

## PENDAMPINGAN PELAKU UMKM MASYARAKAT DESA MELALUI PELATIHAN BRANDING PRODUCT DAN SERTIFIKASI HALAL

Amal Taufiq<sup>1\*</sup>, Moch. Firman<sup>2</sup>, Abyati Faizah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Prodi Sosiologi UIN Sunan Ampel Surabaya, Indonesia

[amaltaufiq70@gmail.com](mailto:amaltaufiq70@gmail.com)

---

### ABSTRAK

**Abstrak:** Desa Banjarejo merupakan sebuah desa dikecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk yang memiliki beragam UMKM tersebar di berbagai titik. Namun pelaku UMKM mengalami masalah dalam persaingan usaha serta kebanyakan mereka belum memiliki sertifikasi halal. Berdasar itulah Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa KKN ini bertujuan untuk meningkatkan skill branding dan sekaligus sosialisasi dan pendampingan sertifikasi halal bagi pelaku UMKM di desa Banjarejo. Kegiatan peningkatan skill masyarakat ini diikuti sekitar 25 peserta dari kelompok pelaku UMKM, pemerintah desa, KUA, mahasiswa KKN. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa tingkat partisipasi masyarakat dalam proses kegiatan ini sebanyak 100% sedangkan tingkat keberhasilan dalam peningkatan skill branding product dan sertifikasi halal sebanyak 80% sehingga perlu adanya keberlanjutan dari kegiatan ini dengan melibatkan pemerintah desa, tokoh masyarakat dan tokoh agama setempat.

**Kata Kunci:** UMKM; Branding; Sertifikasi Halal.

***Abstract:** Banjarejo Village is a village in Rejoso sub-district, Nganjuk Regency which has a variety of UMKM spread across various points. However, UMKM experience problems in business competition and most of them do not have halal certification. Based on that, the community service carried out by KKN students aims to improve branding skills and at the same time socialize and assist halal certification for MSMEs in Banjarejo village. This community skills improvement activity was attended by around 25 participants from groups of UMKM actors, village government, KUA, KKN students. The results of the service show that the level of community participation in this activity process is 90%, while the success rate in improving product branding skills and halal certification is 80%, so there is a need to continue this activity by involving the village government, community leaders and local religious leaders.*

**Keywords:** UMKM; Branding; Halal Certification.



#### Article History:

Received: 26-05-2024

Revised : 13-07-2024

Accepted: 16-07-2024

Online : 09-08-2024



This is an open access article under the  
[CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

## A. LATAR BELAKANG

UMKM, atau usaha mikro, kecil, dan menengah secara historis memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Hal ini terlihat ketika Indonesia mengalami krisis ekonomi pada tahun 1998, dimana beberapa korporasi besar mengalami kerugian, UMKM malah menjadi tulang punggung perekonomian pada masa itu (Dewi, 2021). Keberadaan UMKM juga memiliki ketahanan yang tangguh meskipun pada masa pandemi mengalami sedikit penurunan, hal ini sesuai data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) menunjukkan pada tahun 2018 terdapat 64.194.057 UMKM yang ada di Indonesia dan mempekerjakan 116.978.631 tenaga kerja. Indonesia didominasi oleh UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional juga terdampak bukan hanya pada aspek produksi dan pendapatan mereka saja, namun juga pada jumlah tenaga kerja yang harus dikurangi dikarenakan pandemi ini (Pakpahan, 2020).

Maka tidak berlebihan jika dikatakan perekonomian Indonesia berkembang melalui sektor UMKM. Pentingnya UMKM dalam perekonomian dan lapangan kerja sudah tidak perlu dipertanyakan lagi (Maulana, dkk, 2017) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peran strategis yang sangat penting. Dalam perekonomian Indonesia. UMKM berperan penting bukan hanya untuk pertumbuhan ekonomi di perkotaan saja tetapi juga mampu menggerakkan ekonomi di wilayah pedesaan (Hamid & Ikbali, 2017).

Di sisi lain dalam beberapa tahun terakhir, ada kebijakan dari pemerintah tentang produksi halal untuk makanan dan minuman. Hal ini dapat dimaklumi karena Indonesia memiliki jumlah penduduk yang padat dan mayoritas beragama Islam sehingga perlu memperhatikan produk pangan yang beredar bebas, bukan sekedar komposisi yang ditawarkan, tidak hanya kesehatan medis, tetapi juga harus dianggap halal jika dikonsumsi (Fuadi dkk, 2022). Di dunia, makanan halal berkembang pesat karena bukan hanya umat Islam terpicu oleh makanan halal tapi juga non muslim, karena makanan halal ada garansi pada aspek kebersihan dan pada aspek kesehatan (Peristiwo, 2019). Untuk mempercepat pelaksanaan pedoman halal diperlukan akreditasi halal, maka dikeluarkanlah Peraturan Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Barang Halal (Zuhairi, 2016).

Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar, memiliki peluang pasar yang terbuka bagi pemanfaatan bahan makanan, obat-obatan dan produk perawatan kecantikan bagi pelaku bisnis lokal dan asing (Fathimah, 2018). Dengan populasi muslim yang sangat besar, Indonesia merupakan pasar yang potensial untuk barang-barang halal (Sukesti, 2014). Indonesia juga berpotensi menjadi pasar besar sekaligus produsen produk halal yang signifikan (S Soesilowati, 2018).

Namun dalam realitas dapat dilihat bahwa perkembangan UMKM masih menemui hambatan, diantara hambatan itu adalah dalam hal pemasaran,

sehingga diperlukan strategi pemasaran yang meliputi perumusan strategi pemasaran dan mengembangkan bauran pemasaran (Wibowo, 2015). Peluang UMKM harus melihat meningkatnya teknologi dan informasi, dengan perkembangan teknologi dan informasi maka semua informasi terkait UMKM diketahui dan disebarkan melalui media tanpa mengenal batas ruang dan waktu (Pujiyono, 2018). Realitas pelaku UMKM masih belum banyak yang menggunakan platform digital, (Forijati, 2022) penjualan secara online belum dilakukan karena keterbatasan kemampuan mengoperasikan gawai dan computer. Penjualan secara online perlu digunakan agar produk dapat dipasarkan dengan cepat dan menjangkau konsumen lebih luas.

Disamping keterbatasan dalam pemasaran UMKM juga mengalami kendala dalam melakukan afirmasi halal. Penelitian Rasyid (2019) menunjukkan bahwa hal yang paling mengganggu dalam pelaksanaan sertifikat halal adalah terbatasnya kewenangan dan pemberian subsidi kepada MUI (LP-POM) untuk menebar sertifikat halal, tidak adanya pemahaman yang sah terhadap produsen mengenai produk makanan dan minuman halal. Penelitian Debbi, (2018) sertifikat halal masih belum banyak dimiliki oleh beberapa Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Hal ini disebabkan belum adanya data dan informasi mengenai akreditasi halal.

Desa Banjarejo kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk adalah salah satu desa yang memiliki beragam UMKM kurang lebih ada enam macam yang tersebar di berbagai titik yang tidak terlalu jauh jaraknya antara titik lokasi satu ke titik yang lain. Dari observasi awal mahasiswa KKN diketahui beberapa UMKM yang ada didesa Banjarejo seperti produk ayam panggang, produk kentang mustofa dan sambel pecel, produk tahu goreng, produk UMKM mbak mamik catering, produk olahan roti, produk olahan daun kelor.

Berdasarkan observasi dan wawancara awal mereka mengalami kesulitan dalam pemasaran karena kurangnya branding product apalagi di era seperti sekarang ini yang semua sudah menggunakan platform digital. Branding ini cukup penting karena dengan branding yang bagus akan dengan mudah mengenalkan produknya ke berbagai lapisan masyarakat. Hal lain yang cukup penting adalah belum adanya sertifikasi halal pada produk UMKM, pada hal dari materi produksinya dan persyaratan yang diperlukan sudah tersedia termasuk kelembagaan yang memfasilitasi sertifikasi halal. Pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa KKN ini bertujuan untuk mendampingi masyarakat pelaku UMKM di desa Banjarejo dalam upaya untuk meningkatkan skill dan ketrampilan mereka dalam branding product UMKM yang mereka miliki dengan kegiatan pelatihan dan simulasi (praktik langsung) dengan menggunakan media yang mereka miliki serta proses sertifikasi halal pada produk hasil UMKM mereka.

## B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan di desa Banjarejo Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk oleh mahasiswa KKN UIN Sunan Ampel Surabaya melalui dua tahap yaitu pertama sosialisasi tentang pentingnya branding product dan sertifikasi produk halal tahap berikutnya adalah praktik langsung dengan peserta pelatihan. Peserta kegiatan ini terdiri dari warga desa Banjarejo terutama pelaku UMKM beserta tokoh agama dan tokoh masyarakat. Tahapan kegiatan pelatihan seperti dalam Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Pengabdian Masyarakat

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini mendeskripsikan kegiatan yang telah dilakukan dalam proses pengabdian kepada masyarakat di desa Banjarejo khususnya pelaku UMKM dalam meningkatkan skill branding dan sekaligus penampungan sertifikasi halal untuk produk mereka dengan urutan kegiatan sebagai berikut:

### 1. Aktifitas Pra Kegiatan

Kegiatan diawali dengan observasi dan wawancara kepada masyarakat untuk mendapatkan data aset masyarakat. Ada dua jenis aset yang ditemukan yaitu aset fisik dan aset non fisik, aset fisik adalah sebuah asset yang dimiliki masyarakat berupa lahan pertanian dan perkebunan yang luas, gedung sekolah, masjid, pasar, balai desa dan sebagainya. Sedangkan aset non fisik berupa kemampuan atau skill yang dimiliki masyarakat seperti bercocok tanam, memasak, memproduksi makanan ringan (olahan) ketrampilan menjahit dan lain sebagainya.

