



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 11198-11205

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Peran Mahasiswa KKN dalam Mengembangkan Produk Sabun Cuci Piring sebagai Usaha Mikro

Nur Abdullah Gimnastiar¹, Siti Aisyah², Santi Hasibuan³, Diesa Novia Shandy⁴, Windy Frestia Lubis⁵

¹⁻⁵Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

abdullahgimnastiar1717@gmail.com, siti.aisyah@uinsu.ac.id, santihisibuan415@gmail.com, disanoviashandy@gmail.com, windylub19@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) dalam mengembangkan usaha mikro melalui inovasi branding dan pengemasan produk sabun cuci piring di Desa Sugihen, Kecamatan Juhar, Kabupaten Karo. Pengembangan usaha mikro menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing produk lokal sekaligus mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi selama proses pendampingan terhadap pelaku usaha. Analisis data dilakukan secara deskriptif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan mahasiswa KKN memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kualitas produk melalui perancangan identitas merek, pembuatan logo, stiker, dan label kemasan yang lebih menarik, informatif, dan memiliki nilai jual lebih tinggi. Perubahan tersebut berdampak pada meningkatnya daya tarik produk, kepercayaan konsumen, serta citra usaha mikro di pasar lokal. Selain itu, pendampingan yang dilakukan juga meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola usaha secara lebih profesional, terutama dalam aspek pemasaran dan pengemasan produk. Faktor pendukung keberhasilan program meliputi partisipasi aktif pemilik usaha, kerja sama yang baik antara mahasiswa dan masyarakat, serta ketersediaan bahan baku lokal. Adapun kendala yang dihadapi adalah keterbatasan akses terhadap teknologi digital dan rendahnya kemampuan pemasaran berbasis media sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa mahasiswa KKN memiliki peran strategis dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui penguatan branding dan inovasi kemasan produk usaha mikro, sehingga mampu meningkatkan daya saing serta keberlanjutan usaha di tingkat lokal.

Kata Kunci: Pemberdayaan UMKM; Sabun Cuci Piring; Branding dan Kemasan; Inovasi; Desa Sugihen.

1. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya usaha mikro, merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Di Indonesia, usaha mikro tidak hanya berperan sebagai penyedia lapangan pekerjaan, tetapi juga menjadi penggerak utama ekonomi masyarakat di tingkat desa. Kemampuan usaha mikro dalam menyerap tenaga kerja dan memanfaatkan potensi sumber daya lokal menjadikannya sebagai instrumen strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, penguatan kapasitas usaha mikro menjadi salah satu agenda penting dalam pembangunan ekonomi berbasis masyarakat. Meskipun demikian, sebagian besar pelaku usaha mikro masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan modal, rendahnya kemampuan manajerial, kurangnya inovasi produk, serta lemahnya strategi pemasaran sehingga daya saing produk yang dihasilkan belum mampu bersaing secara optimal di pasar yang semakin kompetitif (Sabrina et al., 2023; Kementerian Koperasi dan UKM, 2024).

Salah satu jenis usaha mikro yang memiliki peluang cukup besar untuk dikembangkan adalah produksi sabun cuci piring. Produk ini termasuk kebutuhan rumah tangga yang memiliki tingkat permintaan relatif stabil karena digunakan dalam aktivitas sehari-hari oleh hampir seluruh lapisan masyarakat. Kondisi tersebut memberikan peluang bagi masyarakat desa untuk mengembangkan usaha produksi sabun cuci piring sebagai sumber pendapatan tambahan maupun usaha utama. Selain proses produksi yang relatif sederhana dan bahan baku yang mudah diperoleh, usaha ini juga memiliki potensi untuk berkembang apabila didukung oleh inovasi produk, kualitas kemasan, serta strategi pemasaran yang tepat. Namun demikian, sebagian besar usaha sabun cuci piring skala rumah tangga masih menghadapi berbagai keterbatasan, terutama dalam aspek identitas produk (branding), desain kemasan, pelabelan, dan promosi sehingga produk yang dihasilkan kurang memiliki nilai

tambah dibandingkan produk sejenis yang telah memiliki merek terkenal (Silalahi et al., 2022; Saputro et al., 2022).

