



Pemanfaatan Limbah Kayu dan Strategi Branding Pada Pelaku UMKM Souvenir Kayu Di Desa Bugeman

Ahmad Munif Mubarok¹, Achmad Ismail^{2*}, Kurniawati Sa'adah³, Yusnan Hadi Mochtar⁴

^{1,2,3,4} Universitas Jember, Indonesia

Email: achmadismail@unej.ac.id

*Corresponding Author:
achmadismail@unej.ac.id

Abstrak

Universitas Jember terus berinovasi untuk memberikan manfaat terhadap masyarakat melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN). Mahasiswa KKN Desa Bugeman melaksanakan 2 tahap kegiatan tentang pemanfaatan limbah kayu dan strategi branding souvenir kayu. Kegiatan ini dilakukan dengan mendatangi langsung perajin souvenir kayu, dengan total 9 orang di wilayah Desa Bugeman yang dilaksanakan pada tanggal 28 Januari 2025 untuk sosialisasinya, sedangkan tahap pengerjaannya pada tanggal 9 Februari 2025. Kegiatan ini bertujuan untuk mengenalkan dan pemahaman tentang manfaat limbah kayu yang bisa diolah untuk meningkatkan nilai jual. Strategi pemasaran untuk branding UMKM souvenir kayu dengan memberikan penanda tentang ciri khas dari Desa Bugeman. Metode kegiatan ini dilaksanakan 2 tahapan yakni persiapan dan pelaksanaan. Melalui souvenir yang diberikan penanda, pembeli mudah mengetahui desa bugeman identik dengan *souvenir* kayu. Pengetahuan dan keterampilan tersebut diharapkan pelaku UMKM dapat mengoptimalkan potensi yang lebih luas melalui pasar digital dan mampu memberdayakan pelaku UMKM agar bersaing di era digital. Hasil dari kegiatan ini adalah produk gantungan kunci dari pengolahan limbah kayu dan penanda souvenir untuk memberikan ciri khas Desa Bugeman.

Kata Kunci: Limbah, Branding, UMKM

Abstract

Jember University continues to innovate to provide benefits to the community through the Community Service Program (KKN). KKN students from Bugeman Village carried out 2 stages of activities on the utilization of wood waste and wooden souvenir branding strategies. This activity was carried out by visiting wooden souvenir craftsmen directly, with a total of 9 people in the Bugeman Village area which was carried out on January 28, 2025 for socialization, while the working stage was on February 9, 2025. This activity aims to introduce and understand the benefits of wood waste that can be processed to increase selling value. Marketing strategy for branding wooden souvenir MSMEs by providing markers about the characteristics of Bugeman Village. This activity method is carried out in 2 stages, namely preparation and implementation. Through souvenirs that are given markers, buyers can easily find out that Bugeman Village is identical to wooden souvenirs. It is hoped that this knowledge and skills can optimize wider potential through the digital market and empower MSMEs to compete in the digital era. The results of this activity are key chain products from wood waste processing and souvenir markers to provide the characteristics of Bugeman Village.

Keywords: Waste, Branding, MSMEs

PENDAHULUAN

Permasalahan lingkungan akibat limbah industri adalah salah satu tantangan besar yang dihadapi berbagai sektor usaha di Indonesia termasuk industri kerajinan kayu. Limbah kayu yang dihasilkan dari proses produksi sering kali tidak dimanfaatkan secara optimal, sehingga menumpuk dan berpotensi mencemari lingkungan. Padahal, limbah kayu mempunyai nilai guna yang tinggi jika diolah kembali menjadi produk dengan nilai ekonomi seperti *souvenir* gantungan kunci dari kayu. Oleh karena itu, diperlukan upaya sosialisasi kepada para pelaku UMKM agar mereka dapat mengelola limbah kayu dengan lebih efisien dan meningkatkan nilai tambah dari produk mereka, melalui strategi *branding* yang tepat.

Kehadiran pelaku Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu kekuatan ekonomi yang menjadi penunjang ekonomi negara Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah (Rifki Chandra Giri et al., 2023). UMKM sebagai pondasi utama dapat mendorong perkembangan ekonomi secara menyeluruh dan sering kali menjadi perintis inovasi dan kreativitas baru, sehingga terbatasnya sumber daya mendorong UMKM untuk menemukan solusi yang inovatif dan efisien (Epriyani et al., 2024)

Perkembangan UMKM di Indonesia telah sampai pada tingkat persaingan yang sangat tinggi (Diana et al., 2022). UMKM merupakan jenis bisnis kreatif yang menitikberatkan pada talenta, kreativitas, keahlian, pengetahuan, serta aktivitas sehari-hari. Perlu adanya pengembangan UMKM agar pelaku UMKM dapat mempertahankan dan meningkatkan kontribusi pertumbuhan ekonomi daerah. Salah satu cara mengembangkan usahanya, Perkembangan UMKM di Indonesia telah sampai pada tingkat persaingan yang sangat tinggi (Diana et al., 2022).

