



STRATEGI PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK UMKM PEMBUATAN ARANG DI DESA NAGA KESIANGAN DAN PERAN MAHASISWA KKL DALAM MENDUKUNG PENGEMBANGANNYA

Ismail¹, Muhammad Alang Khairun Nizar², Amri³, Nurhalimah Siregar⁴, Mifta Hul Zannah⁵, Aliyah Isyatul Husna⁶, Putri Aulia Lubis⁷

Sekolah Tinggi Agama Islam Tebingtinggi Deli^{1,2,3,4,5,6,7}

ismail@staittd.ac.id¹, mhdkhairunnizar@gmail.com², amriazha02@gmail.com³, nurhalimahsiregar163@gmail.com⁴, miftazannah451@gmail.com⁵, aliyaisyatulhusna@gmail.com⁶, putriaulia@gmail.com⁷,

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pembuatan arang di Desa Naga Kesiangan, Kabupaten Serdang Bedagai, memiliki potensi besar dalam meningkatkan perekonomian masyarakat setempat, namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam pemasaran produknya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan pemasaran produk arang serta peran mahasiswa Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dalam mendukung pengembangannya. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan observasi, wawancara, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang efektif meliputi pemanfaatan media digital, peningkatan kualitas kemasan, diversifikasi produk, serta kerja sama dengan mitra usaha. Selain itu, mahasiswa KKL berperan dalam memberikan edukasi terkait pemasaran digital, branding, dan pengelolaan usaha berbasis teknologi guna meningkatkan daya saing UMKM. Dengan strategi yang tepat dan dukungan mahasiswa, UMKM arang di Desa Naga Kesiangan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha.

Kata Kunci : *Pemasaran, UMKM, Kuliah Kerja Lapangan*

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) producing charcoal in Naga Kesiangan Village, Serdang Bedagai Regency, have great potential in improving the local economy, but still face various challenges in marketing their products. This study aims to analyze strategies for improving charcoal product marketing and the role of Field Work Lecture (KKL) students in supporting its development. The method used is a qualitative approach with observation, interviews, and literature studies. The results of the study show that effective marketing strategies include the use of digital media, improving packaging quality, product diversification, and collaboration with business partners. In addition, KKL students play a role in providing education related to digital marketing, branding, and technology-based business management to improve the competitiveness of UMKM. With the right strategy and student support, charcoal UMKM in Naga Kesiangan Village can expand their market reach and improve the welfare of business actors.

Keywords: *Marketing, UMKMs, Field Work Lecture*

PENDAHULUAN

UMKM telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dan ASEAN. Sekitar 88,8-99,9% bentuk usaha di ASEAN adalah UMKM dengan banyaknya lapangan tenaga kerja mencapai 51,7-97,2%. Oleh karena itu, kerjasama untuk pengembangan dan kekuatan UMKM perlu diutamakan. Memperhatikan kondisi tersebut menimbulkan para usaha semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi kapasitas target penjualan. Industri UMKM di tanah air saat ini menghadapi situasi yang demikian sulit di tengah perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompleks. Persaingan pun telah menjadi makin ketat seiring dengan derasnya arus perdagangan bebas yang secara otomatis membuat kompetisi datang dari segala penjuru baik domestik, regional, maupun global. Saat ini tidak hanya barang-barang fashion, kecantikan, barang-barang kebutuhan rumah tangga saja yang bisa dipromosikan barang-barang hasil bumi yang telah diolah juga dapat dipasarkan (Sarfiyah et al., 2019).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun suatu daerah, tidak terkecuali di Indonesia. Di antara usaha kecil menengah (UMKM) yang ada di Desa Naga Kesiangan salah satunya adalah usaha Arang.

Arang merupakan suatu padatan berpori yang tersimpan 85-95% karbon, dihasilkan dari bahan-bahan yang tersimpan karbon dengan pemanasan pada suhu tinggi. Ketika pemanasan berlangsung, diupayakan agar tidak terjadi kebocoran udara didalam ruangan pemanasan sampai bahan yang tersimpan karbon tersebut hanya terkarbonisasi dan tidak teroksidasi. Produksi arang tidak hanya memberikan nilai tambah pada limbah kayu, tetapi juga menjadi sumber pendapatan utama bagi sebagian besar usaha yang ada di Desa Naga Kesiangan. Pembuatan arang sudah membuktikan kesuksesan sebagai usaha untuk meraih penghasilan tambahan yang nyata, biaya modal terjangkau bagi petani atau usaha kecil menengah (UMKM). Usaha ini merupakan usaha yang menjual arang dengan harga yang paling murah di antara usaha-usaha lainnya namun masih belum mampu dalam mempromosikan arang secara maksimal. (Tambunan, 2012)