Diantara aset yang sangat penting dan perlu mendapat pendampingan agar bisa berkembang adalah aset skill individu dan kelompok yang tergabung dalam organisasi lokal UMKM desa Banjarejo yang berfokus pada produksi makanan dari bahan dasar yang berasal dari daerah itu sendiri. Dari hasil perumusan bersama antara mahasiswa dan masyarakat ditemukan bahwa kurangnya pengetahuan dan ketrampilan dalam branding packaging produk serta belum terpenuhinya sertifikat halal.

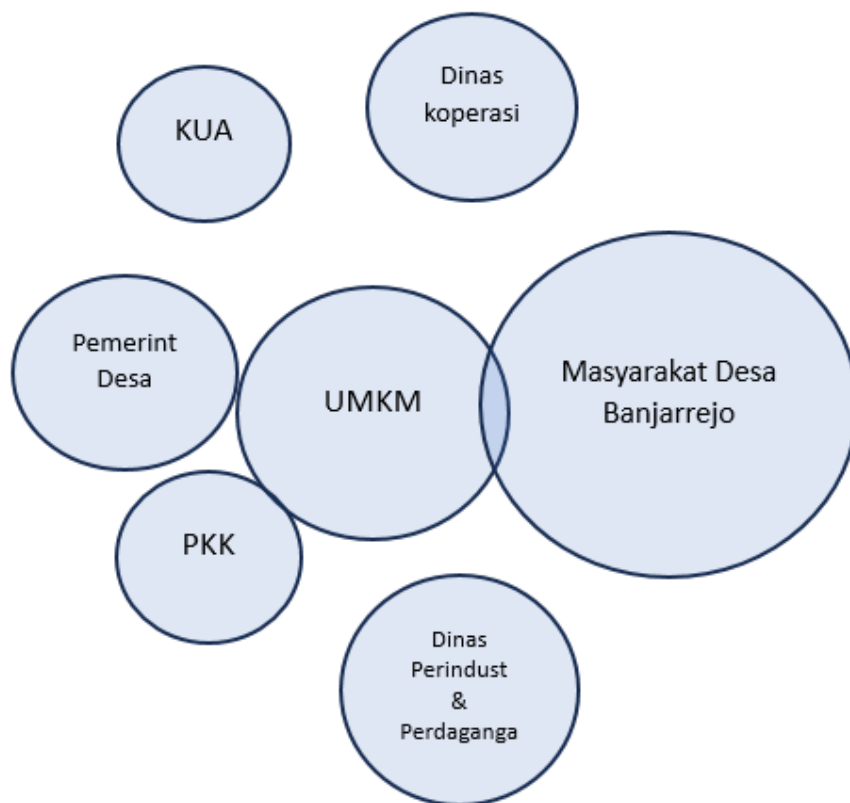
Ada beberapa aset yang bisa di mobilisasi diantaranya aset skill individu dan aset organisasi UMKM di di desa Banjarejo. Dua aset itu yang menjadi

fokus dampingan mahasiswa KKN dengan meningkatkan skill mereka berupa branding, digital marketing, packasging serta proses sertifikasi halal yang bisa berkolaborasi dengan instansi lokal yaitu lembaga KUA Kecamatan Rejoso yang juga memiliki tugas menangani proses sertifikasi halal produk makanan. Di desa Banjarejo ada 6 UMKM yang tersebar di berbagai titik, yang jaraknya tidak jauh antara titik lokasi UMKM satu ke UMKM yang lain. Dalam proses pendampingan mahasiswa dibagi menjadi 6 kelompok sesuai dengan jenis UMKM masyarakat.

**Tabel 1.** Produksi UMKM

No	Nama Pemilik	Alamat	Jenis Produksi
1	Bu Jum	Desa Banjarejo	Ayam Panggang
2	Bu Ratiwi	Desa Banjarejo	Kentang Mustofa & Sambel Pecel
3	Pak Pri	Desa Banjarejo	Tahu goreng
4	Bu Mamik	Desa Banjarejo	Bu Mamik Catering
5	Mbak Lekha	Desa Banjarejo	Olahan Roti
6	Pak Daslim	Desa Banjarejo	Olahan Daun Kelor

Dalam mengembangkan kelompok pelaku UMKM di desa Banjarejo perlu dianalisis relasi atau jejaring yang terkait langsung maupun tidak langsung dengan keberadaan dan pengembangan UMKM tersebut, seperti terlihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Diagram Venn Relasi UMKM dengan lembaga lain

