

Pengembangan UMKM Lokal dalam Membangun Desa Unggul Melalui Peternakan Susu Kambing Perah

¹Resa Subagja, ²Mina Chairunisa, ³Dela Jovam Sari, ⁴Rosita Julianti, ⁵Cep Maulana, ⁶Ade Solahudin

Universitas Swadaya Gunung Jati, Indonesia

Email: ¹resa290802@gmail.com, ²minachairunisa@gmail.com, ³dellajovaam@gmail.com, ⁴rosjul0722@gmail.com, ⁵cepmlna1@gmail.com, ⁶ade.solahudin71@gmail.com

Abstract

Waled Asem Village is one of the villages in Waled District, Cirebon Regency. The village has several potentials, one of which is in the MSME sector which produces goat's milk which is still in the process of development. With this phenomenon, village officials and KKN students play an important role in helping develop these MSMEs. The research uses a qualitative approach with data collection techniques in this study through observation and interview results. The results of the interview turned out that Mr. Wahyu's Dairy Goat Milk Farm MSMEs did not have a logo or brand and packaging that was still in plastic form. So the researcher is interested in conducting research on MSMEs of Dairy Goat Milk Farm owned by Mr. Wahyu. Therefore, the researcher aims to help provide debriefing and make a logo and packaging for the branding of the goat milk product, so that it can add value to the image of the product itself. The conclusion of this study is that the development of MSMEs through improved branding and packaging has succeeded in increasing product value and has the potential to make the village superior through superior dairy goat milk products.

Keywords: Local MSME Development, Superior Village, Dairy Goat Milk Farming

Abstrak

Desa Waled Asem merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Waled Kabupaten Cirebon. Desa tersebut memiliki beberapa potensi salah satunya dalam sektor UMKM yang memproduksi susu kambing yang masih dalam proses perkembangan. Dengan adanya fenomena tersebut maka perangkat desa dan mahasiswa KKN menjadi peran penting dalam membantu mengembangkan UMKM tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui hasil observasi dan wawancara. Hasil wawancara tersebut ternyata UMKM Peternakan Susu Kambing Perah milik Bapak Wahyu belum memiliki logo atau merek serta kemasan yang masih dalam bentuk plastik. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di UMKM Peternakan Susu Kambing Perah milik Bapak Wahyu. Maka dari peneliti bertujuan untuk membantu memberikan pembekalan dan membuat logo serta kemasan untuk branding produk susu kambing tersebut, sehingga dapat menambah nilai citra produk itu sendiri. Kesimpulan penelitian ini yaitu pengembangan UMKM melalui perbaikan branding dan kemasan berhasil meningkatkan nilai produk dan berpotensi menjadikan desa unggul melalui produk unggulan susu kambing perah.

Kata Kunci: Pengembangan UMKM Lokal, Desa Unggul, Peternakan Susu Kambing Perah.

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi merupakan salah satu bidang usaha yang dilakukan oleh pemerintah. (Muhammad 2018) menyatakan bahwa pembangunan merupakan serangkaian upaya pertumbuhan dan perubahan yang secara sadar dilakukan oleh negara, bangsa, pemerintahan menuju modernisasi dalam rangka pembangunan nasional. Pada pembangunan perekonomian nasional bertumpu pada tiga faktor yaitu sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya teknologi yang harus diperhatikan pemerintah. Unsur-unsur tersebut bekerja secara harmonis dan berkesinambungan untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang maksimal. Pertumbuhan ekonomi adalah proses dimana output per kapita meningkat dalam jangka waktu yang relatif lama. Kesejahteraan suatu masyarakat tercermin dari peningkatan produksi per kapita, terciptanya lebih banyak alternatif konsumsi barang dan jasa, dan selanjutnya peningkatan daya beli masyarakat (Sabaruddin, 2016)