Strategi pemasaran merupakan suatu faktor utama yang membuktikan keberhasilan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar (Fauzi et al., 2021). Analisis yang mendalam terhadap strategi pemasaran diperlukan untuk mendalami bagaimana usaha arang ini dapat memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan yang ada. Pendekatan ini mencakup evaluasi terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (analisis SWOT) untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan relevan dengan kebutuhan pasar. Maka dari itu untuk menghadapi persaingan-persaingan tersebut sebuah perusahaan memerlukan suatu proses pemahaman terhadap situasi internal perusahaan itu sendiri dan lingkungan eksternal Dimana perusahaan akan bersaing (Munawir 2005).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian masyarakat, terutama di daerah pedesaan. Salah satu sektor UMKM yang berkembang di Desa Naga Kesiangan, Kabupaten Serdang Bedagai, adalah industri pembuatan arang. Produk arang dari desa ini memiliki potensi pasar yang luas, baik untuk kebutuhan rumah tangga maupun industri. Namun, dalam perkembangannya, UMKM pembuatan arang masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam strategi pemasaran. (Budi, 2011)

Beberapa tantangan utama dalam pemasaran produk arang di Desa Naga Kesiangan meliputi terbatasnya akses pasar, kurangnya branding dan inovasi dalam kemasan produk, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam promosi dan distribusi. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung kepada tengkulak atau konsumen lokal, sehingga daya saing produk di pasar yang lebih luas masih rendah.

Dalam upaya meningkatkan pemasaran produk arang, diperlukan strategi yang lebih inovatif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi serta kebutuhan pasar. Penerapan strategi pemasaran berbasis digital, optimalisasi jaringan distribusi, serta penguatan branding produk menjadi aspek penting yang dapat meningkatkan daya jual arang dari Desa Naga Kesiangan. Selain itu, pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM dalam mengelola pemasaran yang efektif juga diperlukan guna meningkatkan keberlanjutan usaha.

Mahasiswa Kuliah Kerja Lapangan (KKL) memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan UMKM pembuatan arang melalui berbagai program pendampingan dan inovasi pemasaran. Dengan latar belakang akademik yang dimiliki, mahasiswa KKL dapat berkontribusi dalam memberikan edukasi terkait pemasaran digital, desain kemasan yang lebih menarik, serta pemanfaatan platform e-commerce dan media sosial sebagai sarana promosi. Selain itu, mahasiswa dapat melakukan riset pasar guna membantu pelaku UMKM dalam memahami kebutuhan dan preferensi konsumen secara lebih mendalam. (R. H. Nasution et al., 2024)

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing produk arang di Desa Naga Kesiangan serta menggali lebih dalam peran mahasiswa KKL dalam mendukung pengembangannya. Dengan adanya sinergi antara pelaku UMKM dan mahasiswa, diharapkan pemasaran produk arang dapat berkembang lebih luas dan memberikan dampak ekonomi yang lebih signifikan bagi masyarakat setempat. (Sirait et al., 2025)

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mengkaji strategi peningkatan pemasaran produk UMKM pembuatan arang di Desa Naga Kesiangan serta peran mahasiswa KKL dalam mendukung pengembangannya. Metode ini digunakan untuk meneliti fenomena sosial secara mendalam, dengan fokus pada analisis deskriptif terhadap berbagai faktor yang memengaruhi pemasaran produk arang (Sugiyono, 2013). Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dengan pelaku UMKM serta studi dokumentasi guna memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai tantangan dan peluang dalam pemasaran produk arang. Metode analisis deskriptif digunakan untuk merumuskan serta menafsirkan data yang ada, sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pemasaran produk arang di desa tersebut. Dengan demikian, penelitian ini dapat menghasilkan rekomendasi strategi pemasaran yang lebih efektif serta mengidentifikasi kontribusi mahasiswa KKL dalam mendukung pertumbuhan UMKM di Desa Naga Kesiangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Desa Naga Kesiangan

