



PEMBERDAYAAN UMKM DAN KELOMPOK WANITA TANI MELALUI PAMERAN KUMANDANG FEST SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PROMOSI PRODUK LOKAL DI DESA DANGURAN

Rafa Arwistya Ardana^{1*}, Latifa Choirunisa Santoso², Wahyu Angga Alamsyah³, Aulia Laily Zahrotun⁴, Nadya Yulianawati⁵, Faridah Aufa Luqyanah⁶, Wegaluviawati⁷, Selfi Puji Lestari⁸, Vicko Setyawan Nazir⁹, Septian Rama Saputra¹⁰, Zacky Wildan Musyaraf¹¹, Dicka Wahyu Setiasari¹²

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

*E-mail: arwistyarafa@gmail.com

ABSTRAK

Promosi produk lokal di Desa Danguran masih menghadapi keterbatasan jangkauan pemasaran sehingga produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah serta Kelompok Wanita Tani belum sepenuhnya dikenal oleh masyarakat di luar lingkungan sekitar. Kegiatan pengabdian ini bertujuan memperkuat promosi produk lokal melalui KUMANDANG Fest sebagai ruang untuk mempertemukan pelaku usaha dengan masyarakat secara langsung. Metode yang digunakan adalah metode partisipatif melalui tahapan identifikasi potensi dan permasalahan, koordinasi dan persiapan, pelaksanaan pameran, serta evaluasi. Kegiatan melibatkan tim Kuliah Kerja Nyata 26077, Pemerintah Desa Danguran, Karang Taruna, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, serta Kelompok Wanita Tani. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa KUMANDANG Fest menjadi media promosi yang memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk menampilkan produk, berinteraksi dengan konsumen, dan memperluas pengenalan produk lokal. Dari sisi ekonomi, beberapa pelaku usaha memperoleh hasil penjualan selama pameran, sedangkan dari sisi sosial kegiatan membuka ruang pertukaran pengalaman dan jejaring antarpelaku usaha. Evaluasi menunjukkan bahwa pameran satu kali belum cukup untuk menjamin keberlanjutan pemasaran karena masih terdapat tantangan dalam konsistensi produksi, kualitas kemasan, variasi produk, pencatatan transaksi, pengelolaan media promosi, dan perluasan pasar. Dengan demikian, KUMANDANG Fest dapat menjadi sarana promosi produk lokal yang perlu ditindaklanjuti melalui penguatan promosi digital dan pendampingan usaha secara berkelanjutan.

Kata kunci: KUMANDANG fest; promosi produk lokal; UMKM; kelompok wanita tani

EMPOWERING MSMEs AND THE FARMER WOMEN'S GROUP THROUGH THE KUMANDANG FEST EXHIBITION AS AN EFFORT TO ENHANCE LOCAL PRODUCT PROMOTION IN DANGURAN VILLAGE

ABSTRACT

Local products in Danguran Village are still not widely known outside the surrounding area because their marketing reach is limited. This applies especially to products made by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) and the Farmer Women's Group. This community service program aimed to promote these local products through an event called KUMANDANG Fest, which brought business owners and the public together in one place. The program used a participatory method, carried out in several stages: identifying potential and problems, coordinating and preparing the event, running the exhibition, and evaluating the results. It involved the KKN (Community Service) Team 26077, the Danguran Village Government, the local youth group (Karang Taruna), MSME owners, and the Farmer Women's Group. The results showed that KUMANDANG Fest gave business owners a chance to display their products, talk directly with customers, and become better known to a wider audience. Economically, several business owners made sales during the event. Socially, the event also created opportunities for business owners to share experiences and build networks with each other. The evaluation showed that one exhibition alone is not enough to guarantee long-term marketing success. Several challenges remain, such as inconsistent production, packaging quality, limited product variety, poor transaction records, weak



promotional media management, and difficulty expanding into new markets. Overall, KUMANDANG Fest is an effective way to promote local products, but it should be supported by stronger digital promotion and ongoing business mentoring.

