

Penguatan UMKM di Desa Sumberjo Melalui Program 3P: Pembuatan Brand, NIB, dan Pendampingan Sertifikasi Halal (*Strengthening MSMEs in Sumberjo Village Through the 3P Program: Brand Creation, NIB, and Halal Certification Assistance*)

Wandi Abbas^{1*}, Asma Amin², Muhammad Rizky Prawira³, Rezky Ramadhan Antuli⁴

Universitas Sulawesi Barat, Majene^{1,2,3,4}

wandi@unsulbar.ac.id¹, asmaamin@unsulbar.ac.id², muhammadrizkyprawira@unsulbar.ac.id³, rezky.ramadhanantuli@unsulbar.ac.id⁴



Riwayat Artikel

Diterima pada 8 November 2023

Revisi 1 pada 11 November 2023

Revisi 2 pada 18 November 2023

Revisi 3 pada 26 November 2023

Disetujui pada 28 November 2023

Abstract

Purpose: This research aims to discuss strengthening Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) of Women Farmer Groups in Sumberjo Village through various programs, namely: Brand Creation, NIB Registration (Business Identification Number), and Halal Certification registration.

Methodology/approach: This activity was conducted in Sumberjo village, Polewali Mandar district, focusing on the Women's Farmer Group. The form of implementing activities is carried out by carrying out various steps, namely socialization and direct assistance to the community.

Results/findings: The results of the activity are solving partner problems by transferring science and technology in the form of socialization, workshops, and assistance in the form of 3P such as Brand Creation, Business Identification Number Registration, Assistance with halal product certification, Product Innovation Development, and, Digitalization training for managing MSME websites, financial report bookkeeping applications and market place and delivery of production equipment assistance to partners.

Limitation: referring to UP2KKK's needs, service activities are limited and focus on branding issues, business registration numbers, and halal certification.

Contributions: This activity has an impact on KWT Gemah Ripah related to the development of products of higher quality and in terms of product quantity.

Keywords: *MSMEs, NIB and Halal Certification, Polewali Mandar, UP2K Sumberjo Village, Women Farmers Group*

How to cite: Abbas, W., Amin, A., Prawira, M, R., Antuli, R, R. (2023). Penguatan UMKM di Desa Sumberjo Melalui Program 3P: Pembuatan Brand, NIB, dan Pendampingan Sertifikasi Halal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 193-202.

1. Pendahuluan

Sistem teknologi informasi pada era globalisasi menjadi sesuatu yang penting dan menjadi salah satu penunjang kebutuhan dan kehidupan manusia (Abbas & Sutrisno, 2022, p. 1) seperti halnya dalam kegiatan ekonomi baik secara makro maupun mikro. Kehidupan masyarakat saat ini tidak dapat dipisahkan dengan keberadaan kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Selain dianggap mempunyai peran yang signifikan terhadap peningkatan perekonomian di Indonesia (Maulida Sari & Setiyana, 2020, p. 2). UMKM memiliki peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM telah menjelma menjadi salah satu pilar vital perekonomian Indonesia. Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) tahun 2018, UMKM memiliki proporsi 99,99% atau sekitar 64,2 juta dari total pelaku usaha di Indonesia. Data ini menunjukkan bahwa terjadi

penyerapan tenaga kerja yang sangat dominan oleh UMKM. Sebanyak 117 juta pekerja atau 97 % dari daya serap tenaga kerja dunia usaha (Sasongko, 2020). Selain itu, bisnis UMKM juga terbukti menyumbang PDB mencapai 61,07 persen atau mencapai Rp. 8.573,9 Triliun. Jumlah yang jauh lebih tinggi apabila dibandingkan dengan kontribusi usaha skala besar yang hanya senilai Rp. 5.464,7 Triliun (Hartanto, 2021). Menariknya, UMKM telah terbukti “tahan banting” terhadap berbagai kondisi yang terjadi. Ketika terjadi krisis 1998, UMKM telah menjadi booster pemulihan ekonomi, hanya UMKM yang mampu tetap bertahan. Hal ini disebabkan oleh 3 hal yaitu: UMKM umumnya menghasilkan barang konsumsi dan jasa yang dekat dengan kebutuhan masyarakat; pelaku usaha UMKM umumnya memanfaatkan sumber daya lokal, baik itu untuk sumber daya manusia, modal, bahan baku, hingga peralatan (tidak mengandalkan barang impor); dan terakhir umumnya bisnis UMKM tidak ditopang dana pinjaman dari bank melainkan dana sendiri (Meriyana, 2012). Mereka tidak terlalu bergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing, sehingga ketika ada fluktuasi nilai tukar, perusahaan berskala besar yang secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami imbas krisis.