Perkembangan perilaku konsumen saat ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga dipengaruhi oleh tampilan visual produk melalui kemasan dan identitas merek. Kemasan tidak lagi sekadar berfungsi sebagai pelindung produk, melainkan telah berkembang menjadi media komunikasi pemasaran yang mampu membangun citra produk dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Logo, label, warna kemasan, serta informasi produk yang lengkap dapat memberikan kesan profesional sehingga meningkatkan minat beli masyarakat. Branding yang baik juga berperan dalam membangun loyalitas pelanggan dan membedakan produk dari para pesaing. Oleh sebab itu, pengembangan branding menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing usaha mikro, khususnya di era persaingan pasar yang semakin terbuka dan didukung oleh perkembangan teknologi informasi (Kotler & Keller, 2022; Keller, 2023).

Meskipun memiliki potensi yang besar, pelaku usaha mikro di pedesaan masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengimplementasikan strategi branding dan pemasaran modern. Rendahnya literasi digital, keterbatasan akses terhadap teknologi, serta minimnya pengetahuan mengenai desain kemasan menjadi faktor yang menyebabkan produk lokal sulit dikenal oleh masyarakat yang lebih luas. Akibatnya, pemasaran masih dilakukan secara konvensional melalui jaringan pertemanan atau lingkungan sekitar desa sehingga volume penjualan belum mengalami peningkatan yang signifikan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan usaha mikro tidak hanya memerlukan dukungan dalam aspek produksi, tetapi juga membutuhkan pendampingan dalam meningkatkan kapasitas sumber daya manusia agar mampu mengikuti perkembangan kebutuhan pasar (Sabrina et al., 2023; Ardiansyah et al., 2025).

Dalam konteks tersebut, perguruan tinggi memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat sebagai bagian dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Salah satu bentuk implementasinya adalah melalui Program Kuliah Kerja Nyata (KKN), yaitu kegiatan akademik yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan secara langsung dalam menyelesaikan berbagai permasalahan yang dihadapi masyarakat. Program KKN tidak hanya berorientasi pada kegiatan sosial, tetapi juga diarahkan untuk mendorong pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan kapasitas ekonomi lokal. Mahasiswa diharapkan mampu menjadi fasilitator, motivator, sekaligus pendamping dalam membantu masyarakat mengembangkan usaha produktif yang berkelanjutan sesuai dengan potensi daerah masing-masing (Ardiansyah et al., 2025; Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan, 2023).

Salah satu bentuk implementasi kegiatan tersebut dilakukan oleh mahasiswa KKN di Desa Sugihen, Kecamatan Juhar, Kabupaten Karo melalui pendampingan terhadap usaha mikro produksi sabun cuci piring. Pendampingan difokuskan pada pengembangan identitas produk melalui pembuatan logo, desain stiker, label kemasan, serta perbaikan tampilan produk agar lebih menarik dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Selain itu, mahasiswa juga memberikan edukasi mengenai pentingnya branding dan strategi pemasaran sederhana kepada pelaku usaha sehingga diharapkan mampu meningkatkan profesionalisme dalam pengelolaan usaha. Pendampingan tersebut menjadi salah satu upaya untuk memperkuat daya saing produk lokal sekaligus meningkatkan peluang pemasaran produk di tingkat lokal maupun regional.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa inovasi kemasan dan branding memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan daya saing produk UMKM. Saputro et al. (2022) menjelaskan bahwa desain kemasan yang menarik mampu meningkatkan persepsi kualitas produk sehingga berdampak pada meningkatnya minat beli konsumen. Penelitian Silalahi et al. (2022) juga menunjukkan bahwa pengembangan identitas merek memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan nilai tambah produk lokal. Sementara itu, Sabrina et al. (2023) menegaskan bahwa pendampingan masyarakat berbasis pemberdayaan mampu meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara lebih profesional. Namun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada aspek pemasaran digital atau pengembangan UMKM secara umum, sedangkan penelitian yang mengkaji secara khusus kontribusi mahasiswa KKN dalam pengembangan branding produk sabun cuci piring di tingkat desa masih relatif terbatas.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan pada fokus kajian mengenai peran mahasiswa Kuliah Kerja Nyata dalam mendampingi pengembangan usaha mikro melalui inovasi branding dan pengemasan produk sabun cuci piring di Desa Sugihen, Kecamatan Juhar, Kabupaten Karo. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai bentuk pendampingan, proses implementasi, faktor pendukung dan penghambat, serta dampak yang dihasilkan terhadap perkembangan usaha mikro. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pelaku usaha mikro dalam meningkatkan daya saing produk sekaligus menjadi referensi bagi perguruan tinggi dalam merancang program pengabdian kepada masyarakat yang lebih efektif, berkelanjutan, dan berorientasi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat desa.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai peran mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) dalam mendampingi pengembangan usaha mikro melalui inovasi branding dan kemasan produk sabun cuci piring milik Ustad Yahya Sembiring di Desa Sugihen, Kecamatan Juhar, Kabupaten Karo. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggambarkan fenomena yang terjadi secara alamiah serta memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai proses pendampingan, interaksi antara mahasiswa dengan pelaku usaha, serta perubahan yang terjadi setelah pelaksanaan program KKN. Melalui desain studi kasus, penelitian difokuskan pada satu objek usaha mikro sehingga memungkinkan peneliti mengkaji proses pemberdayaan secara lebih mendalam berdasarkan kondisi nyata di lapangan.

