



## **Tingkatkan Kesejahteraan UMKM: Bersama Program Kerja KKN 209 UIN Bandung Mengenai Ekonomi Kreatif Melalui Inovasi Usaha Kawat Bulu**

**Annasya Bulan Merdika<sup>1</sup>, Farida Hasanah<sup>2</sup>, Karinan Novia Rohali<sup>3</sup>,  
Rida Mariska<sup>4</sup>, Safira Putri Maulida<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: [anasyamerdika@gmail.com](mailto:anasyamerdika@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: [faridahsnh02@gmail.com](mailto:faridahsnh02@gmail.com)

<sup>3</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: [noviakarinan@gmail.com](mailto:noviakarinan@gmail.com)

<sup>4</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: [ridamariskaa@gmail.com](mailto:ridamariskaa@gmail.com)

<sup>5</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: [safiraputri22052003@gmail.com](mailto:safiraputri22052003@gmail.com)

### **Abstrak**

Program KKN 209 UIN Bandung berfokus pada peningkatan kesejahteraan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Cikuya melalui pengembangan ekonomi kreatif. Penelitian ini secara khusus menitikberatkan pada inovasi usaha kawat bulu, sebuah kerajinan tangan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Melalui serangkaian kegiatan, seperti pelatihan, pendampingan, dan pengembangan produk, diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah produk kawat bulu, memperluas jaringan pemasaran, serta memberdayakan masyarakat desa. Metode yang digunakan dalam program ini meliputi observasi, wawancara, dan pelatihan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan penerapan inovasi pada desain produk, penggunaan media sosial sebagai platform pemasaran, serta pengembangan jaringan kerjasama, UMKM kawat bulu dapat meningkatkan kapasitas produksi dan daya saing produk kawat bulu. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi usaha kawat bulu memiliki potensi yang sangat besar untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat sekitar, sekaligus melestarikan kekayaan budaya lokal.

**Kata Kunci:** KKN, UMKM, ekonomi kreatif, inovasi, kawat bulu, pemberdayaan, desain produk, pemasaran digital, jaringan kerjasama.

### **Abstract**

*UIN Bandung's KKN 209 program focuses on improving the welfare of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Cikuya Village through creative economic development. This research specifically focuses on the innovation of the kawat bulu business, a handicraft that has great potential to be developed. Through a series of activities, such as training, mentoring, and product development, it is expected to increase the added value of the kawat*

*bulu product, expand the marketing network, and empower the village community. The methods used in this program include observation, interviews, and training. The data obtained was then analyzed to formulate an appropriate business development strategy. The results showed that by applying innovations in product design, using social media as a marketing platform, and developing cooperation networks, the bristle wire MSMEs can increase production capacity and competitiveness of bristle wire products. Overall, this research shows that feather wire business innovation has enormous potential to increase the income and welfare of the surrounding community, while preserving local cultural wealth.*

**Keywords:** *KKN, MSMEs, creative economy, innovation, feather wire, empowerment, product design, digital marketing, collaboration networks.*

## **A. PENDAHULUAN**

Indonesia, sebagai negara dengan kekayaan budaya yang melimpah, memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif. Salah satu sektor yang menjanjikan adalah kerajinan tangan, di mana UMKM memainkan peran sentral. Namun, UMKM di Indonesia, termasuk UMKM yang bergerak di bidang kerajinan tangan, seringkali menghadapi berbagai tantangan, seperti terbatasnya akses terhadap pasar, kurangnya inovasi produk, dan rendahnya kualitas produksi.

Kawat bulu, sebagai salah satu kerajinan tangan khas Indonesia, memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi produk unggulan yang mampu menembus pasar domestik maupun internasional. Namun, dalam praktiknya, pengembangan usaha kawat bulu seringkali terkendala oleh beberapa faktor. Pertama, kurangnya inovasi dalam desain produk menyebabkan produk kawat bulu menjadi kurang menarik dan kurang kompetitif di pasaran. Kedua, terbatasnya akses terhadap informasi dan teknologi membuat UMKM kawat bulu kesulitan dalam mengembangkan produk dan memasarkannya. Ketiga, kurangnya dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait membuat UMKM kawat bulu sulit untuk berkembang.

Kondisi ini semakin diperparah dengan adanya persaingan yang semakin ketat dari produk-produk impor. Produk-produk impor seringkali memiliki desain yang lebih modern, kualitas yang lebih baik, dan harga yang lebih kompetitif. Akibatnya, produk-produk kerajinan tangan lokal, termasuk kawat bulu, semakin terpinggirkan di pasar domestik.

Pengembangan UMKM kawat bulu memiliki urgensi yang sangat tinggi, baik dari perspektif ekonomi maupun sosial. Secara ekonomi, pengembangan UMKM kawat bulu dapat berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat, mengurangi tingkat pengangguran, dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Secara sosial,

pengembangan UMKM kawat bulu dapat melestarikan budaya lokal, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan mengurangi ketimpangan sosial.

