

**PENGUATAN BRANDING DAN PROMOSI BUDIDAYA CACING FOSFOR
MELALUI PENDAMPINGAN KKN-T BERDAMPAK UNIPMA DI DESA BANGET,
KWADUNGAN, NGAWI**

**Apriyanti¹, Karuniawati Hasanah², Laelatul Amalyah³, Meyke Dwifa Subaita⁴,
Herisma Desta Faradini⁵, Della Ayu Febriana Putri Setyawan⁶,
Desreza Dwiky Alvandy Ramadhan⁷**

^{1,2,3,4,5,6,7}Universitas PGRI Madiun, Indonesia

kelip.apriyanti@unipma.co.id, laelatulamalyah05@gmail.com, meykedwifa11@gmail.com,
faradini22@gmail.com, dellaayufeb00@gmail.com, desrezadar40@gmail.com,
karuniawatihasanah@gmail.com

Abstract

Banget Village, Kwadungan Subdistrict, Ngawi Regency, boasts a leading economic potential from phosphorus worm cultivation since 2013, which enhances community welfare through open-land innovation. However, it faces challenges including limited branding, marketing dependency on middlemen, and traditional harvesting methods. The community service program by KKN Group 34 from Universitas PGRI Madiun aims to strengthen business identity and production efficiency. Methods include creating and installing branding banners, producing promotional videos for social media, and direct assistance in the harvesting process. Results show that banners boost business recognition, videos enable independent marketing to reduce reliance on middlemen, while harvesting becomes faster, more efficient, and organized. The discussion underscores the academic-community synergy in improving production quality and market competitiveness. Recommendations include ongoing digital marketing training and UMKM partnerships for sustainable expansion.

Keywords: Phosphorus Worm Cultivation, KKN UNIPMA, Branding Strengthening, Harvesting Assistance, Village Empowerment.

Abstrak

Desa Banget, Kecamatan Kwadungan, Kabupaten Ngawi, memiliki potensi ekonomi unggulan dari budidaya cacing fosfor sejak 2013, yang membantu kesejahteraan masyarakat melalui inovasi lahan terbuka. Namun, terkendala pada minimnya branding dan ketergantungan pemasaran pada pengepul serta panen tradisional. Program pengabdian KKN Kelompok 34 Universitas PGRI Madiun bertujuan memperkuat identitas usaha dan efisiensi produksi. Metode mencakup pembuatan serta pemasangan banner branding, membuat video promosi untuk media sosial, serta pendampingan langsung proses panen. Hasil menunjukkan pembuatan dan pemasangan banner meningkatkan pengenalan usaha, video memungkinkan pemasaran mandiri mengurangi ketergantungan pada pengepul, sementara proses panen berjalan lebih cepat, efisien, dan tertata. Pembahasan menegaskan sinergi akademisi-masyarakat mampu

meningkatkan kualitas produksi dan daya saing pasar. Saran yang diberikan adalah melanjutkan pelatihan digital marketing dan kemitraan UMKM untuk ekspansi berkelanjutan. Kata Kunci: Budidaya Cacing Fosfor, KKN UNIPMA, penguatan branding, pendampingan panen, pemberdayaan desa.

PENDAHULUAN

Desa Banget, Kecamatan Kwadungan, Kabupaten Ngawi, Jawa Timur, merupakan salah satu desa yang memiliki potensi ekonomi lokal yang unik dan juga menjanjikan. Sejak tahun 2013, desa ini dikenal sebagai wilayah budidaya cacing fosfor yang telah berkontribusi signifikan terhadap peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat setempat. Berbeda dengan potensi desa pada umumnya yang bertumpu pada sektor pertanian, Desa Banget ini membudidayakan cacing fosfor sebagai komoditas unggulan yang bernilai ekonomi tinggi dan memiliki jangkauan pasar yang luas.¹

Budidaya cacing fosfor di Desa Banget dilakukan dengan metode sederhana namun efektif, yaitu menggunakan lahan terbuka sebagai media budidaya. Metode ini memungkinkan cacing fosfor berkembang biak secara optimal dan menghasilkan panen yang melimpah serta berkualitas.² Cacing fosfor diketahui memiliki berbagai manfaat, antara lain sebagai bahan baku industri farmasi, kosmetik, umpan memancing, serta pakan ternak, sehingga peluang pemasaran komoditas ini sangat terbuka.³