Pemerintah semakin memberikan perhatian terhadap masyarakat sebagai entitas ekonomi pada tingkat Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dengan mengeluarkan berbagai kebijakan untuk menciptakan tenaga kerja terampil di bidang produksi. Salah satu kebijakan pemerintah untuk mendukung pengembangan sumber daya manusia yang mampu mengelola dan memanfaatkan sumber daya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah Undang- Undang Pemerintahan Daerah Nomor 23 Tahun 2014. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan kerja bagi masyarakat dan berperan penting dalam proses pembangunan perekonomian negara. UMKM adalah usaha yang hanya memiliki ruang lingkup pasar yang kecil, tenaga kerja yang sedikit dan dikelola sendiri oleh sang pemilik usaha (Simmons, Armstrong & Durkin, 2008). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. UMKM diharapkan mampu memanfaatkan sumber daya, termasuk pemanfaatan tenaga kerja yang sesuai dengan kepentingan masyarakat dan mencapai pertumbuhan ekonomi yang maksimal pada suatu negara. Salah satu contoh potensi desa yang masih belum berkembang dalam sektor UMKM di Jawa Barat adalah Peternakan Susu Kambing Perah di Desa Waled Asem Kecamatan Waled Kabupaten Cirebon.

Desa Waled Asem merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Waled, Kabupaten Cirebon, Provinsi Jawa Barat dengan luas wilayah 2.940,000 M². Menurut data Badan Pusat Statistik Kabupaten Cirebon, pada tahun 2023 desa Waled Asem memiliki sekitar 2.606 jiwa. Desa Waled Asem memiliki 4 blok, yaitu blok Asem 1, blok Asem 2, blok Balong 1 dan blok Balong 2. Desa Waled Asem memiliki 12 RT dan 4 RW dan merupakan desa pemekaran sehingga nama blok masih belum ditentukan. Desa tersebut berbatasan dengan desa Mekarsari di utara, desa Jatimulya di selatan, desa Waled desa di timur dan desa Ambit di barat. Desa Waled Asem juga memiliki berbagai potensi, salah satunya adalah potensi UMKM peternakan susu kambing perah. Peternakan susu kambing perah memproduksi susu murni yang berkualitas baik. Menurut Dr. Djamaludin (2020), susu kambing mengandung nutrisi penting seperti kalsium, fosfor

dan vitamin A yang baik untuk pertumbuhan tulang, kesehatan kulit, dan imunitas. Selain itu, bahwa susu kambing mengandung medium-chain triglycerides (MCTs) yang bermanfaat bagi pencernaan. Susu kambing merupakan salah satu sumber protein hewani bagi manusia, dikarenakan nutrisinya yang tinggi (Murtidjo, 1993). Dengan khasiatnya yang bagus, sehingga pak Wahyu selaku pemilik UMKM Peternakan Susu Kambing Perah tertarik untuk membentuk peternakan susu kambing perah yang berlokasi di Desa Waled Asem sejak tahun 2021.

UMKM Peternakan Susu Kambing Perah milik Pak Wahyu masih dalam proses pengembangan. Memiliki sejumlah 55 ekor kambing dengan kambing yang dapat diperah ada sekitar 10 ekor kambing dan 6 indukan. Pemerahan susu biasanya dilakukan pada saat pagi dan sore hari dengan menghasilkan 1,5 liter susu setiap satu kali pemerahan. Jenis kambing perah yang dipilih adalah kambing sapera dan kambing jawa randu yang berusia sekitar 2 hingga 5 tahun. Pemasaran susu kambing tersebut masih dipasarkan kepada pengepul di pabrik yang dihargai seharga 16-20 ribu per-liter. Susu tersebut juga dipasarkan kepada masyarakat luas yang dihargai 30 ribu per-liter. Namun, pemasaran produk UMKM Peternakan Susu Kambing Perah tersebut masih belum memiliki kemasan dan logo sehingga masih sedikit orang yang mengetahui adanya UMKM Peternakan Susu Kambing Perah tersebut. Sehingga dengan adanya kendala tersebut peneliti berinovasi untuk membantu UMKM Peternakan Susu Kambing perah untuk dapat melakukan branding pada produk susu tersebut. Peneliti mencoba untuk melakukan branding kemasan dan logo untuk UMKM peternakan susu kambing perah yang bertujuan untuk membantu mengembangkan UMKM tersebut agar bisa bersaing dengan UMKM lainnya dan dapat menjadi produk unggulan dari desa Waled Asem.

Penelitian ini berfokus pada pendekatan holistik pengembangan UMKM melalui integrasi workshop edukasi, pengembangan brand identity, dan inovasi kemasan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya fokus pada aspek teknis produksi, penelitian ini mengintegrasikan aspek pemasaran dan branding sebagai kunci keberlanjutan UMKM peternakan susu kambing.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi UMKM Peternakan Susu Kambing Perah Di desa Waled Asem, faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan UMKM Peternakan Susu Kambing Perah dan untuk mengetahui upaya yang sudah dilakukan guna mengembangkan UMKM Peternakan Susu Kambing Perah.

