

PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI PROGRAM SERTIFIKASI HALAL SERTA INOVASI REBRANDING PRODUK DI DESA CILEMPUYANG

Afwan Arba Alfian, Runi Atsni Allathifa, M. Hanafi Asnan, Retno Puji Rahayu, Uci Utari Agil Alfianti, Lailatul Ma'rifah, Aliasih Iffah Nur Faizah, Aniatul Muhtariyah, Athifah Ayuning Tyas, Citra Buana Tunggadewi, Ayu Kholifah

Abstract

The existence of UMKM that have mushroomed throughout Indonesia makes the economic sector grow from time to time. Nevertheless, the large number of UMKM is inseparable from the existing obstacles. The strong development in the current digital era makes it difficult for UMKM actors, especially in villages, to keep up. The same thing happened in Cilempuyang village, Cilacap Regency. After a survey by the KKN Team 52 Group 46 UIN Saizu Purwokerto, there are several obstacles experienced by the UMKM actors in Cilempuyang Village, such as not having halal certification and NIB (Business Identification Number), lack of innovation and creation related to the packaging design of the products sold, a narrow market network, and poor knowledge about technology and information. The many obstacles that exist, made the KKN Team moved to hold programs regarding halal certification and NIB as well as assistance related to packaging and advertising for UMKM products. This program was held with the aim of empowering the potential of UMKM in Cilempuyang village. The method used is the ABCD (Asset Based Community Development) method with direct assistance from house to house. The expected results with this program may be a stepping stone for existing UMKM to be more advanced and develop and always follow the flow of changing times.

Abstrak

Keberadaan UMKM yang sudah menjamur di seluruh penjuru Indonesia membuat sektor perekonomian kian berkembang dari waktu ke waktu. Kendati demikian, banyaknya UMKM ini tidak terlepas dari kendala – kendala yang ada. Mengingat kuatnya perkembangan di era digital sekarang, membuat para pelaku UMKM, terutama di desa, sulit untuk mengikutinya. Hal yang serupa pun terjadi di desa Cilempuyang, Kabupaten Cilacap. Setelah dilakukan survey oleh Tim KKN 52 Kelompok 46 UIN Saizu Purwokerto, terdapat beberapa kendala yang dialami para pelaku UMKM di Desa Cilempuyang, seperti belum memiliki sertifikasi halal dan NIB (Nomor Induk Berusaha), kurangnya inovasi dan kreasi terkait desain kemasan dari produk yang dijual, jaringan pasar yang masih sempit, dan rendahnya pengetahuan mengenai teknologi dan informasi. Banyaknya kendala yang ada, membuat Tim KKN tergerak untuk mengadakan program mengenai sertifikasi halal dan NIB serta pendampingan terkait packaging dan advertising untuk produk – produk UMKM. Program

ini diadakan dengan tujuan memberdayakan potensi UMKM yang ada di desa Cilempuyang. Adapun metode yang digunakan yaitu metode ABCD (Asset Based Community Development) dengan pendampingan langsung dari rumah ke rumah. Hasil yang diharapkan dengan adanya program ini, kiranya dapat menjadi batu loncatan untuk UMKM yang ada agar dapat lebih maju dan berkembang serta selalu mengikuti arus perubahan zaman.

Pendahuluan

Sektor ekonomi merupakan salah satu unsur yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Bahkan dalam perkembangannya, bidang perekonomian memiliki posisi yang sangat penting dan sangat berpengaruh bagi keberlangsungan hidup masyarakat. Namun pada kenyataannya sulit sekali untuk dapat mengembangkan sektor perekonomian khususnya di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya angka kemiskinan dan masyarakat yang cenderung keterbelakangan dari segi ekonomi. Ditambah lagi, permasalahan terkait kemiskinan, keterbelakangan, serta pengangguran menjadi isu yang serius dan perlu mendapat perhatian khusus. Menurut Masturin sebagaimana dikutip oleh Rizqiah Khalida dan Sofyan Sjaf, salah satu jawaban untuk menghadapi permasalahan kompetisi di era global seperti sekarang ini adalah kemandirian ekonomi sehingga masyarakat akan mampu untuk keluar dari kemiskinan dan keterbelakangan ekonomi. Kemandirian ekonomi ini dapat diwujudkan salah satunya melalui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, menegaskan bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha ekonomi produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagaimana yang diatur dalam undang-undang tersebut.

Posisi UMKM dalam sistem perekonomian khususnya di Indonesia memiliki peranan yang penting dan strategis. Hal ini memang sangat dimungkinkan mengingat keberadaan dari UMKM ini cukup dominan dalam perekonomian Indonesia. Bahkan jumlah UMKM di Indonesia selain disektor pertanian berjumlah lebih dari 26 juta (98,68 %) UMKM. Disamping itu, tenaga kerja yang diserap oleh UMKM lebih dari 59 juta orang (75,33 persen) data ini tidak termasuk dalam sektor pertanian. Lebih hebatnya lagi, UMKM ini mampu bertahan ditengah krisis ekonomi bahkan keberadaannya pun terus meningkat dari tahun ke tahun. Dalam perekonomian Indonesia, keunggulan UMKM yang tidak kalah penting adalah perannya dalam penyerapan tenaga kerja, hal ini karena kebanyakan UMKM didirikan oleh individu (perorangan) dari kalangan masyarakat miskin yang kemudian membutuhkan tenaga kerja tambahan. Dari sini, dapat kita ketahui bahwa melalui pengembangan serta pemberdayaan UMKM dapat menjadi salah satu alternatif solusi terbaik guna menekan dan menanggulangi permasalahan pengangguran serta pengentasan kemiskinan. Dengan demikian, UMKM memegang peranan penting dalam pengembangan dan pertumbuhan ekonomi di suatu wilayah serta peningkatan pendapatan dalam suatu daerah.

