

Jurnal Pengabdian Masyarakat

PENDAMPINGAN PELAKU USAHA DEGAN SOSIALISASI BRANDING, MARKETING DAN SERTIFIKASI HALAL

No.	NAMA	NIM	PRODI
1.	Susono	2017110071	Manajemen
2.	Kevin Muhammad Benna Rivo	2017110165	Manajemen
3.	Faridha Rahmawati	2018110015	Manajemen
4.	Lestari Dini Pratiwi	2018110066	Manajemen
5.	Edi Ariyanto	2018100070	Akuntansi
6.	Indah Choirunnisa	2018100066	Akuntansi
7.	Yusuf Alam Mahdiyan	2018010250	PAI
8.	Eliya Ayun Melani	2018010253	PAI
9.	Rahma Dani	2018030058	PGMI
10.	Heny Yustina	2018030072	PGMI

Abstrak

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja. Memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat Desa Igirranak, berperan dalam proses peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Igirranak, Kec. Kajajar, Kab. Wonosobo dalam memproduksi, manisan carica, selai carica, sirup terong belanda dan dodol terong belanda menggunakan alat produksi yang sederhana serta pendidikan SDM pelaku UKM masih rendah namun tetap menghasilkan produk yang berkualitas, segi kualitas produk UKM sudah bagus, namun perlu peningkatan. Segi nilai: harga produk UKM yang dihasilkan mampu diterima oleh masyarakat, UKM bisa melakukan promosi melalui pameran dan internet atau marketplace. Sebagian UKM di Desa Igirranak belum mempunyai branding, sertifikasi halal dan hakpaten.

Kata kunci : UKM, strategi pemasaran produk

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are business activities that are able to expand employment opportunities. Provide broad economic services to the people of Igirmranak Village, play a role in the process of increasing community income, encourage economic growth, and play a role in realizing national stability.

Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) Igirmranak Village, sub-district. Kajajar kab. Wonosobo in producing candied carica, carica jam, Dutch eggplant syrup and Dutch eggplant lunkhead using simple production tools and the education of SME's human resources is still low but still produces quality products, in terms of SME product quality is good, but needs improvement. In terms of value: the price of SME products produced can be accepted by the community, SMEs can do promotions through exhibitions and the internet or marketplace. Some SMEs in Igirmranak Village do not yet have branding, halal certification and patents.

Keywords: *SMEs, product marketing strategy*

1. PENDAHULUAN

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja Program pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu instrument untuk menaikkan daya beli masyarakat, pada akhirnya akan menjadi katup pengaman dari situasi krisis moneter. Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan

perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan. Bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah. Dalam pengembangan UMKM, langkah ini tidak semata-mata merupakan langkah yang harus diambil oleh Pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab Pemerintah. Pihak UMKM sendiri sebagai pihak internal yang dikembangkan, dapat mengayunkan langkah bersama-sama dengan Pemerintah. Karena potensi yang mereka miliki mampu menciptakan kreatifitas usaha dengan memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah, Berdasarkan data di Desa Igrimranak kec. Kajajar kab. Wonosobo ada 5 pelaku UMKM, dari 5 pelaku UMKM mengolah bahan bahan baku Carica, menjadi manisan carica dan selai carica. Cemar/terong belanda menjadi sirup dan dodol.

Ada beberapa kendala yang dihadapi oleh kelompok usaha, dalam pengembangan usaha Permasalahan yang

paling mendasar dihadapi oleh pelaku UMKM ini meliputi, sumber daya manusia yang kurang memiliki ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam pengembangan usahanya, memiliki permasalahan dalam permodalan, kurangnya sarana dan prasarana, serta kurangnya akses pemasaran produk.

2. Metode

Metode yang sesuai dengan pokok permasalahan dalam penelitian yang dilakukan, agar diperoleh data yang relevan untuk dibahas lebih lanjut. Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran secara menyeluruh mengenai pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Fokus dalam penelitian ini yaitu;

1. Pengembangan UMKM melalui fasilitas pihak eksternal dan pihak internal pada kelompok usaha carica dan cemar/terong belanda, meliputi :
 - a. Pengembangan seacara internal dari kelompok usaha desa Igirranak kec. Kejajar kab. Wonosobo, diantaranya;
 - 1) Inovasi hasil produksi

- 2) Perluasan jaringan permodalan
- 3) Pengadaan sarana dan prasarana produksi
- b. Pengembangan secara eksternal ;
 - 1) Pengadaan pelatihan dan pembinaan.
 - 2) Seminar sertifikasi halal produk.
 - 3) Peningkatan promosi produk.
 - 4) Perluasan pemasaran produk.
 - 5) Penyediaan sarana dan prasarana.

2. Kendala dalam pengembangan usaha UMKM desa Igirranak kec. Kejajar kab. Wonosobo
 - a. Sumber daya manusia yang terbatas;
 - b. Memiliki permasalahan dalam permodalan;
 - c. Sertifikasi halal pada produk;
 - d. Kurangnya akses pemasaran produk;

3. PEMBAHASAN

Pelaksanaan KPM TbR Unsiq yang dilaksanakan pada tanggal 17 Februari sampai 29 Maret 2022 di Desa Igirranak, Kecamatan Kejajar, Kabupaten Wonosobo memiliki

program unggulan dengan beberapa rangkaian kegiatan yaitu penyuluhan dan pendampingan marketing serta sertifikasi halal produk.