Dalam rangka implementasi kebijakan Otonomi Daerah, pembinaan terhadap UMKM dalam menggerakkan usaha-usaha menuju tercapainya sasaran pembangunan ekonomi. Pembangunan ekonomi harus mengarahkan adanya suatu hasil atau pemerataan sejajar antar wilayah di daerah. Ketidakseimbangan struktural dan ekonomi cenderung terjadi di wilayah pedesaan. Oleh karena itu, menganalisis ketidakseimbangan pembangunan khususnya di daerah pedesaan perlu menjadi perhatian masyarakat maupun pemerintah untuk mengembangkan potensi dalam sektor usaha di wilayah pedesaan tersebut. Perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai pada tujuan menuju kesuksesan. Perkembangan usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai berproses dan

terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi. Menurut Chandra (2000: 121) perkembangan usaha merupakan suatu keadaan terjadinya peningkatan omset penjualan, peningkatan pendapatan dan bertambahnya tenaga kerja (Nurwahida dan Susyanti, 2018).

UMKM memiliki peranan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan kapasitas pembelian, guna membantu menilai kualitas produk yang dikembangkan oleh UMKM. UMKM mengendalikan peranan yang sangat besar dalam mendorong perekonomian di Indonesia. UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah dan juga pendapatan negara (Wijoyo dkk., 2020). Dalam undang-undang No.20 Tahun 2008 yang dimaksud dengan UMKM adalah kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. UMKM menjadi salah satu pilar utama ekonomi yang harus memperoleh kesempatan utama, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud berpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara (Tambunan, 2021). Menurut Zimmerer dan Scarborough, tujuan UMKM adalah mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja serta meningkatkan pendapatan masyarakat. UMKM juga berperan dalam mengurangi ketergantungan terhadap sektor formal dan industri besar.

Berdasarkan Pasal 4 UU Nomor 20 Tahun 2008, Prinsip UMKM diantaranya :

1. Penumbuhan kemandirian, kebersamaan dan kewirausaha UMKM untuk berkarya dengan prakarsa sendiri.
2. Mewujudkan kebijakan publik yang transparan, akuntabel dan berkeadilan.
3. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi UMKM.
4. Peningkatan daya asing UMKM.
5. Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian secara terpadu.

Pengembangan UMKM lokal adalah usaha untuk mengoptimalkan keterlibatan masyarakat lokal dalam rantai nilai ekonomi, baik melalui peningkatan kualitas produk lokal, penciptaan merek daerah, atau peningkatan akses UMKM terhadap pasar nasional dan global dengan mempertahankan ciri khas lokal (Darmawan., 2010). UMKM lokal adalah sektor yang tangguh karena bersifat fleksibel dan adaptif terhadap perubahan kondisi ekonomi, pengembangan UMKM dapat meningkatkan daya saing dan memperluas akses pasar, terutama di tingkat lokal (Hafsah., 2004). Pengembangan UMKM lokal bermanfaat dalam hal inovasi pada suatu produk dan pengembangan teknologi supaya membawa perubahan pada kondisi ekonomi di suatu daerah. UMKM lokal juga menghasilkan suatu produk unggulan yang akan menjadi potensi unggul di suatu wilayah daerah.

Menurut Mangkunegara (2005), potensi unggul merujuk pada kelebihan tertentu yang dimiliki oleh individu atau organisasi yang menjadi faktor pembeda dibandingkan dengan yang lain, serta dapat memberikan kontribusi besar terhadap pencapaian tujuan

