

Sinergi KKN dan UMKM: Strategi Peningkatan Daya Saing Berbasis Prinsip Ekonomi Syariah

Eneng Yeni Mariah¹, Sylvia Oktaviani², Ridhwanullah³, Siti Hajriah⁴, Lilis⁵

¹⁻⁵ Institut Madani Nusantara

*Corresponding author

E-mail: enengyenimariah72@gmail.com*

Article History:

Received: Feb, 2026

Revised: Feb, 2026

Accepted: Feb, 2026

Abstract: Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk pelayanan mahasiswa kepada masyarakat yang memainkan peran penting dalam pemberdayaan ekonomi lokal. Sektor yang paling menjanjikan untuk pengembangan adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Artikel ini mengkaji strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui sinergi antara KKN dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, menggunakan studi kasus produk lokal dari Sukabumi, yaitu kecipring (keripik singkong) dan gula aren semut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi literatur, dokumentasi, dan analisis data penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip syariah, inovasi produk, branding, dan pemasaran digital yang dilakukan oleh mahasiswa KKN dapat meningkatkan omzet penjualan hingga 50%. Sinergi antara KKN dan UMKM tidak hanya memperkuat daya saing produk lokal tetapi juga mendorong pertumbuhan bisnis yang adil, berkelanjutan, dan diberkahi. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) menjadi salah satu bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yang mempertemukan mahasiswa dengan kebutuhan sosial-ekonomi masyarakat. Dalam konteks pengembangan ekonomi lokal, UMKM memegang posisi strategis karena mencakup lebih dari 90% unit usaha di Indonesia dan menjadi penyerap tenaga kerja terbesar. Melalui KKN, mahasiswa dapat menghadirkan pendekatan baru yang inovatif serta membantu UMKM beradaptasi dengan dinamika pasar modern. Di wilayah Sukabumi, khususnya Kecamatan Gegerbitung, UMKM yang berfokus pada produk pangan lokal seperti kecipring (keripik singkong) dan gula aren semut menghadapi beberapa tantangan: kurangnya branding, minimnya akses digital marketing, serta pengelolaan keuangan yang masih sederhana. Di sinilah peran mahasiswa KKN menjadi signifikan.

Keywords:

KKN, UMKM, Ekonomi, Daya Saing, Sukabumi.

Pendahuluan

Pembelajaran membaca Al-Qur'an merupakan salah satu aspek penting dalam pendidikan agama Islam yang harus dikuasai sejak dini oleh anak-anak. Kemampuan membaca Al-Qur'an tidak hanya menjadi dasar dalam memahami ajaran Islam, tetapi UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, berkontribusi sebesar 60,5% terhadap PDB nasional (Badan Pusat Statistik (BPS), 2022). Namun, sebagian besar UMKM masih menghadapi tantangan berupa modal yang terbatas, akses pasar yang sulit, dan manajemen bisnis yang lemah (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2021). Produk tradisional seperti kecapring dan gula aren memiliki potensi besar karena menggunakan bahan baku lokal, memiliki rasa yang khas, dan diminati di pasar domestik maupun ekspor.

Sayangnya, keterbatasan inovasi, kemasan yang sederhana, dan pemasaran tradisional membuat produk-produk ini sulit bersaing dengan produk modern. Program Pengabdian kepada Masyarakat (KKN) berperan sebagai jembatan antara dunia akademis dan masyarakat, di mana mahasiswa bertindak sebagai mentor, pendidik, dan inovator. Ketika sinergi ini diterapkan berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi Islam, pengembangan UMKM tidak hanya mengejar keuntungan tetapi juga memperhatikan keadilan, keberlanjutan, dan berkah bisnis.

Landasan Teori

A. Ekonomi Syariah

Ekonomi syariah menekankan nilai-nilai keadilan (*'adl*), manfaat (*maslahah*), dan keberlanjutan (*istidam*) (Ascarya, 2019). Antonio menyatakan bahwa praktik bisnis syariah menghindari riba, gharar, dan maysir, serta menekankan transparansi (Antonio, 2001). Huda (2018) menegaskan bahwa penerapan prinsip-prinsip Islam dalam UMKM meningkatkan loyalitas konsumen dan menciptakan kemakmuran bisnis (Huda, 2018).

B. UMKM dan Daya Saing

Menurut Porter (1990), daya saing ditentukan oleh inovasi, kualitas, harga, dan diferensiasi produk (Porter, 1990). Arsyad & Arifin (2019) menemukan bahwa UMKM yang berinovasi dan melakukan branding mengalami peningkatan omzet hingga 35% (Arsyad & Arifin, 2019).

