

Kolaborasi Pemerintah Desa dan Akademisi dalam Penguatan UMKM Kembang Goyang di Desa Talagasari Balaraja Kabupaten Tangerang

Umar Farisal, Dian Nurvita Sari, Raden Nita Rohmatunisa, Eko Purwanto

Universitas Muhammadiyah Tangerang, Tangerang, Indonesia

Disubmit: 25 Mei 2025 | Direvisi: 3 Juni 2025 | Diterima: 9 Juni 2025

Abstrak: Artikel ini menganalisis upaya penguatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Talagasari Kecamatan Balaraja Kabupaten Tangerang Banten melalui kolaborasi antara akademisi dan pemerintah desa. UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian desa, namun mereka sering menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan modal, pemasaran, sertifikasi halal, dan kapasitas produksi yang rendah. Program ini melibatkan metode empat langkah PR untuk menganalisis situasi, merencanakan program, mengimplementasikan solusi, serta mengevaluasi hasilnya. Hasil dari kolaborasi ini menunjukkan pentingnya sinergi pemerintah desa dan akademisi dalam menguatkan UMKM pedesaan. Pemerintah berkontribusi pada peningkatan kapasitas produksi melalui pemberian alat produksi yang lebih besar dan modern, akademisi berkontribusi pada bantuan pendampingan proses sertifikasi halal dan pembuatan konten pemasaran yang lebih menarik. Dukungan dari pemerintah dan Pendampingan oleh akademisi desa membantu UMKM mengatasi berbagai kendala yang dihadapi dan menjadi lebih kompetitif di pasar lokal. Program ini juga menunjukkan pentingnya sinergi antara akademisi dan pemerintah desa dalam memberdayakan UMKM sebagai motor penggerak ekonomi lokal.

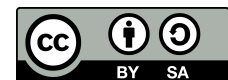
Kata Kunci: Akademisi, Kolaborasi, Pemerintah desa, Penguatan UMKM, UMKM Desa

Abstract: This article analyzes the efforts to strengthen Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Talagasari Village, Balaraja District, Tangerang Regency, Banten through the collaborative efforts of academic professionals and the village government. MSMEs play a vital role in the village's economy, but they frequently encounter various challenges, including limited capital, marketing, halal certification, and low production capacity. The program incorporates a four-step PR method for situational analysis, program planning, solution implementation, and result evaluation. The outcomes of this collaboration underscore the significance of the synergy between the village government and academic professionals in fortifying rural MSMEs. The government contributes to augmenting production capacity by providing larger and more advanced production equipment. At the same time, academic professionals assist in the halal certification process and developing more compelling marketing content. Government support and mentoring by village academic professionals aid MSMEs in overcoming diverse challenges and enhancing their competitiveness in the local market. This program also underscores the importance of synergy between academic professionals and the village government in empowering MSMEs as the primary drivers of the local economy.

Keywords: Academicians, Collaboration, Village government, MSME strengthening, Rural MSMEs

Hak Cipta ©2025 Penulis

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Penulis Korespondensi:

*Umar Farisal

Email: umar.farisal@gmail.com

Cara sitasi: Farisal, U., & Sari, D.N., & Rohmatunisa, R.N., & Purwanto, E. (2025). Kolaborasi Pemerintah Desa dan Akademisi dalam Penguatan UMKM Kembang Goyang di Desa Talagasari Balaraja Kabupaten Tangerang. ADMA : Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, 6(1), 83-96.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian Indonesia, baik dalam nasional maupun lokal. Sebagai ujung tombak ekonomi kerakyatan, UMKM berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Berdasarkan penelitian, UMKM menyumbang sekitar 57,60% dari PDB dan menyerap hampir 97% tenaga kerja di Indonesia (Putra, 2018; Sarfiah et al., 2019). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM selain menyediakan lapangan kerja, tetapi juga menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, terutama di kawasan pedesaan (Senimantara et al., 2023).

UMKM berperan krusial dalam pengembangan ekonomi desa, mendukung distribusi pendapatan dan pemerataan melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat (Wibowo & Raharjo, 2021). Produk lokal seperti kembang goyang memiliki potensi besar menjadi produk unggulan. Meskipun demikian, UMKM desa sering menghadapi masalah kurangnya modal, baik untuk pengembangan usaha dan teknologi canggih (Muthmainnah, 2022), maupun akses ke lembaga keuangan karena kesulitan memahami prosedur pinjaman dan syarat administrasi (Farhan et al., 2020; Mudian & Prasetyo, 2022).