Keywords: KUMANDANG fest; local product promotion; MSMEs; farmer women's group

PENDAHULUAN

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta Kelompok Wanita Tani (KWT) merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat desa melalui pemanfaatan potensi lokal. UMKM memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menyerap tenaga kerja, serta memanfaatkan sumber daya lokal yang tersedia di masyarakat (Husodo et al., 2020). Sedangkan KWT berkontribusi dalam menghasilkan dan mengolah produk hasil pertanian yang memiliki nilai ekonomi serta berpotensi untuk dipasarkan kepada masyarakat (Prayuti et al., 2023). Agar produk-produk tersebut mampu bersaing di pasar, diperlukan strategi promosi yang efektif sehingga dapat memperluas jangkauan konsumen. Salah satu bentuk promosi yang dapat dilakukan adalah melalui penyelenggaraan pameran produk lokal yang mempertemukan pelaku usaha dengan masyarakat secara langsung.

Desa Danguran, Kecamatan Klaten Selatan, Kabupaten Klaten memiliki potensi ekonomi lokal yang cukup beragam, ditunjukkan dengan keberadaan berbagai UMKM dan Kelompok Wanita Tani yang menghasilkan aneka produk olahan pangan, minuman, serta produk lokal lainnya. Berdasarkan hasil observasi dan koordinasi dengan Pemerintah Desa Danguran selama pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN), sebagian besar pelaku UMKM dan KWT masih memasarkan produknya melalui jaringan terbatas, seperti penjualan langsung kepada masyarakat sekitar atau berdasarkan pesanan. Kegiatan promosi yang melibatkan seluruh pelaku UMKM dan KWT dalam satu wadah belum dilaksanakan secara rutin, sehingga potensi produk lokal belum dikenal secara luas oleh masyarakat.

Hasil diskusi dengan pemerintah desa dan pelaku UMKM menunjukkan bahwa penguatan promosi produk lokal menjadi salah satu kebutuhan utama dalam pengembangan ekonomi desa. Meskipun kualitas produk yang dihasilkan cukup baik, keterbatasan media promosi menyebabkan daya jangkau pemasaran masih rendah. Kondisi tersebut menjadi tantangan bagi pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan sekaligus memperkenalkan identitas produk unggulan Desa Danguran kepada masyarakat secara lebih luas. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan yang tidak hanya menjadi sarana pemasaran, tetapi juga dapat mendorong keterlibatan masyarakat dalam mengembangkan potensi ekonomi lokal.

Pemberdayaan masyarakat merupakan proses pembangunan yang mendorong masyarakat untuk berperan aktif dalam kegiatan sosial guna meningkatkan kondisi kehidupannya. Dengan adanya pemberdayaan, masyarakat diharapkan memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidup yang bersifat ekonomi maupun sosial (Mustanir et al., n.d.). Bentuk bantuan yang diberikan oleh pihak luar biasanya bersifat sebagai pendamping, bukan sebagai pemeran utama yang mendominasi seluruh proses supaya kesadaran masyarakat di wilayah tersebut tetap terjaga dan tidak menimbulkan ketergantungan. Dengan demikian, pemberdayaan pada dasarnya merupakan sebuah dorongan kepada masyarakat agar mampu menentukan masa depannya secara mandiri serta turut berpartisipasi dalam memengaruhi kehidupan kelompoknya (Mustanir et al., n.d.). Pemberdayaan tidak hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan material, tetapi juga bertujuan meningkatkan kepercayaan diri agar masyarakat mampu mengoptimalkan potensi yang dimiliki secara mandiri dan berkelanjutan.