Desa Naga Kesiangan merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Tebing Tinggi, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara, Indonesia. Secara administratif, kantor desa ini berada di Dusun V dan terdiri dari tujuh dusun yang membentang di sepanjang hulu sungai, yaitu Dusun I, II, III, IV, V, VI, dan VII. Meski terbagi oleh sungai, desa ini tetap terhubung dengan keberadaan Jembatan Naga Kesiangan yang menjadi sarana utama transportasi masyarakat. Desa ini memiliki luas wilayah yang cukup luas dengan jumlah penduduk yang mayoritas berprofesi sebagai Pekebun (60%), buruh harian lepas (20%), pekerja swasta (20%), serta 10% lainnya bekerja di sektor lain. Dari segi keberagaman, mayoritas penduduk Desa Naga Kesiangan beragama Islam, mencapai 99,8%, dengan budaya masyarakat yang didominasi oleh suku Jawa.



Gambar 1.1 Pelepasan Mahasiswa KKL

Dalam aspek pendidikan, Desa Naga Kesiangan memiliki dua PAUD, satu TK, dan dua sekolah dasar (SD), yang menjadi sarana pendidikan bagi anak-anak di desa ini. Sebagian besar masyarakat di desa ini termasuk dalam kategori kurang mampu berdasarkan data Program Keluarga Harapan (PKH), yang menunjukkan perlunya perhatian dalam aspek kesejahteraan dan pemberdayaan ekonomi. Untuk fasilitas umum, desa ini telah memiliki kantor lurah, puskesmas, sekolah, serta tempat ibadah berupa masjid dan musholla yang menjadi pusat kegiatan keagamaan masyarakat. Dengan kondisi tersebut, pengembangan ekonomi desa, termasuk sektor UMKM seperti pembuatan arang, menjadi salah satu potensi yang dapat dikembangkan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.



Gambar 1.2 Peta Desa Naga Kesiangan

Gambaran UMKM Pembuatan Arang di Desa Naga Kesiangan

UMKM pembuatan arang di Desa Naga Kesiangan merupakan salah satu sektor usaha yang telah lama berkembang dan menjadi mata pencaharian bagi sebagian masyarakat. Arang yang diproduksi di desa ini berasal dari kayu bakau dan kayu keras lainnya yang mudah ditemukan di sekitar wilayah desa. Proses pembuatan arang dilakukan secara tradisional dengan metode pembakaran tertutup menggunakan tungku besar yang mampu menampung kayu dalam jumlah banyak. Proses ini membutuhkan waktu beberapa hari hingga kayu benar-benar terbakar sempurna dan menghasilkan arang berkualitas tinggi. Produk arang yang dihasilkan biasanya dijual dalam bentuk curah atau dikemas dalam karung untuk didistribusikan ke pasar lokal maupun luar daerah.



Gambar 1.3 Proses pengemasan arang

Meskipun memiliki potensi ekonomi yang cukup menjanjikan, UMKM pembuatan arang di Desa Naga Kesiangan masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam aspek pemasaran dan distribusi produk. Mayoritas pelaku usaha masih mengandalkan sistem penjualan konvensional melalui tengkulak atau pedagang perantara yang membeli dalam jumlah besar. Hal ini menyebabkan harga jual arang sering kali tidak stabil dan lebih banyak ditentukan oleh pihak pembeli daripada produsen. Selain itu, keterbatasan dalam akses pasar dan minimnya inovasi dalam pengemasan serta branding produk juga menjadi kendala utama yang dihadapi oleh para pelaku usaha.

Selain kendala pemasaran, aspek produksi juga menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM pembuatan arang. Ketersediaan bahan baku kayu bakau semakin terbatas akibat eksploitasi berlebihan, sehingga mengharuskan para pelaku usaha mencari alternatif bahan baku lain yang lebih ramah lingkungan. Selain itu, proses pembakaran arang secara tradisional juga masih menghasilkan polusi udara yang cukup tinggi, sehingga diperlukan inovasi dalam teknik produksi yang lebih efisien dan ramah lingkungan. Upaya modernisasi dalam produksi arang, seperti penggunaan tungku pirolisis atau teknologi karbonisasi, dapat menjadi solusi untuk meningkatkan efisiensi produksi serta mengurangi dampak lingkungan.