Keberadaan UMKM merupakan bagian dari kegiatan ekonomi masyarakat bangsa yang saat ini semakin dikembangkan. Hal ini dikarenakan keberadaan UMKM sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar sehingga menjadi salah satu solusi dalam 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 (Mulyana et al., 2021, p. 2). UMKM perlu menjadi skala usaha yang unggul dalam mendukung era revolusi industri 4.0 (Wisnuaji, P. T., et al., 2023, p.2). Dengan melihat peran serta UMKM bagi perekonomian nasional maka sudah seyogyanya perhatian terhadap UMKM menjadi salah satu fokus penting dan utama untuk menghasilkan multiplier effect terutama dalam melaksanakan program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) pasca Pandemi Covid 19. Penguatan UMKM menjadi salah satu cara dalam membantu eksisnya UMKM. Dalam praktiknya, upaya pengembangan sektor UMKM masih mengalami kendala. Beberapa kendala yang dihadapi oleh UMKM antara lain kemudahan perisinan berusaha, keterbatasan modal kerja, kurangnya pemahaman tentang manajemen bisnis yang baik, kurangnya pengetahuan teknologi dan pemasaran digital yang belum berjalan dengan baik (Kemenangan, 2022). Dalam sumber yang berbeda, disebutkan setidaknya ada 10 permasalahan yang dihadapi oleh UMKM antara lain : kepemilikan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP); minimnya modal usaha; tidak memiliki pengetahuan yang luas mengenai bisnis; kurang memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan; belum tahu cara mengembangkan bisnis; tidak melakukan branding; komunikasi bisnis yang kurang efektif; pembukuan secara manual; kurangnya inovasi produk dan sulitnya mencatat daftar absensi karyawan secara manual (Staffany, n.d.). Berbagai permasalahan yang menjadi kendala UMKM ini, ternyata juga menjadi kendala yang dialami oleh salah satu UMKM yang ada yang Kab. Polewali Mandar, tepatnya di Desa Sumberjo, Kec. Wonomulyo, yaitu Kelompok UP2K PKK Gemah Ripah. UMKM ini merupakan UMKM yang telah aktif mengembangkan berbagai produk usaha mereka terutama di bidang kuliner dan eco enzim.

Kelompok UP2K PKK Gemah Ripah Desa Sumberjo, telah memiliki rekam jejak yang baik dalam pengembangan kelompok-kelompok binaannya. Meskipun baru terbentuk sejak tahun 2020 namun aktifitas-aktifitas secara kontiniu terus terlaksana dan berkembang baik, baik dalam hal produksi maupun keaktifan dalam mengikuti pameran-pameran yang dapat mendukung pengenalan kelompok dan produk mereka secara lebih luas. Sangat disayangkan jika UMKM yang sudah aktif tidak mendapatkan perhatian lebih dan didampingi untuk mendapatkan penguatan dari beberapa aspek yang dapat mendukung perkembangan mereka. Keunggulan utama dari kelompok ini selain persolan keaktifannya adalah secara merata mengembangkan kelompok-kelompok kecil binaannya yang tersebar di setiap dusun melalui Kelompok Tani Wanita. UP2K PKK Gemah Ripah yang diketuai oleh Sri Janatie, memiliki 5 Kelompok Binaan KWT disetiap Dusun dengan produk-produk unggulan masing-masing.

Tabel 1. KWT Binaan UP2K Gemah Ripah Desa Sumberjo

Nama Dusun	Nama Kelompok Tani	Ketua	Jumlah Anggota
Dusun Kebumen	KWT Kebumenjaya	Nurhayati	31
Dusun Poayam	KWT Indah Lestari	Tukira	20
Dusun Tulungagung	KWT Melati	Sri Wahyuni	25
Dusun Pendukuan	KWT terkini	Yanti	45
Dusun Teramanu	Teramanu Lestari	Sri Indarwati	30

Setiap UMKM tentunya memiliki produk dan cara tersendiri dalam proses pemasarannya. Pada proses pemasaran tentunya harus memiliki pertimbangan yang matang dan tepat. Agar UMKM memiliki profit yang maksimal perlu diimbangi dengan sistem pemasaran yang bagus (Sofiyana et al., 2021, p. 1). Berdasarkan survei awal tim pengabdian, terdapat 5 masalah utama pada Kelompok UP2K PKK Gemah Ripah Desa Sumberjo yang akan menjadi fokus utama dari tim pengabdian untuk diselesaikan selama masa pengabdian berlangsung.