UMKM di desa seringkali kesulitan dalam pemasaran karena kurangnya keterampilan dan fasilitas untuk membuat konten visual menarik di era digital (Khaira et al., 2022; Maknunah & Prasetyo, 2022). Selain itu, mereka menghadapi hambatan dalam memperoleh sertifikasi halal, yang krusial untuk produk pangan di Indonesia mengingat meningkatnya kesadaran konsumen Muslim (Hamdani et al., 2021; Huda et al., 2021) dan kewajiban sesuai UU No. 33 Tahun 2014 serta Peraturan BPJPH No. 2 Tahun 2021. Kendala biaya tinggi, minimnya informasi, dan prosedur rumit sering melemahkan daya saing UMKM di pasar Muslim (Amal et al., 2023). Terakhir, kapasitas produksi juga menjadi masalah karena banyak UMKM tidak memiliki peralatan memadai untuk memenuhi peningkatan permintaan pasar (Reta et al., 2019).

Pemerintah desa memegang peran krusial dalam pengembangan UMKM, sesuai Undang-Undang No. 6 Tahun 2014 yang mengamankan pemberdayaan ekonomi Masyarakat (Tohir et al., 2023). Bantuan dari pemerintah desa sangat penting untuk mengatasi kendala modal UMKM (Putong & Wahyudi, 2022; Wibowo & Raharjo, 2021). Pemerintah desa juga berfungsi sebagai fasilitator, menyediakan sumber daya, pelatihan, akses modal, dan meningkatkan keterampilan pelaku usaha (Tyas et al., 2020).

Kolaborasi dengan akademisi merupakan langkah strategis, terutama melalui program pengabdian kepada masyarakat. Dalam hal ini, akademisi membantu UMKM pedesaan mengatasi kesenjangan informasi dan keterampilan dengan menyediakan pengetahuan, teknologi, dan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing (Soleha et al., 2024), serta wawasan yang relevan untuk adaptasi pasar dan teknologi (Utomo et al., 2024).

Salah satu UMKM yang menjadi perhatian adalah kembang goyang Umi di Desa Talagasari, Tangerang, yang memproduksi setiap hari meskipun umumnya camilan Lebaran. Keterbatasan modal dan pemasaran menghambat kapasitas produksi UMKM ini. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah desa dan akademisi sangat dibutuhkan untuk memperkuat UMKM potensial ini, membantu mengatasi masalah modal, pemasaran, produksi, dan sertifikasi ha-

lal. Dengan dukungan kebijakan dan pengetahuan, UMKM dapat berkembang lebih cepat, meningkatkan ekonomi desa, kesejahteraan masyarakat, dan pertumbuhan ekonomi nasional berkelanjutan.

Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan secara bertahap mulai tanggal 30 Juli sampai 22 Agustus 2024 di desa Talagasari Kecamatan Balaraja Kabupaten Tangerang Provinsi Banten. Kegiatan ini berfokus pada pendampingan intensif terhadap 1 (satu) UMKM terpilih, yaitu 'Kembang Goyang Umi'. Sementara itu, untuk kegiatan yang bersifat komunal seperti demonstrasi dan pelatihan, partisipan yang terlibat merupakan gabungan dari warga desa dan tim mahasiswa KKN.

Untuk memahami kendala-kendala yang dihadapi tersebut peneliti menggunakan metode 4 langkah PR dari Scott M. Cutlip dalam ([putra_manajemen_2000](#)). Alasan penggunaan metode ini adalah karena kami ingin memposisikan diri sebagai konsultan public relations, dengan pemerintah desa sebagai klien dan UMKM sebagai targetnya.

Langkah awal adalah menganalisis situasi dengan dua strategi utama: pertama, mengumpulkan informasi dari pemerintah desa untuk memetakan potensi ekonomi lokal, mengidentifikasi kendala, dan memahami program resmi untuk UMKM. Kedua, menggali informasi dari pelaku UMKM untuk mengetahui tantangan mereka. Pendekatan informal digunakan dalam pengumpulan informasi karena lebih diterima masyarakat desa, menciptakan komunikasi yang alami dan terbuka, sehingga informasi lebih jujur dan partisipasi masyarakat meningkat dibandingkan metode formal yang cenderung kaku ([putra_manajemen_2000](#); [Sulaiman, 2013](#)).

Langkah kedua adalah perencanaan dan pemrograman. Semua rencana dan program didasarkan pada hasil dari langkah pertama. Pada langkah ini, kami menggunakan pendekatan 3D: diperbaiki, dipertahankan, dan ditingkatkan. Pendekatan ini efektif untuk mengidentifikasi aspek mana yang perlu diperbaiki, dipertahankan yang sudah baik dan ditingkatkan untuk bagian yang memiliki potensi.

Langkah ketiga adalah implementasi. Pada tahap ini, kami mengimplementasikan apa yang telah direncanakan dan diprogramkan dalam langkah kedua. Pendekatan informal kembali digunakan dalam proses implementasi ini. Langkah keempat adalah evaluasi. Evaluasi dilakukan dengan menggali informasi dari UMKM, yang menjadi target penguatan. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai hal-hal apa saja yang sudah dapat dijalankan dan yang belum berhasil diimplementasikan dari ketiga langkah sebelumnya.