Lokasi penelitian dilaksanakan di Desa Sugihen, Kecamatan Juhar, Kabupaten Karo, yang merupakan salah satu desa dengan potensi pengembangan usaha mikro berbasis rumah tangga. Objek penelitian adalah usaha produksi sabun cuci piring milik Ustad Yahya Sembiring yang menjadi mitra kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Subjek penelitian terdiri atas pemilik usaha sebagai informan utama, mahasiswa KKN sebagai pelaksana pendampingan, serta beberapa konsumen yang memberikan tanggapan terhadap perubahan kualitas kemasan dan identitas produk. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki keterlibatan langsung dalam proses pengembangan usaha sehingga mampu memberikan informasi yang relevan sesuai dengan tujuan penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode agar diperoleh data yang komprehensif. Pertama, observasi langsung, yaitu pengamatan terhadap kondisi awal usaha, proses produksi sabun cuci piring, sistem pengemasan, pemasaran produk, serta perubahan yang terjadi setelah dilakukan pendampingan oleh mahasiswa KKN. Observasi dilakukan secara partisipatif sehingga peneliti dapat memahami aktivitas usaha secara menyeluruh. Kedua, wawancara mendalam (in-depth interview) dilakukan kepada pemilik usaha dan mahasiswa KKN menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur. Wawancara bertujuan menggali informasi mengenai kondisi usaha sebelum dan sesudah pendampingan, kendala yang dihadapi, bentuk intervensi yang diberikan mahasiswa, serta dampaknya terhadap perkembangan usaha. Selain itu, beberapa konsumen juga diwawancarai untuk mengetahui persepsi mereka terhadap perubahan tampilan produk setelah dilakukan pengembangan branding dan kemasan. Ketiga, dokumentasi, yaitu pengumpulan berbagai dokumen pendukung seperti foto kegiatan, proses produksi, desain logo, label produk, kemasan sebelum dan sesudah pendampingan, serta catatan kegiatan mahasiswa selama pelaksanaan program KKN.

Pelaksanaan penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan yang saling berkaitan. Tahap pertama adalah persiapan (pra-lapangan), yaitu melakukan koordinasi dengan pemerintah desa, pemilik usaha, dan tim mahasiswa KKN mengenai tujuan kegiatan, jadwal pelaksanaan, serta identifikasi kebutuhan usaha yang akan didampingi. Pada tahap ini juga disusun instrumen penelitian berupa pedoman observasi, pedoman wawancara, serta format dokumentasi sebagai acuan dalam pengumpulan data.

Tahap kedua adalah pelaksanaan kegiatan di lapangan. Pada tahap ini mahasiswa KKN melakukan identifikasi terhadap permasalahan yang dihadapi pelaku usaha, kemudian memberikan pendampingan berupa perancangan identitas merek (branding), pembuatan logo usaha, desain stiker dan label kemasan, serta memberikan masukan mengenai teknik pengemasan yang lebih menarik dan informatif. Selain itu, mahasiswa juga memberikan edukasi kepada pelaku usaha mengenai pentingnya branding dalam meningkatkan daya saing produk serta strategi pemasaran sederhana yang dapat diterapkan untuk memperluas jangkauan pasar. Selama proses pendampingan, peneliti melakukan observasi terhadap interaksi yang terjadi antara mahasiswa dan pelaku usaha serta mencatat berbagai perubahan yang muncul selama kegiatan berlangsung.