Pemerintah daerah dan pihak terkait telah memberikan perhatian terhadap pengembangan UMKM di desa ini melalui berbagai program pemberdayaan, termasuk pelatihan keterampilan dan bantuan alat produksi. Namun, keberlanjutan usaha ini tetap bergantung pada kesadaran dan kesiapan masyarakat dalam mengadopsi strategi bisnis yang lebih modern dan berorientasi pada pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, akademisi, serta pelaku usaha untuk menciptakan ekosistem bisnis yang lebih kompetitif dan berkelanjutan bagi UMKM pembuatan arang di Desa Naga Kesiangan.

Dalam hal ini, peran mahasiswa Kuliah Kerja Lapangan (KKL) menjadi sangat penting dalam membantu UMKM pembuatan arang untuk berkembang. Mahasiswa dapat memberikan edukasi mengenai strategi pemasaran digital, branding produk, serta inovasi dalam proses produksi agar lebih efisien dan ramah lingkungan. Dengan adanya keterlibatan mahasiswa dalam pengembangan UMKM, diharapkan para pelaku usaha di Desa Naga Kesiangan dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang lebih luas serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Analisis Strategi Pemasaran Produk Arang

Usaha Arang Desa naga Kesiangan merupakan usaha dibidang sumber daya alam yang sudah dikelola yaitu Arang. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, usaha ini merupakan salah satu UMKM di Desa Naga Kesiangan Provinsi Sumatra Utara yang berdiri sejak 02 Agustus 2016 dengan jumlah keseluruhan total tenaga kerja 4 orang. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, hingga tahun 2025, Usaha Arang hanya melakukan pemasaran secara offline seperti mount to mount dan relasi. Usaha Arang belum mengembangkan bisnisnya melalui media sosial yang saat ini sedang booming, pelaksanaan pemasaran di media sosial tidak optimal sehingga dibutuhkan strategi-strategi baru untuk terus menambah pemasaran secara global. Berdasarkan pada usaha tentang kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T) yang dihadapi oleh Usaha Arang dapat disajikan dalam bentuk matriks SWOT yang berisi poin-poin penting untuk masing-masing unsur SWOT sebagai strategi yang akan/dapat diambil oleh Usaha Arang.

Kekuatan (Strengths)

Arang Memiliki daya bakar yang baik (6.000 hingga 7.000 kkal). Angka ini menunjukkan nilai kalor atau energi yang dihasilkan oleh bahan bakar saat dibakar. Nilai kalor 6.000-7.000 kkal tergolong tinggi, sehingga bahan bakar ini efisien untuk menghasilkan panas atau energi.

UMKM usaha arang memiliki Sumber bahan baku melimpah Menunjukkan bahwa bahan baku untuk memproduksi bahan bakar ini tersedia dalam jumlah besar dan mudah diakses, dan ramah lingkungan penggunaan bahan bakar ini menghasilkan emisi atau dampak lingkungan yang lebih rendah dibandingkan bahan bakar lain. usaha Arang milik pak Rinto merujuk pada bahan bakar yang berasal dari sumber terbarukan atau yang menghasilkan sedikit polusi. Dan memiliki Konsumen tetap Artinya, ada pasar atau pelanggan yang secara konsisten menggunakan produk ini. hal ini mencerminkan kestabilan permintaan dan potensi keberlanjutan bisnis.

Kelemahan (Weaknesses)

UMKM usaha arang milik pak Rinto Desa naga Kesiangan Kurangnya inovasi produk Ketika produk tidak mengalami pembaruan atau inovasi dalam desain, fungsi, atau teknologi, hal ini dapat membuatnya kalah bersaing di pasar. Produk yang kurang inovatif cenderung tidak menarik perhatian konsumen baru dan mungkin tidak memenuhi kebutuhan yang terus berkembang. Penggunaan dari usaha ini masih menggunakan Teknologi produksi tradisional Penggunaan teknologi yang kuno atau tidak efisien dapat menurunkan produktivitas dan meningkatkan biaya produksi. Selain itu, teknologi tradisional mungkin menghasilkan produk yang kualitasnya tidak konsisten dan kurang kompetitif dibandingkan dengan produk yang dibuat menggunakan teknologi modern.

Peluang (Opportunities)

Terdiri dari Pasar ekspor yang luas Dengan adanya permintaan dari pasar internasional, Usaha arang memiliki potensi untuk menjangkau konsumen di luar negeri. Pasar ekspor terhadap arang yang luas dapat meningkatkan volume penjualan, memperluas jaringan distribusi, dan memperkuat posisi bisnis di tingkat global. Selain itu, permintaan ekspor sering kali memberikan nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan pasar lokal.