Tabel 1. *Implementasi Metode 4 Langkah PR dalam Upaya Penguatan UMKM*

Langkah	Deskripsi
Analisis Situasi	Menggali informasi dari pemerintah desa dan UMKM untuk memahami potensi ekonomi, kendala, dan program-program desa yang terkait dengan UMKM.
Perencanaan dan Pemrograman	Berdasarkan hasil analisis situasi, merencanakan program dengan pendekatan 3DI (diperbaiki, dipertahankan, ditingkatkan) untuk menentukan strategi pengembangan.
Implementasi	Melaksanakan rencana yang telah disusun di langkah kedua, menggunakan pendekatan informal dalam proses implementasi.
Evaluasi	Menggali informasi dari UMKM untuk mengevaluasi hasil dari ketiga langkah sebelumnya, menilai apa yang sudah berjalan dan apa yang belum tercapai.

Pembahasan

1. Langkah Pertama, Analisis Situasi

Tahap awal dari program pengabdian ini adalah melakukan analisis situasi untuk memahami kondisi secara komprehensif. Proses ini dijalankan melalui dua kegiatan utama:

A) Koordinasi dengan Pemerintah Desa, yang bertujuan untuk:

1. Memetakan potensi ekonomi lokal yang ada.
2. Mengidentifikasi kendala yang dihadapi, baik dari sisi pemerintah maupun UMKM.
3. Memahami program-program pendukung UMKM yang sudah atau akan dilaksanakan oleh desa.

B) Wawancara Langsung dengan Pelaku UMKM, yang bertujuan untuk memverifikasi temuan awal serta menggali lebih dalam kendala dan kebutuhan riil yang mereka hadapi di lapangan.

Pemetaan Potensi Ekonomi Lokal

Desa Talagasari memiliki potensi ekonomi yang signifikan melalui berbagai UMKM, seperti kedai makan, produksi minuman ringan, kembang goyang, budidaya ikan, dan jamur tiram. Di antara ini, UMKM kembang goyang menjadi prioritas karena keberlanjutannya. Awalnya hanya laku saat Lebaran, kembang goyang kini diminati sepanjang tahun, membuka peluang untuk pengembangan produksi dan pemasaran.

Salah satu UMKM unggulan adalah Kembang Goyang Umi milik Ibu Sumiyati. Kembang goyang, kue tradisional Betawi, dinamakan berdasarkan bentuknya yang menyerupai bunga dan proses pembuatannya yang melibatkan penggoyangan cetakan dalam minyak panas hingga adonan terlepas dan mengembang (Frida, 2022). Kue ini terbuat dari tepung beras, telur, santan, dan gula, menghasilkan tekstur renyah dan rasa manis. Kembang goyang sering menjadi camilan atau hidangan saat perayaan, seperti Idul Fitri.

Kue ini memiliki variasi rasa, dari manis hingga gurih, tergantung bahan tambahan seperti wijen atau pandan. Selain nilai ekonominya, kembang goyang juga memiliki nilai budaya tinggi sebagai warisan kuliner Betawi yang terus dilestarikan (Frida, 2022).



Gambar 1. Wawancara dengan Aparatur Desa Talagasari untuk Menganalisa Situasi

Program Pemerintah Desa yang Sudah dan Akan Berjalan

Pemerintah desa telah merencanakan program-program pengembangan UMKM, seperti pelatihan dan pemberian alat produksi yang lebih besar, terutama untuk meningkatkan produksi kembang goyang. Program ini juga mencakup pelatihan pemasaran agar UMKM dapat memanfaatkan alat-alat produksi dengan optimal.

Kendala-kendala yang Dihadapi

Pemerintah desa menghadapi keterbatasan kendala waktu dan sumber daya dalam mendampingi UMKM, terutama karena banyaknya beban administratif. Sedangkan dari sisi pelaku UMKM menghadapi tiga kendala utama, yakni pemasaran yang kurang efektif, kesulitan memperoleh sertifikasi halal (masalah administratif dan legalitas NIB), serta kapasitas produksi yang terbatas karena bersifat rumahan.

Kendala Sertifikasi Halal

Bu Umi, seorang pelaku UMKM kembang goyang, menghadapi beberapa kendala dalam mendapatkan sertifikasi halal. Ia tidak tahu cara mendaftar meskipun banyak panduan tersedia, dan membayangkan prosesnya rumit. Ada juga masalah administratif terkait ketidaksesuaian alamat usaha di NIB dengan KTP. Bu Umi juga khawatir terhadap pendamping halal, menganggap mereka sebagai penguji yang bisa menilai buruk usahanya atau menolak sertifikasi. Terakhir, meskipun tahu sertifikasi halal seharusnya gratis, ia cemas akan biaya tambahan atau "tips" yang mungkin muncul. Semua hambatan ini mengurangi kepercayaan diri Bu Umi dan UMKM lainnya dalam mengurus sertifikasi halal.