Sejalan dengan hal tersebut, tim Kuliah Kerja Nyata (KKN) 26077 UIN Raden Mas Said Surakarta berkolaborasi dengan Pemerintah Desa Danguran merealisasikan pemberdayaan masyarakat dengan penyelenggaraan program Pameran KWT dan UMKM dengan tema KUMANDANG Fest (Kuatkan UMKM dan Wanita Tani Danguran). Dalam proses penyelenggaraan pameran tersebut, tim KKN 26077 mendatangi beberapa dusun secara langsung untuk mengajak sekaligus mengidentifikasi keadaan sosial dan ekonomi masyarakat. Dari kunjungan tersebut, diketahui bahwa Desa Danguran memiliki berbagai potensi usaha yang dapat dikembangkan. Mulai dari usaha membuat tahu bakso hingga membuat keripik sayur. Potensi tersebut dapat dihimpun dalam kegiatan pameran yang dirancang sebagai media promosi untuk mempertemukan pelaku UMKM dan KWT dengan masyarakat secara langsung. Melalui KUMANDANG Fest, produk-produk unggulan Desa Danguran dapat dikenal oleh masyarakat yang



lebih luas sekaligus membuka peluang perluasan jaringan pemasaran. Antusiasme para peserta dalam mengikuti kegiatan menunjukkan adanya partisipasi masyarakat dalam mendukung pengembangan dan promosi potensi ekonomi lokal Desa Danguran.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode partisipatif yang menekankan keterlibatan aktif, kolaborasi, dan kerja sama seluruh pihak secara kolektif. Metode tersebut diterapkan melalui kolaborasi sinergis antara tim KKN 26077 UIN Raden Mas Said Surakarta, Pemerintah Desa Danguran, Karang Taruna desa, serta para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan Kelompok Wanita Tani (KWT) (Syaiuddin, 2024). Kegiatan dilaksanakan di Desa Danguran, Kecamatan Klaten Selatan, Kabupaten Klaten, pada Minggu 26 Juli 2026 yang bertempat di balai desa Danguran. Metode ini digunakan untuk memastikan bahwa program yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta mampu mendorong keterlibatan aktif dari seluruh pihak yang terlibat. Pada pelaksanaan di lapangan program tersebut terbagi menjadi empat tahapan berurutan.

Tahap awal pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan mengidentifikasi potensi dan permasalahan melalui kegiatan observasi lapangan, diskusi, serta koordinasi bersama Pemerintah Desa Danguran. Pada tahap ini, tim KKN 26077 melakukan kunjungan ke beberapa dusun untuk mengenali kondisi sosial ekonomi masyarakat, mengidentifikasi jenis usaha yang berkembang, serta menggali kendala yang dihadapi pelaku UMKM dan KWT dalam memasarkan produknya. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa Desa Danguran memiliki beragam produk unggulan, namun promosi dan jangkauan pemasaran masih terbatas. Tahap berikutnya adalah perencanaan program, tim KKN bersama Pemerintah Desa menyusun konsep kegiatan berupa Pameran KWT dan UMKM dengan tema KUMANDANG Fest (Kuatkan UMKM dan Wanita Tani Danguran). Perencanaan meliputi penentuan lokasi dan waktu pelaksanaan, pendataan peserta pameran, penyusunan tata letak stan, penyebaran informasi kegiatan, serta pembagian tugas kepada panitia agar pelaksanaan kegiatan berjalan secara terstruktur.