Tahap ketiga adalah pengumpulan data, yang dilakukan secara berkelanjutan selama proses pendampingan berlangsung. Data diperoleh dari hasil observasi lapangan, wawancara dengan informan, serta dokumentasi kegiatan dan perkembangan produk. Seluruh data kemudian diklasifikasikan berdasarkan fokus penelitian sehingga memudahkan proses analisis.

Tahap keempat adalah analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dengan mengacu pada model Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan memilih informasi yang relevan sesuai fokus penelitian, kemudian mengelompokkan data berdasarkan tema-tema seperti kondisi awal usaha, bentuk pendampingan, perubahan branding, perubahan kemasan, serta dampak terhadap usaha mikro. Selanjutnya data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif sehingga memudahkan proses interpretasi. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan melalui proses interpretasi terhadap seluruh data yang telah dianalisis untuk menjelaskan efektivitas peran mahasiswa KKN dalam mendukung pengembangan usaha mikro.

Untuk meningkatkan keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari pemilik usaha, mahasiswa KKN, dan konsumen. Sementara itu, triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga informasi yang diperoleh dapat saling menguatkan. Selain itu, peneliti juga melakukan pengecekan kembali hasil wawancara kepada informan (member checking) untuk memastikan bahwa data yang diperoleh sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

Tahap terakhir adalah penyusunan laporan penelitian, yaitu menyusun seluruh hasil penelitian secara sistematis berdasarkan temuan di lapangan. Laporan penelitian memuat gambaran mengenai proses pendampingan, hasil pengembangan branding dan kemasan produk, faktor-faktor pendukung dan penghambat selama pelaksanaan kegiatan, serta dampak program KKN terhadap perkembangan usaha mikro. Dengan menggunakan metode penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai kontribusi mahasiswa KKN dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pengembangan usaha mikro berbasis potensi lokal, sehingga hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi pelaksanaan program pengabdian masyarakat maupun pengembangan usaha mikro di wilayah lain.

3. Hasil dan Diskusi

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sugihen, Kecamatan Juhar, Kabupaten Karo, dilakukan dengan membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha yang sudah ada agar menjadi lebih baik dan dikenal oleh masyarakat melalui digitalisasi. UMKM yang menjadi fokus kegiatan ini adalah usaha sabun cuci piring milik Ustad Yahya Sembiring, S.Pd. Proses kegiatan dimulai dengan diskusi bersama pemilik usaha untuk mendapatkan persetujuan dan kesepakatan. Setelah persetujuan diperoleh, dilanjutkan dengan proses pengembangan produk sabun cuci piring yang dilakukan bersama oleh anggota kelompok KKN dan pemilik usaha. Selanjutnya, dilakukan pengemasan produk dengan membuat desain dari kemasan tanpa merek dan penambahan label usaha yang lebih menarik dan informatif (Chindy Retika, 2023)

1. Pengembangan Kemasan Produk Sabun Cuci Piring

Pada usaha sabun cuci piring, kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk tetapi juga sebagai alat promosi yang penting. Dalam konteks pengembangan usaha mikro, kemasan yang menarik dapat meningkatkan minat beli konsumen karena produk terlihat lebih profesional dan terpercaya. Selain estetika, kemasan juga harus memberikan informasi jelas mengenai produk seperti manfaat, cara penggunaan, dan identitas usaha untuk mempermudah konsumen mengenali produk tersebut.

Tahapan pengemasan meliputi pemilihan bahan kemasan yang sesuai, pembuatan label yang informatif dan menarik, serta penyesuaian desain kemasan agar sesuai dengan karakteristik produk dan target pasar. Penelitian menyebutkan bahwa pengemasan yang baik turut mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan dapat membantu produk UMKM lebih mudah diterima serta bersaing di tingkat lokal hingga lebih luas (Mareta et al., 2023). Dengan kemasan yang inovatif, produk sabun cuci piring memiliki peluang untuk terus diproduksi dan dipasarkan secara berkelanjutan, memberikan manfaat ekonomi jangka panjang bagi pelaku usaha dan masyarakat sekitar.

