



Meningkatkan Ekonomi Keluarga Dalam UMKM Rumah Tangga Melalui Pengolahan Sabun Cuci Piring Bagi Masyarakat Desa Besar II Terjun

Improving Family Economy in Household MSMEs Through Dishwashing Soap Processing for the People of Besar II Terjun Village

Nicole Theo Fany

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

Email: thEOFANYNICOLE@gmail.com

Article History:

Received: Agustus 12, 2024;

Revised: September 18, 2024;

Accepted: Oktober 15, 2024;

Online Available: Oktober 30, 2024;

Keywords: Economy, Soap Processing, UMKM.

Abstract. *The Independent Community Service Program (KKN) implemented in Desa Besar II Terjun, Pantai Cermin District, Serdang Bedagai Regency, aims to increase the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through product and marketing innovation. This program focuses on developing MSME products, such as making dishwashing soap, as well as introducing simple marketing techniques, such as using logos and banners for product branding. The method used in this program is a participatory approach, which involves the community in outreach activities, training, and direct mentoring. The results of this activity show that the participating MSMEs are able to apply the product innovations taught, such as developing variations of dishwashing soap products with more attractive packaging. In addition, marketing training increases MSME awareness of the importance of branding in attracting consumer attention, as evidenced by the increase in sales of several products after the use of logos and banners. However, several challenges are still faced, especially in terms of limited access to raw materials and mastery of digital marketing techniques. This program has a positive impact on the development of MSMEs in Desa Besar II Terjun, although there are time constraints in implementation and mentoring. Therefore, further assistance and collaboration with the local government are needed to ensure the sustainability of the results achieved. This activity is also a learning tool for students in applying knowledge to real situations in society.*

Abstrak

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mandiri yang dilaksanakan di Desa Besar II Terjun, Kecamatan Pantai Cermin, Kabupaten Serdang Bedagai, bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui inovasi produk dan pemasaran. Program ini difokuskan pada pengembangan produk UMKM, seperti pembuatan sabun cuci piring, serta pengenalan teknik pemasaran sederhana, seperti penggunaan logo dan spanduk untuk branding produk. Metode yang digunakan dalam program ini adalah pendekatan partisipatif, yang melibatkan masyarakat dalam kegiatan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan secara langsung. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa para pelaku UMKM yang berpartisipasi mampu menerapkan inovasi produk yang diajarkan, seperti pengembangan variasi produk sabun cuci piring dengan kemasan lebih menarik. Selain itu, pelatihan pemasaran meningkatkan kesadaran pelaku UMKM tentang pentingnya branding dalam menarik perhatian konsumen, yang terbukti dengan peningkatan penjualan beberapa produk setelah penggunaan logo dan spanduk. Namun, beberapa tantangan masih dihadapi, terutama dalam hal keterbatasan akses bahan baku dan penguasaan teknik pemasaran digital. Program ini memberikan dampak positif terhadap pengembangan UMKM di Desa Besar II Terjun, meskipun terdapat keterbatasan waktu dalam pelaksanaan dan pendampingan. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan dan kolaborasi dengan pemerintah setempat untuk memastikan keberlanjutan hasil yang dicapai. Kegiatan ini juga menjadi sarana pembelajaran bagi mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan ke dalam situasi nyata di masyarakat.

Kata Kunci: Ekonomi, Pengolahan Sabun, UMKM.

1. PENDAHULUAN

Pengabdian masyarakat adalah salah satu pilar Tri Dharma Perguruan Tinggi yang harus dilaksanakan oleh setiap mahasiswa sebagai bentuk kontribusi nyata terhadap kemajuan dan kesejahteraan masyarakat. Salah satu bentuk pengabdian ini adalah melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN), yang merupakan program pengabdian mahasiswa kepada masyarakat di lokasi tertentu dengan memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama masa studi. Program KKN ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat, tetapi juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk belajar dari masyarakat dan mengembangkan soft skills, seperti keterampilan komunikasi, kolaborasi, serta manajemen proyek.

Dalam konteks ini, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) melalui program KKN Mandiri, mengirimkan mahasiswanya untuk melaksanakan program pengabdian masyarakat di berbagai daerah, termasuk di Desa Besar II Terjun, Kecamatan Pantai Cermin, Kabupaten Serdang Bedagai. Program KKN ini berfokus pada pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai motor penggerak ekonomi lokal. Penguatan sektor UMKM dipilih sebagai tema sentral dalam KKN karena UMKM merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki peran strategis dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di tingkat desa.