Selanjutnya dilakukan tahap pelaksanaan program melalui penyelenggaraan KUMANDANG Fest yang menghadirkan pelaku UMKM dan KWT sebagai peserta pameran. Kegiatan ini menjadi media promosi bagi produk-produk lokal sekaligus memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengenal, mencoba, dan membeli berbagai produk unggulan Desa Danguran secara langsung. Selain berperan sebagai media promosi dan pemasaran, pameran juga menjadi sarana interaksi antara pelaku usaha, pemerintah desa, dan masyarakat sehingga tercipta dukungan bersama terhadap pengembangan ekonomi lokal. Tahap akhir dilakukan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan melalui observasi selama pelaksanaan program, diskusi dengan pemerintah desa dan peserta pameran, serta dokumentasi kegiatan. Evaluasi difokuskan pada tingkat partisipasi peserta, keterlibatan masyarakat, serta manfaat kegiatan sebagai media promosi produk lokal. Hasil evaluasi kemudian dijadikan dasar untuk menilai ketercapaian tujuan program sekaligus sebagai bahan pertimbangan bagi pengembangan kegiatan serupa pada masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Danguran, Kecamatan Klaten Selatan, Kabupaten Klaten. Seperti yang telah dipaparkan pada bagian metode yang melalui beberapa tahapan yang meliputi survei awal, kunjungan langsung kepada pelaku UMKM dan KWT, pelaksanaan program, evaluasi, serta keberlanjutan kegiatan. Kegiatan awal diawali dengan tahap survei serta kunjungan langsung kepada para pelaku UMKM dan KWT di Desa Danguran hingga pada tahap evaluasi dan keberlanjutan. Kegiatan ini ditujukan untuk mengenali kondisi sosial ekonomi masyarakat, mengidentifikasi jenis usaha yang berkembang, serta menggali kendala yang dihadapi pelaku UMKM dan KWT dalam memasarkan produknya. Hasil survei tersebut kemudian dijadikan sebagai acuan dalam merancang program pengabdian yang bertujuan untuk membantu pelaku UMKM dan KWT dalam mengatasi berbagai kendala yang dihadapi dalam menjalankan usahanya.

Identifikasi Potensi UMKM dan KWT Desa Danguran



Desa Danguran, Kecamatan Klaten Selatan, Kabupaten Klaten memiliki potensi ekonomi lokal yang beragam. Hal ini terlihat dari keberadaan sejumlah Kelompok Wanita Tani (KWT) di tingkat RT serta pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang aktif menjalankan kegiatan produktif. KWT di Desa Danguran dikelola mandiri oleh masing-masing RT. Mereka memanfaatkan lahan pekarangan untuk membudidayakan sayuran, buah-buahan, dan tanaman bunga seperti rosella yang diolah menjadi minuman.

Tabel 1. Data Kelompok KWT yang masih aktif di Desa Danguran

No.	Kelompok KWT	Alamat
1.	Surdanan	RT. 01 RW. 04
2.	Senden Ngebong	RT. 01 RW. 05
3.	Senden Ngebong	RT. 02 RW. 05
4.	Tegalrupak	RT. 02 RW. 03
5.	Nologaten	RT. 01 RW. 03
6.	Ngipik	RT. 02 RW. 07

Sementara itu, pelaku UMKM menghasilkan berbagai produk unggulan, mulai dari makanan tradisional, minuman herbal, kerajinan, hingga olahan hasil pertanian.

Tabel 2. Data UMKM di Desa Danguran

No.	Nama Dusun	UMKM yang dihasilkan
1.	Jombor	Peyek
2.	Surdanan	Keripik singkong
3.	Tegalrupak	Keripik terong dan pare
4.	Senden Ngebong	Jamu, arem-arem, tahu bakso, risol
5.	Sraten	Belut
6.	Ngipik	Keripik pisang dan ketela
7.	Senden Danguran	Sop iga, bakso, peyek, seblak
8.	Danguran Kidul	Rambak daun kelor
9.	Candirejo	Tahu bakso
10.	Bentakan	Tahu bakso, telur
11.	Puri Utama	Roti, ayam bakar, risol
12.	Ringin Mulyo	Telur asin

Hasil survei dan kunjungan langsung ke beberapa dusun tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk yang dihasilkan cukup baik. Namun, sebagian besar pelaku UMKM dan KWT masih memasarkan produknya melalui jaringan terbatas, seperti penjualan langsung ke tetangga atau berdasarkan pesanan. Kegiatan promosi bersama yang melibatkan seluruh pelaku usaha juga belum pernah dilaksanakan secara rutin. Akibatnya, produk lokal Desa Danguran belum dikenal luas oleh masyarakat di luar lingkup RT/RW.