2. Logo dan Stiker

Logo berfungsi sebagai simbol yang merepresentasikan merek produk dan membedakannya dari produk lain di pasaran, sedangkan stiker label berperan sebagai media informasi yang menampilkan nama merek, komposisi produk, petunjuk penggunaan, dan informasi penting lainnya. Dalam pengembangan usaha, pembuatan logo yang menarik dan stiker yang informatif dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan memperkuat branding usaha (Salsabila Al Husna, 2024).

Proses pembuatan logo dan stiker ini melibatkan tahap diskusi dengan pelaku usaha untuk memahami karakteristik produk dan nilai yang ingin ditonjolkan. Desain logo harus sederhana namun mudah diingat, sementara stiker label kemasan dirancang agar selaras dengan tema dan fungsi produk, serta menarik secara visual. Ini termasuk pemilihan warna, font, dan elemen grafis yang mendukung citra produk. Pendampingan mahasiswa KKN dalam pembuatan logo dan stiker ini membantu pelaku usaha mikro untuk memiliki identitas produk yang profesional dan kompetitif (Latasya, 2025).

Pembuatan logo dalam pengembangan usaha sabun cuci piring ini dibantu oleh tim divisi PDD. Tim tersebut membantu merancang desain logo yang sesuai dengan karakter produk dan nilai usaha, sehingga dapat memperkuat identitas visual merek dan meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Peran tim divisi PDD sangat penting dalam menghasilkan logo yang profesional dan efektif sebagai alat branding bagi usaha mikro ini, sesuai dengan praktik yang umum dilakukan di berbagai proyek pengembangan UMKM dengan dukungan tim desain khusus (Rifyal et al, 2024).



Gambar 1. Desain Logo dan Stiker

3. Labelisasi Kemasan

Labelisasi kemasan merupakan tahap penting dalam pengembangan produk karena secara langsung berkontribusi pada peningkatan daya tarik dan profesionalisme produk di pasar. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa KKN membantu pelaku usaha mikro untuk membuat dan menempelkan label yang mencakup identitas usaha, logo, komposisi bahan, serta informasi penggunaan produk yang jelas dan informatif.

Proses labelisasi ini sangat relevan dengan tujuan penelitian yaitu meningkatkan kualitas kemasan sebagai alat pemasaran dan branding. Label yang dirancang rapi dan informatif memudahkan konsumen dalam mengenali produk dan memahami manfaat serta cara penggunaan sabun cuci piring. Dengan demikian, label tidak hanya berfungsi sebagai media informasi tapi juga sebagai alat promosi yang efektif mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pendampingan mahasiswa dalam pembuatan dan penempelan label ini membantu usaha mikro menjadi lebih kompetitif dan mampu bersaing di pasar lokal maupun lebih luas.

Penelitian juga menunjukkan bahwa labelisasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk, sehingga memberikan kontribusi signifikan pada pengembangan usaha mikro yang berkelanjutan di Desa Sugihen. Hal ini mendukung pemahaman bahwa pengembangan kemasan dan branding melalui labelisasi adalah bagian integral dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui program KKN. Oleh karena itu, subbab ini menggarisbawahi peranan strategis labelisasi kemasan sebagai bagian dari upaya peningkatan nilai jual produk sabun cuci piring yang menjadi fokus utama penelitian ini.



Gambar 2. Peserta KKN Desa Sugihen dan Pemilik Usaha melakukan proses Labelling



Gambar 3. Produk Sabun Cuci Piring yang sudah di Labelling

4. Pemberdayaan Pelaku UMKM Melalui Pendampingan

Program KKN ini menekankan pentingnya pendampingan berkelanjutan bagi pelaku UMKM. Pendampingan ini dilakukan untuk memastikan bahwa ilmu yang telah diajarkan dapat diterapkan secara efektif dalam praktik sehari-hari. Hasil dari pendampingan menunjukkan bahwa para pelaku UMKM merasa lebih percaya diri dalam menjalankan usaha mereka setelah mendapatkan bimbingan langsung dari mahasiswa KKN.

