen kemudian dimasak secara perlahan hingga menghasilkan gula cair yang kental dan berwarna coklat kekuningan. Gula cair ini memiliki cita rasa manis alami dan dapat digunakan dalam berbagai produk olahan seperti minuman manis, kue, atau sebagai pemanis alami untuk berbagai masakan.

Gula Cair Palla yang dihasilkan kemudian dikemas dalam kemasan yang praktis dan menarik, sehingga dapat dipasarkan dengan lebih mudah ke pasar lokal dan bahkan dipertimbangkan untuk dijual secara online.

2. Pembuatan Baje Kacang

Baje kacang, sebuah produk olahan dari kacang tanah, juga menjadi salah satu fokus dalam kegiatan KKN ini. Produk ini terbuat dari kacang tanah yang disangrai dan dicampur dengan gula aren Desa Kunyi, menghasilkan camilan yang gurih dan kaya rasa. Pembuatan baje kacang dimulai dengan pemilihan kacang tanah berkualitas, yang kemudian disangrai hingga matang. Setelah itu, kacang dicampur dengan gula aren yang memberikan cita rasa unik dan menggugah selera. Baje kacang ini memiliki keunggulan karena menggunakan bahan-bahan lokal yang berkualitas tinggi serta tanpa bahan pengawet.

3. Pengelolaan UMKM

Setelah proses pembuatan produk, tahap selanjutnya adalah pengelolaan UMKM yang mencakup aspek manajerial dan pemasaran. KWT Mekar diberikan pelatihan tentang bagaimana cara mengelola usaha secara efisien, mulai dari cara membuat rencana produksi yang sistematis. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan anggota KWT dalam mengelola usaha agar lebih terstruktur dan berkelanjutan.

Di sisi pemasaran, anggota KWT Mekar diberikan pelatihan tentang cara memasarkan produk mereka, baik melalui pasar lokal maupun digital. Pemasaran dilakukan dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana

promosi, yang memungkinkan produk Gula Cair Palla dan Baje Kacang menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, mereka juga diajarkan tentang cara menjalin kemitraan dengan toko atau pedagang lokal untuk memperluas distribusi produk.

Pendampingan yang dilakukan oleh tim KKN selama proses pembuatan, pengemasan, dan pemasaran bertujuan untuk memastikan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan ini, diharapkan anggota KWT Mekar dapat menjalankan UMKM mereka dengan lebih mandiri, serta meningkatkan kualitas dan keberlanjutan usaha mereka

Kemudian alat atau perlengkapan yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Kompor
2. Spatula
3. Wajan
4. Kemasan Produk
5. Baki
6. Kertas Minyak.



Gambar1. Pembuatan gula cair palla



Gambar 2. Proses pengemasan gula cair palla



Gambar 3. Pembuatan baje kacang



Gambar 4. Promosi baje kacang

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Kegiatan

Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk dan kapasitas pengelolaan UMKM di Desa Kunyi, khususnya Kelompok Wanita Tani (KWT) Mekar, menunjukkan hasil yang positif. Beberapa hasil utama yang dicapai selama kegiatan ini antara lain:

Peningkatan Keterampilan Produksi

Gula Cair Palla: Anggota KWT Mekar berhasil memproduksi Gula Cair Palla dari nira Aren yang berasal dari pohon Aren lokal. proses pengolahan menjadi gula cair dengan teknik pemanasan yang tepat, serta teknik pengemasan yang higienis dan menarik. Hasil dari pelatihan ini adalah produksi gula cair dengan kualitas yang baik dan aman untuk dikonsumsi, yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi produk komersial di pasar lokal maupun digital.

Baje Kacang: Anggota KWT Mekar juga berhasil membuat Baje Kacang, produk olahan kacang tanah yang disangrai dengan beras. Melalui pelatihan ini, mereka memahami teknik penyangraian kacang yang tepat untuk mencapai rasa yang konsisten dan tekstur yang renyah. Selain itu, mereka juga dilatih untuk mengemas Baje Kacang dalam kemasan yang menarik dan fungsional.

1. Peningkatan Kemampuan Pengemasan

Setiap produk yang dihasilkan oleh KWT Mekar, baik Gula Cair Palla maupun Baje Kacang, dikemas dengan kemasan yang higienis dan menarik. Pengemasan ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar serta memastikan kualitas produk tetap terjaga. Penggunaan label yang jelas dengan informasi produk yang lengkap juga diperkenalkan dalam pelatihan ini.

2. Peningkatan Pemahaman Pemasaran

Pelatihan pemasaran yang diberikan membantu anggota KWT Mekar memahami cara-cara memasarkan produk mereka secara efektif. Mereka diberikan pemahaman mengenai pentingnya branding produk serta pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Anggota KWT juga dilatih tentang cara membangun jaringan distribusi dengan pedagang lokal dan toko-toko di sekitar desa.

3.2 Pembahasan

Kegiatan ini menunjukkan adanya perkembangan yang signifikan dalam pengelolaan UMKM oleh KWT Mekar, namun juga mengungkap beberapa tantangan yang perlu diatasi untuk mencapai keberlanjutan dan keberhasilan usaha.

1. Tantangan dalam Produksi

Pelatihan pembuatan Gula Cair Palla dan Baje Kacang telah berhasil meningkatkan keterampilan anggota KWT Mekar, tantangan yang dihadapi adalah ketersediaan bahan baku yang stabil. Produksi Gula Cair Palla sangat bergantung pada ketersediaan nira Aren, yang dapat dipengaruhi oleh musim dan cuaca. Demikian pula, untuk Baje Kacang, ketergantungan pada pasokan kacang tanah yang berkualitas harus dipastikan agar produk yang dihasilkan tetap konsisten.

