

Optimalisasi UMKM Kopah Butet Pane Sebagai Potensi Ekonomi Lokal Berbasis Kreativitas Masyarakat di Desa Bogak Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten Batu Bara

Selena Putri Sania¹, Rutmay Prina Br Sembiring², Muhammad Khalid Rabbani³, Ardyansyah Putra Tambunan⁴, Tasya Febrianti⁵, Muhammad Noer Fadlan⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Muslim Nusantara Alwashliyah, Jl. Garu II A No.93, Harjosari I, Kec. Medan Amplas, Kota Medan, 20147, Indonesia

E-mail: selenaputri290@gmail.com

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3159>

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article history

Received: 10 September 2025

Revised: 26 September 2025

Accepted: 18 October 2025

Kata kunci:

UMKM, branding, kreativitas, Desa Bogak

Keywords:

MSMEs, branding, creativity, Bogak Village



Optimalisasi UMKM *Kopah Butet Pane* sebagai potensi ekonomi lokal berbasis kreativitas masyarakat di Desa Bogak, Kecamatan Tanjung Tiram, Kabupaten Batu Bara, merupakan program peningkatan branding dan aksesibilitas usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) *Kopah Butet Pane* yang menjadi salah satu UMKM terbesar di desa bogak dan mata pencaharian warga desa setempat. Program ini bertujuan untuk meningkatkan identitas yang lebih kuat dan daya tarik yang lebih tinggi terhadap produk UMKM *Kopah Butet Pane*. Kegiatan yang dilakukan meliputi pembuatan logo, mengusulkan kemasan, pembuatan peta lokasi digital, serta pemasangan plang nama. Metode pelaksanaan mencakup observasi lapangan, wawancara dengan pemilik UMKM, serta dokumentasi proses kegiatan. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa strategi branding ini mampu meningkatkan daya tarik produk, dan memperkuat citra usaha. Dengan adanya optimalisasi ini, UMKM *Kopah Butet Pane* diharapkan mampu berkembang menjadi motor penggerak perekonomian lokal yang kreatif, berdaya saing, dan berkelanjutan.

Optimizing Kopah Butet Pane MSMEs as a local economic potential based on community creativity in Bogak Village, Tanjung Tiram District, Batu Bara Regency, is a program to improve the branding and accessibility of Kopah Butet Pane micro, small and medium enterprises (MSMEs), which are among the largest MSMEs in Bogak Village and the livelihood of local villagers. This program aims to strengthen the identity and appeal of Kopah Butet Pane MSME products. Activities carried out include logo design, packaging proposals, digital location mapping, and signboard installation. Implementation methods include field observations, interviews with MSME owners, and documentation of the activity process. The results show that this branding strategy has successfully increased product appeal and strengthened the business's image. With this optimization, Kopah Butet Pane SME is expected to develop into a creative, competitive, and sustainable driver of the local economy.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Selena Putri Sania, et al (2025). Optimalisasi UMKM Kopah Butet Pane Sebagai Potensi Ekonomi Lokal Berbasis Kreativitas Masyarakat di Desa Bogak Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten Batu Bara, 4(2) 8177-8182 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3159>

PENDAHULUAN

Saat ini, banyak pelaku usaha lokal telah merambat di seluruh Indonesia. Hingga saat ini, beberapa dari para pelaku usaha tersebut masih menjalankan bisnis mereka. Usaha lokal ini dikenal dengan istilah "usaha kecil, mikro, dan menengah" (UMKM). Banyak orang menjalankan usaha kecil dan menengah, yang hasilnya dibutuhkan oleh mereka sendiri. Mereka mendirikan bisnis mereka dengan

dana mereka sendiri atau orang lain untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri dan orang lain yang memperoleh keuntungan dari bisnis mereka. Menurut Undang-Undang, usaha mikro, kecil, dan menengah adalah usaha ekonomi produktif dengan jumlah kekayaan dan penjualan tahunan tertentu (Husaini et al., 2023).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung ekonomi di banyak negara, yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengurangan kemiskinan (Larasati et al., 2024). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, terutama melalui pemberdayaan rumah tangga dan pembentukan lapangan kerja. Di tengah perlambatan ekonomi saat ini, UMKM diharapkan dapat meningkatkan perekonomian (Laras Wati et al., 2024). Bahkan di tingkat desa sekalipun, UMKM selalu menjadi sumber peningkatan perekonomian masyarakat desa setempat karena mampu memanfaatkan sumber daya sekitar sebagai potensi lokal.