Meskipun memiliki potensi yang besar, budidaya cacing fosfor di Desa Banget masih menghadapi beberapa tantangan, khususnya pada aspek penguatan identitas produk dan optimalisasi hasil panen. Menyadari hal tersebut, mahasiswa KKN-T Berdampak Kelompok 34 Universitas PGRI Madiun melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pendampingan intensif yang berfokus pada penguatan branding produk unggulan desa serta keterlibatan langsung dalam proses panen. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan visibilitas komoditas cacing fosfor dan mendorong keberlanjutan ekonomi masyarakat Desa Banget (KKN-T Berdampak, 2025).

¹ B Sutrisno and R Nasri, "Is More Always Better? An Empirical Investigation of the CAPM and the Fama-French Three-Factor Model in Indonesia," *KnE Social Sciences* 3, no. 10 (2018): 454, <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3148>.

² Sari Yuniarti, Sunarjo Sunarjo, and Laksni Sedyowati, "Budidaya Cacing *Lumbricus Rubellus* Dengan Media Limbah Jamur Sebagai Bahan Dasar Kosmetik Dan Obat-Obatan," *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang* 5, no. 2 (2020): 93–104, <https://doi.org/10.26905/abdimas.v5i2.4407>.

³ Wildan Yusran Hutabarat et al., "Pandangan Forum Kerukunan Umat Beragama Dan Masyarakat Multiagama Terhadap Nilai-Nilai Kerukunan," *Journal of Education, Cultural and Politics* 4, no. 4 (2024): 854–62, <https://doi.org/10.24036/jecco.v4i4.361>.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN Kelompok 34 UNIPMA bertujuan untuk mendukung pengembangan potensi ekonomi lokal Desa Banget melalui pendampingan budidaya cacing fosfor. Tujuan khusus dari kegiatan ini adalah memperkuat identitas dan branding produk yaitu dengan membuat banner unggulan desa, meningkatkan visibilitas komoditas cacing fosfor melalui media promosi, serta mendukung peningkatan hasil panen melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan panen.

Manfaat dari kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat dirasakan oleh berbagai pihak. Bagi masyarakat Desa Banget, kegiatan ini memberikan dukungan dalam penguatan identitas produk, peningkatan pengetahuan, serta motivasi dalam mengembangkan usaha budidaya cacing fosfor. Bagi mahasiswa, kegiatan ini menjadi sarana penerapan ilmu pengetahuan dan pengalaman lapangan dalam mendukung pembangunan desa. Sementara itu, bagi perguruan tinggi, kegiatan ini merupakan wujud pelaksanaan tridharma perguruan tinggi, khususnya dalam bidang pengabdian kepada masyarakat.

Pengembangan potensi ekonomi lokal merupakan salah satu strategi utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Potensi lokal yang dikelola secara optimal dapat menjadi sumber pendapatan berkelanjutan dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat.⁴ Pemanfaatan sumber daya lokal secara kreatif dan inovatif juga mampu menciptakan keunggulan kompetitif bagi suatu wilayah (Kementerian Desa PDTT, 2019). Menurut Todaro dan Smith pembangunan ekonomi lokal yang berorientasi pada pemanfaatan sumber daya setempat mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara lebih merata dan berkelanjutan.⁵

Komoditas unggulan desa memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi berbasis kerakyatan. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM, pengembangan komoditas unggulan dapat meningkatkan nilai tambah produk, memperluas lapangan kerja, dan memperkuat perekonomian lokal.⁶ Budidaya cacing fosfor merupakan kegiatan ekonomi yang relatif mudah dilakukan dan tidak memerlukan teknologi yang kompleks. Metode budidaya yang sederhana,

⁴ Fitri Adriani, "Strategi Pemanfaatan Dana Desa Untuk Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal," *Jurnal Economina* 4, no. 7 (2025): 229–36, <https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/article/view/1563>.

⁵ Benny Imantria and Akhmad Syakir Kurnia, "Does Local Government Expenditure Lead to Human Development in Indonesia?," *Economics Development Analysis Journal* 13, no. 2 (2024): 235–47, <https://doi.org/10.15294/edaj.v13i2.78979>.