Berdasarkan fenomena-fenomena tersebut, kegiatan UMKM memiliki nilai plus tersendiri karena menjadi salah satu usaha produktif yang berpeluang besar untuk dapat

dikembangkan khususnya di Indonesia . Namun pada kenyataannya mengembangkan usaha UMKM ini tidak semudah yang dibayangkan, terlebih sekarang mereka harus bersaing dan tuntutan dalam menghadapi era digital dan tantangan revolusi industri 4.0. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa terdapat beberapa hambatan dan permasalahan yang mungkin dialami oleh pelaku UMKM yakni jaringan pemasaran, modal dan pendanaan, sistem produksi, inovasi dan pemanfaatan teknologi . Selain itu rendahnya kualitas sumber daya manusia juga menjadi hambatan tersendiri bagi pengembangan UMKM. Beberapa hal tersebut membuat produk UMKM ini tidak dapat bersaing khususnya di era digital seperti sekarang ini. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, hambatan tersebut juga dialami oleh beberapa pelaku UMKM yang ada di Desa Cilempuyang, Kecamatan Cimanggu, Kabupaten Cilacap Jawa Tengah.



Gambar 1. Kantor Kepala Desa Cilempuyang,
Kecamatan Cimanggu, Kabupaten Cilacap Jawa Tengah

Desa Cilempuyang merupakan salah satu desa yang berlokasi di Kabupaten Cilacap dan memiliki wilayah cukup luas. Masyarakat Desa Cilempuyang, mayoritas bermata pencaharian sebagai petani dan buruh, selain itu guna menunjang perekonomian, masyarakat juga banyak yang memiliki usaha UMKM dengan memanfaatkan potensi lokal yang ada yakni meliputi produksi makanan ringan, snack, dan cemilan. Ketersediaan sumber daya alam yang cukup baik membuat Desa Cilempuyang menjadi salah satu desa yang cukup potensial untuk mengembangkan produk UMKM. Variasi jenis produk olahan makanan industri rumahan UMKM di Desa Cilempuyang didominasi oleh usaha di bidang pangan olahan sederhana yang mana didukung dari hasil alam khas wilayah desa, diantaranya: keripik tempe, keripik pisang, keripik talas, rempeyek kacang, sistik, dan pangsit. Produksi olahan makanan ringan ini terbukti mendorong sektor perekonomian bagi para warga di desa ini.



Gambar 2. Produk olahan makanan industri rumahan UMKM di Desa Cilempuyang

Akan tetapi, sangat disayangkan produk-produk UMKM makanan ringan yang dihasilkan warga Desa Cilempuyang belum dapat bersaing secara global serta belum mampu mengembangkan potensi pasarnya. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa hal seperti pengaruh legalitas usaha, kemasan yang kurang menarik, serta rendahnya sumber daya manusia khususnya para pelaku UMKM terkait dengan desain kemasan, branding, dan pemasaran produk. Hal ini juga selaras dengan apa yang diungkapkan Muhammad Iqbal, dkk dalam jurnalnya yakni terkait beberapa permasalahan yang biasanya dihadapi oleh para pelaku UMKM antara lain permodalan, pengetahuan strategi pemasaran produk, rendahnya pengetahuan pelaku usaha terhadap legalitas usaha. Beberapa hal tersebutlah yang kemudian menjadi problem utama dalam pengembangan produk UMKM di desa ini.

Berdasarkan hasil pemetaan masalah yang telah dilakukan, terdapat beberapa problem dominan yang dialami oleh para pelaku UMKM di Desa Cilempuyang dalam menjalankan usahanya yakni sebagai berikut: (1) Belum memiliki legalitas produk terkait dengan sertifikasi halal dan NIB (Nomor Induk Usaha) untuk produk UMKM yang mereka produksi, (2) Desain kemasan produk yang masih belum optimal baik dari segi estetika maupun efisiensi, (3) Jaringan pasar yang masih sangat terbatas, yakni hanya dalam lingkup desa dan kabupaten padahal di era digital saat ini sangat mungkin untuk dapat meningkatkan potensi UMKM melalui branding di media sosial, (4) Rendahnya pengetahuan dan ketrampilan para pelaku UMKM terkait dengan teknologi dan juga informasi.

Kepemilikan legalitas usaha, inovasi desain pengemasan, serta branding produk UMKM menjadi aspek yang penting dalam usaha untuk mengembangkan serta meningkatkan kualitas dari produk UMKM yang dihasilkan. Padahal jika kita perhatikan lebih jauh hal tersebut memiliki peranan yang sangat penting dan kompleks. Sebelum

produk UMKM yang dihasilkan dapat bersaing di pasaran global maka tentu harus ada beberapa kriteria dan syarat-syarat yang harus dipenuhi salah satunya yakni terkait legalitas usaha. Namun berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh Tim KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto, kebanyakan para pelaku UMKM yang ada di Desa Cilempuyang belum memiliki legalitas usaha. Hal ini juga disebabkan karena beberapa hal seperti rendahnya kesadaran pelaku usaha terkait pentingnya kepemilikan legalitas usaha, kurangnya pengetahuan serta informasi terkait mekanisme pengajuan legalitas usaha, dan anggapan bahwa proses pembuatannya yang rumit dan biaya yang mahal. Padahal jika kita pahami lebih jauh, legalitas usaha menawarkan banyak sekali manfaat bagi para pelaku UMKM diantaranya: memperoleh jaminan perlindungan hukum, memudahkan pengembangan dan pemasaran usaha agar dapat bersaing di pasar global, serta memudahkan akses program pendampingan dan pelatihan usaha dari pemerintah.