Pendampingan yang dilakukan meliputi kunjungan ke tempat usaha peserta untuk memberikan masukan dan mengevaluasi penerapan teknik yang telah diajarkan. Dalam beberapa kasus, mahasiswa KKN memberikan solusi praktis bagi masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM, seperti cara mengefisienkan produksi, menekan biaya operasional, serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Dengan adanya pendampingan ini, terjadi peningkatan efisiensi dalam proses produksi dan distribusi produk di beberapa UMKM (Myrna Pratiwi Nasution, 2025).

Namun, tantangan yang dihadapi selama proses pendampingan adalah keterbatasan waktu. Mengingat program KKN ini berlangsung dalam jangka waktu yang terbatas, tidak semua pelaku UMKM mendapatkan pendampingan yang optimal. Oleh karena itu, di masa mendatang, disarankan agar program KKN dilanjutkan dengan kerja sama yang lebih intensif antara pihak universitas dan pemerintah desa, agar pendampingan bagi pelaku UMKM dapat berkelanjutan dan menghasilkan dampak yang lebih signifikan (Fany, 2024).

5. Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan

Faktor pendukung utama dalam keberhasilan kegiatan pengembangan UMKM di Desa Sugihen adalah keterlibatan langsung pemilik usaha, dalam hal ini, toko masyarakat yang juga sebagai pemilik usaha sendiri. Keterlibatan aktif mereka dalam proses pengembangan produk seperti pembuatan kemasan, penambahan label, dan penyusunan strategi pemasaran sangat berpengaruh positif karena mereka memahami karakteristik produk serta kebutuhan pasar secara langsung. Keikutsertaan pemilik usaha dalam setiap tahapan pelaksanaan memberi mereka rasa kepemilikan dan meningkatkan komitmen terhadap keberhasilan usaha yang sedang dikembangkan. Hal ini sejalan dengan teori bahwa keterlibatan langsung pelaku usaha mempercepat adaptasi dan penerimaan terhadap perubahan yang dilakukan (R.Usman Rery, 2022).

Di sisi lain, hambatan utama yang perlu diatasi adalah keterbatasan akses terhadap teknologi digital dan sumber daya manusia yang memadai di bidang pemasaran digital. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam pemanfaatan teknologi informasi menjadi penghambat utama dalam menerapkan digitalisasi usaha secara maksimal, sehingga perlu adanya pelatihan lanjutan dan pendampingan yang berkelanjutan. Selain itu, tantangan lain muncul dari faktor eksternal seperti fluktuasi pasar dan persaingan yang semakin ketat, yang menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk agar tetap kompetitif.

Secara keseluruhan, faktor keberhasilan ini menunjukkan bahwa keterlibatan intensif pemilik usaha sendiri sebagai pelaku utama sangat penting dan menjadi pilar utama dalam proses pengembangan UMKM. Dukungan lingkungan sosial serta peran pemerintah dalam menyediakan fasilitas dan pelatihan teknologi juga memperkuat peluang keberhasilan kegiatan pengembangan usaha mikro ini. Kombinasi faktor internal dan eksternal tersebut dapat memicu pertumbuhan usaha yang berkelanjutan dan memberi manfaat jangka panjang bagi masyarakat desa (Banta Diman, 2025).

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa peran mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) dalam pengembangan produk sabun cuci piring sebagai usaha mikro di Desa Sugihen, Kecamatan Juhar, Kabupaten Karo memberikan kontribusi yang sangat signifikan terhadap peningkatan kapasitas pelaku usaha dan kualitas produk yang dihasilkan. Pendampingan yang dilakukan tidak hanya berfokus pada aspek fisik produk, tetapi juga mencakup penguatan identitas merek (branding), perancangan logo, pembuatan stiker dan label kemasan, serta pemberian edukasi mengenai pentingnya pengemasan yang menarik sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing produk. Inovasi tersebut mampu memberikan nilai tambah sehingga produk memiliki tampilan yang lebih profesional, mudah dikenali oleh konsumen, serta mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas produk yang dipasarkan. Selain meningkatkan kualitas visual produk, kegiatan pendampingan juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan wawasan dan keterampilan pelaku usaha dalam mengelola usahanya secara lebih terstruktur dan berorientasi pada keberlanjutan. Pelaku usaha mulai memahami pentingnya identitas produk, kualitas kemasan, dan strategi pemasaran sebagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, usaha mikro yang sebelumnya hanya berorientasi pada proses produksi mulai berkembang menuju pengelolaan usaha yang lebih profesional dan memiliki peluang untuk memperluas jangkauan pemasaran, baik di lingkungan lokal maupun melalui pemanfaatan media digital di masa mendatang. Keberhasilan program pendampingan ini didukung oleh tingginya partisipasi dan keterbukaan pemilik usaha dalam menerima masukan, kerja sama yang baik antara mahasiswa KKN dengan masyarakat, serta adanya komitmen bersama untuk mengembangkan usaha mikro sebagai salah satu sumber peningkatan pendapatan keluarga. Namun demikian, penelitian juga menemukan beberapa kendala, terutama keterbatasan akses terhadap teknologi digital, rendahnya literasi pemasaran digital, serta keterbatasan sumber daya dalam mengembangkan promosi secara lebih luas. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan usaha mikro memerlukan pendampingan yang berkelanjutan dan sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, pemerintah daerah, serta pihak-pihak terkait lainnya agar hasil yang telah dicapai dapat terus berkembang.