⁶ Yohanes Nangameka and Ahmad Nasar, "Strategi Pemasaran Dan Pengembangan Cacing Tanah (*Lumbricus*) Di Cv. Biru Langit (Studi Kasus Di Desa Mangaran Kecamatan Mangaran Kabupaten Situbondo)," *Agribios* 20, no. 1 (2022): 104, <https://doi.org/10.36841/agribios.v20i1.1637>.

seperti penggunaan lahan terbuka, tetap mampu menghasilkan produktivitas yang tinggi apabila dikelola dengan baik.⁷

Selain aspek produksi, penguatan identitas dan branding produk menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing komoditas unggulan desa. Branding berfungsi untuk membangun citra produk, membedakan produk dari pesaing, serta meningkatkan kepercayaan konsumen.⁸ Riska menegaskan bahwa strategi branding yang tepat dapat meningkatkan nilai jual dan memperluas jangkauan pasar produk lokal. Media promosi visual, seperti banner dan identitas grafis, merupakan sarana komunikasi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan visibilitas produk.⁹ Media promosi sederhana namun strategis dapat memberikan dampak signifikan terhadap pengenalan produk di masyarakat. Dalam konteks desa, promosi visual juga berperan dalam memperkuat identitas komoditas unggulan daerah.¹⁰

Pendampingan oleh perguruan tinggi melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) menjadi salah satu bentuk kontribusi nyata dalam pengembangan potensi desa. Kegiatan KKN yang bersifat partisipatif dan berkelanjutan mampu meningkatkan kapasitas masyarakat serta mendorong transfer pengetahuan dan teknologi.¹¹ Pendampingan merupakan proses pembelajaran sosial yang mendorong perubahan perilaku, peningkatan keterampilan, dan kemandirian masyarakat.¹²

Keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat sangat dipengaruhi oleh partisipasi aktif masyarakat dan intensitas pendampingan yang dilakukan. Pendampingan yang rutin dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat terbukti mampu meningkatkan efektivitas program

⁷ Raden Rara Aulia Qonita and Erlyna Wida Riptanti, "Peningkatan Usaha Budidaya Cacing Tanah Di Kecamatan Teras Kabupaten Boyolali," *PRIMA: Journal of Community Empowering and Services* 5, no. 2 (2021): 135, <https://doi.org/10.20961/prima.v5i2.46714>.

⁸ Irsa Novia et al., "Pengembangan Identitas Visual Sebagai Upaya Penguatan Branding Umkm Desa Cikelat," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Abdi Nusa* 5, no. Februari (2025): 127–30.

⁹ Rizka Furqorina et al., "Pemanfaatan Visual Branding Melalui Foto Produk Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM," *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)* 4, no. 2 (2023): 348–56, <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i2.20261>.

¹⁰ Wulan Purnama Sari, Zhafirah Sholihah, and Felicia Masali, "Digital Branding Umkm Melalui Komunikasi Visual," *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat* 8, no. 2 (2023): 129–34, <https://doi.org/10.26740/abdi.v8i2.15923>.

¹¹ Andi Widodo et al., "Peningkatan Kapasitas Masyarakat Di Padukuhan Jolosutro Srimulyo Piyungan Bantul Melalui KKN-Tematik Universitas Janabadra," *CITAKARYA Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 03 (2024): 35–41, <https://doi.org/10.63922/citakarya.v1i03.621>.

¹² Rinda Rosidah, "Pelaksanaan Pendampingan Pekerja Meubel Dalam Mencapai Kemandirian Ekonomi Keluarga Di Desa Warujayeng Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk," *E Journal Unesa* 6, no. 1 (2017): 1–9.

pengembangan ekonomi lokal. Oleh karena itu, sinergi antara potensi lokal, dukungan akademis, dan antusiasme masyarakat menjadi kunci keberlanjutan program pengabdian.¹³