dan keberhasilan jangka panjang. Berdasarkan pembahasan diatas potensi unggul dapat membantu membangun desa menjadi lebih maju dan berkembang melalui potensi yang dimiliki oleh suatu desa. Desa Waled Asem memiliki potensi dalam sektor UMKM yaitu Peternakan susu kambing perah. Peternakan susu kambing perah merupakan salah satu potensi yang masih dalam proses pengembangan di desa Waled Asem. Menghasilkan produksi susu berkualitas sekaligus menjadi salah satu peternakan kambing perah yang ada di Kecamatan Waled, dengan angka populasi pada tahun 2024 mencapai 55 ekor kambing, namun kambing yang dapat diperah sudah mencapai 10 ekor ber-umur 2-5 tahun dan dapat menghasilkan 30 liter susu dalam sehari.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk mempelajari keadaan objek alamiah, dan peneliti sebagai instrumen utamanya (Sugiyono, 2005). Metode penelitian kualitatif menggunakan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa dalam konteks alam tertentu dan menggunakan berbagai metode ilmiah untuk memahami fenomena seperti perilaku, persepsi, motivasi dan tindakan yang dialami subjek penelitian. Metode kualitatif digunakan untuk memecahkan masalah berdasarkan fakta nyata, berdasarkan hasil pengumpulan data yang dilakukan peneliti. Metode kualitatif adalah metode yang mengambil sampel dari observasi dan wawancara.

Sampel untuk penelitian yang dilakukan peneliti adalah peternakan kambing perah milik Bapak Wahyu di desa Waled Asem. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan metode wawancara dengan informan kunci yaitu Bapak Wahyu pemilik peternakan susu kambing perah dan informan pendukung adalah perangkat desa Waled Asem. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa produk susu kambing Bapak Wahyu belum memiliki merek dan kemasan. Maka dari itu kami membantu memberikan pelatihan dalam kegiatan workshop yang bertujuan untuk memberikan pembekalan edukasi dan pemahaman terkait branding produk, pelatihan tersebut sangat diperlukan oleh UMKM yang masih dalam proses perkembangan. Selain memberikan pelatihan, kami juga membantu membuat logo dan kemasan pada produksi susu milik Bapak Wahyu supaya dapat meningkatkan nilai dan kualitas produk susu kambing tersebut. Kami berharap dengan dibuatkannya logo dan kemasan untuk peternakan susu kambing perah dapat membantu mengembangkan usaha dan memperkenalkan lebih banyak sumber daya yang tersedia di Desa Waled Asem.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian selama pengabdian pada tanggal 13 Agustus sampai 17 September 2024 peneliti akan mendeskripsikan hasil analisa yang diperoleh di UMKM Peternakan Susu Kambing Perah milik Bapak Wahyu yang terletak di Desa Waled Asem Kecamatan Waled Kabupaten Cirebon. UMKM Peternakan susu kambing perah menjadi salah satu sektor penting dalam meningkatkan perubahan ekonomi daerah. Maka dari itu desa Waled Asem akan mengembangkan potensi budidaya peternakan susu kambing

perah dalam sektor UMKM yang bertujuan untuk menjadi desa lebih maju dan berkembang melalui UMKM Peternakan Susu Kambing Perah.

1. Kondisi UMKM Peternakan Susu Kambing Perah

Berdasarkan hasil penelitian selama pengabdian pada tanggal 13 Agustus sampai 17 September 2024 peneliti akan mendeskripsikan hasil analisa yang diperoleh di UMKM Peternakan Susu Kambing Perah milik Bapak Wahyu yang terletak di Desa Waled Asem Kecamatan Waled Kabupaten Cirebon. Dibawah ini merupakan kondisi kandang di Peternakan Susu Kambing Perah Milik Bapak Wahyu yang terletak di Desa Waled Asem.



Gambar 1. Observasi Peternakan Susu Kambing Perah

UMKM Peternakan susu kambing perah menjadi salah satu sektor penting dalam meningkatkan perubahan ekonomi daerah. Maka dari itu desa Waled Asem akan mengembangkan potensi budidaya peternakan susu kambing perah dalam sektor UMKM yang bertujuan untuk menjadi desa lebih maju dan berkembang melalui UMKM Peternakan Susu Kambing Perah. Berdiri sejak tahun 2021 peternakan susu kambing perah milik Bapak Wahyu sudah memiliki 55 ekor kambing dengan jenis Sapera dan Jawa Randu. Dari 2 jenis kambing yang ditenak hanya kambing betina berjenis Sapera yang menghasilkan susu murni setiap hari nya. Dibawah ini merupakan data jumlah kambing yang ditenak oleh Bapak Wahyu serta jumlah susu yang dihasilkan dalam sehari.