Salah satu potensi Desa Bugeman adalah industri kerajinan kayu, dimana banyak pelaku UMKM di desa bergerak di bidang produksi *souvenir* kayu. Namun, masih menghadapi kendala dalam pengelolaan limbah kayu dan strategi pemasarannya. Limbah kayu di desa banyak yang terbuang, karena kurangnya pemahaman mengenai pemanfaatan limbah. Limbah dapat diolah menjadi produk kreatif yang memiliki nilai jual tinggi. Selain itu, branding produk yang dihasilkan belum memiliki daya saing yang optimal di pasar yang lebih luas.

Sosialisasi mengenai pemanfaatan limbah kayu serta strategi branding sangat diperlukan untuk membantu para pelaku UMKM Desa Bugeman dalam meningkatkan produktivitas serta daya saing usaha. Adanya sosialisasi ini diharapkan para pelaku UMKM dapat memahami bagaimana cara mengelola limbah kayu menjadi produk bernilai jual tinggi dan bagaimana membangun citra merek yang kuat agar lebih dikenal oleh konsumen. Penerapan strategi branding yang efektif seperti penggunaan label, kemasan menarik, dan pemasaran digital, dapat membantu produk akan lebih mudah dikenali dan dimintai di pasar. Tujuan sosialisasi pemanfaatan limbah kayu dan strategi branding bagi pelaku UMKM *souvenir* kayu di Desa Bugeman yaitu dengan memahami permasalahan dan solusi yang dapat diterapkan dalam pengelolaan limbah dan branding dalam meningkatkan daya saing UMKM di sektor kerajinan kayu. Selain itu, untuk memberikan rekomendasi kepada para pelaku UMKM dan pemerhati kepentingan terkait dalam pengembangan industri *souvenir* kayu secara lebih berkelanjutan.

METODE

Adapun beberapa metode yang digunakan dalam melaksanakan pemanfaatan libah kayu dan strategi branding, yaitu sebagai berikut:

Pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) kelompok 20 Universitas Jember 2025 yang diselenggarakan di Desa Bugeman, Kecamatan Kendit, Kabupaten Situbondo berlangsung pada tanggal 13 Januari sampai 23 Februari 2025. Kegiatan KKN ini berfokus pada program pemberdayaan ekonomi kreatif melalui sosialisasi pemanfaatan limbah kayu dan strategi branding pada pelaku UMKM suvenir kayu di Desa Bugeman. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan keterampilan masyarakat, khususnya para pelaku UMKM dalam mengelola limbah kayu menjadi produk yang bernilai tinggi dan untuk memperkuat strategi branding guna meningkatkan daya saing di pasar yang lebih luas.

1. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan ini, ada beberapa kegiatan yang dilakukan sebagai berikut:

- a. Melakukan observasi dengan pihak perangkat desa Bugeman untuk menginventarisir dari jumlah total UMKM perajin suvenir kayu
- b. Satu kelompok KKN dibagi menjadi 2 tim kerja untuk mendatangi langsung pelaku UMKM perajin suvenir kayu guna melakukan observasi lebih dalam tentang permasalahan limbah kayu dan produksinya.
- c. menentukan hari pelaksanaan kegiatan, yakni kegiatan sosialisasi hari Selasa 28 Januari 2025 dan penggeraan produk dilaksanakan tanggal 9 Februari 2025.
- d. Menyusun sistem materi dan sosialisasinya dilakukan dengan menyesuaikan permasalahan yang sudah didapat waktu observasi pertama terhadap pelaku UMKM.

2. Tahap Pelaksanaannya

Pada tahap persiapan ini, ada beberapa kegiatan yang dilakukan sebagai berikut:

- a. Pada hari Selasa, 28 Januari 2025 pukul 08.00 mulai melaksanakan dengan mendatangi satu per satu sampai sore hari waktu pembuatan suvenir berhenti.
- b. materi pertama adalah pembahasan tentang limbah kayu yang hanya digunakan untuk bahan bakar pembuatan tahu diubah untuk menjadi gantungan kunci.
- c. materi kedua adalah pembahasan tentang pemberian tanda atau label sesuai ciri khas desa Bugeman yang berguna untuk meningkatkan branding produksi.

Adapun tingkat pencapaian dari dilakukan sosialisasi pemanfaatan limbah kayu dan strategi branding yaitu:

- a. Diharapkan sistem penjualannya tidak bergantung pada pesanan dari distributor, namun juga penjualan pribadi yang dikelola secara mandiri.
- b. pemasaran secara e-commerce dapat dilakukan juga
- c. berpengaruh dalam program desa wisata budaya untuk menonjolkan keanekaragaman Desa Bugeman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Selasa 28 Januari 2025 mahasiswa KKN melakukan sosialisasi tentang pemanfaatan limbah dan strategi branding pada pelaku umkm suvenir kayu dilakukan di lokasi setiap perajin di Desa Bugeman, Kecamatan Kendit, Situbondo. Dimulai pada pukul 07.00 WIB dengan berdiskusi untuk menyiapkan materi yang akan disampaikan. Penyampaian sosialisasi dimulai jam 08.00 WIB dengan estimasi penyampaian disetiap perajin dibatasi waktu 1 jam untuk penyampaian materi dan tanya jawab, dan kegiatannya selesai sampai jam 13.00 WIB.