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pendampingan partisipatif di Desa Banget, Kecamatan Kwadungan, Kabupaten Ngawi. Data diperoleh melalui observasi lapangan, diskusi, dan dokumentasi yang melibatkan petani cacing fosfor serta masyarakat setempat. Tahap penelitian diawali dengan identifikasi permasalahan untuk mengetahui kondisi budidaya dan kendala yang dihadapi masyarakat.¹⁴ Hasil identifikasi menunjukkan adanya permasalahan pada aspek branding produk, strategi promosi, dan pemanfaatan hasil panen yang belum optimal sehingga berdampak pada rendahnya nilai tambah produk. Selanjutnya dilakukan analisis permasalahan secara deskriptif kualitatif sebagai dasar penyusunan program pendampingan. Program yang dilaksanakan meliputi pendampingan budidaya dan panen cacing fosfor, penguatan branding melalui pembuatan media promosi, serta diskusi mengenai strategi pemasaran dan pengelolaan hasil panen. Kegiatan dilakukan secara berkala selama masa KKN dengan melibatkan mahasiswa dan masyarakat secara aktif untuk meningkatkan kapasitas serta nilai ekonomi produk unggulan desa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN-T Berdampak Kelompok 34 Universitas PGRI Madiun (UNIPMA) di Desa Banget, Kecamatan Kwadungan, Kabupaten Ngawi memberikan dampak positif, khususnya pada aspek penguatan branding komoditas cacing fosfor dan keterlibatan masyarakat dalam proses panen. Sebelum dilakukan pendampingan, budidaya cacing fosfor di Desa Banget telah berjalan secara turun-temurun dengan metode lahan terbuka, namun belum didukung oleh identitas produk yang jelas serta media promosi yang memadai. Kondisi tersebut menyebabkan komoditas cacing fosfor

¹³ Sainudin Latore and Sahraim Bumulo, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendampingan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah," *Amal Ilmiah : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, no. 1 (2023): 245–52, <https://doi.org/http://doi.org/10.36709/amalilmiah.v5i1.154>.

¹⁴ Asiva Noor Rachmayani, "Metode Penelitian Kualitatif," ed. M.Si Dr. Patta Rapanna, SE., 2021, 1–219.

kurang dikenal sebagai produk unggulan desa, meskipun memiliki nilai ekonomi tinggi dan potensi pasar yang luas.

Kendala dalam kegiatan pendampingan budidaya cacing forfor adalah masyarakat belum sepenuhnya memahami pentingnya penguatan identitas produk dan promosi sebagai upaya peningkatan daya saing serta keberlanjutan usaha budidaya cacing fosfor. Evaluasi yang dilakukan adalah memberikan pendampingan terhadap masyarakat guna meningkatkan aspek branding dan pengelolaan kegiatan budidaya. Mahasiswa KKN mendampingi masyarakat dalam perancangan dan pemasangan banner promosi sebagai identitas komoditas unggulan Desa Banget. Banner tersebut memuat informasi mengenai budidaya cacing fosfor dan dipasang di lokasi strategis sehingga mampu meningkatkan visibilitas komoditas kepada masyarakat luas. Perubahan ini tidak hanya memperkuat identitas produk cacing fosfor sebagai komoditas unggulan desa, tetapi juga menumbuhkan rasa bangga masyarakat terhadap potensi lokal yang dimiliki.

Selain penguatan branding, mahasiswa KKN juga terlibat langsung dalam proses panen cacing fosfor bersama masyarakat. Keterlibatan ini membantu meningkatkan efektivitas panen sekaligus menjadi sarana transfer pengetahuan mengenai pengelolaan hasil panen yang lebih baik. Masyarakat menunjukkan antusiasme tinggi terhadap kegiatan pendampingan, yang tercermin dari meningkatnya partisipasi dan keterbukaan terhadap inovasi yang diberikan.

Tabel 1. Perbandingan Kondisi Budidaya Cacing Fosfor Sebelum dan Sesudah Pendampingan

Aspek Kegiatan	Sebelum Pendampingan	Sesudah Pendampingan
Identitas Produk	Belum memiliki identitas jelas	Terbentuk identitas sebagai produk unggulan desa
Media Promosi	Tidak tersedia	Tersedianya banner promosi dan konten promosi
Visibilitas Produk	Terbatas di lingkungan local	Lebih dikenal oleh masyarakat luas
Partisipasi Masyarakat	Terbatas pada petani tertentu	Partisipasi masyarakat meningkat
Kesadaran Branding	Masih rendah	Meningkat dan mulai dipahami