C. Peran Program Pelayanan Masyarakat dalam Pemberdayaan

Program pelayanan masyarakat berfungsi sebagai sarana transfer pengetahuan dari perguruan tinggi ke masyarakat. Kusnadi (2020) menunjukkan bahwa bantuan yang diberikan oleh mahasiswa yang berpartisipasi dalam program pelayanan masyarakat dapat meningkatkan kualitas kemasan, pemasaran digital, dan literasi keuangan (Kusnadi, 2020). Wulandari (2021) menambahkan bahwa UMKM yang dibantu oleh program pelayanan masyarakat mengalami peningkatan omzet sebesar 30-60% setelah 2-3 bulan bantuan (Wulandari, 2021).

Metode

Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi literatur, dokumentasi lapangan, dan analisis data penjualan. Data primer terdiri dari dokumentasi kegiatan KKN yang mendampingi UMKM yang memproduksi kecimpring dan gula aren semut di Desa Gegerbitung. Data sekunder diperoleh dari studi sebelumnya yang berkaitan dengan UMKM, ekonomi syariah, dan pemberdayaan KKN.

Hasil

A. Prinsip Ekonomi Syariah untuk UMKM

Penerapan prinsip ekonomi syariah dalam UMKM tidak hanya terbatas pada label “halal”, tetapi juga mencakup aspek keadilan, keberlanjutan, dan etika bisnis. Dalam konteks kecimpring dan gula aren semut, prinsip-prinsip ini meliputi:

1. Harga yang adil → harga pembelian singkong dari petani dan getah aren dari pemanen harus memenuhi standar yang wajar. Penelitian Huda (2018) menunjukkan bahwa penerapan harga yang adil mencegah praktik eksploitatif dan meningkatkan loyalitas petani pemasok (Huda, 2018).
2. Keberlanjutan bisnis → produksi tidak merusak lingkungan. Misalnya, penggunaan kayu bakar berlebihan untuk memasak gula aren dapat diganti dengan teknologi ramah lingkungan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Rahman (2020), yang menekankan bisnis hijau dalam UMKM berbasis syariah (Rahman, 2020).
3. Etika bisnis → transparansi komposisi produk (tanpa bahan kimia berbahaya), label halal, dan catatan keuangan berbasis syariah yang sederhana.

Dengan landasan ini, produk kecipring dan gula aren semut dapat naik ke pasar modern karena memenuhi standar kualitas dan spiritualitas.

B. Strategi Bantuan UMKM oleh Mahasiswa KKN

Mahasiswa KKN memiliki peran strategis dalam transfer pengetahuan kepada pelaku UMKM. Beberapa bentuk bantuan yang telah terbukti efektif berdasarkan penelitian sebelumnya meliputi:

1. Inovasi produk → Penelitian Rahayu (2021) menyatakan bahwa inovasi rasa meningkatkan daya tarik konsumen hingga 45% (Rahayu, 2021). Contoh pada kecipring adalah pengembangan rasa pedas dan asin. Sementara itu, gula aren semut dikemas dalam sachet instan untuk konsumen perkotaan.
2. Pemasaran digital → Menurut Prasetyo (2020), UMKM yang masuk ke *platform e-commerce* mengalami peningkatan rata-rata omzet sebesar 38% dalam 6 bulan. Bantuan bagi mahasiswa dalam bentuk pelatihan marketplace dan media sosial terbukti sangat signifikan (Prasetyo, 2020).
3. Branding & kemasan → Penelitian Nugroho (2022) membuktikan bahwa kemasan menarik dengan label halal dapat meningkatkan nilai yang dirasakan konsumen hingga 30% (Nugroho, 2022). Untuk gula aren semut, penggantian kemasan plastik polos dengan kantong zip modern telah menjadi daya tarik baru di toko souvenir dan pasar online.