1. Produk yang dikembangkan belum memiliki brand yang memadai yang mampu menjadi penciri utama dan khas yang dapat meningkatkan nilai dan pemasaran dari produk-produk tersebut. Salah satu contoh dari aktifitas pameran mini (*lihat gambar 2*) yang diikuti oleh salah satu KWT binaan UP2K PKK Gemah Ripah Desa Sumberjo ternyata menunjukkan bahwa produk-produk tersebut belum dilengkapi dengan brand yang dapat mendukung tampilan awal ketika konsumen melihat dan akhirnya tertarik. Standar pengemasan, nama produk dan harga masih sangat sederhana.
2. Kelompok UP2K PKK Gemah Ripah ternyata tidak memiliki penanganan yang tuntas dan luas dalam hal aspek legalitas usaha dalam bentuk Nomor Induk Berusaha (NIB). Padahal NIB ini akan memberikan manfaat yang besar bagi para pelaku usaha termasuk UMKM, proses pendaftaran NIB yang tidak terlalu sulit, seharusnya mampu mendorong para pelaku usaha/UMKM untuk segera menuntaskan masalah NIB serta meraih manfaat yang banyak dari kepemilikan NIB ini.
3. Masih terkait legalitas namun lebih bersifat spesifik, yaitu pendaftaran sertifikasi halal. Produk-produk unggulan dari UP2K PKK Gemah Ripah ternyata belum memiliki sertifikasi halal. Karena sebagian besar produk merupakan produk makanan, maka sangat penting untuk membentuk kepercayaan konsumen dalam negeri yang notabene 90 persen beragama Islam. Jaminan produk, dari proses awal dan bahan baku sesuai dengan syariat agama islam sangat penting bagi sebagian besar konsumen dan pelaku usaha yang menjadi dropship/reseller/penitipan dari produk-produk mitra agar memiliki jangkauan pasar yang lebih luas.
4. Inovasi produk yang masih perlu dioptimalkan. Berbagai produk dalam wilayah Kab. Polewali Mandar, masih dapat dikelola untuk menjadi berbagai olahan ekonomis yang memiliki nilai jual tinggi terutama saat musimnya. Misalnya buah durian, pisang dsb yang ketika musimnya datang, maka buah akan berlimpah ruah dan bernilai jual rendah. Beberapa produk yang juga sudah di produksi masih harus bersaing dengan berbagai produk lain yang sudah umum diproduksi oleh pengusaha-pengusaha lain seperti kerupuk bayam dsb. Jadi produk-produk yang ada harus memiliki inovasi yang lebih agar memiliki nilai jual yang berbeda dan menarik dibandingkan yang lainnya.
5. Penguasaan pengetahuan Teknologi dan digitalisasi. Aspek ini mencakup beberapa permasalahan seperti pemasaran, pembukuan manual dan absensi manual yang seharusnya dapat memanfaatkan berbagai aplikasi atau teknologi. Fokus utama dalam masalah ini terutama pada aspek pemasaran. Pandemi dengan segala jenis pembatasan sosialnya baik berskala besar maupun mikro, seharusnya telah menjadi pelajaran bagi UMKM untuk mengubah usaha yang semula masih konvensional menjadi *go digital* melalui pemasaran produk secara online. Disadari atau tidak, kecenderungan konsumen juga telah banyak merambah jual beli melalui berbagai aplikasi online mulai FB, Instagram, Web, Shopee, Lazada dsb. Pemanfaatan berbagai aplikasi ini tentunya akan memperluas pasar UMKM.

2. Metodologi

Secara garis besar, metode yang digunakan dalam program 3P ini terdiri atas dua, yaitu Sosialisasi dan Pendampingan. Jadi aktifitas pengabdian ini tidak hanya memberikan pengetahuan-pengetahuan dan sharing dari tim pengabdian, namun setelah melakukan sosialisasi, maka akan dilanjutkan dengan proses pendampingan, sehingga proses 3P ini dapat terselesaikan dalam bentuk menghasilkan output yang bermanfaat bagi mitra, terutama dalam bentuk peningkatan pengetahuan dan pengalaman serta pendapatan (nilai ekonomis) dari Mitra Binaan. Selanjutnya, ketika masa pengabdian telah selesai, maka teori dan praktek yang telah dikolaborasikan tadi dapat diimplementasikan secara mandiri oleh UP2K Desa Sumberjo terutama dalam mengembangkan produk-produk selanjutnya. Tentu saja pelaksanaan kegiatan ini mengkolaborasikan peran serta dan keaktifan dari Tim Pengabdian, mahasiswa (asisten pengabdian), Pemerintah Desa Sumberjo, Kelompok Wanita Tani (KWT) dibawah binaan UP2K PKK Gemah Ripa. Berikut ini adalah metode kegiatan pengabdian secara terperinci:

1. Melakukan Sosialisasi awal, pengenalan program 3 P, pengenalan tim pengabdian dengan mitra
2. Melakukan wawancara dan pembagian kuesioner/angket untuk mendapatkan data awal tingkat perekonomian UP2K Gemah Ripah Desa Sumberjo
3. Pembagian pretest untuk mendapatkan data awal tentang tingkat pengetahuan dan keterampilan UP2K Gemah Ripah Desa Sumberjo
4. Pembuatan Brand; Sosialisasi pengenalan personal branding, Pendampingan dan Pembuatan Brand
5. Pendaftaran NIB dan Pendaftaran Sertifikasi Halal; Sosialisasi terkait NIB dan Sertifikasi Halal, Pendampingan Pengajuan NIB dan Sertifikasi Halal
6. Pengembangan Inovasi Produk; Tracing dan Pemetaan Potensi setiap Dusun/KWT, Melakukan sosialisasi dan pendampingan inovasi dan diversifikasi produk dalam rangka peningkatan kualitas dan kuantitas produk yang sudah di produksi maupun Sosialisasi Awal Wawancara & Pembagian Kuesioner Pembagian Pretest Pembuatan Brand Pembuatan NIB & Halal Pengembangan Produk Digitalisasi UMKM Sarasehan potensi-potensi desa yang belum terjamah dari setiap KWT.
7. Digitalisasi UMKM; Pembuatan Website dan akun Market Place UMKM UP2K Gemah Ripah Desa Sumberjo b. Workshop digitalisasi UMKM (strategi online marketing dan pengenalan aplikasi; Pelatihan penggunaan aplikasi pembukuan laporan keuangan, pengelolaan website, aplikasi desain dan market place)
8. Sarasehan; Evaluasi, Melakukan wawancara dan pembagian kuesioner/angket untuk mendapatkan data akhir tingkat perekonomian UP2K Gemah Ripah Desa Sumberjo, Pembagian post test untuk mendapatkan data awal tentang tingkat pengetahuan dan keterampilan UP2K Gemah Ripah Desa Sumberjo, Penyerahan bantuan alat produksi bagi KWT.



Gambar 1. Proses dan Tahapan Kegiatan

3. Hasil dan pembahasan

3.1 KWT Gemah Ripah Sebelum Program

Kondisi masyarakat saat ini semakin berkembang, terutama akibat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju (Sulaeman, 2020, p. 2). UMKM merupakan suatu usaha potensial yang handal dalam menggerakkan perkembangan perekonomian di Indonesia sehingga pelaksanaannya perlu dioptimalkan dan ditinjau kembali potensi-potensi yang ada untuk meningkatkan pembangunan ekonomi masyarakat (Khorida et al., 2022, p. 3). Sesuai dengan namanya, kelompok ini lebih konsen pada pengembangan dan pemberdayaan perempuan. Para wanita, baik IRT maupun remaja-remaja, dapat mengkombinasikan kemampuan memasak mereka, memanfaatkan waktu luang serta pemanfaatan produk unggulan Desa untuk diramu menjadi beberapa produk dari masing-masing KWT. Hasil tani yang juga menjadi bahan makanan sehari-hari ternyata dapat diolah menjadi produk yang dapat menghasilkan keuntungan untuk membantu perekonomian wanita yang tergabung dalam kelompok tani tersebut. Respon positif dan perhatian pemerintah Desa Sumberjo juga menjadi nilai plus bagi KWT ini yang terbukti dengan fasilitas yang disiapkan oleh pemerintah desa untuk kelompok KWT mulai dari pendampingan, lahan pameran, kebijakan dan lain sebagainya.

Kelompok KWT Gemah Ripah telah eksis sejak beberapa tahun lalu. Para KWT yang terdiri dari 5 KWT dari setiap dusun seperti pada table 2 diatas telah banyak melakukan berbagai aktifitas dan kegiatan dalam pengembangan UMKM. Namun kegiatan tersebut belum sepenuhnya maksimal diakeranakan pemahan dan pengetahuan para KWT terkait proses dan pengembangan produk lebih maksimla masih belum dipahami secara signifikan. Hal tersebut dapat dilihat pada produk yang dihasilkan masih tergolong biasa yakni belum memiliki nama brand sendiri, Belum memiliki Nomor Induk Berusaha dan belum tersertifikasi halal. Dari hal tersebut sehingga menjadi alas an bagi tim program untuk mendukung perkembangan dan produktifitas yang lebih maksimal melalui pendampingan 3P.