Sumber: Data Olahan Pengabdian



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan

B. Pembahasan

Kegiatan pendampingan yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN-T Berdampak Universitas PGRI Madiun di Desa Banget menunjukkan bahwa penguatan branding memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai tambah komoditas lokal. Sebelum program dilaksanakan, budidaya cacing fosfor telah menjadi salah satu mata pencaharian masyarakat dan berkembang dalam jangka waktu yang cukup lama. Namun demikian, usaha tersebut masih menghadapi kendala berupa belum adanya identitas produk yang kuat serta minimnya media promosi yang mampu memperkenalkan komoditas kepada pasar yang lebih luas. Kondisi tersebut menyebabkan potensi ekonomi yang dimiliki belum dapat dimanfaatkan secara optimal

untuk meningkatkan daya saing maupun memperluas akses pemasaran. Melalui kegiatan pendampingan, masyarakat mulai memiliki dasar dalam membangun citra produk yang lebih jelas sebagai komoditas unggulan desa.¹⁵

Salah satu bentuk implementasi program adalah pembuatan dan pemasangan banner sebagai media branding yang memberikan dampak positif terhadap peningkatan visibilitas budidaya cacing fosfor.¹⁶ Keberadaan banner di lokasi-lokasi strategis tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga menjadi sarana memperkenalkan Desa Banget sebagai sentra budidaya cacing fosfor kepada masyarakat yang lebih luas. Identitas visual yang dibangun melalui media tersebut turut memperkuat posisi produk di tengah persaingan sekaligus meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap potensi ekonomi lokal. Hasil ini menunjukkan bahwa media promosi sederhana dapat memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat citra suatu produk unggulan desa.

Selain melalui media visual, kegiatan pendampingan juga mencakup pembuatan video promosi sebagai bagian dari strategi pemasaran digital. Pemanfaatan media digital memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk memasarkan produk secara lebih luas tanpa bergantung sepenuhnya pada pola pemasaran konvensional maupun peran pengepul. Melalui penyebaran informasi di berbagai platform digital, peluang untuk menjangkau konsumen dari berbagai daerah menjadi semakin terbuka. Inovasi ini sekaligus menjadi langkah awal dalam mendorong transformasi pemasaran berbasis teknologi yang dapat mendukung keberlanjutan pengembangan usaha budidaya cacing fosfor.

Pendampingan yang dilakukan tidak hanya difokuskan pada aspek promosi, tetapi juga diwujudkan melalui keterlibatan langsung mahasiswa dalam kegiatan panen bersama masyarakat. Partisipasi tersebut berkontribusi terhadap peningkatan efektivitas proses panen sekaligus menjadi media transfer pengetahuan mengenai pengelolaan hasil panen yang lebih baik dan lebih terorganisasi. Interaksi yang terjalin selama kegiatan berlangsung memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk memperoleh wawasan baru, sementara mahasiswa dapat memahami secara langsung dinamika pengembangan ekonomi berbasis potensi lokal di tingkat desa.

¹⁵ Suci Agustin et al., "Strategi Pengembangan Branding Identitas Lokal Sebagai Pendorong Peningkatan Penjualan Produk UMKM," *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 2 (2024): 321–26, <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i2.1429>.

¹⁶ Badirun Basir et al., "Pendampingan UMKM Dalam Pengembangan Produk Dan Branding Untuk Peningkatan Daya Saing: Pengabdian," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan* 4, no. 1 (2025): 5089–98.

Pelaksanaan program juga menunjukkan adanya peningkatan partisipasi masyarakat dalam mendukung pengembangan budidaya cacing fosfor. Sebelum pendampingan dilakukan, keterlibatan masyarakat masih terbatas pada kelompok petani tertentu. Namun setelah berbagai kegiatan dilaksanakan, mulai tumbuh kesadaran kolektif mengenai pentingnya branding dan promosi sebagai upaya meningkatkan nilai ekonomi produk. Peningkatan partisipasi tersebut mencerminkan bahwa pendekatan partisipatif mampu membangun rasa memiliki terhadap program serta mendorong keterlibatan masyarakat secara aktif dalam upaya pengembangan usaha yang berkelanjutan.