Kendala Pemasaran

Bagi Bu Umi, pemasaran menjadi tantangan besar. Meskipun banyak yang menyarankan untuk berjualan secara daring melalui e-commerce dan media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Facebook, Bu Umi merasa kesulitan. Pertama, ia merasa pemasaran daring memakan banyak waktu karena harus mempelajari keterampilan baru, ditambah lagi pengelolaan akun media sosial dan e-commerce juga sangat menyita waktu. Hal ini dirasa memberatkan, apalagi tugas rumah tangga sudah banyak menyita waktu dan tenaga Bu Umi.



Gambar 2. Kunjungan ke Beberapa UMKM di Desa Talgasari dalam Rangka Analisis Situasi

Kedua, Bu Umi merasa pemasaran dari mulut ke mulut sudah cukup efektif baginya dan belum melihat urgensi pemasaran daring, meskipun potensi pasarnya lebih luas. Ketiga, masalah muncul pada pembuatan konten pemasaran. Kembang goyang Bu Umi hanya dipromosikan dengan foto sederhana yang kurang menarik. Ia kurang terampil mengambil foto atau membuat video promosi, memiliki alat terbatas, dan belum terbiasa dengan teknik pemasaran visual efektif seperti video pendek atau foto produk untuk WhatsApp Story atau Instagram.

Kendala Kapasitas Produksi

Kapasitas produksi menjadi kendala bagi Bu Umi. Meskipun produksi harian cukup, lonjakan permintaan saat Lebaran sering membuat Bu Umi kewalahan. Produksi manual dengan alat terbatas tidak mampu memenuhi pesanan besar. Oleh karena itu, Bu Umi sangat membutuhkan alat yang lebih modern dan cepat agar produksi lebih efisien dan dapat memenuhi permintaan pasar yang melonjak saat momen besar

Kebutuhan Pemerintah Desa dan UMKM:

UMKM kembang goyang Bu Umi memerlukan pendampingan akademisi, khususnya dalam pemasaran dan sertifikasi halal. Pertama, terkait sertifikasi halal, pemerintah desa dan UMKM menyadari pentingnya, namun menghadapi kendala administratif dan proses yang rumit dan memakan waktu, sehingga banyak yang enggan memulai (Malahayati & Faizah, 2023). Kedua, dalam hal konten pemasaran, meski didorong beralih ke daring, banyak UMKM, termasuk Bu Umi, ragu karena khawatir akan waktu dan ketidakpastian hasil, serta kesulitan bersaing dengan perusahaan besar (Hisyam et al., 2023; Rahmah et al., 2022). Pemasaran daring juga menambah beban operasional dan bisa mengurangi motivasi (Fajriah & Himawati, 2023; Nurmasari et al., 2023; Solihin et al., 2021; Trulline, 2021). Bu Umi, yang lebih nyaman dengan metode tradisional, masih kesulitan membuat konten visual menarik seperti foto atau video berkualitas karena keterbatasan keterampilan dan alat (Wiradharma et al., 2023), sehingga pelatihan konten pemasaran sangat dibutuhkan (Hardilawati, 2020). Ketiga, untuk peningkatan kapasitas produksi, pemerintah desa menginginkan kembang goyang Bu Umi meningkatkan produksi untuk perluasan pasar. Meskipun Bu Umi nyaman dengan pemasaran saat ini, lonjakan permintaan di momen-momen tertentu seperti Lebaran menunjukkan kebutuhan akan alat produksi yang lebih modern dan efisien. Peningkatan kapasitas ini memerlukan peningkatan pemasaran yang bisa didukung oleh pemerintah daerah melalui pihak ketiga, sesuai dengan kewajiban mereka untuk memfasilitasi pengembangan UMKM (Nurastuti et al., 2022; Zaelani

et al., 2022).

2. Langkah Kedua, Perencanaan dan Pemrograman

Analisis situasi menunjukkan beberapa kendala yang bisa dan tidak bisa difasilitasi. Kendala yang tidak dapat ditangani tim adalah beban administratif desa yang besar, membatasi SDM dan waktu, serta peningkatan kapasitas produksi dengan alat modern namun pemerintah desa telah memberikan solusinya.

Akademisi dapat memfasilitasi pendampingan sertifikasi halal dan pembuatan konten pemasaran. Pemerintah desa menyediakan solusi modal untuk alat produksi, sementara akademisi akan fokus pada pemasaran melalui pembuatan konten dan pendampingan sertifikasi halal. Untuk memperkuat UMKM, rencana aksi mencakup penyediaan alat produksi yang lebih besar, pendampingan sertifikasi halal, dan pembuatan konten pemasaran (video/foto). Ini merupakan bagian dari perencanaan dan pemrograman lengkap yang mencakup rencana aksi, target, dan hasil setiap kegiatan.