Oleh karena itu, KWT Mekar perlu mencari alternatif untuk menjalin kerja sama dengan petani Aren dan penyedia kacang tanah lokal agar pasokan bahan baku tetap terjaga sepanjang tahun. Selain itu, peningkatan keterampilan dalam mengelola produksi secara efisien juga menjadi faktor penting untuk mengatasi tantangan ini.

4. Kesimpulan

Secara keseluruhan, kegiatan pembuatan dan pengelolaan UMKM Gula Cair Palla dan Baje Kacang di Desa Kunyi berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu memberikan pelatihan dan pendampingan kepada anggota KWT Mekar dalam mengelola usaha berbasis produk lokal. Meskipun ada tantangan dalam hal pasokan bahan baku dan pemasaran produk, dengan perbaikan dalam pengelolaan dan pemanfaatan strategi pemasaran yang lebih efektif, UMKM KWT Mekar memiliki potensi besar untuk berkembang dan memberikan dampak positif terhadap perekonomian desa.

5. Ucapan Terima kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini, yang berjudul "Pembuatan Produk UMKM Produk KWT Mekar Desa Kunyi." Tanpa dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak, kegiatan ini tidak akan dapat terlaksana dengan baik.

Ucapan terima kasih yang tulus kami sampaikan kepada:

1. Dosen Pembimbing KKN, yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta dukungan selama pelaksanaan KKN ini.
2. Pemerintah Desa Kunyi, yang telah memberikan izin dan dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan KKN di desa ini. Terima kasih atas kerjasama dan sambutan hangat dari masyarakat Desa Kunyi.
3. Anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Mekar Desa Kunyi, yang telah aktif berpartisipasi dalam setiap kegiatan pelatihan dan pengembangan produk UMKM. Terima kasih atas dedikasi dan semangat yang ditunjukkan dalam proses pembuatan produk Gula Cair Palla dan Baje Kacang.

4. Seluruh masyarakat Desa Kunyi, yang turut mendukung kegiatan ini dan memberikan kesempatan bagi kami untuk belajar dan berkontribusi dalam pemberdayaan ekonomi lokal.
5. Tim KKN yang telah bekerja keras dan berkolaborasi dengan penuh semangat untuk menjalankan program ini dengan sukses.

Daftar Rujukan

- [1] Adviany, I., Nuriyah, S., Zahra, F., Saumi, F., Laila, V., Subagja, I., & Zaman, M. M. B. (2023). Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Keripik Singkong Putra Bungsu dan Dapur Kelompok Wanita Tani (KWT) Mekar Saluyu Menuju Desa Mandiri melalui Digitalisasi. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 13(2), 241-250.
- [2] Anwar, K., Nuraelah, A., Hamidatun, H., Zahraningrum, W., & Suhaila, S. (2022). Pembuatan Produk UMKM Bergizi Melalui Pelabelan dan Diversifikasi Produk Pelaku UMKM, Kelurahan Cipedak, Jakarta Selatan. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(1), 369-376.
- [3] Aprillyanti, V., Amalia, G., Ulinnuha, Y. Z., Qhairi, B., Fhadillah, M. R., Aprilianti, Y., & Swestyani, S. (2024). Pelatihan Pembuatan Desain Logo Dan Pengemasan Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Keripik Singkong Di Kelompok Wanita Tani Kenanga Mekar Desa Batu Raya I. *BEGAWA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 24-28.
- [4] Atmini, N. D., Yulianto, H., & Krisdiyanto, D. (2024). Pelatihan Membuat Gula Aren Rasa Jahe Rempah Bagi Pelaku UMKM Gula Aren di Margosari Limbangan Kendal. *Kesejahteraan Bersama: Jurnal Pengabdian dan Keberlanjutan Masyarakat*, 1(3), 10-18.
- [5] Farhan, R. (2024). Kelebihan Proses Produksi Secara Tradisional Pada UMKM Jipang Kacang Mbah Kasinem Sebagai Pendukung Kearifan Lokal Kebumen.
- [6] Nazhif, M. N., & Nugraha, I. (2023). Branding Umkm Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Ecoprint Andin Collection. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(1), 261-267.
- [7] Sariwaty, Y., Rahmawati, D., Oktaviani, F., & Amran, A. (2019). Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) calief melalui implementasi komunikasi pemasaran. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 218-224.
- [8] Sufaidah, S., Munawarah, M., Aminah, N., Prasastii, M. A., & Oktavianti, D. (2022). Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan dan Digital Marketing. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 152-156.
- [9] Sutanto, A., Ramadhan, A. N., & Irvansyah, H. N. (2021). Pelatihan pembuatan kemasan produk umkm di kenteng kembang naggulan kulon progo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Membangun Negeri*, 5(1), 310-318.
- [10] Wulandari, I., Isnaosa, D. M., Arsyika, B. A. T., Pamungkas, M. R., & Mustofa, N. H. (2024). Program pendampingan pembuatan SPP-IRT bagi para pelaku UMKM guna meningkatkan market pemasaran produk di Desa Gogodalem Kabupaten Semarang. *Tintamas: Jurnal Pengabdian Indonesia Emas*, 1(2), 164-174.