Hasil evaluasi memperlihatkan adanya perubahan pada sejumlah aspek penting, seperti terbentuknya identitas produk, tersedianya media promosi, meningkatnya visibilitas komoditas, bertambahnya partisipasi masyarakat, serta meningkatnya pemahaman mengenai pentingnya strategi branding. Walaupun dampak ekonomi dalam bentuk peningkatan pendapatan maupun penjualan belum dapat diukur secara menyeluruh karena keterbatasan waktu pelaksanaan program, perubahan-perubahan tersebut menunjukkan adanya perkembangan positif dalam upaya memperkuat kapasitas masyarakat dan mengoptimalkan potensi ekonomi lokal Desa Banget.

Keberhasilan program ini juga menunjukkan bahwa sinergi antara perguruan tinggi dan masyarakat merupakan salah satu faktor penting dalam mendukung pembangunan ekonomi lokal. Mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pelaksana kegiatan, tetapi juga sebagai mitra yang membantu mengidentifikasi berbagai permasalahan, merancang solusi, serta mendampingi implementasi program di lapangan. Pendekatan partisipatif yang diterapkan mampu membangun hubungan kerja sama yang baik sehingga masyarakat lebih terbuka terhadap inovasi dan memiliki motivasi yang lebih besar untuk terus mengembangkan budidaya cacing fosfor sebagai komoditas unggulan desa. Kondisi tersebut menjadi fondasi yang kuat bagi terciptanya program pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan dan berorientasi pada peningkatan kesejahteraan.

Di sisi lain, masih terdapat sejumlah tantangan yang perlu mendapatkan perhatian dalam pengembangan budidaya cacing fosfor di Desa Banget. Keterbatasan kemampuan dalam pemasaran digital, belum optimalnya diversifikasi produk, serta terbatasnya jaringan kemitraan dengan sektor industri masih menjadi kendala dalam meningkatkan nilai ekonomi komoditas tersebut. Oleh sebab itu, diperlukan tindak lanjut berupa pelatihan digital marketing secara berkesinambungan, pengembangan produk inovatif berbasis cacing fosfor, penguatan

kelembagaan kelompok usaha, serta perluasan kerja sama dengan pemerintah, pelaku UMKM, dan dunia industri. Melalui langkah-langkah tersebut, diharapkan budidaya cacing fosfor tidak hanya mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga berkembang menjadi komoditas unggulan yang memiliki daya saing tinggi di tingkat regional maupun nasional.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN-T Berdampak Universitas PGRI Madiun di Desa Banget, Kecamatan Kwadungan, Kabupaten Ngawi, memberikan dampak positif terhadap penguatan budidaya cacing fosfor sebagai komoditas unggulan desa. Melalui pendampingan yang dilakukan, masyarakat memperoleh peningkatan pemahaman mengenai pentingnya penguatan identitas produk, promosi, serta pengelolaan proses panen yang lebih terarah. Penguatan branding melalui media promosi visual serta keterlibatan langsung mahasiswa dalam kegiatan panen mampu meningkatkan visibilitas komoditas dan menumbuhkan rasa percaya diri serta kebanggaan masyarakat terhadap potensi lokal yang dimiliki.

Meskipun demikian, pelaksanaan kegiatan pengabdian ini masih memiliki keterbatasan, antara lain waktu pendampingan yang relatif singkat serta jangkauan kegiatan yang belum mencakup seluruh pelaku budidaya cacing fosfor di desa tersebut. Oleh karena itu, disarankan agar kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada budidaya cacing fosfor dalam kegiatan kkn selanjutnya dapat dilaksanakan dengan durasi yang lebih panjang, melibatkan lebih banyak pelaku usaha, serta mengembangkan pendampingan lanjutan yang mencakup aspek pengolahan hasil, pemasaran, dan inovasi produk guna mendukung keberlanjutan ekonomi masyarakat Desa Banget.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, Fitri. "Strategi Pemanfaatan Dana Desa Untuk Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal." *Jurnal Economina* 4, no. 7 (2025): 229–36. <https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/article/view/1563>.
- Agustin, Suci, R Nurhayati, Sry Wulan, Makmur Jaya Nur, and Sitti Satriani Is. "Strategi Pengembangan Branding Identitas Lokal Sebagai Pendorong Peningkatan Penjualan Produk UMKM." *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 2 (2024): 321–26. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i2.1429>.
- Andi Widodo, Wijang Eko Prasetyo, Anisa Kuswardani, Windi Astuti, Davinsy Petra Purnama, Rifqi Ainun Vanat, Wisnu Sapto Nugroho, et al. "Peningkatan Kapasitas Masyarakat Di Padukuhan Jolosutro Srimulyo Piyungan Bantul Melalui KKN-Tematik Universitas