Membangun Kemitraan dengan pengepul arang di beberapa provinsi Menjalani kerja sama dengan pengepul di berbagai wilayah dapat memastikan kelancaran pasokan bahan baku sekaligus memperluas distribusi arang. Kemitraan ini dapat menciptakan jaringan yang solid, meningkatkan efisiensi logistik, dan memperluas jangkauan pasar lokal serta regional.

Ancaman (Threats)

terdapat sejumlah ancaman yang membutuhkan kewaspadaan yaitu Masih bergantungnya produsen terhadap konsumen tetap Ketergantungan pada konsumen tetap menimbulkan risiko jika salah satu atau beberapa pelanggan utama berhenti membeli arang. Situasi ini dapat mengganggu stabilitas bisnis.

Ketergantungan ini juga menunjukkan kurangnya diversifikasi pasar, yang dapat membatasi peluang untuk menjangkau konsumen baru dan memperluas pasar.

Kurang inovasi di dalam teknologi. Minimnya inovasi teknologi dapat menyebabkan proses produksi menjadi kurang efisien, kualitas produk stagnan, atau biaya produksi tetap tinggi. Hal ini juga dapat membuat produk kalah bersaing di pasar, terutama jika pesaing sudah menggunakan teknologi modern yang menghasilkan produk dengan kualitas lebih baik dan biaya lebih rendah. Yang harus di hadapi dalam ancaman ini Meningkatkan loyalitas konsumen Selain mencari pelanggan baru, menjaga pelanggan tetap juga penting.

Usaha arang ini telah memiliki karakteristik tersendiri dengan konsumen tetap, yang menjadi keunggulan dalam persaingan pasar. Dengan harga jual arang kayu per karung mencapai Rp 20.000- Rp 25.000 dan harga perkemasan Rp 5.000 - Rp 7.000.usaha ini memiliki potensi keuntungan yang cukup menjanjikan. Selain itu, kualitas arang kayu yang dihasilkan, seperti yang dikelola oleh Pak Rinto, telah terbukti unggul dan telah menjalin kerja sama dengan beberapa pengepul di berbagai daerah, yang semakin memperkuat posisi usaha di pasar.

Untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM pembuatan arang, strategi progresif dapat diterapkan dengan memperluas jaringan distribusi, meningkatkan kualitas produksi, serta memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran. Penggunaan platform digital, seperti media sosial dan marketplace, dapat membantu memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas. Selain itu, pengelola usaha perlu memperkuat branding dengan kemasan yang lebih menarik dan informasi produk yang jelas. Dengan strategi yang agresif dan inovatif, usaha arang di Desa Naga Kesiangan dapat terus berkembang, meningkatkan daya saing, serta memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian masyarakat setempat.

Peran Mahasiswa KKL dalam Mendukung Pengembangan Usaha Arang di Desa Naga Kesiangan

Mahasiswa Kuliah Kerja Lapangan (KKL) memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan usaha arang di Desa Naga Kesiangan, terutama dalam hal pemasaran, inovasi produksi, dan peningkatan kualitas manajemen usaha. Dengan membawa wawasan akademik dan teknologi terbaru, mahasiswa dapat membantu para pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan bisnis yang mereka hadapi. Berdasarkan wawancara dengan Pak Rinto, salah satu pemilik usaha arang di desa tersebut, ia mengungkapkan bahwa tantangan utama yang dihadapi adalah pemasaran yang masih terbatas dan persaingan harga dengan daerah lain.

"Kami selama ini hanya mengandalkan pengepul untuk menjual arang. Harga pun ditentukan oleh pengepul, jadi kami sulit mendapatkan keuntungan lebih besar,dan mahasiswa KKL dari STAI Tebingtinggi Deli juga mengajarkan agar melalui media online sehingga pemasaran kami lebih luas. Dikarenakan selama ini hanya menggunakan media tradisional saja" ujar Pak Rinto.