Selain itu, salah satu faktor yang juga sangat berpengaruh terhadap perkembangan produk UMKM adalah pengemasan dan branding produk. Namun realitanya, desain pengemasan dan branding produk dari para pelaku UMKM yang ada di Desa Cilempuyang ini masih sangat minim dan sederhana. Hal ini juga menjadi problem tersendiri bagi perkembangan UMKM yang ada di desa ini. Desain kemasan menjadi faktor yang sangat penting karena desain kemasan tidak hanya berkaitan dengan estetika akan tetapi juga terkait dengan keamanan dan ketahanan dari produk tersebut. Kemasan yang menarik juga akan menambah nilai tersendiri bagi produk yang dihasilkan sehingga akan dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk yang dijual. Perkembangan sosial media dan media pemasaran di era digital ini sangat informatif, sehingga peran kemasan menjadi sangat penting. Terlebih, di era digital seperti sekarang ini para pelaku UMKM juga dituntut untuk dapat bersaing dengan memanfaatkan sistem teknologi yang ada agar memiliki jangkauan pasar.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat dua fokus permasalahan yang hendak ditangani dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Tim KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto. Pertama, memberikan solusi atas masalah legalitas produk terkait dengan sertifikasi halal dan kepemilikan NIB pada produk UMKM warga Desa Cilempuyang melalui sosialisasi dan pendampingan deklarasi kehalalan secara mandiri atas produk pelaku usaha UMKM, sehingga para pelaku usaha memahami tatacara melakukan deklarasi halal mandiri tersebut dalam rangka meningkatkan kepercayaan konsumen dan juga masyarakat atas legalitas produk yang dijual. Kedua, membantu para pelaku UMKM terkait dengan rebranding produk melalui inovasi dalam hal packaging (pengemasan) dan advertising (periklanan di media sosial).

Metode

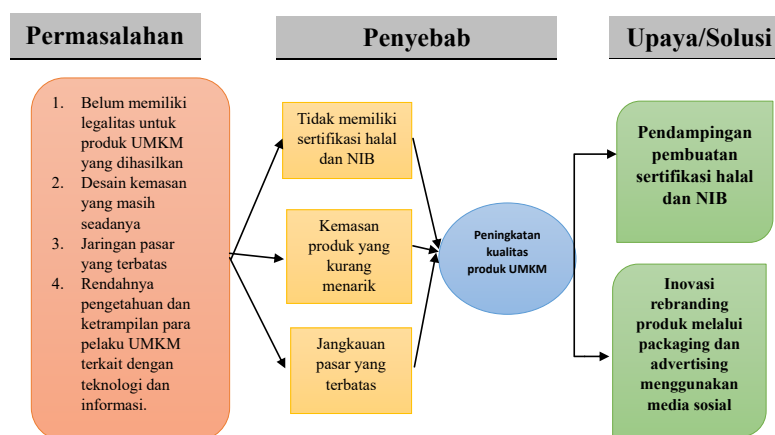
Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, kami memutuskan untuk melakukan beberapa alternatif solusi yakni pendampingan pembuatan legalitas produk untuk menguatkan UMKM melalui program sertifikasi halal dan NIB serta inovasi rebranding produk melalui packaging dan advertising di Desa Cilempuyang. Pengabdian ini dilakukan pada tanggal 17 Juli sampai 28 Agustus 2023. Dalam program pengabdian

ini, kami menggunakan pendekatan Asset Based Community Development (ABCD). Pendekatan ini terdapat 5 langkah yang harus dilalui.

Pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) pendekatan yang terdiri dari discovery, dream, design, define, dan destiny. Adapun penjelasan lebih rincinya yaitu (1) discovery atau penemuan yaitu suatu proses penggalian informasi untuk menemukan aset dalam program kerja. (2) dream atau impian yaitu menentukan pemberdayaan yang ingin dicapai oleh masyarakat. (3) design atau merancang dimana langkah ini mulai merumuskan strategi, proses, dan sistem yang digunakan untuk membuat keputusan serta mengembangkan kolaborasi yang dapat mewujudkan perubahan yang bersifat progresif. (4) Define atau menentukan merupakan langkah untuk mendukung pelaksanaan program kerja yang menggunakan aset desa. (5) Destiny atau lakukan merupakan tindak lanjut dari suatu perencanaan.

Metode pengabdian dilaksanakan dengan menggunakan metode Asset Based Community Development (ABCD) dengan pendampingan langsung dari rumah ke rumah. Dimana pendekatan ini mengutamakan pemanfaatan aset dan potensi yang ada di desa. Tujuan dari metode ini yaitu menggali aset dan potensi yang ada di wilayah tersebut. Aset yang peneliti temukan yaitu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan usaha potensial bagi perekonomian indonesia sehingga pelaksanaannya perlu di optimalkan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar. UMKM menjadi salah satu usaha yang mampu menyerap tenaga kerja dari berbagai tingkatan kerja sehingga dapat meningkatkan ekonomi masyarakat.