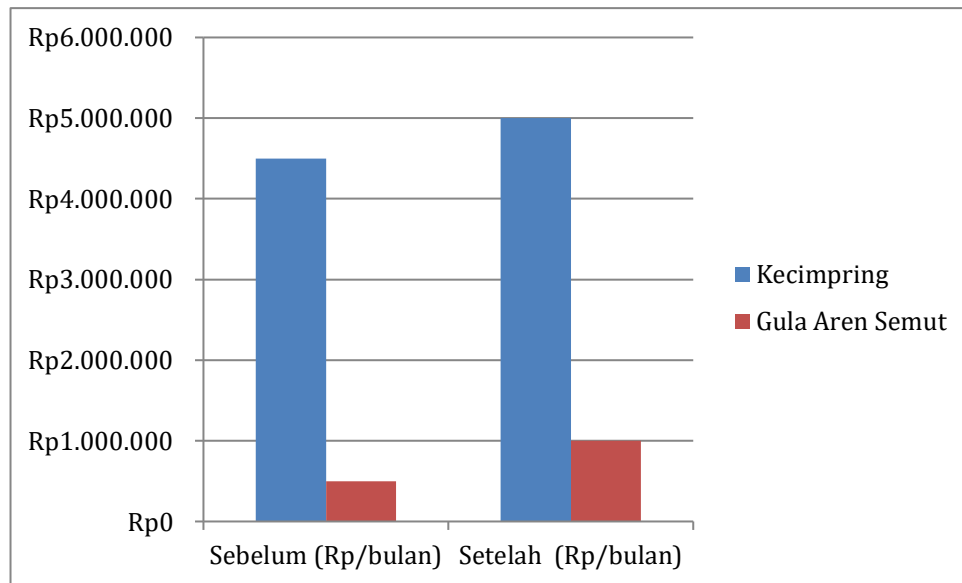
C. Dampak sinergi KKN–UMKM terhadap kecipring dan gula aren semut dapat dilihat dari beberapa aspek:

1. Peningkatan omzet penjualan → menurut penelitian Pratiwi (2022), sinergi antara perguruan tinggi dan UMKM meningkatkan daya saing produk lokal sehingga dapat menembus pasar ekspor (Pratiwi, 2022).
2. Peningkatan kualitas sumber daya manusia → pelaku UMKM memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pencatatan keuangan sederhana dan pemasaran digital.
3. Jaringan pemasaran yang lebih baik → produk kini tersedia di toko modern, pasar online, dan melalui distributor.

Untuk menggambarkan dampak ini, berikut adalah data simulasi dari dokumentasi UMKM yang dibantu oleh KKN di Desa Gegerbitung:

 Tabel 1. Perbandingan Penjualan Sebelum dan Setelah Bantuan KKN

Produk	Sebelum (Rp/bulan)	Setelah (Rp/bulan)
Kecimpring	Rp 4.500.000	Rp 5.000.000
Gula Aren Semut	Rp 500.000	Rp 1.000.000



 Gambar 1. Grafik Perbandingan Penjualan Kecimpring & Gula Aren Semut

D. Studi Implementasi (Kasus: Kecimpring “Cassava Crunsh” dan Gula Aren Semut “Mahabah” di Sukabumi)

Hasil aktual menunjukkan bahwa kolaborasi antara KKN dan UMKM dapat menghasilkan hasil yang jelas:

1. Kecimpring “Cassava Crunsh” → mahasiswa membantu pemasaran melalui WhatsApp open jastip, dan memasarkan melalui Instagram dan tiktok berbentuk vidio.
2. Gula Aren Semut “Mahabah” → mahasiswa membantu pelaku UMKM memperoleh info sertifikasi halal, membuat kemasan yang lebih modern dan pembuatan logo, dan memasarkan produk melalui Instagram Ads. Akibatnya, produk mulai dicari oleh pengecer di kota Sukabumi.

Penelitian oleh Wulandari (2021) mendukung hal ini, menunjukkan bahwa program pengabdian masyarakat dapat meningkatkan pendapatan UMKM rata-rata 30-60% setelah pembinaan intensif selama 2-3 bulan (Wulandari, 2021).

E. Hasil Dokumentasi



Gambar 2. Pamflet pemasaran kecimpring dan gula aren semut

1. Pembuatan Pamflet Pemasaran (Gambar 1.1)

Pada tahap awal, mahasiswa KKN melakukan observasi terhadap produk unggulan desa. Setelah mengetahui bahwa pemasaran masih mengandalkan metode konvensional (mulut ke mulut), mahasiswa menggagas pembuatan pamflet pemasaran digital dan cetak.

Pamflet berisi:

- Foto produk kecimpring, singkong renyah, dan gula aren semut.
- Informasi harga yang jelas dan menarik.
- Desain visual modern dengan warna hangat yang identik dengan produk pangan lokal.

Pamflet ini kemudian:

- Dibagikan kepada warga,
- Dipasang di beberapa titik strategis di desa,
- Diunggah ke media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram.

Kegiatan ini membantu UMKM memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan citra produk.