Di Desa Besar II Terjun, UMKM merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan ekonomi masyarakat. Namun, meskipun UMKM memiliki potensi besar untuk meningkatkan pendapatan keluarga, banyak pelaku UMKM di desa ini masih menghadapi tantangan besar, terutama dalam hal inovasi produk dan pemasaran. Kurangnya inovasi dalam produk yang dihasilkan dan minimnya pengetahuan mengenai teknik pemasaran yang efektif sering kali menjadi faktor penghambat bagi pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, program KKN yang dilaksanakan di Desa Besar II Terjun ini difokuskan pada upaya meningkatkan kapasitas para pelaku UMKM, khususnya dalam hal inovasi produk dan pemasaran.

Penulis sebagai salah satu mahasiswa yang terlibat dalam KKN Mandiri ini melihat pentingnya memberikan pelatihan kepada masyarakat terkait dengan inovasi produk dan pemasaran. Inovasi produk sangat diperlukan untuk menjaga daya saing dan keberlanjutan usaha dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Sementara itu, pemasaran yang efektif dibutuhkan agar produk yang telah dikembangkan dapat dikenal luas dan diminati oleh konsumen. Dengan demikian, pelatihan dan pendampingan yang diberikan

selama pelaksanaan KKN diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan bagi pengembangan UMKM di Desa Besar II Terjun.

Melalui pendekatan berbasis partisipasi masyarakat, kegiatan KKN ini melibatkan para pelaku UMKM secara aktif dalam setiap tahapan pelaksanaan program. Penulis tidak hanya memberikan teori, tetapi juga mendampingi para pelaku UMKM dalam praktik langsung, seperti demonstrasi pembuatan sabun cuci piring dan kue tradisional, serta penerapan strategi pemasaran sederhana melalui penggunaan logo dan spanduk sebagai identitas usaha. Pendampingan ini dilakukan dengan harapan agar para pelaku UMKM dapat terus mengembangkan usaha mereka secara mandiri setelah program KKN selesai.

Selain itu, program ini juga melibatkan kolaborasi dengan pemerintah desa dan tokoh masyarakat setempat. Dukungan dari pemerintah desa dalam hal perizinan dan fasilitasi tempat pelatihan sangat membantu kelancaran pelaksanaan program. Sementara itu, keterlibatan tokoh masyarakat memberikan motivasi tambahan bagi para pelaku UMKM untuk terlibat aktif dalam kegiatan ini. Secara keseluruhan, program KKN ini tidak hanya berfokus pada aspek peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga membangun jejaring sosial dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya kolaborasi dalam mencapai tujuan bersama.

Dengan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara rinci pelaksanaan program KKN di Desa Besar II Terjun serta mengevaluasi dampaknya terhadap peningkatan kemampuan inovasi produk dan pemasaran para pelaku UMKM. Artikel ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi program-program pengabdian masyarakat lainnya yang bertujuan untuk memperkuat sektor UMKM di pedesaan. Selain itu, hasil dari program ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan ekonomi di era digital yang semakin kompleks.

Melalui pelaksanaan KKN Mandiri ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pemberdayaan masyarakat, khususnya dalam meningkatkan ekonomi keluarga melalui pengembangan UMKM. Program ini juga menjadi sarana pembelajaran bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah ke dalam situasi nyata, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat. Sebagai kesimpulan, pengabdian masyarakat melalui KKN bukan hanya tentang membantu masyarakat, tetapi juga tentang pembelajaran dua arah yang saling memberikan manfaat antara mahasiswa dan masyarakat.

2. METODE

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan masyarakat setempat, terutama para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Besar II Terjun. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mandiri ini mengedepankan metode intervensi langsung melalui penyuluhan, pelatihan, dan praktik lapangan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam aspek inovasi produk dan pemasaran. Berikut ini adalah tahapan metode yang diterapkan selama program berlangsung.

Tahap pertama dari pelaksanaan kegiatan ini adalah identifikasi permasalahan yang ada di masyarakat, khususnya dalam sektor UMKM. Sebelum memulai kegiatan utama, dilakukan survei awal untuk mengidentifikasi kondisi UMKM di Desa Besar II Terjun. Survei ini bertujuan untuk mendapatkan data terkait jumlah UMKM yang aktif, jenis usaha yang dijalankan, serta tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya. Identifikasi permasalahan dilakukan melalui wawancara langsung dengan pelaku UMKM dan tokoh masyarakat setempat. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM di desa ini menghadapi masalah terkait inovasi produk yang kurang variatif serta teknik pemasaran yang belum maksimal.