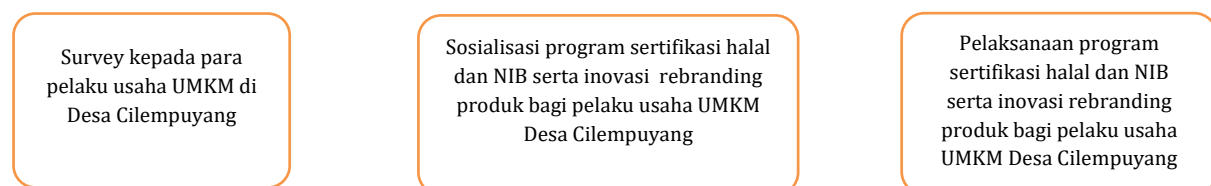
UMKM di Desa Cilempuyang memiliki potensi yang cukup besar jika dikembangkan. Potensi tersebut salah satunya di Dusun Cikarag yang memiliki berbagai jenis UMKM yang dijalankan, seperti Keripik Talas Asin Gurih, Keripik Talas Pedas Manis, Keripik Pisang Asin Gurih, Keripik Tempe Asin Gurih, Rempeyek Kacang, Keripik Tempe Cap Ratu, Sistik, dan Rempeyek Kacang. Namun dengan UMKM yang bermacam-macam tersebut menimbulkan persaingan antar produk. Bagi UMKM yang sudah memiliki sertifikat halal, mereka dengan mudah dapat memasarkannya kepada masyarakat luas. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu aset yang penting di Desa Cilempuyang, karena sebagian besar masyarakat memperoleh penghasilan dari UMKM, hal ini yang menjadi permasalahan dalam mengembangkan produk hasil UMKM.



Gambar 3. Rancangan Solusi Permasalahan

Gambar 3 menunjukkan desain alternatif upaya yang akan dilakukan untuk permasalahan UMKM di Desa Cilempuyang. Berdasarkan permasalahan yang muncul pada pelaku usaha UMKM yang ada di Desa Cilempuyang, maka dapat disimpulkan inti permasalahannya. Penyebab munculnya permasalahan ini dapat kita identifikasi yakni sebagai berikut: (1) Belum memiliki legalitas untuk produk UMKM yang dihasilkan seperti NIB dan sertifikasi halal, (2) Desain kemasan yang masih seadanya dan kurang menarik baik dari packaging maupun desain kemasan, (3) Jaringan pasar yang terbatas yakni masih dalam lingkup desa maksimal hanya lintas kecamatan, (4) Rendahnya pengetahuan dan ketrampilan para pelaku UMKM terkait dengan teknologi dan informasi sehingga belum mampu untuk bersaing dalam pasar global yang memanfaatkan teknologi. Dari beberapa permasalahan tersebut, maka terdapat beberapa upaya untuk meningkatkan kualitas produk UMKM yang dapat dilakukan melalui beberapa hal yakni: (1) Pendampingan kepemilikan legalitas halal bagi para pelaku UMKM yakni dengan membantu dalam proses pembuatan sertifikasi halal dan NIB, (2) Pendampingan inovasi rebranding produk kepada para pelaku UMKM melalui packaging dan advertising menggunakan media sosial dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Adapun pertimbangan dari alternatif solusi yang kita rumuskan adalah karena kepemilikan legalitas bagi produk UMKM ini sekarang menjadi hal yang sangat penting, bahkan hal ini juga sudah termuat dalam peraturan di dalam undang-undang. Terlepas dari itu, inovasi branding produk juga menjadi bagian yang tak kalah penting bagi keberlangsungan usaha para pelaku UMKM. Hal ini karena mengingat sekarang adalah era dimana semuanya harus mampu menyesuaikan perkembangan zaman. Disini para pelaku UMKM juga dituntut untuk mampu bersaing di pasaran global, yang salah satu caranya adalah dengan memanfaatkan teknologi. Dalam dunia digital, inovasi branding produk menjadi unsur utama untuk dapat menarik minat konsumen dan disini fokus utama yang kita lakukan adalah dengan membantu dalam inovasi rebranding produk dari segi packaging (pengemasan) dan advertising (pengiklanan di media sosial).

Berdasarkan permasalahan yang muncul pada pelaku usaha UMKM yang ada di Desa Cilempuyang sesuai dengan apa yang telah diuraikan gambar nomor 3 diatas, maka langkah pengabdian masyarakat yang diambil oleh Tim KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto dapat ditunjukkan dalam gambar berikut ini.



Gambar 4. Tahapan kegiatan program pengabdian masyarakat di Desa Cilempuyang

Sesuai dengan gambar 4 yang telah dipaparkan sebelumnya, kegiatan program pengabdian masyarakat di Desa Cilempuyang ini dilaksanakan melalui 3 tahapan. Pertama, mahasiswa KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto melaksanakan kegiatan observasi atau survey lapangan terkait dengan kepemilikan legalitas usaha kepada para pelaku usaha di Desa Cilempuyang Kecamatan Cimanggu Kabupaten Cilacap Jawa Tengah serta minat untuk melakukan branding produk di media sosial. Kegiatan survey ini