Tabel 1. Data Peternakan Susu Kambing Perah Desa Waled Asem

NO	Jenis Kambing	Jenis Kelamin	Umur Kambing	Jumlah kambing	Jumlah produksi susu (per hari)
1	Sapera	Jantan	1-2 tahun	15	-
		Jantan	2-5 tahun	7	-
		Betina	1-2 tahun	12	-
		Betina	2-5 tahun	10	30 liter
2	Jawa Randu	Jantan	1-5 tahun	4	-
		Betina	1-5 tahun	7	-
Total				55 ekor	30 liter

Berdasarkan tabel di atas kambing betina yang dapat diperah dari umur 2 sampai 5 tahun sehingga dapat menghasilkan susu sebanyak 1,5 liter dalam sekali pemerahan oleh satu ekor kambing, maka dari itu menjaga kondisi kesehatan kambing sangat penting untuk pertumbuhan, pencernaan dan perkembangan dalam menghasilkan susu yang berkualitas. Kondisi kesehatan kambing berpengaruh terhadap jenis pakan yang dikonsumsi oleh kambing, maka Bapak Wahyu selaku pemilik peternakan memberikan jenis pakan guna mendukung kesehatan kambing dan kualitas susu yang dihasilkan, pakan yang diberikan seperti daun lamtoro, daun gamal, konsentrat kambing, ampas tahu dan rumput liar. Dari kelima jenis pakan tersebut selain sangat mudah didapat di lingkungan wilayah daerah Cirebon juga dapat meminimalisir biaya pengeluaran dari pemilik peternakan.

Menghasilkan susu yang berkualitas merupakan tujuan utama bagi pemilik UMKM Peternakan Susu Kambing, dengan menjaga kondisi kebersihan pada kandang, kesehatan pada kambing dan juga khasiat pada pakan kambing. Kandang peternakan Susu Kambing Perah milik Bapak Wahyu sangat bersih sehingga dapat mendukung kesehatan pada kambing, kesehatan kambing di periksa oleh dinas kesehatan Kabupaten Cirebon selama sebulan sekali sehingga kesehatan kambing dipastikan bagus dalam menghasilkan susu yang berkualitas.

Faktor Pendukung Dan Penghambat UMKM Peternakan Susu Kambing Perah

a. Faktor Pendukung

Desa Waled Asem memberikan kambing perah sejumlah 5 ekor guna membantu mengembangkan UMKM Peternakan Susu Kambing Perah sehingga menjadi potensi dari desa tersebut. Memiliki 10 ekor kambing perah dari 55 ekor kambing yang ditanam menjadi salah satu faktor pendukung pada perkembangan UMKM Peternakan Susu Kambing Perah tersebut.

Berada di tempat daerah tropis sehingga dengan mudah mendapatkan pakan yang berpengaruh pada kualitas susu, pakan tersebut seperti daun lamtoro dan gamal. Diberikannya pakan tersebut dapat menghasilkan susu yang banyak, juga menjadi faktor pendukung dalam perkembangan untuk suatu usaha sehingga dengan mudah menjual ke khalayak masyarakat umum.

Tempat strategis menambah nilai faktor pendukung guna mengembangkan UMKM Peternakan Susu Kambing Perah. Desa Waled Asem yang dikelilingi oleh desa ambit, waledesa, mekarsari dan jatimulya. Dari tiap desa memiliki pengepul yang mengambil susu dari Peternakan Susu Kambing milik Bapak Wahyu, yang dimana susu tersebut akan di inovasi kembali dan dipasarkan ke konsumen.

b. Faktor Penghambat

Memasarkan produksi susu ke pengepul yang dihargai 16-20 ribu per liter dengan kemasan plastik, serta menjual ke masyarakat dengan kemasan plastik berisi 1 liter dihargai 30 ribu. Maka dari itu kemasan plastik dan belum memiliki logo menjadi penghambat dalam pengembangan UMKM ini. Jika susu yang diproduksi dan dijual dalam bentuk kemasan botol yang sudah ditempelkan logo dengan nama merek yang

mencirikan desa tersebut. Sehingga dapat menjadi potensi dari desa dan dapat menjadi desa unggulan, karena memiliki UMKM yang sudah berkembang pesat.