Berdasarkan kondisi tersebut, tim KKN 26077 UIN Raden Mas Said Surakarta bersama Pemerintahan Desa Danguran memandang perlu adanya kegiatan yang mempertemukan pelaku UMKM dan KWT dengan masyarakat secara langsung. Kegiatan ini bertujuan sebagai sarana promosi sekaligus penguatan jaringan pemasaran. Maka dari itu, dirancang kegiatan pameran UMKM dan KWT dengan mengusung tema KUMANDANG FEST (Kuatkan UMKM dan Wanita Tani Danguran).

Program ini dinilai efektif untuk memperkenalkan produk unggulan desa kepada khalayak yang lebih luas, meningkatkan semangat berwirausaha, serta mendorong sinergi antara mahasiswa, pemerintah desa, dan pelaku ekonomi lokal. Dengan demikian, pemberdayaan ekonomi berbasis potensi desa dapat berjalan lebih optimal.

Pelaksanaan KUMANDANG Fest



Program diawali dengan koordinasi antara tim KKN 26077 dan Pemerintahan Desa Danguran untuk menyepakati konsep, waktu, dan lokasi kegiatan. Koordinasi juga melibatkan pengurus UMKM dan KWT guna memperoleh dukungan serta kesediaan mereka berpartisipasi sebagai peserta pameran. Tahap berikutnya adalah pendataan pelaku UMKM dan KWT untuk mengetahui jenis usaha, produk unggulan, serta jumlah peserta yang akan mengisi stan. Data ini menjadi dasar penyusunan tata letak stan agar penataan produk lebih tertib dan representatif.

Persiapan dilanjutkan dengan penyiapan sarana dan prasarana pameran, meliputi stan, meja, kursi, banner, dan sound system. Tim juga menyusun rencana anggaran biaya, *rundown* acara, serta strategi publikasi melalui media sosial, poster, dan pamflet untuk menarik minat pengunjung. Dalam pelaksanaannya, tim KKN 26077 berkolaborasi dengan Karang Taruna Wira Tama Desa Danguran dari tahap persiapan hingga hari pelaksanaan.

Kegiatan puncak KUMANDANG Fest dilaksanakan pada 26 Juli 2026 di Balai Desa Danguran. Rangkaian acara dimulai dengan *open gate* pukul 08.00 WIB, Penampilan tari pembuka, pembukaan resmi oleh MC, serta sambutan dari camat Klaten Selatan dan Kepala Desa Danguran sebagai bentuk dukungan terhadap pengembangan UMKM dan KWT di Desa Danguran. Acara dilanjutkan dengan penampilan seni tari, peninjauan stan oleh pihak Kecamatan dan Pemerintah desa, serta sesi hiburan dengan pembagian *doorprize* untuk meningkatkan antusiasme pengunjung.



Gambar 1. Sambutan Camat Klaten Selatan



Gambar 2. Penampilan Angklung



Gambar 3. Situasi dan Kondisi Pelaksanaan Kumandang Fest



Pelaksanaan kegiatan melibatkan berbagai unsur. Mahasiswa KKN bertindak sebagai fasilitator dan panitia pelaksana, Pemerintah Desa dan Kecamatan Klaten Selatan sebagai pemberi dukungan serta legitimasi kegiatan, pelaku UMKM dan KWT sebagai peserta pameran, serta masyarakat umum sebagai pengunjung. Kolaborasi antarunsur ini menunjukkan bahwa program dirancang secara partisipatif sehingga mampu menggerakkan keterlibatan aktif seluruh pemangku kepentingan di tingkat desa.

KUMANDANG Fest sebagai Media Promosi Produk Lokal

Sesuai tujuannya, KUMANDANG Fest berfungsi sebagai media promosi yang mempertemukan pelaku UMKM dan KWT dengan masyarakat secara langsung. Produk unggulan Desa Danguran, seperti



makanan tradisional, minuman herbal, kerajinan, dan hasil olahan pertanian, ditampilkan dan bisa dilihat, dicoba, serta dibeli langsung oleh pengunjung. Bentuk promosi langsung ini lebih unggul dibanding metode konvensional yang selama ini digunakan pelaku usaha, karena memungkinkan interaksi dua arah antara produsen dan konsumen. Temuan tersebut sejalan dengan (Syahbani et al., 2024) yang menyatakan bahwa pameran produk UMKM merupakan metode yang efektif dalam memasarkan produk karena memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperoleh umpan balik, serta menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar.