dilakukan dengan proses pendataan dan pemetaan terhadap para pelaku UMKM di desa ini. Tujuannya adalah agar kita dapat mengetahui siapa saja yang belum memiliki legalitas usaha dan berminat untuk kita dampingi dalam proses pembuatan sertifikasi halal dan NIB serta inovasi branding produk melalui packaging dan advertising di media sosial. Tahap kedua, mahasiswa KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto melaksanakan sosialisasi terkait dengan pendampingan registrasi legalitas usaha sertifikasi halal dan NIB serta inovasi branding produk melalui packaging dan advertising di media sosial. Disini kita menjelaskan secara detail terkait langkah yang akan kita lakukan. Tahap ketiga yakni tahap terakhir dari proses pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto adalah proses pendampingan sertifikasi halal dan NIB serta inovasi branding produk melalui packaging dan advertising di media sosial. Kegiatan ini dilakukan dengan registrasi sertifikasi halal dan NIB secara online melalui google form dengan menyertakan beberapa data-data terkait yang dibutuhkan. Setelah itu proses pendampingan sertifikasi halal ini juga diawasi oleh badan Halal Center yang ada di UIN SAIZU Purwokerto yang tentunya berada dibawah naungan Kemenag RI. Setelah itu, kami juga melakukan pendampingan terkait dengan inovasi branding produk melalui packaging dan advertising di media sosial, tujuannya adalah agar produk hasil UMKM di Desa Cilempuyang ini mampu untuk bersaing di pasaran global dan dapat memperluas jangkauan pasar.

Hasil

Berdasarkan hasil observasi lapangan terhadap para pelaku UMKM yang telah dilakukan oleh Tim KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto di Desa Cilempuyang, adalah sebagai berikut:

DAFTAR UMKM DESA CILEMPUYANG			
No	Nama pelaku UMKM	Jenis Produk	Kepemilikan sertifikasi halal dan NIB
1.	Bu Admini	Sale Pisang	Ada
2.	Bu Muktiyah	Keripik Tempe	Tidak ada
3.	Bu Oom	Rempeyek, sistik	Tidak ada
4.	Bu Rina	Keripik Pisang, Keripik Tempe, Sistik, Pangsit	Tidak ada
5.	Bu Rini	Keripik Pisang, Keripik Tempe, Keripik Talas, Rempeyek	Tidak ada
6.	Bu Umi	Keripik Pisang, Telor Asin	Ada
7.	Bu Siti	Rempeyek	Ada
8.	Pak Halim	Keripik Pisang	Ada
9.	Bu Zahroh	Keripik Tempe	Ada

Tabel 1. Daftar beberapa UMKM di Desa Cilempuyang

Merujuk dari data yang telah dipaparkan diatas, maka terdapat beberapa poin penting yakni sebagai berikut:

1. Sertifikasi Halal

Berdasarkan hasil survai yang dilakukan terhadap pelaku UMKM di Desa Cilempuyang Kecamatan Cimanggu Kabupaten Cilacap, menunjukkan bahwa terdapat beberapa pelaku usaha industri rumahan UMKM yang belum memiliki legalits usaha yakni

sertifikasi halal dan NIB. Setelah ditanya lebih lanjut ternyata terdapat beberapa alasan yang membuat mereka belum memiliki sertifikasi halal dan NIB. Hal tersebut antara lain ketidaktahuan mereka terkait info pembuatan sertifikasi halal dan NIB, anggapan bahwa kepemilikan legalitas halal ini bukan menjadi sesuatu yang penting, dan beberapa dari mereka juga sebelumnya sudah ditawarkan untuk mendaftar program ini tetapi tidak mereka tindak lanjuti karena sistemnya yang rumit dan lama ditambah lagi minimnya pengetahuan mereka terkait dengan penggunaan teknologi seperti sekarang ini. padahal tanpa mereka sadari bahwa kepemilikan sertifikasi halal dan NIB ini sangat penting bagi para pelaku UMKM karena dengan adanya sertifikasi halal produk dapat diedarkan keluar kota dan bersaing dengan produk yang lain di pasaran global.

2. Rebranding Produk

Selain itu, ternyata setelah kami melakukan survey lebih lanjut terhadap para pelaku usaha UMKM di Desa Cilempuyang ini, kami juga menawarkan inovasi rebranding produk terkait dengan packaging (desain pengemasan) dan advertising (periklanan di media sosial). Hal ini karena kami melihat desain kemasan dan label produk yang digunakan masih sangat sederhana dan kurang menarik. Dan ternyata beberapa dari para pelaku usaha UMKM di desa ini sangat tertarik dengan apa yang kami tawarkan. Walaupun tidak semua, namun beberapa antusias dari mereka membuat kami semangat dan akhirnya melakukan program pendampingan inovasi rebranding produk terkait dengan packaging (desain pengemasan) dan advertising (periklanan di media sosial) kepada 2 pelaku usaha UMKM di Desa Cilempuyang yakni Bu Umi dan Bu Rini. Tujuannya adalah agar menambah daya tarik bagi konsumen untuk membeli produk UMKM tersebut. Selain pembaharuan desain kemasan, dalam rebranding produk pun dilakukan juga pemasangan melalui media sosial atau digital marketing yang dilakukan untuk memperkenalkan produk ke masyarakat secara lebih luas, baik melalui WhatsApp, Instagram, maupun media sosial lainnya. Dengan beberapa langkah ini diharapkan produk hasil UMKM yang ada di Desa Cilempuyang ini dapat bersaing di pasaran global.

Pembahasan

Salah satu aset yang sangat berpotensi untuk dapat dikembangkan dari Desa Cilempuyang adalah dalam sektor ekonomi yakni Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Kondisi geografisnya yang cukup strategis membuat nilai tambah tersendiri bagi usaha perekonomian di desa ini. Namun seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya terdapat beberapa kendala dalam menjalankan UMKM. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh tim KKN 52 Kelompok 46, potensi UMKM ini menjadi proram kerja unggulan dari tim KKN 52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto yang tujuan utamanya adalah untuk memberdayakan masyarakat khususnya dalam sektor ekonmi UMKM. Fokus program kerja yang dilakukan oleh tim KKN 52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto yakni program pendampingan sertifikasi halal dan NIB yang bekerja sama langsung dengan piha Halal Center UIN SAIZU Purwokerto yang beroperasi dibawah naungan Kementerian Agama RI serta program pendampingan inovasi

rebranding produk terkait dengan packaging (desain pengemasan) dan advertising (periklanan di media sosial).