Salah satu UMKM yang mempunyai potensi besar untuk dikembangkan adalah UMKM Kopah Butet Pane yang berlokasi di Desa Bogak, Kecamatan Tanjung Tiram, Kabupaten Batu Bara. UMKM ini berfokus pada pengolahan produksi Kopah yang basah menjadi kering sehingga memiliki cita rasa yang unik jika dimasak dengan berbagai bumbu dan sangat diminati masyarakat. Keberadaan UMKM Kopah Butet Pane sangat memberikan dampak positif bagi perekonomian desa bogak, mulai dari penyediaan lapangan kerja hingga peningkatan pendapatan masyarakat setempat.

Oleh karena itu, penting penerapan peningkatan branding dan aksetibilitas pada UMKM, karena program Optimalisasi UMKM Kopah Butet Pane sebagai potensi ekonomi lokal berbasis kreativitas masyarakat di Desa Bogak ini ditujukan untuk membantu pemilik usaha dapat meningkatkan identitas yang lebih kuat, sehingga UMKM Kopah Butet Pane tidak hanya dikenal oleh pelanggan tetap, tetapi juga dapat memperluas pasarnya, meningkatkan citra usaha, serta memberikan dampak positif yang lebih besar bagi perekonomian Desa Bogak.

METODE

Program Optimalisasi UMKM Kopah Butet Pane sebagai potensi ekonomi lokal berbasis kreativitas dilaksanakan pada bulan juli sampai agustus 2025 di Desa Bogak, Kecamatan Tanjung Tiram, Kabupaten Batubara. Program ini dilaksanakan oleh mahasiswa/i KKN Universitas Muslim Nusantara Al-washliyah Medan Kelompok 27 sebagai bentuk kontribusi nyata dalam mendukung pengembangan potensi ekonomi lokal berbasis kreativitas masyarakat. Metode pelaksanaan kegiatan dirancang agar berjalan secara terstruktur, dengan rincian sebagai berikut ini :

1. Observasi dan Pendataan UMKM

Kegiatan diawali dengan observasi dan pendataan UMKM yang dilakukan pada 18 Juli 2025. Pada tahap ini, dilakukan wawancara untuk mengetahui sejarah berdirinya UMKM, proses produksi, sistem pemasaran, serta tantangan yang dihadapi terutama terkait identitas usaha dan pemasaran produk.

2. Perancangan Identitas Visual dan Desain Kemasan

Berdasarkan hasil observasi, maka dimulai dengan proses merancang logo, mencari kemasan berbentuk ziplog ukuran 500gram dan 1 kilogram, serta merancang plang nama usaha. Desain dibuat dengan mempertimbangkan nilai estetika, identitas produk, dan kesesuaian dengan karakteristik UMKM Kopah Butet Pane. Tahap ini mulai dilakukan pada 24 Juli 2025.

3. Pendaftaran lokasi di Google Maps

Supaya UMKM Kopah Butet Pane lebih mudah diakses oleh masyarakat luas, maka dilakukan pendaftaran lokasi usaha ke Google Maps. Langkah ini bertujuan untuk memudahkan konsumen baru dalam menemukan lokasi UMKM serta memperluas jangkauan pemasaran secara digital.

4. Penyerahan Implementasi Desain

Setelah Desain selesai, dilanjutkan dengan menyerahkan logo, kemasan, dan plang nama yang telah dibuat kepada pemilik UMKM pada 29 hingga 31 Juli 2025. Pemilik usaha juga diberikan penjelasan mengenai cara memanfaatkan logo dan kemasan dalam promosi serta pentingnya memanfaatkan Google Maps untuk mendukung pemasaran.

5. Monitoring dan Evaluasi Program

Pada tahap akhir ini dilakukan pada 2 juli 2025 untuk memastikan seluruh hasil program dapat digunakan secara maksimal oleh pemilik UMKM. Melalui rangkaian kegiatan ini, diharapkan UMKM Kopah Butet Pane memiliki identitas usaha yang jelas, kemasan produk yang menarik, serta

akses digital yang memudahkan konsumen mengenal dan membeli produk dalam berbagai ukuran, baik dalam jumlah besar maupun eceran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program optimalisasi UMKM Kopah Butet Pane sebagai kreativitas masyarakat di Desa Bogak yang dilaksanakan oleh mahasiswa/i KKN UMN AL-Washliyah Kelompok 27 berjalan sesuai dengan tahapan yang telah direncanakan. Program ini dapat diartikan sebagai program peningkatan branding dan aksetibilitas yang dirancang untuk meningkatkan kualitas dan daya saing melalui pembuatan logo,plang nama,pendaftaran lokasi di Google Maps, serta pengusulan kemasan dalam ukuran 500 gram hingga 1 kilogram yang menarik dan mudah dikenali masyarakat luas dan mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Kegiatan diawali dengan observasi dan pendataan UMKM pada 18 Juli 2025. Mahasiswa/I mengunjungi langsung lokasi usaha untuk mewawancarai pemilik terkait sejarah berdirinya UMKM,proses produksi,omset penjualan produk serta tantangan pemasaran yang dihadapi.