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tahap kedua adalah perencanaan program kerja yang disusun sesuai dengan kebutuhan dan kondisi masyarakat. Program kerja difokuskan pada dua hal utama, yaitu inovasi produk dan pemasaran produk. Inovasi produk bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan keberagaman produk yang dihasilkan oleh UMKM, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk di pasar. Sementara itu, pemasaran produk difokuskan pada penggunaan media promosi sederhana, seperti spanduk dan logo, untuk memperkuat branding usaha. Perencanaan ini melibatkan diskusi dengan perangkat desa dan pelaku UMKM untuk memastikan program yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi nyata di lapangan.

Tahap ketiga adalah pelaksanaan kegiatan yang dilakukan melalui serangkaian penyuluhan dan pelatihan langsung di lokasi UMKM. Pelatihan dilakukan secara tatap muka dengan metode demonstrasi dan praktik langsung. Salah satu kegiatan yang dilakukan adalah pelatihan pembuatan sabun cuci piring yang difokuskan pada inovasi produk. Para pelaku UMKM diberikan pemahaman mengenai pentingnya inovasi produk untuk meningkatkan keberlangsungan usaha mereka. Selain itu, peserta pelatihan juga diajak untuk mempraktikkan langsung pembuatan sabun cuci piring, mulai dari persiapan bahan, proses produksi, hingga pengemasan produk. Pendekatan ini dipilih karena lebih efektif

dalam memberikan pemahaman yang mendalam kepada para peserta, dibandingkan dengan penyampaian materi secara teori semata.

Di samping pelatihan inovasi produk, dilakukan pula pelatihan pemasaran produk, di mana para pelaku UMKM diberikan edukasi tentang pentingnya pemasaran yang baik. Dalam hal ini, difokuskan pada pembuatan logo dan penggunaan spanduk sebagai media promosi. Pelaku UMKM diajari bagaimana cara membuat logo yang menarik dan mudah diingat oleh konsumen, serta bagaimana mendesain spanduk yang efektif untuk menarik perhatian. Selain itu, pelaku UMKM juga diberikan tips tentang cara mengemas produk mereka secara lebih menarik dan profesional agar dapat bersaing di pasar yang lebih luas. Kegiatan pelatihan ini dilakukan secara bertahap dan diikuti oleh para pelaku UMKM di Desa Besar II Terjun.

Tahap keempat dalam metode ini adalah monitoring dan evaluasi yang dilakukan secara berkala selama pelaksanaan kegiatan KKN. Monitoring dilakukan dengan cara mengunjungi kembali pelaku UMKM yang telah mengikuti pelatihan untuk mengevaluasi sejauh mana mereka mampu mengaplikasikan ilmu yang telah diberikan dalam kegiatan sehari-hari. Evaluasi juga dilakukan melalui wawancara dengan para pelaku UMKM mengenai kendala yang mereka hadapi dalam mengimplementasikan inovasi produk dan teknik pemasaran yang telah diajarkan. Hasil monitoring ini digunakan untuk memberikan bimbingan lanjutan bagi UMKM yang memerlukan pendampingan tambahan dalam proses pengembangan usahanya.

Selama proses pelaksanaan kegiatan, metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif, di mana masyarakat dan pelaku UMKM dilibatkan secara aktif dalam setiap tahap program. Pendekatan ini memungkinkan para pelaku UMKM untuk tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga berperan aktif dalam merencanakan dan melaksanakan kegiatan. Dengan cara ini, diharapkan terjadi transfer pengetahuan yang lebih efektif dan UMKM dapat mandiri dalam menjalankan usahanya setelah program KKN selesai.

Pada akhir kegiatan, dilakukan refleksi dan dokumentasi untuk mencatat capaian dan kendala yang dihadapi selama program. Dokumentasi berupa laporan tertulis dan foto-foto kegiatan digunakan sebagai bahan evaluasi dan pembelajaran bagi pelaksanaan program pengabdian berikutnya. Refleksi dilakukan bersama dengan pihak desa dan para pelaku UMKM untuk mendapatkan masukan dan saran terkait pengembangan program di masa yang akan datang.

Dengan metode yang telah dirancang dan diterapkan secara sistematis ini, diharapkan program KKN Mandiri di Desa Besar II Terjun dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM. Selain itu, metode ini juga memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengasah kemampuan dalam memecahkan masalah nyata di lapangan dan belajar bekerja sama dengan masyarakat dalam konteks pengabdian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mandiri yang dilaksanakan di Desa Besar II Terjun oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara bertujuan untuk meningkatkan kemampuan inovasi produk dan pemasaran bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kegiatan ini mencakup pelatihan inovasi produk, pemasaran, dan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM. Selama pelaksanaan program, berbagai hasil yang signifikan telah dicapai, yang kemudian dianalisis dalam pembahasan berikut.