Gambar 2. Beberapa Produk-Produk KWT



Gambar 3. Pameran Mini UP2K Gemah Ripah

Pameran mini yang diadakan menunjukkan keseriusan para anggota kelompok tani untuk menjalankan UMKM. Mereka menggunakan poster dan juga menyebarkan di media sosial untuk memperluas informasi terkait pameran tersebut. Pameran dilaksanakan setiap tahunnya, untuk tahun ini dilaksanakan pada bulan oktober 2023 di Kantor Kecamatan Wonomulyo. Adapun yang menjadi sponsor dalam kegiatan tersebut adalah dilaksanakan oleh pemerintah kabupaten polewali mandar yakni disan UMKM bekerjasama dengan pemerintah kecamatan dan pemerintah desa setempat. Peluang untuk produk UMKM dapat dipasarkan secara luas menjadi besar disebabkan oleh keterampilan KWT dalam mengelolah produk yang dapat dikategorikan unik. Bahkan media nasional sudah pernah meliput hasil produk mereka disebabkan kreasi 'tidak biasa' yang dilakukan oleh UMKM. Dengan demikian, pengembangan dari UMKM ini memiliki peluang yang besar di masa depan untuk menjadi produk 'khas daerah' yang bisa jadi menarik minat bukan hanya warga desa namun juga menembus pasar nasional jika mendapatkan penanganan yang semestinya. Untuk itu, dibutuhkan sinergi dan peran dari berbagai pihak terkait untuk meningkatkan resiliensi melalui penguatan sektor UMKM sebagai salah satu gerbong penggerak pertumbuhan ekonomi Indonesia sesuai dengan perannya masing-masing. Tim Pengabdian Universitas Sulawesi Barat siap untuk mengambil peran dalam penguatan UMKM UP2K PKK Gemah Ripah, Desa Sumberjo, Kec. Wonomulyo, Kab. Polewali Mandar, Sulawesi Barat.

3.2 Pelaksanaan Program

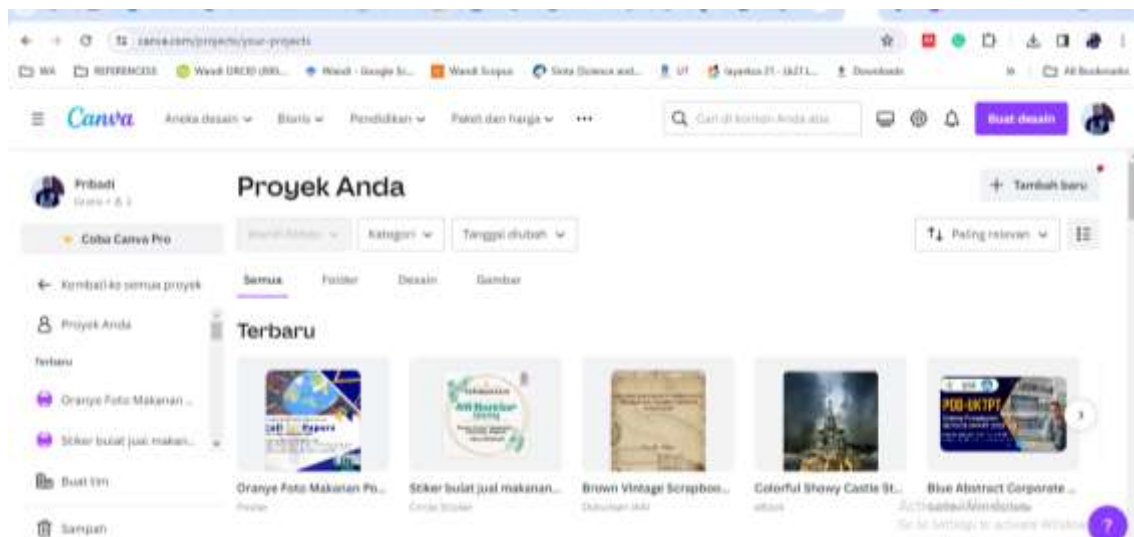
Dengan konektivitas yang lebih baik, UMKM dapat mengakses pasar yang lebih luas, menjual produk secara online, dan berpartisipasi dalam platform perdagangan digital. Selain itu, pemerintah juga telah mendorong pelatihan dan pendidikan digital bagi pelaku UMKM, sehingga mereka dapat memanfaatkan teknologi dengan lebih efektif. Dari berbagai permasalahan yang dihadapi oleh tim Mitra, maka Tim Pengabdian menghadirkan sebuah konsep solusi yang dikemas dengan Program 3P yaitu Pembuatan Brand, Pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB), Pendampingan Sertifikasi Halal.