Pada dasarnya program ini dilakukan dengan harapan agar para pelaku UMKM dapat berpikiran terbuka mengenai pentingnya legalitas dalam berusaha khususnya kepemilikan sertifikasi halal dan NIB. Selain itu para pelaku UMKM diharapkan dapat mengerti tentang bagaimana cara mendaftarkannya melalui adanya sosialisasi dan pendampingan sertifikasi halal dan NIB yaitu agar terwujud sebuah produk hasil UMKM (olahan) yang kandungannya halal bagi konsumen. Ditambah lagi, agar produk UMKM ini dapat menembus pasaran global terutama dalam menghadapi era digital ini, maka hal tersebutlah yang juga menjadi salah satu tujuan dari adanya program pendampingan inovasi rebranding produk terkait dengan packaging (desain pengemasan) dan advertising (periklanan di media sosial). Diharapkan dengan ini akan dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk hasil UMKM dari Desa Cilempuyang ini dan dapat bersaing di pasaran global.

Guna mendukung berjalannya program dari Tim KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto yakni program pendampingan sertifikasi halal dan NIB yang bekerja sama langsung dengan piha Halal Center UIN SAIZU Purwokerto yang beroperasi dibawah naungan Kementerian Agama RI serta program pendampingan inovasi rebranding produk terkait dengan packaging (desain pengemasan) dan advertising (periklanan di media sosial) maka terdapat beberapa tahapan yang kami lakukan yaitu:

1. Survei kepada para pelaku usaha UMKM di Desa Cilempuyang

Survei dan observasi lapangan menjadi hal utama yang harus dilakukan sebelum melaksanakan program. Hal ini bertujuan untuk mengetahui secara garis besar situasi dan kondisi di lapangan yakni terkait dengan para pelaku usaha UMKM yang ada di Desa Cilempuyang. Selain itu kegiatan survei ini juga bertujuan untuk mengumpulkan data primer yakni dengan bertanya langsung pada responden yakni para pelaku UMKM yang ada di Desa Cilempuyang agar informasi yang didapatkan sesuai dengan yang dibutuhkan dan lengkap.

Kegiatan survei ini dilakukan dengan mendatangi para pelaku UMKM yang ada di Desa Cilempuyang satu per satu dengan meminta bantuan dari pihak perangkat desa. Dalam kegiatan survei ini juga Tim KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto melakukan observasi dan wawancara singkat terkait dengan kesediaan dan ketertarikan dari para pelaku usaha UMKM di Desa Cilempuyang ini dengan program yang ditawarkan oleh Tim KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto. Selain itu, kami juga mendata terkait dengan kepemilikan legalitas usaha yakni sertifikasi halal dan NIB dari para pelaku UMKM di Desa Cilempuyang yang hasilnya sudah dipaparkan dalam tabel 1 diatas.



Gambar 5. Tahapan survei kepada para pelaku UMKM di Desa Cilempuyang

2. Sosialisasi program sertifikasi halal dan NIB bagi pelaku usaha UMKM Desa Cilempuyang

Kegiatan sosialisasi ini merupakan salah satu tahapan yang tidak kalah penting dalam proses pelaksanaan program ini. Melalui kegiatan sosialisasi ini, kami memberikan informasi, pengetahuan serta gambaran terkait dengan sistem dan mekanisme program unggulan yang kami tawarkan. Disini Tim KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto menjelaskan secara detail terkait dengan proses registrasi pembuatan sertifikasi halal dan NIB.

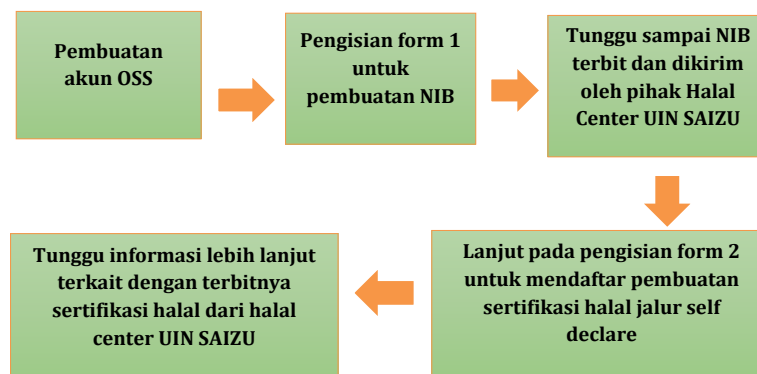
Sistem sosialisasi yang dilakukan oleh Tim KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto yakni dengan cara door to door atau mendatangi langsung satu per satu para pelaku UMKM. Hal ini tak lain bertujuan agar kegiatan sosialisasi yang dilakukan dapat berjalan efektif, karena jika kita mengumpulkan para pelaku UMKM langsung dalam jumlah yang banyak dalam suatu tempat maka kemungkinan besar mereka akan malas untuk datang dan akhirnya akan menghambat proses pelaksanaan program kerja dari Tim KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto ini. tidak bisa dipungkiri bahwa dengan menggunakan sistem ini terdapat beberapa kendala dan hambatan yang dialami yakni seperti waktu yang dibutuhkan relatif lama, namun hal ini dilakukan untuk meminimalisir terhambatnya pelaksanaan program kerja unggulan dari Tim KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto.