Menurut Suparman (2023), pengembangan UMKM merupakan salah satu kunci untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengurangi kemiskinan. Hal ini sejalan dengan pandangan Rahmawati (2022) yang menyatakan bahwa UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

Dalam upaya mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, program Kuliah Kerja Nyata (KKN) 209 UIN Bandung telah menginisiasi sebuah proyek inovatif di Desa Cikuya. Desa yang kaya akan potensi kerajinan tangan ini menjadi sasaran program KKN yang berfokus pada pengembangan ekonomi kreatif. Salah satu fokus utama program ini adalah memaksimalkan potensi usaha kawat bulu, sebuah kerajinan tradisional yang memiliki nilai estetika tinggi namun belum tergarap secara optimal.

Kawat bulu, dengan keindahan dan keunikannya, memiliki potensi besar untuk menjadi produk unggulan yang mampu menembus pasar yang lebih luas. Namun, para pelaku UMKM di Desa Cikuya seringkali menghadapi kendala dalam mengembangkan usaha mereka, seperti terbatasnya pengetahuan mengenai desain produk, pemasaran, dan manajemen usaha. Melihat potensi yang besar ini, tim KKN 209 UIN Bandung berupaya untuk memberikan solusi konkret melalui serangkaian program pendampingan dan pelatihan.

## **B. METODE PENGABDIAN**

Program KKN 209 UIN Bandung telah merancang sebuah pendekatan sistematis untuk mengembangkan potensi kerajinan kawat bulu di Desa Cikuya. Proses pengabdian ini dimulai dengan perencanaan yang matang. Tim KKN menyusun rencana kegiatan yang mencakup seluruh tahapan, mulai dari sosialisasi hingga evaluasi. Sosialisasi program dilakukan secara intensif untuk mengenalkan potensi ekonomi kreatif dari kerajinan kawat bulu kepada masyarakat desa. Melalui pertemuan dengan tokoh masyarakat, penyebaran brosur, dan pemanfaatan media sosial, diharapkan minat masyarakat terhadap kerajinan ini dapat meningkat.

Setelah tahap sosialisasi, tim KKN melakukan koordinasi dengan pihak desa untuk memastikan kelancaran pelaksanaan program. Hal ini meliputi pemilihan lokasi yang strategis untuk pelaksanaan workshop, penentuan jadwal yang tidak berbenturan dengan aktivitas masyarakat, serta memperoleh dukungan dari pemerintah desa. Dengan adanya dukungan dari pihak desa, diharapkan program ini dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.

Pelaksanaan workshop menjadi inti dari program ini. Sebelum workshop dimulai, tim KKN mempersiapkan segala sesuatu dengan cermat. Mulai dari penyediaan bahan baku seperti kawat, bulu, dan berbagai aksesori, hingga pembuatan contoh produk yang menarik dan inovatif. Materi pelatihan yang disusun pun dirancang secara khusus agar mudah dipahami oleh peserta yang memiliki latar belakang yang beragam. Materi pelatihan tidak hanya mencakup teknik pembuatan secara teknis, tetapi juga mencakup aspek desain produk yang kreatif dan kekinian serta tips pemasaran yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar.

Selama workshop, tim KKN menerapkan metode pembelajaran yang interaktif. Peserta tidak hanya mendengarkan materi, tetapi juga diajak untuk langsung mempraktikkan teknik pembuatan. Dengan cara ini, pemahaman peserta terhadap materi akan lebih mendalam dan keterampilan mereka dapat berkembang dengan cepat. Selain itu, tim KKN juga memberikan motivasi kepada peserta agar terus berkreasi dan mengembangkan usaha mereka. Dukungan moral dan semangat yang tinggi dari tim KKN diharapkan dapat membangkitkan kepercayaan diri peserta untuk terus berkarya.

Evaluasi menjadi langkah penting dalam setiap program. Tim KKN melakukan evaluasi secara berkala untuk mengukur sejauh mana tujuan program telah tercapai. Evaluasi dilakukan melalui berbagai metode, seperti kuesioner, wawancara, dan observasi. Data yang diperoleh dari evaluasi kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, dan peluang perbaikan program. Hasil evaluasi ini sangat berguna untuk menyusun rencana tindak lanjut dan memastikan keberlanjutan program.