Gambar 4. Sosialisasi dan Pendampingan Program

3.2.1 Pembuatan Brand

Brand adalah karakter, kumpulan pengalaman dari apa yang konsumen rasakan dan pikirkan ketika mendengar dan melihat produk anda. Brand adalah kumpulan pengalaman dari apa yang konsumen rasakan dan pikirkan ketika mendengar dan melihat produk anda. [6] Pembuatan Brand akan menjadi fokus pertama dari pelaksanaan pengabdian. Dengan mempertimbangkan bahwa tim mitra telah memiliki berbagai produk, maka tim pengabdian akan melakukan pendampingan khusus dalam melihat keunikan, karakter, atau yang menjadi ciri khas dari produk-produk setiap KWT agar dituangkan ke dalam brand, baik yang tergambar dari logo, design, merek, identity ataupun dalam advertising dan marketingnya. Para pelaku usaha harus memiliki strategi yang mampu bersaing dengan produk lain dengan cara melakukan pemasaran secara online menggunakan media sosial sebagai media pemasaran yang efektif di masa pandemi sekarang ini. Tentu dibutuhkan inovasi dan kreativitas para pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya, inovasi dan kreativitas ini dengan membuat media iklan berupa flyer/poster yang menarik. Desain media promosi haruslah dibuat dengan baik dan efektif untuk memudahkan para konsumen dalam mencerna media promosi tersebut (Wijandari & Sumilah, 2021, p. 2). Dalam pendampingan ini tim menggunakan aplikasi desain logo berupa Canva. Canva adalah aplikasi desain grafis yang digunakan untuk membuat grafis media sosial, presentasi, poster, dokumen dan konten visual lainnya. Aplikasi ini juga menyediakan beragam contoh desain untuk digunakan.



Gambar 5. Pendampingan Pembuatan Brand Menggunakan Aplikasi Desain Canva

3.2.2 Pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB)

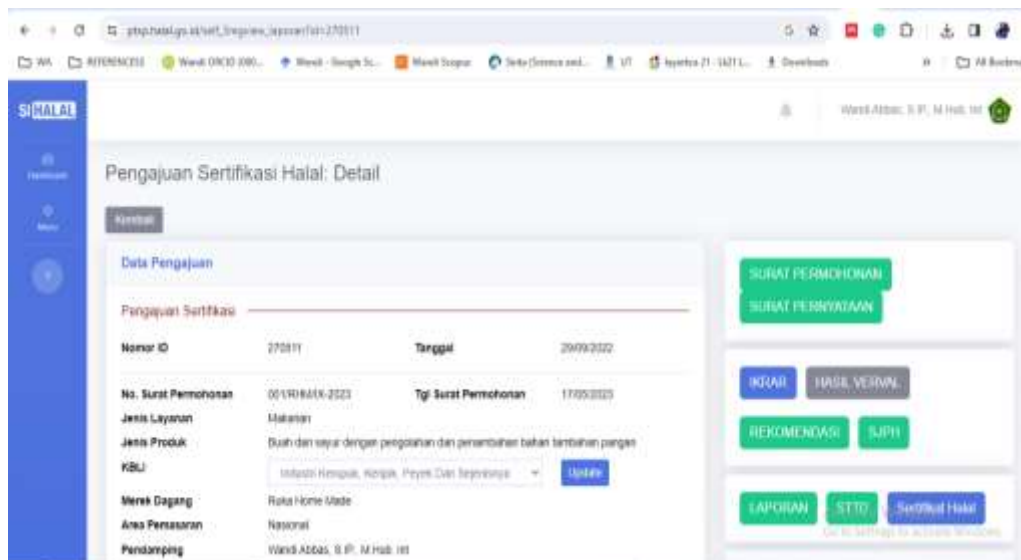
NIB merupakan identitas izin usaha yang diterbitkan Lembaga OSS yang berada di bawah Badan Koordinasi Penanganan Modal. NIB berfungsi sebagai Izin Usaha dan Izin Komersial atau Operasional sesuai dengan bidang usahanya serta identitas yang harus dimiliki oleh setiap pelaku usaha di Indonesia. [7] Nomor Identitas tersebut terdiri dari tiga belas digit/angka yang di dalamnya terdapat pengaman dan tanda tangan elektronik. Fungsi NIB bukan hanya sebagai identitas, melainkan juga berlaku sebagai Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Impor (API) dan Akses Kepabeanaan bagi perusahaan melakukan kegiatan ekspor impor. Dengan pengurusan NIB, usaha akan menjadi terjamin legalitasnya. Selain itu, dengan mengurus NIB juga menambah peluang usaha, diantaranya fasilitas pembiayaan dari perbankan, peluang mendapatkan pelatihan, juga kesempatan mengikuti pengadaan barang/jasa pemerintah. Artinya dengan mendapatkan NIB, Mitra bukan hanya dapat memenuhi unsur administrasi dan hukum tetapi dapat menikmati berbagai manfaat lain yang disediakan dari pemerintah dan tentu saja mendapatkan kepercayaan konsumen yang lebih luas.