Berdasarkan hasil analisis situasi, maka disusunlah rencana aksi, target, dan output kegiatan penguatan UMKM yang dirangkum secara rinci pada tabel 2.

Tabel 2. *Perencanaan Kegiatan Penguatan UMKM*

Tanggal	Rencana Aksi	Output
13 Agustus 2024	Pemberian dan pelatihan alat produksi dan demo produksi kembang goyang di Rumah Pintar Desa Talagasari	1) Peningkatan kapasitas produksi 2) transfer keterampilan kepada masyarakat Talagasari. 3) Pelatihan alat baru
21 Agustus 2024	Pembuatan konten pemasaran berupa video dan foto di Rumah Singgah KKN UMT 2024	1) Konten pemasaran yang menarik dan profesional untuk promosi digital. 2) Pelatihan teknis pengambilan foto produk yang menarik
22 Agustus 2024	Pendampingan UMKM dalam sertifikasi halal dengan kunjungan langsung ke rumah produksi dan sosialisasi informatif	1) Peningkatan kepercayaan diri pelaku UMKM, 2) Sertifikat Halal, 3) Pelaku UMKM menjadi Agent of Change

3. Langkah Ketiga, Implementasi

Pemberian Alat untuk Peningkatan Kapasitas Produksi

Pada 13 Agustus 2024, kegiatan peningkatan kapasitas produksi UMKM dilaksanakan di Rumah Pintar Desa Talagasari. Acara ini merupakan inisiatif Pemerintah Desa Talagasari, dengan partisipasi pelaku UMKM, warga desa, dan mahasiswa KKN. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kapasitas produksi UMKM dan berbagi keterampilan pembuatan kembang goyang kepada masyarakat. Sebelum acara dimulai, persiapan alat dan lokasi dilakukan; alat produksi baru seperti kompor gas dua tungku, penggorengan besar, dan mixer besar, beserta bahan-bahan seperti terigu, tepung beras, mentega, santan, dan air, disiapkan dan diuji terlebih dahulu untuk memastikan kelancaran demonstrasi.



Gambar 3. Demo Produksi Kembang Goyang dan Pelatihan penggunaan Alat Baru

Area di Rumah Pintar ditata dengan rapi, dan acara dibuka dengan sambutan dari Kepala Desa Talagasari. Beliau menekankan pentingnya dukungan pemerintah bagi UMKM lokal, seraya berharap masyarakat dapat memanfaatkan kegiatan ini untuk meningkatkan keterampilan dan memotivasi pelaku usaha agar terus berkembang. Selanjutnya, Bu Umi, pemilik UMKM kembang goyang, memimpin demonstrasi produksi, menunjukkan cara membuat kembang goyang menggunakan alat produksi baru yang lebih besar. Peserta diberi kesempatan untuk langsung mencoba alat tersebut dan bertanya kepada Bu Umi selama demonstrasi.

Setelah acara selesai, alat produksi secara resmi diserahkan kepada Bu Umi. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas produksi UMKM secara signifikan. Selain itu, masyarakat yang hadir juga mendapatkan pengalaman langsung dalam produksi kembang goyang, yang diharapkan dapat mendorong mereka untuk memulai atau mengembangkan usaha sendiri.

Pendampingan Sertifikasi Halal

Pada 22 Agustus 2024, pendampingan sertifikasi halal UMKM dilaksanakan di rumah produksi kembang goyang Bu Umi. Dipimpin oleh Umar Farisal dari Halal Center Universitas Muhammadiyah Tangerang dan didampingi Bu Yani dari Desa Talagasari, kegiatan ini bertujuan membantu Bu Umi memperoleh sertifikat halal, memahami prosesnya, membangun kepercayaan diri, dan memberikan dukungan administratif. Pendekatan informal digunakan dengan mengunjungi langsung rumah produksi Bu Umi untuk menciptakan suasana santai. Diskusi diawali ringan sebelum beralih ke sosialisasi manfaat sertifikasi halal, termasuk peningkatan kepercayaan konsumen dan perluasan pasar, serta penjelasan detail mengenai peraturan pemerintah, biaya pengajuan, dan program gratis yang tersedia.

Pendampingan sertifikasi halal dilakukan secara langsung. Pertama, tim membantu

Bu Umi mengecek dan memperbaiki NIB melalui OSS, termasuk mengalihkan email lama ke yang baru. Kedua, setelah NIB beres, Bu Umi didaftarkan di Sihalal. Ketiga, tim bersama Bu Umi mendata semua bahan produksi kembang goyang untuk memastikan kehalalannya. Keempat, tim membantu Bu Umi mengisi semua dokumen yang diperlukan di Sihalal. Kelima, tim menunjukkan pada Bu Umi bahwa pengurusan sertifikasi halal tidak sesulit yang dibayangkan, sekaligus mendorongnya untuk berbagi pengalaman ini dengan UMKM lain.