1.) Hasil Kegiatan Pelatihan Inovasi Produk

Salah satu fokus utama dalam kegiatan KKN ini adalah meningkatkan kemampuan inovasi produk para pelaku UMKM, terutama dalam pembuatan sabun cuci piring dan produk lokal khas lainnya. Melalui pelatihan yang diberikan, para peserta diperkenalkan pada bahan-bahan yang dapat digunakan untuk pembuatan sabun cuci piring, teknik pembuatan, serta cara pengemasan yang lebih menarik. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM yang berpartisipasi mampu mempraktikkan dengan baik teknik pembuatan sabun cuci piring yang telah diajarkan.

Dalam sesi pelatihan, peserta diberikan pemahaman bahwa inovasi produk bukan hanya tentang menghasilkan sesuatu yang baru, tetapi juga tentang meningkatkan kualitas dan keberagaman produk yang sudah ada. Setelah mengikuti pelatihan, beberapa peserta mencoba membuat variasi sabun dengan aroma yang berbeda serta variasi kemasan yang lebih modern. Hasil ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai memahami pentingnya inovasi dalam mempertahankan daya tarik produk di pasar.

Namun, salah satu tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah keterbatasan akses terhadap bahan baku berkualitas tinggi. Beberapa peserta melaporkan bahwa mereka kesulitan mendapatkan bahan baku yang terjangkau namun

berkualitas, yang diperlukan untuk membuat produk yang inovatif. Oleh karena itu, dalam pembahasan ini, perlu disoroti pentingnya kolaborasi antara pemerintah desa, penyedia bahan baku, dan pelaku UMKM untuk memastikan keberlanjutan inovasi produk yang telah diajarkan.

2.) Hasil Kegiatan Pelatihan Pemasaran

Selain inovasi produk, pemasaran adalah aspek penting yang dibahas dalam program KKN ini. Pelaku UMKM sering kali menghadapi kesulitan dalam memasarkan produk mereka, baik secara lokal maupun online. Oleh karena itu, pelatihan pemasaran yang diberikan berfokus pada strategi pemasaran sederhana namun efektif, seperti penggunaan logo, spanduk, dan branding produk. Salah satu kegiatan yang dilakukan adalah mendesain logo yang mencerminkan identitas bisnis masing-masing UMKM, serta cara membuat spanduk yang menarik dan mudah dikenali oleh konsumen.

Hasil dari pelatihan pemasaran ini menunjukkan perubahan signifikan dalam cara pelaku UMKM mempromosikan produk mereka. Beberapa UMKM yang sebelumnya tidak memiliki logo dan spanduk mulai menggunakan kedua elemen tersebut untuk memperkenalkan produk mereka kepada pasar lokal. Selain itu, para pelaku UMKM juga mendapatkan pemahaman tentang pentingnya strategi pemasaran digital, seperti memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Meskipun mayoritas pelaku UMKM masih menggunakan metode pemasaran tradisional, kesadaran akan potensi pemasaran digital mulai tumbuh di kalangan peserta.

Salah satu peserta melaporkan bahwa setelah menggunakan logo dan spanduk yang didesain dalam pelatihan, terjadi peningkatan penjualan produk mereka. Hal ini membuktikan bahwa branding yang baik dapat memberikan dampak positif terhadap citra usaha dan menarik lebih banyak konsumen. Namun, sebagian pelaku UMKM masih perlu bimbingan lebih lanjut terkait teknik pemasaran digital, mengingat banyak dari mereka yang masih belum sepenuhnya menguasai penggunaan platform media sosial untuk tujuan bisnis.

3.) Pemberdayaan Pelaku UMKM melalui Pendampingan

Selain pelatihan teknis, program KKN ini juga 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.

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.

4.) Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan

Selama pelaksanaan program KKN, terdapat beberapa faktor pendukung yang memberikan kontribusi positif terhadap kelancaran kegiatan. Salah satu faktor pendukung utama adalah keterlibatan aktif pemerintah desa dan tokoh masyarakat setempat. Dukungan dari Kepala Desa Besar II Terjun sangat membantu dalam hal perizinan dan penyediaan fasilitas tempat pelatihan. Selain itu, antusiasme masyarakat juga menjadi salah satu faktor yang mendorong keberhasilan kegiatan ini. Masyarakat menyambut baik kehadiran mahasiswa KKN dan bersedia berpartisipasi aktif dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan.