Gambar 5. Tahapan sosialisasi program sertifikasi halal dan NIB kepada para pelaku UMKM di Desa Cilempuyang

3. Pelaksanaan program sertifikasi halal dan NIB bagi pelaku usaha UMKM Desa Cilempuyang

Setelah melalui dua tahapan sebelumnya, maka inti dari program kerja unggulan dari Tim KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto yakni pelaksanaan pendampingan registrasi sertifikasi halal dan NIB para pelaku UMKM di Desa Cilempuyang. Fokus utama dari pelaksanaan program ini adalah kepada 4 pelaku usaha UMKM yang belum memiliki sertifikasi halal dan NIB. Data ini diperoleh melalui hasil survei yang telah dilakukan sebelumnya yakni Bu Muktiyah, Bu Rina, Bu Rini, dan Bu Oom. Berbekal informasi yang sebelumnya sudah disampaikan oleh pihak Halal Center UIN SAIZU dalam sesi workshop dan pembekalan KKN angkatan 52 ini, Tim KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto berusaha semaksimal mungkin untuk dapat membantu membuat sertifikasi halal dan NIB untuk para pelaku usaha UMKM yang ada di Desa Cilempuyang. Setelah mendata UMKM yang belum mempunyai sertifikasi halal, selanjutnya mahasiswa KKN Kelompok 46 melakukan aksi jemput bola dengan mendatangi UMKM yang akan dibantu untuk mendapatkan sertifikasi halal kemudian membantu secara langsung mengisi dan melengkapi keperluan data yang dibutuhkan sebagai syarat mendapatkan sertifikasi halal. Terdapat beberapa alur yang harus dilalui untuk dapat mendaftar program sertifikasi halal dan NIB ini yakni sebagai berikut:



Gambar 6. Alur registrasi pembuatan sertifikasi halal dan NIB

Tahapan yang pertama kali harus dilakukan agar dapat melakukan pendaftaran sertifikasi halal dan NIB ini adalah pembuatan akun OSS (Online Single Submission). OSS merupakan sistem perizinan berbasis teknologi informasi secara terpusat dengan mengintegrasikan perizinan di daerah hingga pusat dalam rangka memudahkan pengendalian kegiatan usaha dalam negeri. Aplikasi OSS ini digunakan sebagai pengurusan izin berusaha oleh pelaku usaha seperti badan usaha, usaha mikro kecil menengah atau UMKM, dan usaha perorangan yang baru maupun yang sudah berdiri sebelum aplikasi OSS beroperasi. Melalui Aplikasi OSS, pemilik usaha diminta untuk membuat akun dengan memasukkan kategori usaha seperti Usaha Mikro Kecil (UMK) atau Non-UMK, penentuan ini didasarkan pada modal usaha yang digunakan, kurang dari lima miliar untuk kategori UMK, dan lebih dari lima miliar untuk kategori Non-UMK.

Selanjutnya, Tim KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto membantu juga terkait dengan pengisian form satu yang berisi 11 halaman melalui sistem google form yang berisi jenis pelaku usaha, biodata pelaku usaha, kepemilikan akun OSS, modal, mulai usaha, lampiran foto KTP dan banyak lagi. Setelah itu tunggu sampai pihak Halal Center

UIN SAIZU mengirimkan lampiran dokumen NIB milik para pelaku usaha. Kemudian setelah NIB terbit lanjut pada proses pengisian form 2 yang berisikan detail produk seperti biodata pelaku usaha, bahan baku yang digunakan, produk apa saja yang akan diajukan sertifikasi halal, proses pembuatan, kemasan yang digunakan, sabun pembersih yang digunakan, dan lain-lain. setelah itu barulah tunggu sampai sertifikasi halal ini diterbitkan.