Referensi

1. Ardiansyah, M. D., Pangestu, R. A., & Purnamasari, L. (2025). Pengembangan kewirausahaan desa melalui pendampingan digitalisasi dan pemasaran produk UMKM. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 109–118.
2. Banta Diman, I. F. (2025). Pemberdayaan ekonomi gampong melalui penguatan UMKM dan inovasi produk sabun pencuci piring di Desa Seunaloh, Kecamatan Blangpidie, Kabupaten Aceh Barat Daya. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 50–54.
3. Chindy Retika, R. E. (2023). Pemanfaatan limbah kulit nenas untuk pembuatan produk sabun cuci piring dan pengembangan UMKM di Desa Sungai Pinang. *Jurnal Pengabdian Inovasi dan Teknologi kepada Masyarakat*, 3(2), 22–26.
4. Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan. (2023). *Panduan pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata*. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9596>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

5. Fany, N. T. (2024). Meningkatkan ekonomi keluarga dalam UMKM rumah tangga melalui pengolahan sabun cuci piring bagi masyarakat Desa Besar II Terjun. *Alkhidmah: Jurnal Pengabdian dan Kemitraan Masyarakat*, 2(4), 137–147.
6. Hayati, S., Nurbaiti, S., Julianis, E., Aldama, A., Alhafisht Amdila, R., Amelia, C., ... & Adam, A. (2023). Pendampingan kelompok Kampung KB dalam produksi sabun cuci piring melalui strategi pengemasan ulang dan pemberian logo produk. *Jdistira*, 3(2), 174–180.
7. Kaab, R., Yasmin, F. A., Sabila, F. N., Ilmi, V. G., Triana, E. E., Faturahman, S. A., ... & Muhammad, D. W. (2024). Pengembangan perekonomian masyarakat Bandaran melalui program kerja branding UMKM sabun cuci piring. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 7(1).
8. Keller, K. L. (2023). *Strategic brand management* (5th ed.). Pearson.
9. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2024). *Perkembangan data UMKM Indonesia tahun 2024*. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
10. Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
11. Latasya, B. (2025). Perancangan logo usaha UMKM Mila Berkah Laundry sebagai upaya meningkatkan *brand identity* dari usaha tersebut. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 10(5), 5428–5446.
12. Mareta, N., Bakri, M. B., Mahira, T. I., Permadi, G., Dewi, C. N. K., Elman, D. A., ... & Wulandari, A. D. (2023). Pengembangan UMKM sabun cuci piring “Mama Meudhen” melalui KKN Melayu Serumpun di Aceh Jaya. *Jurnal Riset dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 65–76.
13. Saputro, Y. A., Fadillah, N., & Khanifah, N. (2022). Pelatihan pembuatan sabun cuci piring dari minyak jelantah sebagai upaya pemanfaatan limbah UMKM tahu walik pasca pandemi COVID-19. *Society: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 234–240.
14. Salsabila Al Husna, M. J. (2024). Evaluasi penerapan *Good Manufacturing Practices* produk minuman botanikal jahe siap minum di PT XYZ. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Sains dan Teknologi*, 9(3), 240–251.
15. Silalahi, E., Emaputra, A., & Parwati, C. I. (2022). Analisis pengendalian kualitas produk sabun cuci piring menggunakan metode *Six Sigma* dan *Kaizen* di CV Master Multi Jaya. *Prosiding SNAST*, C66–C76.