Kesimpulan dari wawancara tersebut adalah bahwa pelaku UMKM pembuatan arang di Desa Naga Kesiangan masih bergantung pada pengepul dalam proses pemasaran, yang menyebabkan keterbatasan dalam penentuan harga dan keuntungan yang didapat. Selama ini, mereka hanya menggunakan metode pemasaran tradisional, sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas. Namun, kehadiran mahasiswa KKL dari STAI Tebingtinggi Deli memberikan solusi dengan mengenalkan strategi pemasaran melalui media online. Dengan pemanfaatan media digital, diharapkan pemasaran produk arang dapat lebih luas, meningkatkan daya saing, serta memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Pak Rinto menambahkan bahwa belum ada strategi pemasaran modern yang diterapkan, sehingga jangkauan pasar masih terbatas. Dalam hal ini, mahasiswa KKL dapat berperan dalam membantu digitalisasi pemasaran, seperti pembuatan akun media sosial dan marketplace untuk menjual produk arang secara langsung kepada konsumen tanpa melalui perantara. Dengan pemasaran digital, potensi keuntungan bisa meningkat karena harga jual bisa lebih kompetitif.



Gambar 1.4 Wawancara Mahasiswa KKL dengan Pemilik Usaha Arang

Selain pemasaran, mahasiswa KKL juga dapat membantu dalam aspek inovasi produksi. Saat ini, proses pembuatan arang di Desa Naga Kesiangan masih menggunakan metode tradisional yang memakan waktu lama dan menghasilkan polusi asap yang tinggi. Pak Rinto mengatakan bahwa mereka pernah mendengar tentang metode produksi arang yang lebih efisien, tetapi belum memiliki akses atau pengetahuan untuk menerapkannya. Mahasiswa dapat memberikan pelatihan mengenai teknologi pirolisis atau penggunaan tungku modern yang dapat meningkatkan efisiensi produksi serta mengurangi dampak lingkungan.

Mahasiswa KKL bisa berperan dalam peningkatan kualitas produk dengan membantu dalam pengemasan dan branding. Saat ini, produk arang di Desa Naga Kesiangan dijual dalam bentuk curah tanpa label atau merek yang khas. Pak Rinto mengungkapkan bahwa selama ini mereka tidak terlalu memikirkan kemasan karena arang dijual dalam jumlah besar ke pengepul. Namun, dengan bantuan mahasiswa, mereka mulai memahami bahwa kemasan yang baik dapat meningkatkan nilai jual produk. Dengan membuat desain kemasan yang menarik dan mencantumkan informasi kualitas arang, produk ini dapat lebih mudah dikenali dan diminati oleh konsumen.

Selain itu, mahasiswa juga dapat membantu dalam peningkatan manajemen usaha. Banyak pelaku UMKM di Desa Naga Kesiangan yang belum memiliki pencatatan keuangan yang baik. Pak Rinto sendiri mengakui bahwa selama ini mereka hanya mencatat secara sederhana di buku catatan tanpa analisis mendalam mengenai keuntungan dan kerugian usaha. Mahasiswa KKL dapat memberikan pelatihan mengenai pembukuan sederhana agar pemilik usaha dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih baik. Dengan manajemen keuangan yang lebih rapi, mereka dapat merencanakan strategi bisnis yang lebih matang untuk jangka panjang.

Dalam aspek kerja sama, mahasiswa KKL juga dapat menjadi penghubung antara UMKM dengan pihak eksternal seperti pemerintah daerah atau lembaga keuangan. Berdasarkan wawancara dengan Pak Rinto, ia menyebutkan bahwa banyak program bantuan UMKM yang ada, tetapi mereka tidak tahu bagaimana cara mengaksesnya. Mahasiswa dapat membantu dalam penyusunan proposal pengajuan bantuan atau menghubungkan pelaku usaha dengan dinas terkait agar mendapatkan dukungan modal, pelatihan, atau bantuan alat produksi yang lebih modern. Dengan adanya dukungan ini, usaha arang dapat berkembang lebih pesat dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Dengan berbagai peran yang dijalankan oleh mahasiswa KKL selama 4 Februari 2025 sampai 4 Maret 2025, usaha arang di Desa Naga Kesiangan memiliki peluang besar untuk berkembang lebih baik. Mahasiswa tidak hanya memberikan solusi jangka pendek, tetapi juga membantu menciptakan sistem usaha yang lebih profesional dan berkelanjutan. Sinergi antara mahasiswa, pelaku usaha, dan pemerintah diharapkan dapat membawa dampak positif bagi perekonomian desa, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta menjadikan usaha arang sebagai salah satu sektor unggulan di daerah tersebut.