A. Penyuluhan branding dan marketing



Gambar 1: Kegiatan penyuluhan branding dan marketing.

Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 12 Maret 2022 dengan narasumber Bapak Desta Hatmoko Adi yang merupakan salah satu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsiq dan merupakan owner mie ongklok instan. Kegiatan dimulai pukul 13.00 dengan sasaran para pelaku usaha dan warga yang berpotensi memiliki usaha. Dalam acara tersebut terdapat sambutan dari kepala desa atau yang mewakili dimana dalam pidatonya mengucapkan banyak terimakasih atas dilaksanakannya kegiatan ini dimana

sangat bermanfaat terutama bagi para pelaku usaha karena salah satu permasalahan yang dialami para pelaku usaha adalah dalam pemasaran produk. Dilanjutkan dengan acara inti yaitu pemaparan materi tentang branding dan marketing dimana topik utamanya yaitu tentang ekonomi naratif.

Pada intinya, dalam ekonomi naratif yang paling utama adalah cerita. Dimana dalam cerita tersebut terdapat objek cerita, ruang waktu dan alur cerita yang dapat menimbulkan reaksi masyarakat berupa opini. Dari opini tersebut masyarakat akan berdiskusi, lalu berargumentasi dan membentuk sebuah persepsi. Dengan persepsi tersebut, bisa dijadikan sebuah konten yang dapat disebarluaskan baik melalui media sosial maupun mulut kemulut.

B. Sosialisasi sertifikasi halal produk

Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 20 Maret 2022 dengan narasumber Ibu Nurma Khusna Hanifa yang merupakan salah satu dosen Fakultas Syariah dan Hukum Unsiq dan juga bagian dari LP3M dan Unsiq Halal Center. Kegiatan ini diikuti oleh para pelaku usaha, pemuda dan ibu-ibu PKK

Desa Igrimranak. Dengan dilaksanakannya kegiatan ini diharapkan dapat membantu para pelaku usaha dalam memasarkan produknya. Dengan adanya sertifikasi halal, diharapkan jangkauan pemasaran produk dapat lebih luas karena sudah legal dan aman dikonsumsi. Topik utama yang dibahas dalam sosialisasi ini yaitu prosedur memperoleh sertifikasi halal.

Dalam pemaparan materi yang disampaikan oleh Ibu Nurma, dijelaskan dasar hukum apa saja yang digunakan sebagai jaminan produk halal seperti undang-undang, peraturan menteri agama, dan peraturan pemerintah. Dalam kegiatan tersebut juga dijelaskan produk apa saja yang wajib bersertifikat halal baik barang ataupun jasa. Dijelaskan pula prosedur memperoleh sertifikat halal produk serta dokumen apa saja yang

dibutuhkan seperti data pelaku usaha, nama dan jenis produk, bahan yang digunakan, pengolahan produk, dan sebagainya sebagai syarat permohonan sertifikasi.

Gambar 2: sosialisasi sertifikasi halal produk.

C. Pendampingan pembuatan produk UMKM

Setelah diadakannya sosialisasi marketing dan sertifikasi halal, baik narasumber maupun para pelaku usaha melakukan diskusi untuk mendengarkan apa saja keluhan yang dialami dalam melakukan usahanya. Berdasarkan diskusi, permasalahan utama para pelaku usaha adalah dalam memasarkan produknya. Sebagian besar pelaku usaha bisa membuat produk tapi belum dapat menjangkau pasar yang luas. Oleh karena itu program KPM kami yaitu melakukan pendampingan pelaku usaha. Kegiatan pendampingan dilakukan



untuk mengetahui sejauh mana para pelaku UMKM memproduksi produknya sampai siap jual. Dalam kegiatan ini, kami mendampingi pembuatan 2 produk yaitu selai carica dan sirup buah kemar atau terong belanda.

Gambar 3: Pendampingan pembuatan selai buah carica.

Dilihat dari peluangnya, produk-produk tersebut bisa menjangkau pasar yang luas mengingat belum banyak pesaing dengan produk yang sama. Namun, peluang tersebut kurang dimanfaatkan para pelaku usaha karena mereka berfikir bahwa untuk memasarkan suatu produk memerlukan biaya yang besar. Para pelaku usaha menginginkan pemasaran produk yang instan, padahal sebuah produk yang besar butuh proses yang tidak sebentar.



Pola pikir yang demikian tentunya menjadi kendala untuk kemajuan usaha. Salah satu tujuan pendampingan kami adalah untuk mengubah pola pikir diatas sekaligus memberikan pemahaman bahwa dalam menjalankan suatu usaha membutuhkan waktu dan proses.

Gambar 4: Pendampingan pembuatan sirup terong belanda.