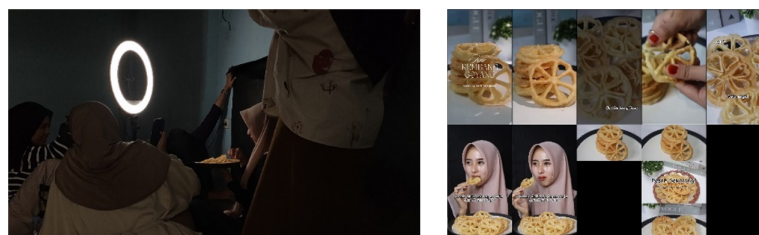
Pendampingan sertifikasi halal dengan metode informal ini bertujuan agar pelaku UMKM merasa lebih nyaman dan percaya diri (Utami et al., 2022). Kegiatan ini tidak hanya membantu memenuhi syarat administratif, tetapi juga membangun kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal untuk memperluas pasar, serta memotivasi pelaku usaha lain melalui kisah sukses.



Gambar 4. Menjelaskan Kendala NIB UMKM pada Aplikasi OSS kepada Bu Umi (Pemilik Kembang Goyang Umi) dan Bu Yani (Kepala Urusan Kesra Desa Talagasari) sekaligus melakukan Verval

Pembuatan Konten Pemasaran dalam Bentuk Video dan Foto

Pada 21 Agustus 2024, tim melaksanakan kegiatan pembuatan konten pemasaran di Rumah Singgah KKN UMT 2024. Tujuannya adalah membekali UMKM dengan konten visual yang menarik dan profesional. Prosesnya mencakup perancangan konsep, persiapan peralatan, penataan produk kembang goyang, pengambilan gambar dan video dengan teknik yang tepat, hingga penyuntingan menggunakan aplikasi mudah akses seperti CapCut. Hasilnya berupa video dan foto produk berkualitas tinggi yang siap digunakan untuk promosi daring. Kegiatan ini penting mengingat pembuatan konten pemasaran menjadi tantangan utama bagi UMKM pedesaan karena keterbatasan pengetahuan dan akses peralatan. Konten visual yang berkualitas diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan keterlibatan konsumen (Naim et al., 2023).



Gambar 5. Proses Syuting Video Konten Pemasaran Kembang Goyang oleh Tim KKN UMT Desa Talagasari dan Key Frame video

4. Langkah Keempat, Evaluasi

Pada evaluasi ada beberapa implementasi yang dapat dievaluasi secara langsung dan ada yang tidak. Seperti pada Pemberian alat produksi evaluasi dilakukan hanya sampai batas

perencanaan evaluasi karena penggunaan alat baru efektif pada momen tertentu seperti lebaran.

Pertama, Evaluasi Pemberian Alat Produksi untuk Peningkatan Kapasitas Produksi: Evaluasi ini akan mencakup pengukuran kapasitas produksi UMKM sebelum dan sesudah penggunaan alat baru, kunjungan saat Lebaran untuk memastikan alat digunakan dengan baik, dan survei kepuasan UMKM terkait peningkatan produktivitas berkat alat tersebut.

Kedua, Evaluasi Pendampingan Sertifikasi Halal: Sertifikasi Halal produk kembang goyang berhasil terbit dengan nomor registrasi. Bu Umi pada dasarnya sudah memahami prosedur karena akses informasi yang mudah. Namun, hal terpenting adalah Bu Umi kini memiliki persepsi bahwa pengurusan sertifikasi halal itu mudah, dan menurutnya, kemudahan ini bergantung pada siapa yang menyampaikannya. Bu Umi mengakui bahwa prosesnya tidak sulit asalkan ada pendamping yang tepat.



Gambar 6. Nomor dan Barcode Sertifikat Halal Kembang Goyang Bu Umi

Kesimpulan

Kolaborasi antara pemerintah desa dan akademisi terbukti efektif dalam memperkuat UMKM di Desa Talagasari, khususnya usaha kembang goyang milik Bu Umi. Melalui metode empat langkah PR—analisis situasi, perencanaan, implementasi, dan evaluasi—program ini berhasil mengidentifikasi dan mengatasi kendala utama UMKM, seperti keterbatasan alat produksi, kesulitan pemasaran digital, serta hambatan dalam proses sertifikasi halal.

Pemerintah desa berperan dalam penyediaan alat produksi modern, sementara akademisi memberikan pendampingan dalam pemasaran dan pengurusan sertifikasi halal. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan kapasitas produksi, konten pemasaran yang lebih menarik, dan keberhasilan memperoleh sertifikasi halal.