Gambar 1. Kegiatan Observasi dan Pendataan UMKM

Berdasarkan hasil observasi dan pendataan, UMKM Kopah Butet Pane dimiliki oleh seorang wanita bernama ibu Butet Pane dan suaminya, bersama dengan anaknya mereka terus berkerja keras mengembangkan usahanya sejak tahun 2006. Berdirinya UMKM Kopah Butet Pane ini bermula ketika ibu Butet Pane dan suaminya membeli sebuah produk kopah yang sudah jadi didaerah Kecamatan medeng deras, Kabupaten Batu Bara. Saat itu, seorang warga setempat bernama Kak Kayya menyarankan agar ibu Butet Pane dan suaminya mempelajari lebih dalam proses pembuatan kopah. Selama delapan bulan, ibu Butet Pane dan suaminya menjalin kerja sama dengan Kak Kayya untuk memasok produk sekaligus mempelajari cara produksi secara langsung. Berbekal pengalaman dan pengetahuan yang diperoleh, akhirnya ibu Butet Pane sekaligus pemilik UMKM Kopah Butet Pane memutuskan untuk memproduksi sendiri produk kopah, sehingga lahirlah usaha yang kini terus akan berkembang menjadi salah satu ikon local di Desa Bogak.





Gambar 2. Proses Produksi Kopah

Setelah berbincang-bincang dengan ibu Butet Pane, mahasiswa/i KKN UMN AL-Washliyah kelompok 27 terjun langsung ke tempat produksi kopah, proses awalnya kopah yang telah dikumpulkan dari para nelayan dipisahkan ukuran yang besar dengan yang kecil menggunakan alat yang terbuat dari kayu dengan jarring ditengahnya supaya ukurannya lebih seragam serta digunakan untuk memisahkan dari kotoran ataupun kerikil kecil. Kemudian, dimasukkan kedalam masing-masing wadah berbentuk keranjang. Proses selanjutnya adalah perebusan menggunakan drum besar serta kayu bakar sebagai sumber bahan bakar. Kemudian, setelah direbus kopah diambil menggunakan keranjang dan dibagikan ke ibu-ibu untuk dilakukan tahap selanjutnya yaitu, proses pengopekan (Memisahkan antar daging kopah dari cangkangnya). Lalu, kopah dicuci bersih menggunakan air, dan diberi campuran air dan pewarna makanan berwarna orange. Setelah itu, ditiriskan dan dijemur diterik matahari, proses penjemuran berlangsung selama satu hari. Kopah yang sudah kering dimasukan ke kantong kresek biasa dengan bobot perkantong yakni 10kg, lalu dikirim ke pelanggan tetap sesuai pesanan yang diminta.

Dari segi pendapatan, UMKM Kopah Butet Pane sebenarnya sudah sangat menguntungkan karena memiliki pelanggan tetap yang memesan kopah dalam jumlah yang besar, mencapai puluhan kilogram setiap bulannya. Namun, karena belum memiliki logo, kemasan standar, plang nama, dan keberadaan lokasi tempat digital seperti Google Maps, produk ini hanya dikenal dikalangan pelanggan tetap dan menjangkau pasar yang lebih luas. Bahkan, untuk masyarakat umum yang ingin membeli dalam jumlah kecil seperti 500 gram hingga 1 kilogram, UMKM ini belum menyediakan kemasan yang sesuai. Oleh karena itu, meskipun omset penjualan produk kopah cukup tinggi berkat pesanan rutin dari pelanggan tetap dalam jumlah besar, produk ini belum memiliki logo, kemasan standar, plang nama, dan akses digital, sehingga tidak dikenal masyarakat diluar lingkup pelanggan tetap.





Gambar 3. Perancangan Identitas Visual dan Desain Kemasan

Menindaklanjuti hal tersebut, pada 24 Juli 2025 dilakukan perancangan identitas visual dan kemasan. Mahasiswa/i merancang logo, desain kemasan dan plang nama dengan mempertimbangkan keunikan produk dan estetika visual. Untuk kemasan produk Kopah mahasiswa/i mencari di internet serta toko terdekat untuk kemasan yang sesuai dan awet dengan ukuran 500gram dan 1 kilogram. Tujuannya agar UMKM Kopah Butet Pane memiliki citra usaha yang lebih profesional, memudahkan konsumen mengenali produk, dan menarik minat pembeli baru, termasuk mereka yang ingin membeli produk dalam jumlah kecil.