Melalui interaksi itu, masyarakat bisa mengenal lebih dekat produk lokal yang dihasilkan KWT dan UMKM Desa Danguran, sekaligus memahami proses dan keunikan masing-masing produk. Di sisi lain, pelaku usaha mendapatkan ruang untuk memperkenalkan diri menjelaskan keunggulan produk, serta membangun hubungan langsung dengan calon konsumen. Dengan demikian, KUMANDANG Fest tidak hanya menjadi ajang jual-beli, tetapi juga sarana edukasi dan branding produk lokal kepada masyarakat yang lebih luas, termasuk warga dari dusun lain yang sebelumnya belum mengenal produk tersebut.

Dampak Pelaksanaan KUMANDANG Fest

Pelaksanaan KUMANDANG Fest memberikan dampak yang cukup signifikan dalam meningkatkan upaya promosi produk lokal Desa Danguran. Pameran ini memperluas jangkauan pengenalan produk UMKM dan KWT yang sebelumnya hanya dipasarkan di lingkup RT/RW, kini mulai dikenal oleh masyarakat lintas dusun, tamu undangan, hingga aparat Kecamatan. Antusiasme masyarakat yang tinggi, baik dari sisi keterlibatan pelaku usaha maupun kehadiran pengunjung, menjadi indikator bahwa kegiatan ini relevan dengan kebutuhan promosi yang selama ini dirasakan pelaku UMKM dan KWT. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian (Bisnis et al., 2025) yang menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital secara strategis dapat meningkatkan visibilitas merek dan memperluas jangkauan pasar UMKM. Media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana komunikasi untuk membangun persepsi positif konsumen terhadap produk.

Dari sisi ekonomi, beberapa pelaku UMKM dan KWT memperoleh hasil penjualan yang lebih baik selama pameran. Sebagian bahkan merasakan keuntungan yang sebanding atau lebih besar dari modal yang dikeluarkan. Selain manfaat finansial, kegiatan ini membuka ruang bagi pelaku usaha untuk saling bertukar pengalaman, mempelajari strategi promosi dari interaksi langsung dengan pengunjung, serta membangun jejaring kerjasama antar pelaku usaha lintas RT dan RW. Dukungan dari Pemerintah Desa, Kecamatan Klaten Selatan, dan Karang Taruna Wira Tama turut memperkuat keberlanjutan dampak kegiatan ini. Dengan demikian, KUMANDANG Fest berpotensi dikembangkan menjadi agenda promosi produk lokal yang dilaksanakan secara berkala di Desa Danguran.

Selain menjadi media penjualan, KUMANDANG Fest mendorong pelaku UMKM dan KWT untuk memperhatikan unsur branding. Penataan stan, kemasan, label produk, daftar harga, dan cara berkomunikasi dengan konsumen menjadi aspek yang terlihat langsung selama pameran. Produk yang memiliki tampilan lebih rapi dan informasi yang jelas cenderung lebih mudah menarik perhatian pengunjung. Dalam konteks produk lokal, branding tidak hanya berkaitan dengan nama atau logo, tetapi juga mencakup identitas produk, kemasan, cerita asal produk, dan keunikan bahan baku lokal yang digunakan. Penguatan branding dan pemasaran digital pada KWT dilaporkan meningkatkan pemahaman peserta tentang merek, keterampilan pemasaran, serta nilai tambah produk lokal.

Pengalaman mengikuti pameran memberikan pembelajaran praktis bagi peserta mengenai pentingnya membangun identitas produk. Pelaku usaha memperoleh gambaran tentang produk yang diminati konsumen dan aspek yang perlu diperbaiki, seperti desain kemasan, ukuran produk, kebersihan, variasi rasa, harga, maupun ketersediaan informasi kontak. Oleh karena itu, KUMANDANG Fest tidak hanya menghasilkan transaksi jangka pendek, tetapi juga menjadi sarana evaluasi usaha secara langsung.