Program ini membuktikan bahwa sinergi lintas sektor antara pemerintah dan perguruan tinggi sangat penting dalam memberdayakan UMKM desa agar lebih produktif, kompetitif, dan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Amal, M. K., Alhidayatullah, A., & Lestari, N. A. (2023). OPTIMASI ASPEK LEGAL SERTIFIKASI HALAL UMKM. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(5), 5079. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i5.17436>
- Fajriah, A. A., & Himawati, D. (2023). Pengaruh Modal Manusia, Orientasi Pasar dan Inovasi terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Desa Wisata Situs Cagar Budaya Gunung Padang, Cianjur Jawa Barat. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 7(1), 53–64. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v7i1.302>

- Farhan, M., Novriansa, A., Kalsum, U., & Mukhtaruddin, M. (2020). Pengenalan Akuntansi bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Kota Daro, Kabupaten Ogan Ilir. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 1(1), 47–54. <https://doi.org/10.29259/jscs.v1i1.11>
- Frida, T. (2022). Sejarah Makanan Betawi Kembang Goyang dan Cara Membuatnya. https://www.viva.co.id/gaya-hidup/kuliner/1542120-sejarah-makanan-betawi-kembang-goyang-dan-cara-membuatnya#goog_rewarded
- Hamdani, A., Sari, N., & Umuri, K. (2021). Pengaruh kesadaran halal dan sertifikat halal terhadap minat beli produk kentucky fried chicken (KFC). *Al-Buhuts*, 17(2), 198–212. <https://doi.org/10.30603/ab.v17i2.2305>
- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Hisyam, M., Yanizon, A., Ramli, R. A., Nasution, H., Angraini, D., Wibowo, E. A., & Ramses, R. (2023). PEMANFAATAN MEDIA PEMASARAN DIGITAL: UPAYA MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK UMKM DI PULAU PANJANG, KELURAHAN SIJANTUNG, KECAMATAN GALANG, KOTA BATAM. *MINDA BAHARU*, 7(2), 351–364. <https://doi.org/10.33373/jmb.v7i2.5818>
- Huda, M. Q., Hidayah, N. A., & Fetrina, E. (2021). Evaluasi Kesadaran dan Persepsi Generasi Milenial Terhadap Restoran Bersertifikasi Halal di Indonesia. *Halal Research Journal*, 1(1), 45–55. <https://doi.org/10.12962/j22759970.v1i1.54>
- Khaira, U., Suratno, T., Noverina, Y., Abidin, Z., & Hutabarat, B. F. (2022). Pembuatan Konten dan Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Produk UMKM Kecamatan Danau Teluk. *GERVASI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(2), 314–326. <https://doi.org/10.31571/gervasi.v6i2.3237>
- Maknunah, J., & Prasetyo, A. (2022). Pelatihan Pembuatan Konten Pemasaran Untuk Menunjang Promosi UMKM Di Kabupaten Malang. *JMM - Jurnal Masyarakat Merdeka*, 5(2), 95. <https://doi.org/10.51213/jmm.v5i2.110>
- Malahayati, E. N., & Faizah, N. A. (2023). Sosialisasi Program Sertifikasi Halal Gratis (SE-HATI) Skema Self-Declair bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Ringinrejo. *Jurnal Inovasi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 427–434. <https://doi.org/10.54082/jippm.102>
- Mudian, D., & Prasetyo, A. F. (2022). MEMBANGUN UMKM DESA RANCAMAH MELALUI KARAKTER UNTUK DESA LEBIH MAJU DAN SEJAHTERA. *Karunia: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(4), 34–41. <https://doi.org/10.58192/karunia.v1i4.180>
- Muthmainnah. (2022, June). Defenisi, kriteria dan konsep umkm. <https://doi.org/10.31219/osf.io/j85q6>