Kemasan dan logo merupakan elemen penting dalam branding dan pemasaran suatu produk. Kemasan adalah semua aktivitas merancang dan memproduksi wadah atau bungkus untuk suatu produk (Kotler,. 2002). Kemasan berfungsi untuk melindungi produk, memudahkan penyimpanan, memberikan informasi, menarik perhatian konsumen, menjaga kebersihan dan keamanan dan membangun citra merek. Merek memiliki peran penting dalam menciptakan diferensiasi, loyalitas dan nilai tambah bagi produk. Menurut David A. Aaker (1991), merek adalah nama atau simbol seperti logo, cap, atau desain yang digunakan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari penjual atau kelompok penjual tertentu. Fungsi merek menjadi ciri khas pemilik usaha dan pembeda dari pesaing.

Penelitian Teliana et al. (2024) menunjukkan bahwa inovasi kemasan dan peningkatan kemampuan pemasaran dapat meningkatkan daya saing UMKM hingga 40%. Sejalan dengan temuan Umam et al. (2023), inovasi pengembangan pemasaran produk susu kambing melalui branding yang tepat dapat meningkatkan penetrasi pasar lokal.

Studi Vitriana et al. (2024) membuktikan bahwa digitalisasi dan perbaikan kemasan UMKM susu kambing dapat meningkatkan mutu produk dan daya tarik konsumen. Hal ini mendukung temuan penelitian ini bahwa kemasan yang menarik dan bermerek dapat meningkatkan nilai jual produk dari Rp 30.000/liter (kemasan plastik) menjadi Rp 40.000/liter (4 botol @250ml).

Upaya Mengembangkan UMKM Peternakan Susu Kambing Perah

Berdasarkan penelitian di UMKM Peternakan Susu Kambing Perah masih belum memiliki pengetahuan mengenai branding produk, maka dari itu kami memberikan beberapa upaya untuk mengembangkan UMKM diantaranya :

a. Workshop UMKM

Kegiatan *workshop* UMKM yang sudah dilaksanakan pada tanggal 02 September 2024 bertujuan untuk memberikan pembekalan edukasi dan pemahaman terkait branding produk kepada UMKM Peternakan Susu Kambing Perah dan perangkat Desa Waled Asem. *Workshop* UMKM menjadi peran penting sebelum mengembangkan suatu usaha, supaya ilmu yang didapat dikegiatan tersebut dapat diimplementasikan atau diterapkan oleh pemilik agar usaha tersebut dapat berkembang pesat. Berkembangnya UMKM dapat menjadi potensi unggul dari suatu desa, sehingga pada khalayak masyarakat umum dapat mengetahui jika UMKM susu kambing tersebut ada di desa Waled Asem. Maka dari itu masyarakat tertarik untuk membeli dan mengkonsumsi susu kambing tersebut karena khasiatnya yang begitu penting terhadap kesehatan. Dibawah ini merupakan dokumentasi kegiatan *workshop* UMKM di balai desa Waled Asem.



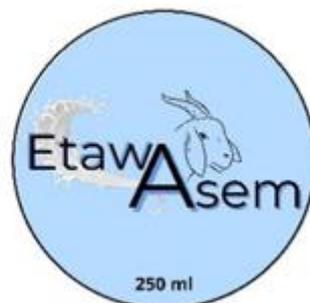
Gambar 2. Kegiatan Workshop UMKM

Kegiatan ini menghadirkan dosen fakultas ekonomi & bisnis Universitas Swadaya Gunung Jati yaitu Bapak Rahmadi, SE. MM. yang memaparkan materi mengenai branding dan marketing pada produk. Branding produk sangat penting karena berperan besar dalam membentuk persepsi konsumen, membedakan produk dari pesaing dan membangun loyalitas pelanggan. UMKM Peternakan Susu Kambing Perah masih dalam proses pengembangan sehingga membutuhkan pembekalan yang akan di implementasikan ke produk susu tersebut supaya berkelanjutan.

Dalam pembekalan melalui workshop UMKM kami berharap kepada pihak desa dan pemilik UMKM Peternakan Susu Kambing dapat menerapkan ilmu tersebut ke produk susu kambing yang sedang dikembangkan.

b. Membuat Logo

Berdasarkan faktor penghambat yang telah diuraikan, kami memiliki ide untuk membantu membuat logo pada brand susu kambing tersebut supaya dapat menambah nilai dan citra pada produk susu kambing milik Bapak Wahyu. Dibawah ini merupakan logo untuk susu kambing milik Bapak Wahyu yang diberi nama merek ETAWASEM.