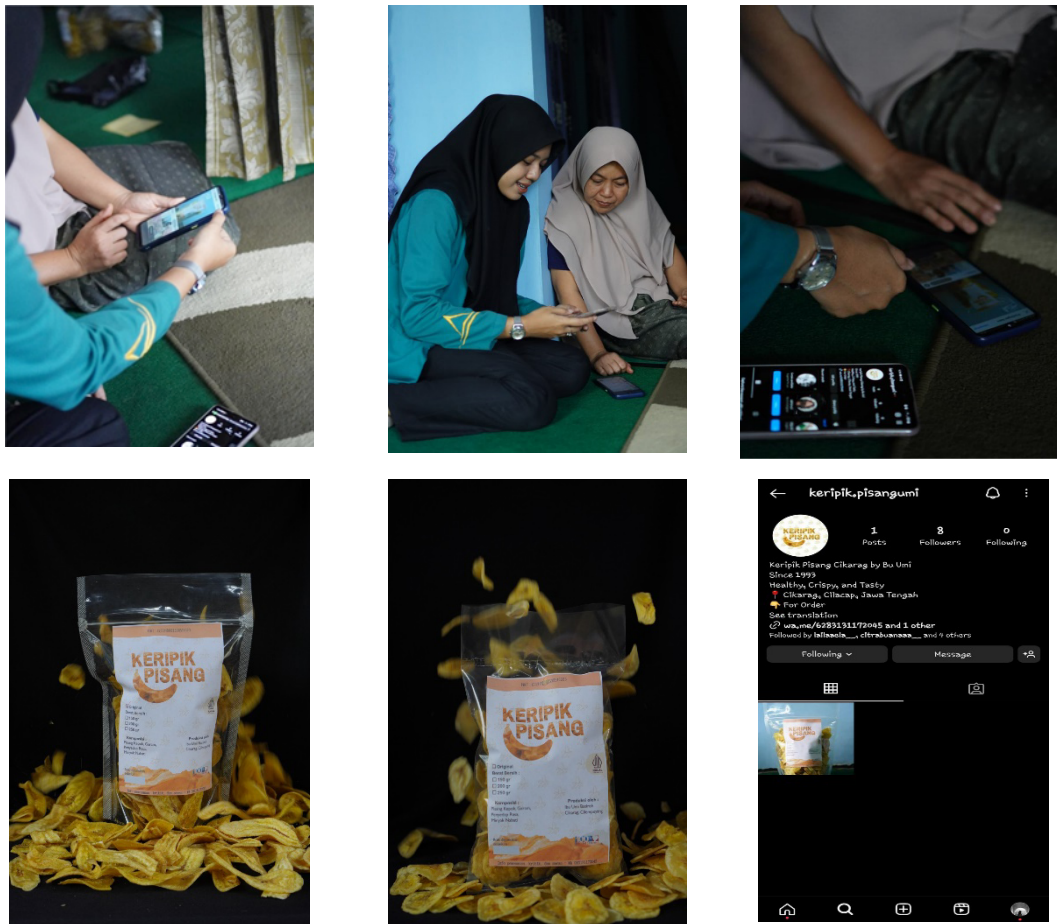
Gambar 7. Pelaksanaan program pendampingan sertifikasi halal dan NIB untuk pelaku usaha UMKM di Desa Cilempuyang

4. Pendampingan Program Inovasi rebranding Produk melalui Packaging (Pengemasan) dan Advertising (Pengiklanan di Media Sosial)

Program kerja yang dilakukan oleh Tim KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto ini tidak berhenti sampai disini. Guna mendukung dan memberdayakan potensi UMKM yang ada di desa Cilempuyang ini, Tim KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto juga menawarkan pendampingan terkait dengan inovasi rebranding produk melalui packaging (pengemasan) dan advertising (pengiklanan di media sosial). Hal ini bertujuan agar produk UMKM yang dihasilkan dapat lebih menarik minat konsumen dan mampu bersaing di pasaran global.

Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan pelatihan dan menawarkan desain kemasan yang lebih menarik kepada para pelaku UMKM. Setelah itu, Tim KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto juga melakukan pelatihan terkait dengan cara melakukan branding di media sosial melalui iklan yang menarik dari produk yang dihasilkan, dimana sebelumnya para pelaku usaha UMKM ini sudah dibuatkan akun instagram khusus untuk branding produk.





Gambar 8. Pendampingan Program Inovasi Rebranding Produk melalui Packaging (Pengemasan) dan Pelatihan Advertising (Pengiklanan di Media Sosial)

Kesimpulan

Kegiatan pendampingan sertifikasi halal dan NIB serta inovasi rebranding produk melalui packaging (pengemasan) dan advertising (pengiklanan di media sosial) merupakan salah satu program kerja unggulan dalam proses pengabdian yang dilakukan oleh Tim KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto untuk para pelaku UMKM di Desa Cilempuyang. Program yang ditawarkan oleh Tim KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto ini mendapat respon yang baik dari para pelaku UMKM yang ada di desa ini. hal ini berdampak pada suksesnya pelaksanaan program pengabdian dari Tim KKN-52 Kelompok 46 UIN SAIZU Purwokerto. Melalui inovasi dan program ini juga tujuan utama untuk memberdayakan usaha UMKM di Desa Cilempuyang ini perlahan mulai tercapai dan memberikan dampak yang positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, Ariani, and Mohamad Nur Utomo, 'Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Di Kota Tarakan', *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 13.2 (2017), 99–118 <<https://doi.org/10.33830/jom.v13i2.55.2017>>
- Badan Pusat Statistik, 'Data Pelaku UMKM Di Indonesia', 2019
- Iqbal, Muhammad, Regita Ayudhea Permata Putri, Nailatun Ni'mah, Mu'tasim Billah, Ika Lestari, and Sinta Nur Aini, 'Edukasi Pendampingan Administrasi Sertifikasi Halal Dan Nomor Induk Berusaha Dalam Mendukung Daya Saing UMKM Desa Pakel , Bareng , Kabupaten Jombang', *Jurnal Masyarakat Mengabdi Nusantara*, 2.3 (2023), 08–19
- Khalida, Rizqiah, and Sofyan Sjaf, 'Hubungan Kondisi Sosial Ekonomi Pemilik UMKM Dengan Persepsi Terhadap Karakteristik Sociopreneur', *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 05.04 (2021), 619–46
- Najib, Moh Farid, Agustunus Februadi, Tjetjep Djarnika, Wahyu Rafdinal, Carolina Magdalena Lasambouw, and Neneng Nuryati, 'Inovasi Desain Kemasan (Packaging) Sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM', *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6.1 (2022), 56–64 <<https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i1.8397>>
- Sarfiah, Sudati Nur, Hanung Eka Atmaja, and Dian Marlina Verawati, 'UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa', *Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan*, 4.2 (2019)
- Tambunan, Tulus T.H., 'Development of Micro, Small and Medium Enterprises and Their Constraints: A Story from Indonesia', *Gadjah Mada International Journal of Business*, 13.1 (2011), 21–43 <<https://doi.org/10.22146/gamaijb.5492>>