- Naim, S., Antesty, S., & Hasibuan, R. P. (2023). Mendukung Inovasi Produk dan Kreativitas dalam Bisnis UMKM: Pelatihan Pengembangan Produk Berkualitas. *Eastasouth Journal of Impactive Community Services*, 1(03), 203–214. <https://doi.org/10.58812/ejimcs.v1i03.132>
- Nurastuti, P., Dasman, S., Yahya, A., & Wiryawan, T. W. (2022). Pendampingan Implementasi Manajerial dan Aplikasi Akuntansi UMKM Pada Komunitas UMKM BEKEN di Kabupaten Bekasi. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 5(3), 79–82. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v5i3.2188>
- Nurmasari, N. D., Jazuli, A. M., Nurad, R., & Muthmainna, M. (2023). Peningkatan Online Engagement Melalui Sosialisasi Pembuatan Video Konten Pemasaran dan Media Promosi Digital. *dst*, 3(2), 206–211. <https://doi.org/10.47709/dst.v3i2.3229>
- Putong, L. B., & Wahyudi, K. E. (2022). Implementasi Program Bantuan Sosial Tunai Pada UMKM. *Jurnal Kebijakan Publik*, 13(4), 338. <https://doi.org/10.31258/jkp.v13i4.8158>
- Putra, A. H. (2018). Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2). <https://doi.org/10.20961/jas.v5i2.18162>
- Rahmah, Z. Z., Rahmah, Y., Purnama, C., Fatmah, D., & Rahmah, M. (2022). Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap UMKM di Desa Kintelan (Studi Kasus UMKM di Desa Kintelan Kelurahan Puri Kabupaten Mojokerto). *BUDIMAS : JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 4(1). <https://doi.org/10.29040/budimas.v4i1.3081>
- Reta, R., Dahlia, D., Larekeng, H., & Mustaka, Z. D. (2019). Kopi Arabika Kalosi Produk Unggulan Kabupaten Enrekang. *Unri Conference Series: Community Engagement*, 1, 564–568. <https://doi.org/10.31258/unricsce.1.564-568>
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137–146. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Senimantara, I. N., Riasning, N. P., & Amlayasa, A. A. B. (2023). Pemberdayaan Kewirausahaan Dan Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Bagi Komunitas Usaha Minuman Cendol Di Desa Peguyangan Denpasar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2(4), 186–193. <https://doi.org/10.54099/jpma.v2i4.776>
- Soleha, E., Hidayaty, D. E., Permana, I., & Hidayah, Z. Z. (2024). Pendampingan Manajemen Bisnis Dan Digital Marketing Bisnis Pada Usaha Bakery “Byfa Cake”. *Lentera Pengabdian*, 2(01), 88–93. <https://doi.org/10.59422/lp.v2i01.288>
- Solihin, D., Ahyani, A., Karolina, K., Pricilla, L., & Octaviani, I. S. (2021). Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada Umkm Di

- Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang. *DEDIKASI PKM*, 2(3), 307. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v2i3.10726>
- Sulaiman, A. I. (2013). Model komunikasi formal dan informal dalam proses kegiatan pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Penelitian Komunikasi*. <https://jpk.komdigi.go.id/index.php/jpk/article/view/38>
- Tohir, R., Purnamasari, H., & Aditya, I. (2023). PERAN PEMERINTAH DESA DALAM MENDORONG PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA WISATA (Studi Kasus pada Desa Wisata Lebakmuncang, Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung). *JURNAL TRIAS POLITIKA*, 7(2), 293–310. <https://doi.org/10.33373/jtp.v7i2.5242>
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259. <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.32746>
- Tyas, W. P., Sianturi, O. O., & H, J. K. P. (2020). ANALISIS KEBIJAKAN PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BERBASIS RUMAH (HOME-BASED ENTERPRISES/HBE) DI KOTA SEMARANG, SURAKARTA, BOYOLALI, SALATIGA, DAN SURABAYA. *Jurnal Pengembangan Kota*, 8(1), 78–89. <https://doi.org/10.14710/jpk.8.1.78-89>
- Utami, C. B., Hazmi, F., Aulia, R., & Zahro, B. M. (2022). Antecedent of Knowledge, Awareness and Willingness of SMEs Actors to Register for Halal Self Declare Certification. *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 29–35. <https://doi.org/10.35897/iqtishodia.v7i2.846>
- Utomo, S. B., Dewi, M. A., Sidharta, R. Y., Suprihadi, H., & In'am Widiarma. (2024). PENDAMPINGAN LEGALITAS DAN PERANCANGAN EKOSISTEM KOPERASI JASA. *PROFICIO*, 5(2), 51–56. <https://doi.org/10.36728/jpf.v5i2.3366>
- Wibowo, M. A., & Raharjo, S. T. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Bisnis (Studi pada UMKM Batik di Kota Semarang). *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(5), 2373. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i5.2412>
- Wiradharma, G., Harsasi, M., & Arisanty, M. (2023). KEWIRAUSAHAAN BERBASIS DIGITAL SEBAGAI UPAYA PEMBERDAYAAN DAN PENINGKATAN PRODUKTIVITAS UMKM DI DESA LULUT. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Terbuka*, 2, 209–222. <https://doi.org/10.33830/prosidingsenmaster.v2i1.714>
- Zaelani, R., Sujana, H., & Zaky, M. (2022). OPTIMALISASI PERAN PEMERINTAH SEBAGAI FASILITATOR; KATALISATOR; REGULATOR DAN PEMAHAMAN KEUANGAN SYARIAH DALAM MENGEMBANGKAN UMKM DI SUKABUMI KOTA. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 957–972. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2436>

[Halaman ini sengaja dikosongkan.]