Gambar 3. Logo Susu Kambing milik Bapak Wahyu

Berdasarkan logo diatas filosofi dari logo "Etawasem" menekankan kebanggaan lokal dari desa Waled Asem dan kualitas susu kambing Sapera yang ditawarkan. Logo ini menggabungkan elemen alam,kesegaran, dan identitas lokal, yang mencerminkan

Pengembangan UMKM Lokal dalam Membangun Desa Unggul Melalui Peternakan Susu Kambing Perah

UMKM sebagai produsen produk susu kambing berkualitas tinggi dengan sentuhan tradisi dan inovasi dari komunitas setempat. Menentukan logo tersebut disetujui oleh ketiga pihak diantaranya pemilik, pihak desa dan mahasiswa KKN kelompok 72 Universitas Swadaya Gunung Jati.

Diresmikannya logo tersebut pada tanggal 15 September 2024 oleh kepala desa dan pemilik UMKM Peternakan Susu Kambing, yang dihadiri perangkat desa serta jajarannya dan masyarakat Desa Waled Asem. Dibawah ini merupakan dokumentasi peresmian logo untuk produk susu kambing perah milik Bapak Wahyu.



Gambar 4. Peresmian Logo Susu Kambing

c. Kemasan

Menurut Smith (2007), kemasan sebagai cara membungkus atau melindungi barang dengan tujuan untuk menjaga kualitas, memudahkan distribusi dan menarik perhatian konsumen. Kemasan menjadi peran penting dalam suatu produk. UMKM Peternakan Susu Kambing Perah milik Bapak Wahyu yang masih menggunakan kemasan plastik yang berisi 1 liter seharga 30 ribu, maka kami memberi ide atau saran kemasan susu tersebut di upgrade menjadi botol berisi 250 ml yang dihargai 10 ribu perbotol. Dibawah ini merupakan perubahan kemasan susu kambing perah di UMKM Peternakan Susu Kambing Perah Desa Waled Asem.



Gambar 5. Kemasan Susu Kambing Sebelum dan Sesudah Pengembangan Inovasi

Menginovasi kemasan bertujuan untuk menambah nilai dari produk tersebut dan mudah untuk dikonsumsi oleh konsumen. Karena jika menggunakan plastik, maka harus

dituang terlebih dahulu ke gelas kecuali menggunakan botol lebih efisien dan efektif dalam mengkonsumsi susu yang siap diminum.

Implikasi Penelitian

1. Implikasi Ekonomi: Model pengembangan ini dapat meningkatkan pendapatan peternak hingga 40-50% dan berpotensi menciptakan lapangan kerja baru di sektor hilir (pengolahan, pemasaran).
2. Implikasi Sosial: Keberhasilan UMKM ini dapat menjadi inspirasi bagi desa lain untuk mengembangkan potensi lokal dan meningkatkan kebanggaan masyarakat terhadap produk daerah.
3. Implikasi Kebijakan: Pemerintah daerah perlu mengembangkan program pendampingan UMKM yang lebih sistematis dengan fokus pada branding dan pemasaran digital.
4. Implikasi Akademik: Penelitian lanjutan diperlukan untuk menganalisis dampak jangka panjang pengembangan brand terhadap sustainability UMKM peternakan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini terbatas pada satu UMKM dalam periode waktu singkat. Evaluasi dampak jangka panjang terhadap peningkatan penjualan dan keberlanjutan usaha memerlukan penelitian longitudinal lebih lanjut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa industri susu kambing pada UMKM merupakan salah satu sektor penting dalam mendorong transformasi perekonomian daerah. Oleh karena itu, Desa Waled Asem bertujuan untuk mengembangkan potensi pengembangan peternakan sapi perah kambing pada sektor UMKM dan menjadi desa yang lebih maju dan berkembang melalui UMKM peternakan kambing. Susu dari kambing perah ini menghasilkan susu yang berkualitas tinggi. Hal ini menjadi tujuan utama UMKM pemilik peternakan kambing perah dengan menjaga kebersihan kandang, kesehatan kambing bahkan khasiat pakan kambingnya. Kandang di peternakan susu kambing perah Wahyu sangat bersih sehingga turut menunjang kesehatan kambing.