4. PENUTUP

Berdasarkan rangkaian kegiatan KPM TbR di Desa Igirmanak yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari diadakannya sosialisasi marketing dan sertifikasi halal adalah untuk membantu para pelaku usaha terutama dalam hal bagaimana tahap-tahap yang perlu dilalui dalam memasarkan produknya sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Hasil yang diharapkan dari rangkaian kegiatan ini yaitu dapat mengangkat usaha produk-produk lokal ke jangkauan yang lebih luas serta dapat diketahui banyak orang.

5. DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, H. (2021). Pengaruh Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten kuantan Singingi .

Analia, D., Syaukat, A., & Rustiadi, E. (2019). MODAL SOSIAL (NETWORK) UPAYA MENINGKATKAN KINERJA USAHA MIKRO KECIL DI KOTA PADANG. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*.

Ardiana, Brahmawati, & Subaedi. (n.d.). Kompetensi SDM UMKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Universitas 17 Agustus 1945.*, 4&5.

Aribawa, D. (2016). PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA DAN KEBERHASILAN UMKM DI JAWA TENGAH. *Siasat Bisnis*.

Atmaja, K. E., Purnawati, I. A., & Sujana, E. (2020). Pengaruh Modal Sosial, Modal Manusia, Biaya Transaksi Terhadap Kesuksesan UMKM Industri Seni Lukisan di Kabupaten Buleleng. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 375.

Dermawan, T. (2019). Pengaruh Literasi, Inklusi dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlanjutan UMKM (Studi Pada Pelaku Usaha Mikro Mahasiswa Universitas Brawijaya).

Fanani, Y. K., & Fitrayati, D. (2021). PENGARUH MODAL INSANI DAN MODAL SOSIAL TERHADAP KINERJA UMKM MAKANAN DAN MINUMAN DI SURABAYA. *Jurnal pendidikan ekonomi*.

Indriyati, N. (2020). Pengaruh Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Batik di Pekalongan .

Kadmaer, K. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Jember.

Kasendah, B. S., & Wijayangka, C. (2019). PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM. *Manajemen dan bisnis*, 156.

Kristanto, R. S., Suparwati, Y. K., Atiningsih, S., & Wahyuni, A. N. (2021). PENGARUH KOMPETENSI SDM, KUALITAS INFORMASI KEUANGAN DAN LOCUS OF CONTROL TERHADAP KINERJA UMKM DENGAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Journal Of Islamic Economics and Finance*.

Laili, M. K., & Fadjarenie, A. (2021). PENGARUH SOSIALISASI INFORMASI SAK ETAP DAN KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP AKUNTABILITAS LAPORAN KEUANGAN. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 44.

Lestari, S. (2021). PENGARUH ASPEK KEUANGAN, KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA (SDM) DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN PONOROGO.

Murtadho, K., & Hanan. (2018). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Kompetensi Sumber Daya Manusia, dan Supply chain Management terhadap Kinerja Ukm dan keunggulan bersaing. *Sketsa Bisnis*.

Primadhita, Y., & Budiningsih, S. (2020). ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DENGAN MODEL VECTOR AUTO REGRESSION. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*.

Putra, A. H. (2016). Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Analisa Sosiologi*, 44.

Rapih, S. (2015). Analisis Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia, Modal Sosial dan Modal Finansial Terhadap Kinerja UMKM Bidang Garmen di Kabupaten Klaten. 21.

Sakdiyah. (2016). PENGARUH KOMPETENSI SDM, LINGKUNGAN MAKRO DAN JEJARING USAHA TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MAKANAN. 104.

Sanistya, P. A., Raharjo, K., & Iqbal, M. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha Kecil di Kalimantan Timur.

Septiani, R. N., & Eni, W. (2020). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN INKLUSI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM DI SIDOARJO.

septiani, R. n., & suryani, e. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM di Sidoarjo.

Septiani, R. N., & Wuryani, E. (2020). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN INKLUSI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM DI SIDOARJO. 5 & 7.

Soleh, M. (2008). Analisis Strategi Inovasi dan d.

Sulistiyandari, Wulandari, E., & Martini, S. (2016). KOMPETENSI SDM DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA UMKM BATIK DI KABUPATEN BANYUMAS. 100.

Suryandani, W., & Muniroh, H. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM Batik Tulis Lasem. *Ilmiah Ekonomi*.

Tempo.co. (2021). *Jumlah UMKM di Indonesia*.

Towiyah. (2020). ANTESEDEN LITERASI KEUANGAN PELAKU USAHA HOMESTAY . 15.

Wahyudiati, D., & Isroah. (2017). PENGARUH ASPEK KEUANGAN DAN KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA (SDM) TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA KASONGAN. 9.

Wulandari, R. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm .

Yanti, W. E. (2019). PENGARUH INKLUSI KEUANGAN DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM DI KECAMATAN MOYO UTARA . *MANAJEMEN DAN BISNIS VOL.2 NO.1 2019*.

Zhaviery, H. F., Anisah, H. A., & Faidah, A. N. (2019). PENGARUH KEPERIBADIAN DAN KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA BANJARMASIN. 37.