Gambar 6. Pengajuan NIB melalui platform OSSN

3.2.3 Sertifikasi Halal

Dalam rangka mendorong kolaborasi antara UMKM dan perusahaan teknologi besar, pemerintah membentuk kerangka kerja yang mengatur kemitraan tersebut, memastikan bahwa UMKM mendapatkan manfaat yang adil dari ekosistem digital (Prasetyasari et al., 2023, p. 4) salah satunya dalam hal legalitas dan sertifikasi halal produk. Indonesia merupakan negara mayoritas Islam, untuk itu salah satu syarat utama agar produk diterima di kalangan masyarakat adalah memiliki sertifikasi halal. Langkah pertama yang harus dilakukan sebuah brand agar mendapatkan pasar yang lebih luas adalah mendapatkan kepercayaan konsumen terkait bahan dasar dari produk yang akan dipasarkan. Pelaku usaha yang mengajukan untuk mendapatkan sertifikasi halal harus memiliki penyelia halal yang bertugas untuk mengawasi proses produk dan memastikan bahwa komposisi yang digunakan memang berasal dari bahan baku yang halal. Pelaku dalam hal ini UMKM harus mengajukan berbagai macam dokumen seperti nama dan jenis produk, pelaku usaha, daftar bahan, serta proses produk tersebut. Dengan terpenuhinya unsur-unsur di atas, mitra akan memiliki kesempatan yang besar dalam memperluas pasar, bukan hanya di pinggir jalan, wilayah kabupaten dan dipasar-pasar lokal, tapi dapat dititipkan di toko-toko besar, mini market dan sebagainya. Program sertifikasi halal diajukan melalui platform resmi SIHALAL Kementerian Agama Republik Indonesia. Pengajuan sertifikasi halal secara gratis telah diajukan oleh KWT oleh masing-masing kelompok usaha



Gambar 7. Pengajuan Nomor Sertifikasi Halal melalui platform SIHALAL

Dari program 3P ini, Tim pengabdian akan menargetkan sebagai berikut:

Tabel 2. Target luaran kegiatan 3P

Nama Dusun	Nama Kelompok Tani	1 P	2 P	3 P
Dusun Kebumen	KWT Kebumenjaya	5 produk	10 produk	10 produk
Dusun Poayam	KWT Indah Lestari	5 produk	10 produk	10 produk
Dusun Tulungagung	KWT Melati	5 produk	10 produk	10 produk
Dusun Pendukuan	KWT Terkini	5 produk	10 produk	10 produk
Dusun Teramanu	Teramanu Lestari	5 produk	10 produk	10 produk

Ket :

1 P : Pembuatan Brand

2 P : Pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB)

3 P : Pendampingan Sertifikasi Halal

Dari tabel 2 dapat dijelaskan target luaran dari program ini : untuk kegiatan 1 P atau pembuatan brand, maka tim menargetkan akan melakukan pembuatan brand untuk 5 produk unggulan dari setiap KWT. Untuk kegiatan 2 P (pendaftaran NIB) dan 3P (pendampingan Sertifikasi Halal, maka tim akan melaksanakan sosialisasi menyeluruh kepada semua KWT dan juga melakukan proses pendampingan Pendaftaran NIB dan Sertifikasi Halal untuk 10 produk dari setiap KWT.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian ini ditujukan untuk dapat membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra seperti persoalan belum memiliki branding, Nomor Induk Berusaha, diversifikasi produk, label halal, dan digital marketing. Dalam pelaksanaan kegiatan ini, Penggunaan IPTEK sangat dikedepankan, mengingat bahwa sasaran utama mitra ialah kelompok Wanita Tani UP2K PKK Gemah Ripah Desa Sumberjo, Maka untuk mendukung pelaksanaan kegiatan tersebut akan diberikan pemahaman dalam bentuk sosialisasi dan workshop terkait Pembuatan Brand berupa Sosialisasi pengenalan personal branding, pembuatan brand. Pendaftaran NIB dan Sertifikasi Halal berupa Sosialisasi terkait NIB dan Sertifikasi Halal dan Pendampingan Pengajuan NIB dan Sertifikasi Halal. Pengembangan Inovasi Produk berupa *Tracing* dan Pemetaan Potensi setiap Dusun/KWT dan Melakukan sosialisasi dan pendampingan inovasi dan diversifikasi produk dalam rangka peningkatan kualitas dan kuantitas produk yang sudah di produksi maupun potensi-potensi desa yang belum terjamah dari setiap KWT. Digitalisasi UMKM berupa Pembuatan Website dan akun market place mitra dan Workshop digitalisasi UMKM (strategi online marketing dan pengenalan aplikasi; Pelatihan penggunaan aplikasi pembukuan laporan keuangan, pengelolaan website, aplikasi desain dan market place.