Dinas Kesehatan Provinsi Cirebon melakukan pemeriksaan kesehatan kambing setiap sebulan sekali untuk memastikan kualitas susu kambing. Tak hanya itu, penelitian menunjukkan bahwa UMKM pelaku peternakan sapi perah kambing masih minim pengetahuan mengenai branding produk. Oleh karena itu, berbagai inisiatif kami lakukan untuk mengembangkan UMKM susu kambing perah, seperti: mengadakan workshop UMKM serta pembuatan logo dan kemasan antara lain, Kegiatan workshop UMKM yang sudah dilaksanakan pada tanggal 02 September 2024 bertujuan untuk memberikan pembekalan edukasi dan pemahaman terkait branding produk kepada UMKM Peternakan Susu Kambing Perah dan perangkat Desa Waled Asem. Pembuatan Logo, logo menjadi peran penting dalam membangun citra merek pada produk tersebut. Filosofi pada logo

etawasem menggabungkan elemen alam, kesegaran dan identitas lokal, yang mencerminkan UMKM sebagai produsen produk susu kambing berkualitas tinggi dengan sentuhan tradisi dan inovasi dari komunitas setempat dan kemasan, kemasan menjadi peran penting dalam suatu produk untuk melindungi produk dan menambah nilai produk tersebut. UMKM Peternakan Susu Kambing Perah milik Bapak Wahyu masih menggunakan kemasan plastik yang berisi 1 liter seharga 30 ribu, maka kami memberi ide atau saran kemasan susu tersebut di upgrade menjadi botol berisi 250 ml yang dihargai 10 ribu perbotol.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. Free Press.
- Boediono. (1993). *Ekonomi moneter*. BPFE.
- Chandra, T. (2000). *Manajemen usaha kecil*. Ghalia Indonesia. (dalam Nurwahida & Susyanti, 2018)
- Darmawan, D. (2010). *Pengembangan UMKM lokal dan potensi daerah*. Alfabeta.
- Djamaludin, A. (2020). *Nutrisi dan manfaat susu kambing untuk kesehatan*. Penebar Plus.
- Hafsah, M. J. (2004). *Upaya pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM)*. Infokop.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen pemasaran* (Edisi Milenium). Prenhallindo.
- Mangkunegara, A. P. (2005). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, A. (2018). *Pembangunan ekonomi dan pertumbuhan regional*. Grasindo.
- Murtidjo, B. A. (1993). *Memelihara kambing sebagai ternak potong dan perah*. Kanisius.
- Nurwahida, N., & Susyanti, J. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 153–163.
- Sabaruddin, R. (2016). Strategi pengembangan UMKM pedesaan menuju entrepreneurs village pada pasar global. *입법학연구, 제13집 1호*(May).
- Simmons, G., Armstrong, G., & Durkin, M. (2008). *Small business management and entrepreneurship*. Prentice Hall.
- Smith, P. (2007). *Packaging design and consumer behavior*. Marketing Press.
- Sugiyono. (2005). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tambunan, T. (2021). *UMKM di Indonesia: Teori, fakta, dan strategi pemberdayaan*. Ghalia Indonesia.
- Teliana, N., Suhendra, S., Ramadini, G. A., Ghifari, M. A. G. M. A., Nurhanifah, N., & Saputra, R. M. (2024). Strategi membangun UMKM unggul dengan peningkatan kemampuan pemasaran dan inovasi kemasan melalui digital marketing di Desa Cibuntu. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 5(1), 37–49.
- Umam, A. A., Fitriyani, Y., & Alfianto, A. N. (2023). Inovasi pengembangan pemasaran produk susu kambing etawa di Dusun Jengglik. *Warta Pengabdian Andalas*, 30(4), 625–632.
- Vitriana, M., Febrian, F. A., Aulia, R., Iswanto, R. T. P., Akbar, M. A., Arif, M. F., Fauziah, N., Az Zahra, A. S., Ramadhan, P. D. G., & Olivia, N. (2024). Pemeliharaan susu kambing perah untuk peningkatan mutu produk dan inovasi pengembangan

digitalisasi UMKM di Desa Pasir Utama. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(7), 2621–2626. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i7.1298>

Wijoyo, H., Santamoko, R., & Ariyanto, A. (2020). *Strategi pengembangan UMKM di era digital*. CV. Pena Persada.

Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Essentials of entrepreneurship and small business management* (5th ed.). Pearson Prentice Hall.