Evaluasi dan Keberlanjutan

Keberhasilan kegiatan didukung oleh kolaborasi antara tim KKN 26077, Pemerintah Desa Danguran, pelaku UMKM, KWT, dan masyarakat. Pemerintah desa berperan dalam koordinasi kegiatan, penyediaan lokasi, serta mobilisasi masyarakat. Tim KKN berperan dalam perencanaan program, publikasi, pendampingan teknis, penataan stan, dan dokumentasi kegiatan. Sementara itu,



pelaku UMKM dan KWT berperan sebagai mitra utama yang menyediakan serta memasarkan produk unggulan lokal. Kolaborasi tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi desa memerlukan keterlibatan aktif dari seluruh pemangku kepentingan.

Studi kegiatan bazar UMKM berbasis KKN juga menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat, dukungan pemerintah desa, dan pemanfaatan promosi merupakan faktor yang mendukung keberhasilan pameran sebagai sarana pengembangan usaha lokal. Berdasarkan evaluasi deskriptif-kualitatif melalui observasi, tingkat partisipasi, transaksi ekonomi, serta wawancara umpan balik, KUMANDANG Fest dinilai memberikan manfaat bagi promosi UMKM dan KWT Desa Danguran. Peserta memperoleh kesempatan untuk mengenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas, sedangkan masyarakat dapat mengetahui ragam produk lokal yang tersedia di desanya.

Meskipun demikian, kegiatan pameran satu kali belum cukup untuk menjamin keberlanjutan hasil penjualan. Beberapa hal yang masih perlu ditindaklanjuti antara lain konsistensi produksi, penguatan kualitas kemasan, pembaruan variasi produk, pencatatan transaksi, pengelolaan media promosi, dan perluasan pasar di luar Desa Danguran. Pameran akan lebih berdampak apabila diikuti dengan penguatan promosi digital dan pendampingan usaha secara berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan (Bisnis et al., 2025) yang menyatakan bahwa strategi branding UMKM dalam menghadapi era digital perlu didukung oleh kreativitas, konsistensi, serta pemanfaatan teknologi guna memperkuat keberadaan produk di tengah persaingan pasar digital.

Sebagai tindak lanjut, Pemerintah Desa Danguran bersama kelompok UMKM dan KWT dapat menyusun katalog produk desa, membuat akun media sosial atau WhatsApp Business bersama, serta menjadikan KUMANDANG Fest sebagai agenda rutin desa. Langkah tersebut diharapkan dapat menjaga keberlanjutan promosi, memperluas akses pasar, dan menguatkan identitas Desa Danguran sebagai desa yang memiliki produk lokal unggulan. Pemanfaatan media sosial juga dapat mendukung peningkatan visibilitas merek dan memperluas jangkauan pasar UMKM.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian melalui KUMANDANG Fest menunjukkan bahwa Desa Danguran memiliki berbagai potensi produk lokal yang berasal dari UMKM dan Kelompok Wanita Tani (KWT). Produk yang dihasilkan cukup beragam, mulai dari makanan olahan, minuman, hingga hasil pertanian. Namun, sebelum kegiatan dilaksanakan, pemasaran produk masih banyak dilakukan di lingkungan sekitar dan berdasarkan pesanan sehingga belum banyak dikenal oleh masyarakat di luar RT dan RW. Kondisi tersebut menjadi salah satu alasan dilaksanakannya pameran sebagai wadah untuk memperkenalkan produk lokal secara lebih luas. KUMANDANG Fest yang dilaksanakan pada 26 Juli 2026 di Balai Desa Danguran menjadi sarana bagi pelaku UMKM dan KWT untuk mempromosikan produknya secara langsung kepada masyarakat. Kegiatan ini terlaksana melalui kerja sama antara tim KKN 26077, Pemerintah Desa Danguran, Karang Taruna, pelaku UMKM dan KWT, serta masyarakat. Melalui pameran, pengunjung dapat melihat, mencoba, dan membeli produk yang ditampilkan, sedangkan pelaku usaha dapat memperkenalkan produk sekaligus berinteraksi langsung dengan calon konsumen.