### **C. PELAKSANAAN KEGIATAN**

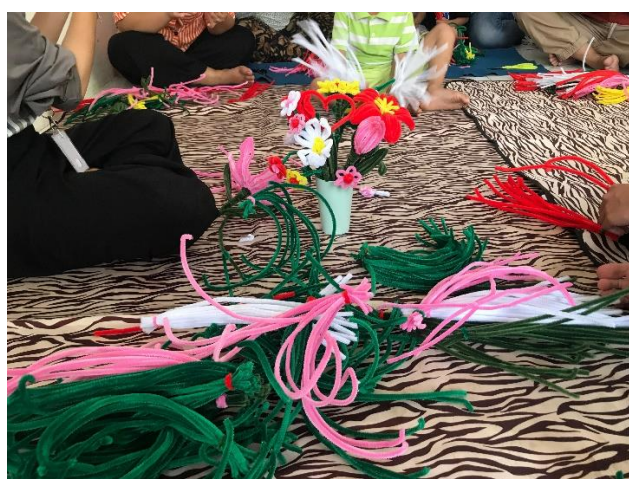
Pada tanggal 23 Agustus 2024, sebuah inisiatif menarik digelar di aula RW 04 Desa Cikuya. Kegiatan sosialisasi ekonomi kreatif yang berfokus pada inovasi usaha kawat bulu berhasil menyedot perhatian ibu-ibu warga RW 04, beserta ibu RW dan beberapa anggota karang taruna. Acara yang berlangsung hangat ini dimulai pukul 14.30 dan berakhir pukul 16.00, memberikan ruang bagi peserta untuk berinteraksi dan menggali potensi bisnis baru.



**Gambar 1.1** Penyampaian Materi

Para pemateri, yang merupakan bagian dari kelompok penggagas acara, secara komprehensif menyampaikan materi mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam memasarkan produk. Dengan bahasa yang mudah dipahami, mereka menjelaskan berbagai platform digital yang dapat digunakan untuk berjualan, mulai dari marketplace populer hingga media sosial. Selain itu, peserta juga dibekali panduan praktis tentang cara membuat akun, mengunggah produk, dan berinteraksi dengan calon pembeli.

Sebagai bentuk praktik langsung, sosialisasi ini juga menyajikan demonstrasi pembuatan kerajinan tangan dari kawat bulu. Tren kerajinan tangan yang sedang naik daun ini dipilih sebagai contoh konkret penerapan ide kreatif dalam berbisnis. Peserta diajak untuk membuat bunga dari kawat bulu yang nantinya dapat dirangkai menjadi buket yang menarik. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan baru, tetapi juga menginspirasi peserta untuk mengembangkan kreativitas mereka dalam menghasilkan produk yang unik dan bernilai jual.



**Gambar 1.2** Praktik Pembuatan Bunga

Antusiasme peserta sangat terlihat selama acara berlangsung. Mereka aktif bertanya mengenai berbagai hal, mulai dari pemilihan bahan baku, teknik pembuatan, hingga strategi pemasaran yang efektif. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi ini telah berhasil membangkitkan minat dan semangat kewirausahaan di kalangan masyarakat. Diharapkan, kegiatan seperti ini dapat terus dilakukan secara berkelanjutan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di wilayah tersebut.

#### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Program KKN 209 UIN Bandung yang berfokus pada pengembangan ekonomi kreatif melalui inovasi usaha kawat bulu di Desa Cikuya telah menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM setempat. Selama pelaksanaan program, sejumlah kegiatan seperti workshop, pelatihan, dan pendampingan berhasil dilaksanakan dengan melibatkan warga setempat. Berikut beberapa hasil yang berhasil dicapai:

##### **1. Peningkatan Kapasitas Produksi**

Setelah mengikuti workshop pembuatan kerajinan tangan dari kawat bulu, para peserta, yang mayoritas adalah pelaku UMKM, mampu meningkatkan kapasitas produksi mereka. Peserta yang awalnya hanya memiliki keterampilan dasar dalam membuat kerajinan, kini dapat menciptakan produk yang lebih beragam dan inovatif. Produk-produk seperti gantungan kunci, hiasan rumah, hingga aksesoris berbahan dasar kawat bulu mulai diproduksi dalam jumlah yang lebih besar.

##### **2. Inovasi Desain Produk**

Salah satu masalah utama yang dihadapi UMKM sebelum pelatihan adalah kurangnya inovasi dalam desain produk, yang menyebabkan daya saing produk mereka rendah. Melalui pelatihan ini, peserta mendapatkan pengetahuan baru terkait desain produk yang lebih modern dan menarik, sehingga produk kawat bulu mereka lebih kompetitif di pasar. Para peserta juga diajarkan cara memanfaatkan warna, bentuk, dan aksesoris tambahan untuk meningkatkan estetika produk.

##### **3. Penerapan Strategi Pemasaran Digital**

Pelatihan digital marketing yang diberikan dalam program ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan marketplace untuk mempromosikan produk mereka. Beberapa UMKM yang sebelumnya belum memanfaatkan media sosial untuk pemasaran kini mulai aktif memasarkan produk mereka secara online. Hal ini terbukti efektif meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan.