Gambar 1. Rapat kelompok membagi jobdesk

Pada gambar 1. kelompok KKN menyusun rencana untuk melakukan kegiatan sosialisasi dengan membagi kelompok menjadi 2 tim. setiap tim melakukan sosialisasi dengan mendatangi langsung perajin.



Gambar 2. Sosialisasi dengan pelaku UMKM

Pada gambar 2. melakukan sosialisasi dengan pelaku umkm untuk menyampaikan materi tentang pemanfaatan limbah kayu yang masih bisa dibentuk menjadi gantungan kunci. Serta menyampaikan tentang perlu adanya watermark atau penanda yang menjadi ciri khas Desa Bugeman.

Minggu 9 Januari 2025 mahasiswa KKN dan perajin suvenir mulai membuat desain yang sesuai untuk watermark sebagai penanda suvenir, dan menentukan desain gantungan kunci yang menandakan ciri khas dari Desa Bugeman. Pengerjaan dari pemanfaatan limbah dan strategi branding pada pelaku umkm suvenir kayu dilakukan di lokasi perajin di Desa Bugeman, Kecamatan Kendit, Situbondo. Dimulai pada pukul 08.00 WIB sampai jam 16.00 disesuaikan dengan jam kerja pengerjaan suvenir agar tidak masuk pada jam lembur.



Gambar 3. Pemanfaatan limbah kayu

Pada gambar 3. limbah kayu yang digunakan untuk membuat suvenir, perlu menggunakan limbah yang masih bisa dibentuk karena pengaruh faktor ukuran, dan kepadatan kayu. hasil yang dibentuk dari limbah biasanya berupa gantungan kunci, dan bentuk bentuk lainnya yang sekiranya berukuran kecil, menyesuaikan dengan ukuran suvenir.



Gambar 4. Penanda atau watermark pada suvenir

Pada Gambar 4. hasil produk yang sudah jadi diberikan sebuah penanda untuk Memberikan Kesan Profesional, karena Produk yang bertanda, jadi terlihat lebih eksklusif, profesional, menunjukkan perhatian terhadap detail. Nilai keunikan dan identitas produsen juga ikut memudahkan identifikasi dan personalisasi label bisa berisi nama penerima, tanggal acara, atau pesan khusus yang membuat suvenir terasa lebih personal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dengan adanya program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan bersama para pelaku UMKM di Desa Bugeman, kelompok KKN telah berhasil memperkenalkan pentingnya branding produk dalam pengembangan usaha. Melalui berbagai kegiatan sosialisasi dan pendampingan, para pelaku UMKM kini memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana membangun identitas merek yang kuat dan konsisten pada penjualan secara mandiri. Tim kelompok KKN melihat antusiasme dan semangat yang tinggi dari para pelaku UMKM dalam memanfaatkan kesempatan tersebut untuk mengurangi pembuangan limbah yang hanya dijual dengan harga rendah sebagai bahan bakar produksi tahu. Para pelaku UMKM tidak hanya belajar tentang teknik branding yang efektif, tetapi juga bagaimana cara memanfaatkan strategi pasar untuk meningkatkan daya saing usaha mereka. Sebagai hasil dari program ini, diharapkan UMKM di Desa Bugeman dapat terus mengembangkan merek mereka, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Saran

Untuk membantu program tersebut tetap berkelanjutan, perlu adanya dukungan dari perangkat desa dan mengadakan sebuah komunitas perajin souvenir kayu untuk menjadi tempat diskusi pelaku UMKM, dari komunitas tersebut dapat menaikkan pasar secara meluas.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan jurnal ini. Semoga jurnal ini bermanfaat bagi pengembangan UMKM.

RUJUKAN

Janah, Y. K., Diana, L. ., & Pramudyawardhani, M. . (2022). Pelatihan dan Pendampingan Strategi Branding Produk bagi UMKM di Kelurahan Gununganyar Kota Surabaya. *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 60–79. <https://doi.org/10.35309/dharma.v3i1.5797>

Epriyani, J., Chaisarani, F., Putri, M. S. O., Utami, S. A. P., Anugra, D., Setiawan, B., & Meirisari, V. (2024). Strategi Pemanfaatan Nanas Lokal Melalui Diversifikasi Sirup dalam Pemberdayaan

UMKM di Desa Tanjung Baru. *Abdimas Universal*, 7(1), 46–52.
<https://doi.org/10.36277/abdimasuniversal.v7i1.542>

Giri, R. C., Anwar, S., Yuningsih, E., Lasmana, A. & Julia, L. (2023). Pemanfaatan Branding dan E-Commerce Sebagai Sarana Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(5), 809–818.
<https://doi.org/10.53625/jabdi.v3i5.6596>