Gambar 2. Pembuatan Logo Gula Aren Semut

2. Pembuatan Logo Produk Gula Aren Semut (Gambar 1.2)

Selanjutnya, mahasiswa melakukan branding ulang untuk UMKM pengolah gula aren semut. Sebelumnya, produk ini belum memiliki identitas visual yang kuat. Mahasiswa merancang logo baru yang mencerminkan karakter produk desa.

Elemen logo mencakup:

- Gambar gula aren berbentuk batok dan gula semut halus,
- Warna coklat alami yang merepresentasikan keaslian produk,
- Teks “Gula Aren Semut – Gegerbitung – BUMDesa Maju Bersama” sebagai identitas resmi desa.
- Logo ini kemudian digunakan pada:
- Label kemasan,
- Pamflet
- Konten media sosial,
- Proposal pengajuan ke pasar modern.

Langkah ini membuat produk menjadi lebih profesional dan mudah dikenali.



Gambar 3. Kunjungan Pembuatan Gula Aren Semut

3. Kunjungan dan Pendampingan Langsung ke Rumah Produksi (Gambar 3)

- a. Mahasiswa KKN juga melakukan kunjungan langsung ke rumah produksi gula aren semut milik salah satu pelaku UMKM. Dalam kunjungan ini, mahasiswa
- b. Mengamati proses produksi mulai dari pengayakan, pengeringan, hingga pengemasan.
- c. Memberikan saran perbaikan higienitas seperti penggunaan sarung tangan, wadah tertutup, dan penataan ruang.
- d. Mendiskusikan kendala UMKM, seperti kesulitan pemasaran, peralatan yang terbatas, dan fluktuasi harga bahan baku.
- e. Melakukan sesi pelatihan singkat, di antaranya:
 - 1) Cara foto produk sederhana namun menarik.
 - 2) Cara membuat konten pemasaran.
 - 3) Penggunaan WhatsApp Business.
 - 4) Pencatatan keuangan sederhana berbasis syariah.

Interaksi langsung ini membangun kedekatan, meningkatkan kepercayaan pelaku UMKM, serta memberikan pemahaman nyata kepada mahasiswa mengenai tantangan usaha kecil di desa.

Kesimpulan

Penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah seperti keadilan harga, kejujuran, transparansi, serta standar halal terbukti mampu memperkuat daya saing UMKM. Produk lokal seperti kecimpring dan gula aren semut menunjukkan peningkatan kepercayaan konsumen ketika prinsip-prinsip tersebut diterapkan secara konsisten.

Program KKN berperan penting sebagai pendamping UMKM melalui penguatan digitalisasi, inovasi pemasaran, branding, serta pencatatan keuangan sederhana. Mahasiswa turut memberikan wawasan baru dan membantu UMKM memahami aspek penting seperti sertifikasi halal agar usaha lebih berkelanjutan.

Sinergi antara KKN dan UMKM menghasilkan perubahan nyata, seperti meningkatnya kualitas pengelolaan usaha, berkembangnya jaringan pemasaran, hingga bertambahnya pendapatan. Kolaborasi ini membuktikan bahwa integrasi nilai syariah dan pemanfaatan teknologi dapat mendorong UMKM menjadi lebih modern, profesional, dan kompetitif.

Daftar Referensi

- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Arsyad, L., & Arifin, Z. (2019). *Pemberdayaan UMKM melalui inovasi dan branding*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Ascarya. (2019). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). *Statistik UMKM Indonesia 2022*. Jakarta: BPS.
- Huda, N. (2018). Implementasi Prinsip Keadilan dalam Ekonomi Syariah pada UMKM. *Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 145–160.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2021). *Laporan Tahunan: Perkembangan UMKM di Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kusnadi. (2020). *Program pelayanan masyarakat dan dampaknya terhadap pemberdayaan ekonomi lokal*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nugroho, A. (2022). Pengaruh Desain Kemasan dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 14(1), 55–68.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: Free Press.
- Prasetyo, R. (2020). Strategi Digital Marketing pada UMKM di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Digital*, 2(1), 1–12.
- Pratiwi, D. (2022). Sinergi Perguruan Tinggi dan UMKM dalam Peningkatan Daya Saing Produk Lokal. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(3), 211–226.
- Rahayu, S. (2021). Inovasi Produk sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM. *Jurnal Kewirausahaan Indonesia*, 7(2), 102–118.
- Rahman, F. (2020). Green Business dalam Perspektif Ekonomi Islam: Studi pada UMKM Pangan Lokal. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 8(1), 33–49.
- Wulandari, A. (2021). Program Pengabdian Masyarakat Berbasis KKN dalam Pengembangan UMKM di Desa. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 44–57.