##### **4. Pengembangan Jaringan Kerjasama**

Melalui kegiatan ini, para peserta juga diajak untuk membangun jaringan kerjasama dengan UMKM lain dan komunitas di luar desa, sehingga menciptakan peluang baru untuk kolaborasi dan distribusi produk ke pasar yang lebih luas. Dukungan dari pemerintah desa dan lembaga setempat turut memperluas jaringan kerjasama ini, khususnya dalam hal pemasaran produk lokal.

Hasil dari program KKN 209 UIN Bandung menunjukkan bahwa inovasi dalam usaha kerajinan tangan berbasis kawat bulu dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di Desa Cikuya. Inovasi dalam desain produk serta penerapan strategi pemasaran digital merupakan dua faktor kunci yang mendorong peningkatan daya saing produk lokal. Dengan adanya pelatihan yang komprehensif, para pelaku UMKM kini memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang cara mengembangkan usaha mereka.

Hasil penelitian ini relevan dengan pandangan Suparman (2023) yang menyatakan bahwa pengembangan UMKM merupakan salah satu kunci dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Rahmawati (2022) juga mengungkapkan bahwa inovasi produk dan pemasaran digital sangat penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, terutama di sektor kerajinan tangan.

program ini berhasil menjawab tantangan yang dihadapi pelaku UMKM, seperti terbatasnya akses terhadap teknologi dan kurangnya inovasi produk. Dengan adanya inovasi dalam desain dan pemasaran, produk kawat bulu yang sebelumnya kurang diminati kini mampu menarik perhatian pasar yang lebih luas.

Namun, terdapat beberapa tantangan yang perlu dihadapi dalam jangka panjang. Salah satunya adalah keberlanjutan program pendampingan. Meskipun hasil awal dari pelatihan dan pendampingan cukup menggembirakan, keberlanjutan program ini sangat bergantung pada komitmen warga dan dukungan berkelanjutan dari pemerintah dan lembaga terkait.



### **Gambar 1.3** Hasil Praktik Pembuatan Bunga

Secara keseluruhan, inovasi dalam usaha kawat bulu melalui KKN 209 ini tidak hanya berhasil meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian budaya lokal. Pengembangan kerajinan berbasis kawat bulu memiliki potensi besar untuk menjadi produk unggulan yang dapat menembus pasar nasional bahkan internasional jika pengembangan ini terus didorong dengan inovasi dan dukungan yang berkelanjutan.

#### **E. PENUTUP**

Program KKN 209 UIN Bandung yang berfokus pada pengembangan ekonomi kreatif melalui inovasi usaha kawat bulu di Desa Cikuya telah menunjukkan hasil yang signifikan dalam memberdayakan pelaku UMKM lokal. Program ini berhasil meningkatkan keterampilan produksi, inovasi desain, penerapan strategi pemasaran digital, serta memperluas jaringan kerjasama antar-UMKM. Semua kegiatan ini telah membuka peluang baru bagi UMKM Desa Cikuya untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar domestik maupun internasional.

Namun, keberlanjutan dari program ini tetap menjadi tantangan yang perlu diperhatikan. Keberhasilan jangka panjang dari inovasi kerajinan kawat bulu ini bergantung pada komitmen masyarakat, dukungan berkelanjutan dari pemerintah, serta kerjasama dengan lembaga terkait. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan yang lebih intensif dan program lanjutan yang berkelanjutan agar potensi kerajinan kawat bulu dapat terus berkembang.

Secara keseluruhan, program ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat tetapi juga pada pelestarian budaya lokal. Dengan dukungan yang tepat, produk kerajinan kawat bulu memiliki potensi besar untuk menjadi produk unggulan dari Desa Cikuya dan bersaing di pasar yang lebih luas.

#### **F. UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami peserta KKN 209 UIN Bandung mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam keberhasilan program pengembangan kerajinan kawat bulu di Desa Cikuya. Terima kasih kepada masyarakat Desa Cikuya yang telah menyambut kami dengan hangat dan antusias mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Terima kasih kepada Bapak Ridwan Rustandi, M.Sos selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berarti. Terima kasih juga kepada pemerintah desa, tokoh masyarakat, dan semua pihak yang telah mendukung program ini. Semoga kerjasama yang baik ini dapat terus terjalin dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat.

#### **G. DAFTAR PUSTAKA**



Nanda, M. A., Sugandi, W., Yusuf, A., Amaru, K., & Maulana, A. S. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Untuk Mendorong Kemandirian Pada Bidang Ekonomi, Kesehatan, Pertanian, Dan Peternakan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(3), 2710-2721.

Martono, S., & Febriyanti, R. (2023). Pengaruh Inklusi Keuangan, Literasi Keuangan dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Kinerja UMKM di Kota Salatiga. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 11(2), 153-168.

Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1-13.

Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 01-08.

Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.