Namun, di sisi lain, terdapat pula beberapa faktor penghambat yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah keterbatasan waktu dan sumber daya yang dimiliki oleh mahasiswa KKN. Program KKN yang berlangsung selama beberapa minggu dinilai tidak cukup untuk memberikan dampak jangka panjang yang signifikan, terutama dalam hal pendampingan pelaku UMKM. Selain itu, faktor internal seperti kurangnya motivasi dari beberapa peserta pelatihan juga menjadi kendala. Beberapa pelaku UMKM belum sepenuhnya terbuka terhadap perubahan dan inovasi, sehingga mempengaruhi efektivitas pelatihan yang diberikan.

5.) Dampak Program KKN terhadap Masyarakat

Secara keseluruhan, program KKN ini telah memberikan dampak positif terhadap masyarakat Desa Besar II Terjun, khususnya bagi para pelaku UMKM. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan, para pelaku UMKM kini memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya inovasi produk dan pemasaran yang efektif. Beberapa UMKM telah mengalami peningkatan penjualan setelah menerapkan ilmu yang didapatkan dari pelatihan.

Selain dampak langsung terhadap UMKM, program KKN ini juga memberikan dampak sosial yang positif bagi masyarakat secara umum. Kehadiran mahasiswa KKN di Desa Besar II Terjun telah mempererat hubungan antara universitas dengan masyarakat setempat. Masyarakat merasa senang dengan kehadiran mahasiswa yang tidak hanya membantu mengembangkan UMKM, tetapi juga terlibat dalam berbagai kegiatan sosial, seperti gotong royong dan peringatan Hari Kemerdekaan. Hal ini menunjukkan bahwa program KKN tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga memperkuat ikatan sosial antara mahasiswa dan masyarakat.

4. KESIMPULAN

Dari program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan di Desa Besar II Terjun menunjukkan bahwa program ini berhasil meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam hal inovasi produk dan pemasaran, terutama melalui pelatihan pembuatan sabun cuci piring serta pengenalan strategi branding sederhana seperti penggunaan logo dan spanduk. Meskipun terdapat beberapa tantangan, seperti keterbatasan akses bahan baku dan kurangnya penguasaan pemasaran digital, program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM. Pendampingan langsung dan keterlibatan aktif masyarakat serta dukungan pemerintah desa juga berkontribusi dalam pencapaian keberhasilan program ini.

5. PENGAKUAN

Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan dan penyusunan laporan ini. Terutama kepada kedua orang tua, Ayahanda Almarhum Azman dan Ibunda Sri Rona Dewi, yang telah memberikan motivasi dan doa serta menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada saudara-saudara kandung yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama pelaksanaan KKN ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang tulus kepada Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP., Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, yang telah memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk melaksanakan program KKN Mandiri ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Assoc. Prof. Dr. H. Muhammad Qorib, MA., Dekan Fakultas Agama Islam, dan Bapak Assoc. Prof. Dr. Zailani, MA., Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, atas bimbingan dan arahnya selama kegiatan ini berlangsung.

Terima kasih yang sebesar-besarnya juga ditujukan kepada Ibu Zuliana, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang selalu memberikan bimbingan dan nasihat selama pelaksanaan KKN, serta kepada Bapak Sulaimansyah, Kepala Desa Besar II Terjun, yang telah menerima penulis dengan baik dan memberikan izin serta dukungan penuh dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan di desa tersebut. Tidak lupa, terima kasih kepada seluruh jajaran pemerintahan Desa Besar II Terjun dan masyarakat yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan KKN ini, serta teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama pelaksanaan kegiatan ini.

6. DAFTAR REFERENSI

- Blank, S., & Dorf, B. (2012). *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. K&S Ranch Press.
- Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (2015). *Contemporary marketing (17th ed.)*. Cengage Learning.
- Cravens, D. W., & Piercy, N. (2012). *Strategic marketing*. McGraw-Hill Education.
- Day, G. S. (1994). The capabilities of market-driven organizations. *Journal of Marketing*, 58(4), 37-52.
- Drucker, P. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
- Jobber, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Principles and practice of marketing (8th ed.)*. McGraw-Hill.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management (4th ed.)*. Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing (17th ed.)*. Pearson.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2016). *MKTG: Principles of marketing*. Cengage Learning.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). *The future of competition: Co-creating unique value with customers*. Harvard Business School Press.

- Roper, S., & Hewitt-Dundas, N. (2008). Innovation, networks and the diffusion of manufacturing best practice: A comparison of Northern Ireland and the Republic of Ireland. *Research Policy*, 37(2), 294-308.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.
- Shimp, T. A. (2010). *Advertising promotion and other aspects of integrated marketing communications* (8th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (12th ed.). Pearson.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2013). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (6th ed.). McGraw-Hill.