Ucapan terima kasih

Terimakasih penulis haturkan kepada berbagai pihak yang telah mensupport pengabdian ini hingga berjalan dengan maksimal. Terimakasih kepada pemerintah Desa Sumberjo khususnya Kelompok Wanita Tani UP2K Gemah Ripah dan Lembaga Penelitian, Pengabdian dan Penjaminan Mutu Universitas Sulawesi Barat atas dukungan dan kerjasamanya selama pengabdian ini dilaksanakan.

Referensi

- Abbas, W., & Sutrisno, S. (2022). Pengembangan Website Desa sebagai Sistem Informasi dan Inovasi di Desa Indu Makkombong, Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(2), 505–512. <https://doi.org/10.54082/jamsi.276>
- Hartanto, A. (2021, May 5). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Kemenangan, A. N. (2022, September 23). *Penguatan UMKM Sebagai Upaya Mewujudkan Kedaulatan Bangsa*. <https://klc2.kemenkeu.go.id/kms/knowledge/penguatan-umkm-sebagai-upaya-mewujudkan-kedaulatan-bangsa-08004fdb/detail/>
- Khorida, S., Liyanti, B. A., Pertiwi, Y., & Wijayanti, A. (2022). Sosialisasi UMKM di Dusun Singkil Kelurahan Parangjoro. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 175–183. <https://doi.org/10.32815/jpm.v3i2.847>
- Maulida Sari, C. D., & Setiyana, R. (2020). Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 2(1), 63. <https://doi.org/10.35308/baktiku.v2i1.2050>
- Meriyana, E. (2012, March 28). *Tiga Hal yang Buat UMKM Tahan Krisis Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul “Tiga Hal yang Buat UMKM Tahan Krisis”, Klik untuk baca: Https://ekonomi.kompas.com/read/2012/03/28/11093274/Tiga.Hal.yang.Buat.UMKM.Tahan.Krisis. Kompascom+ baca berita tanpa iklan: Https://kmp.im/plus6 Download aplikasi: Https://kmp.im/app6. https://ekonomi.kompas.com/read/2012/03/28/11093274/Tiga.Hal.yang.Buat.UMKM.Tahan.Krisis*
- Mulyana, A. E., Hidayat, R., Andayani, N. R., Zuliarni, S., Pratama, A. W., Septiana, M., Hidayat, H., Yulinda, Y., Amaliah, D., Ikhlash, M., Riadi, S., Sari, D. R., & Soebagiyo, S. (2021). Pengembangan UMKM Melalui Sosialisasi dan Penyuluhan Secara Digital untuk Menunjang Keberlangsungan Usaha di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Politeknik Negeri Batam*, 3(1), 62–76. <https://doi.org/10.30871/abdima spolibatam.v3i1.2685>
- Prasetyasari, C., Suwalla, N., Lubis, I. H., Andriani, A. R., Sitohang, C. P., Andriani, T. P., Markis, M., Istighfari, I., & Gaol, F. L. (2023). Pentingnya Kesadaran Hukum Masyarakat untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Digital pada Kelurahan Sembulang Kecamatan Rempang Pulau Galang Kota Batam (The Importance of Community Legal Awareness to Increase the Competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the Digital Era in Semulang Village, Rempang District, Galang Island, Batam City). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1).
- Sasongko, D. (2020, August 24). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Sofiyana, M. S., Lestari, L. D., Triamini, M. H., Faizah, A. I., & Ardiyansyah, V. R. (2021). *Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Pemasaran Umkm Di Kecamatan Sutojayan, Kabupaten Blitar*. 4.
- Staffany, S. (n.d.). *Permasalahan UMKM dan solusinya yang penting kamu pahami*.
- Sulaeman, Moh. M. (2020). Sosialisasi Kewirausahaan dalam Upaya Peningkatan UMKM Desa Palangan Kecamatan Karangbinangun Kabupaten Lamongan. *Jurnal Abdimas Berdaya : Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan dan Pengabdian Masyarakat*, 2(01), 16. <https://doi.org/10.30736/jab.v2i01.34>
- Wijandari, A., & Sumilah, N. (2021). Sosialisasi Manajemen Strategi Pemasaran Di UMKM Kecamatan Cileungsi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 61–64. <https://doi.org/10.51805/jpbm.v1i1.12>
- Wisnuaji, P. T., Rachmawati, D., & Sudari, S. A. (2023). Penerapan Digital Marketing untuk Peningkatan Pemasaran UKM Heppi Kitchen Depok. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 139–146. <https://doi.org/10.35912/yumary.v3i3.1767>