Dari pelaksanaan kegiatan, KUMANDANG Fest membantu memperluas pengenalan produk lokal Desa Danguran. Produk yang sebelumnya lebih banyak dipasarkan di lingkungan sekitar mulai dikenal oleh masyarakat dari dusun lain, tamu undangan, dan pihak kecamatan. Beberapa pelaku UMKM dan KWT juga memperoleh hasil penjualan yang lebih baik selama pameran. Selain itu, kegiatan ini memberikan pengalaman kepada pelaku usaha mengenai cara memperkenalkan produk, melihat tanggapan konsumen, serta mengetahui beberapa hal yang masih perlu diperbaiki, seperti kemasan, informasi produk, harga, dan identitas produk.

Untuk keberlanjutan program, kegiatan pameran sebaiknya tidak berhenti pada satu kali pelaksanaan. Pemerintah Desa bersama pelaku UMKM dan KWT dapat menjadikan KUMANDANG Fest sebagai kegiatan rutin dan melengkapinya dengan promosi melalui media digital. Pembuatan katalog produk desa, penggunaan media sosial atau WhatsApp Business bersama, serta peningkatan kualitas kemasan dan branding dapat menjadi langkah lanjutan untuk membantu produk lokal menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan adanya kegiatan yang dilakukan secara berkelanjutan,



potensi UMKM dan KWT Desa Danguran diharapkan dapat semakin dikenal dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi perekonomian masyarakat desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Danguran, Kecamatan Klaten Selatan, Kabupaten Klaten yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan KUMANDANG Fest. Terima kasih juga disampaikan kepada para pelaku UMKM dan Kelompok Wanita Tani (KWT) Desa Danguran yang telah berpartisipasi dalam kegiatan, Karang Taruna Wira Tama Desa Danguran yang membantu dalam persiapan dan pelaksanaan, serta seluruh masyarakat yang telah mendukung dan ikut meramaikan kegiatan. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian dan penyusunan artikel ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Bisnis, J., Syariah, E., Jbep, P., Pramadhika, M. R., Nisa, S. I., Kusnadi, M., Purnama, S. M., & Kosim, M. (2025). *Strategi Branding Produk UMKM Melalui Optimalisasi Digital Marketing dan Media Sosial di Era Transformasi Digital tantangan dan peluang di era transformasi digital . Data dari We Are Social dan Hootsuite tahun. September.*
- Husodo, T., Rosada, K. K., Miranti, M., & Ratningsih, N. (2020). KEWIRAUSAHAAN DAN PEMBERDAYAAN KELOMPOK WANITA TANI - KWT DESA CINUNUK KABUPATEN BANDUNG. *Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 525–532.
- Mustanir, A., Faried, A. I., Mursalat, A., Kusnadi, I. H., Fauzan, R., Siswanto, D., & Widiyawati, R. (n.d.). *Pemberdayaan masyarakat.*
- Prayuti, Y., Fitriyani, A., Atqia, D. Y., Munawarah, U., Indriyani, M., & Agustina, A. (2023). *Pemberdayaan kelompok wanita tani (kwt) anggrek desa jatisari melalui pelatihan dan pemanfaatan digitalisasi.*
- Syahbani, F., Fadilah, I. R., Nurohim, R., & Salsabila, G. S. (2024). *Pelatihan Digital Marketing Dan Pameran Umkm Sebagai Sarana Pengembangan Strategi Pemasaran : Studi Kasus Umkm Desa Tanjungsang.* 5(1), 259–266.
- Syaifuddin, A. (2024). *Penelitian Tindakan Partisipatif Metode Par (Partisipatory Action Research) Tantangan dan Peluang Dalam Pemberdayaan.* 19(02), 111–125.