Gambar 4. Pendaftaran Lokasi di Google Maps

Tahap berikutnya adalah pendaftaran lokasi UMKM Kopah Butet Pane di Google Maps agar usaha ini mudah diakses masyarakat luas. Langkah ini bertujuan untuk memudahkan konsumen baru dalam menemukan lokasi UMKM serta memperluas jangkauan pemasaran secara digital



Gambar 5. Penyerahan Implementasi Desain

Tahap berikutnya adalah penyerahan hasil desain logo, kemasan dan plang nama, diserahkan kepada pemilik usaha UMKM Butet Pane pada 29-31 Juli 2025, disertai diskusi mengenai cara memanfaatkan logo dan kemasan dalam promosi serta pentingnya memanfaatkan Google Maps untuk mendukung pemasaran dan pengembangan usaha.

Tahap akhir berupa monitoring dan evaluasi dilakukan pada 2 Juli 2025 untuk melihat implementasi hasil program. Pemilik UMKM menyambut baik seluruh inovasi yang diberikan dan menyatakan kesiapannya untuk memanfaatkan identitas baru usaha serta kemasan produk dalam memperluas jaringan pemasaran.

SIMPULAN

Program Optimalisasi UMKM Kopah Butet Pane yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN UMN Al-Washliyah Kelompok 27 di Desa Bogak, Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten, Batu bara, berhasil memberikan dampak nyata bagi pengembangan usaha masyarakat. Melalui serangkaian kegiatan seperti observasi, pendataan, pembuatan logo, desain kemasan, pendaftaran lokasi di Google Maps, serta pembuatan plang nama, UMKM Kopah Butet Pane kini memiliki identitas visual yang lebih profesional dan aksesibilitas yang lebih luas.

Sejarah UMKM ini menunjukkan bahwa meskipun awalnya hanya mengandalkan kerja sama dengan pihak lain untuk memperoleh bahan baku, kini pemilik UMKM telah mampu memproduksi sendiri dengan omset yang cukup tinggi. Namun, sebelum adanya program ini, pemasaran kopah hanya dikenal kalangan pelanggan tetap ataupun desa sekitar dan belum dikenal masyarakat luas. Dengan adanya kemasan baru yang praktis, plang usaha, dan pendaftaran lokasi di Google Maps, produk kopah Butet Pane diharapkan lebih mudah dikenal dan diminati oleh konsumen umum, termasuk yang membeli dalam jumlah kecil. Tidak hanya itu, program ini juga memberikan pemahaman baru bagi pemilik usaha tentang pentingnya identitas visual dan aksesibilitas dalam meningkatkan daya saing UMKM. Diharapkan juga program ini dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian Desa Bogak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dosen Pembimbing, Bapak Muhammad Noer Fadlan.S.PD, Dan Ibu Nazriani Lubis.S.PD..M.HUM, atas bimbingan, saran, dan arahannya yang sangat berharga selama proses penulisan artikel ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada pemerintah desa bogak dan pihak-pihak yang telah mendukung terlaksananya program ini. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada semua tim pelaksana yang telah bekerja sama dengan baik sehingga kegiatan berjalan lancar dan mencapai hasil yang diharapkan.

REFERENSI

- Husaini, M., Raudah, S., & Amaliya, M. (2023). Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai 2 Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai 3 Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai. In *Jurnal Riset Ilmiah* (Vol. 2, Issue 6).
- Laras Wati, D., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Quraish Al-Qorni, Z. (2024). *Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia*. 3(1).
- Larasati, S. A., Istiqomah, A., Ramadani, A. S., Khoiriyah, A., & Radianto, D. O. (2024). Peran Media Sosial Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(2), 321–332. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i2.2867>
- Putri, A., & Haryanto, B. (2022). Strategi Branding UMKM Olahan Ikan di Kabupaten Indramayu. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Kewirausahaan*, 5(1), 45–56.
- Rahman, M., Suryani, D., & Fitriani, A. (2023). Pelatihan Digital Marketing dalam Peningkatan Daya Saing UMKM Kuliner Kota Malang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 4(2), 112–120.
- Sari, N., & Pratama, Y. (2021). Optimalisasi Branding Produk Kopi Lokal Melalui Kolaborasi Pemerintah Daerah dan Perguruan Tinggi di Banyuwangi. *Jurnal Inovasi Daerah*, 3(3), 210–220.