SIMPULAN DAN SARAN

Usaha arang di Desa Naga Kesiangan memiliki potensi ekonomi yang menjanjikan, namun masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam aspek pemasaran, inovasi teknologi, dan diversifikasi pasar. Dengan adanya keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL), berbagai permasalahan tersebut dapat diatasi melalui pengenalan strategi pemasaran digital, inovasi dalam proses

produksi, serta peningkatan manajemen usaha. Penguatan branding, akses pasar yang lebih luas, dan pemanfaatan teknologi digital menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM arang. Oleh karena itu, sinergi antara pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha sangat diperlukan agar usaha arang di Desa Naga Kesiangan dapat terus berkembang dan memberikan dampak ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat setempat.

Strategi peningkatan pemasaran produk UMKM pembuatan arang di Desa Naga Kesiangan, Kabupaten Serdang Bedagai, melibatkan berbagai upaya seperti pemanfaatan media digital, pengemasan yang lebih menarik, serta penguatan jaringan distribusi agar mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Dalam mendukung pengembangan ini, mahasiswa KKL berperan penting melalui pendampingan dalam pemasaran digital, pelatihan manajemen usaha, serta memberikan inovasi dalam strategi promosi. Dengan kolaborasi antara UMKM dan mahasiswa KKL, diharapkan produk arang dari desa ini dapat memiliki daya saing lebih tinggi, meningkatkan pendapatan pelaku usaha, serta membuka peluang ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat setempat.

REFERENSI

- Budi, E. (2011). Tinjauan proses pembentukan dan penggunaan arang tempurung kelapa sebagai bahan bakar. *Jurnal Penelitian Sains*, 14(4).
- Fauzi, T. I., Rahmawati, D. N. U., & Astuti, N. P. (2021). Program kampus mengajar (PKM) sebagai usaha peningkatan pembelajaran peserta didik di SDN 127 Sungai Arang, Bungo Dani, Kabupaten Bungo, Provinsi Jambi. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 483–490.
- Hasanuddin Remmang, S. E. (2021). *Perencanaan Bisnis UMKM*. Sah Media.
- Nasution, A., Ismal, M. Z., & Sagala, S. (2023). Implementasi Manajemen Berorientasi Mutu Pada STAI Tebing Tinggi Deli. *Al-Ikhtibar: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 10(2), 13–29.
- Nasution, R. H., Pane, A. R., Asrida, I., Setiawan, F., Febriyanti, I., Syahrendi, M., & Arianda, Y. (2024). Peranan Mahasiswa KKL STAI Tebing Tinggi Deli Dalam Melaksanakan Kegiatan Pengabdian Masyarakat Di Desa Sei Simujur, Kab. Batu Bara. *INOVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 27–32.
- Ramadhani, N., Puspita, D., Ardifa, W. F., & Sanjaya, V. F. (2024). Analisis Strategi Pemasaran UMKM Usaha Arang Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Usaha Bapak Suwanto Tulang Bawang Barat). *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 169–175.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137–146.
- Sejati, A. E., Ikhsan, F. A., & Sugiarto, A. (2023). Pengalaman Fieldtrip Pengenalan Bentang Lahan Bagi Mahasiswa dan Dosen Pada Kuliah Kerja Lapangan. *Jurnal PIPSI (Jurnal Pendidikan IPS Indonesia)*, 8(2), 131–146.
- Sirait, A. F., Darma, S., Annisa, R., Zahari, C. L., & Mardiaty, M. (2025). KULIAH KERJA LAPANGAN (KKL) MAHASISWA PASCASARJANA UNIVERSITAS MUSLIM NUSANTARA (UMN) AL WASHLIYAH. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 811–816.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sutami, W. D. (2012). Strategi rasional pedagang pasar tradisional. *Jurnal Biokultur*, 1(2), 127–148.
- Syari Nurhayani, Lathief Ilhamy Nasution, M., Studi Perbankan Syariah, M., & Ekonomi dan Bisnis Islam, F. (2023). Analisis Penerapan Integrated Marketing Communication (Imc) Pada Produk Pembiayaan Bsi Cicil Emas (Studi Kasus Pt. Bank Syariah Indonesia Kcp Kota Pinang). *Cetak) Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(9), 2023.
- Tambunan, T. (2012). *UMKM Indonesia. Buku Dosen-2014*.