- Janabadra.” CITAKARYA Jurnal Pengabdian Masyarakat 1, no. 03 (2024): 35–41. <https://doi.org/10.63922/citakarya.v1i03.621>.
- Asiva Noor Rachmayani. “Metode Penelitian Kualitatif.” edited by M.Si Dr. Patta Rapanna, SE., 1–219, 2021.
- Basir, Badirun, Irma Hakim, Firza Al Furqan, La Ode Marihi, and Wahyu Budi. “Pendampingan UMKM Dalam Pengembangan Produk Dan Branding Untuk Peningkatan Daya Saing: Pengabdian.” Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan 4, no. 1 (2025): 5089–98.
- Furqorina, Rizka, Lulus Sugeng Triandika, Muhammad Agusalm, Moh. Syarif, and Mohammad Iqbal Firdaus. “Pemanfaatan Visual Branding Melalui Foto Produk Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM.” Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M) 4, no. 2 (2023): 348–56. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i2.20261>.
- Hutabarat, Wildan Yusran, Isnarmi Isnarmi, Henni Muchtar, and Susi Fitria Dewi. “Pandangan Forum Kerukunan Umat Beragama Dan Masyarakat Multiagama Terhadap Nilai-Nilai Kerukunan.” Journal of Education, Cultural and Politics 4, no. 4 (2024): 854–62. <https://doi.org/10.24036/jecco.v4i4.361>.
- Imantria, Benny, and Akhmad Syakir Kurnia. “Does Local Government Expenditure Lead to Human Development in Indonesia?” Economics Development Analysis Journal 13, no. 2 (2024): 235–47. <https://doi.org/10.15294/edaj.v13i2.78979>.
- Latare, Sainudin, and Sahrain Bumulo. “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendampingan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah.” Amal Ilmiah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat 5, no. 1 (2023): 245–52. <https://doi.org/http://doi.org/10.36709/amalilmiah.v5i1.154>.
- Nangameka, Yohanes, and Ahmad Nasar. “Strategi Pemasaran Dan Pengembangan Cacing Tanah (Lumbricus) Di Cv. Biru Langit (Studi Kasus Di Desa Mangaran Kecamatan Mangaran Kabupaten Situbondo).” Agribios 20, no. 1 (2022): 104. <https://doi.org/10.36841/agribios.v20i1.1637>.
- Novia, Irsa, Alfiansyah Hidayat, Rizqi Ahmad Gozali, Zaenal Alamsyah, and Universitas Nusa Putra. “Pengembangan Identitas Visual Sebagai Upaya Penguatan Branding Umkm Desa Cikelat.” Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Abdi Nusa 5, no. Februari (2025): 127–30.
- Qonita, Raden Rara Aulia, and Erlyna Wida Riptanti. “Peningkatan Usaha Budidaya Cacing Tanah Di Kecamatan Teras Kabupaten Boyolali.” PRIMA: Journal of Community Empowering and Services 5, no. 2 (2021): 135. <https://doi.org/10.20961/prima.v5i2.46714>.
- Rosidah, Rinda. “Pelaksanaan Pendampingan Pekerja Meubel Dalam Mencapai Kemandirian Ekonomi Keluarga Di Desa Warujayeng Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk.” E Journal Unesa 6, no. 1 (2017): 1–9.
- Sari, Wulan Purnama, Zhafirah Sholihah, and Felicia Masali. “Digital Branding Umkm Melalui Komunikasi Visual.” Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat 8, no. 2 (2023): 129–34. <https://doi.org/10.26740/abdi.v8i2.15923>.
- Sutrisno, B, and R Nasri. “Is More Always Better? An Empirical Investigation of the CAPM and the Fama-French Three-Factor Model in Indonesia.” KnE Social Sciences 3, no. 10

(2018): 454. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3148>.

Yuniarti, Sari, Sunarjo Sunarjo, and Laksni Sedyowati. “Budidaya Cacing Lumbricus Rubellus Dengan Media Limbah Jamur Sebagai Bahan Dasar Kosmetik Dan Obat-Obatan.” *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang* 5, no. 2 (2020): 93–104. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v5i2.4407>.