Dari Gambar 2 diketahui bahwa UMKM di desa Banjarejo memiliki jaringan organisasi baik formal maupun nonformal. Pelaku UMKM merupakan kegiatan opsi kedua masyarakat selain menjadi petani sebagai upaya menambah penghasilan mereka. Lingkaran besar dan beririsan dengan UMKM adalah masyarakat desa Banjarejo dimana pelaku UMKM berasal dari masyarakat lokal desa. Pelaku UMKM dengan PKK cukup dekat karena sebagian besar pelaku UMKM adalah juga aktif di PKK meskipun tidak semuanya, kalau ada informasi dan agenda tentang UMKM juga disampaikan lewat kegiatan PKK,

Pemerintah desa Banjarejo memiliki hubungan yang sangat dekat dan penting posisinya karena selalu mensupport kegiatan UMKM dan selalu memberikan wahana untuk berkreasi seperti pekan bazar tiap ada kegiatan-kegiatan desa bahkan juga memfasilitasi masyarakat dengan adanya penyuluhan pelatihan dan kegiatan yang menunjang produksi dan pengembangan UMKM. Sedangkan KUA agak jauh dan realif kecil karena perannya tidak seintensif PKK dan pemerintah desa, seperti kegiatan sosialisasi sertifikasi halal yang dilakukan hanya beberapa kali saja. Sementara dinas koperasi dan dan dinas pertanian dan perdagangan agak jauh karena interaksi dan komunikasi realif jarang dilakukan.

Setelah ditemukan data tentang aset maka tahap berikutnya adalah mengidentifikasi keinginan dan harapan masyarakat. Setiap warga menyampaikan harapan dan impian mereka yang menjadi harapan individu maupun harapan bersama yang akan diwujudkan bersama. Maka perumusan aksi perubahan akan muncul pada tahap ini. Harapan utama mereka adalah meningkatnya perekonomian dengan memaksimalkan produksi dan marketing produksi mereka.

Dari hasil diskusi dengan pelaku UMKM mereka memproduksi makanan olahan dijadikan hasil tambahan selain bertani, namun seiring dengan perkembangan jaman terutama dunia digital maka mereka merasa ketinggalan sehingga produksi mereka kurang bisa bersaing. Mereka menginginkan adanya peningkatan skill dalam branding marketing sekaligus memiliki sertifikasi halal.

Berdasarkan pada asset yang dimiliki oleh para pelaku UMKM maka tahap berikutnya adalah menentukan langkah strategis yang menjadi program kegiatan bersama antara mahasiswa KKN dan pelaku UMKM yang didukung oleh tokoh masyarakat dan pemerintah desa. Pada saat itu telah disepakati untuk memberikan semangat pada proses pengembangan UMKM dengan memberikan hastaq "UMKM BANGKIT OMSET MELEJIT" yang artinya pelaku UMKM bersama masyarakat, stakeholder terkait dan mahasiswa bersama-sama menyadari pentingnya semangat untuk membangkitkan pelaku UMKM yang sudah ada beberapa tahun yang lalu dengan memperkuat skill dan ketrampilan mereka, sehingga bisa menambah omset dan jaringan serta branding dan marketing usaha mereka lebih kompetitif.

Langkah berikutnya adalah implementasi dari program kegiatan yang dikembangkan pada tahap sebelumnya yaitu tahap perancangan. Mahasiswa KKN dan pelaku UMKM mulai mempersiapkan kegiatan dengan menjalin komunikasi dengan lembaga atau organisasi lain yang terkait untuk mengadakan suatu kegiatan berupa pelatihan branding product dan proses sertifikasi halal. Mahasiswa memastikan dalam pelaksanaannya peserta berpartisipasi aktif, menyiapkan perlengkapan yang terkait dengan proses demonstrasi dalam proses digital marketing dan proses sertifikasi halal. Satu hal yang tak kalah penting adalah kegiatan untuk menyadarkan warga bahwa mereka mampu untuk mengembangkan apa yang telah mereka miliki, mereka telah memiliki kelompok untuk bisa sharing informasi dan megupdate informasi yang lain terkait dengan peningkatan produksi mereka.

## 2. Kegiatan inti di Lapangan

Pelaksanaan kegiatan di lapangan terbagi dalam dua tema yaitu pertama pelatihan peningkatan skill packaging, branding product dilanjutkan dengan praktik branding oleh peserta pelatihan. Sesi kedua adalah ssialiasi produl halal bagi pelaku UMKM.

### a. Pelatihan Branding Product

Branding merupakan suatu strategi untuk produk yang kita miliki bisa dikenal oleh masyarakat dengan ciri tertentu dan bisa membedakan dengan produk yang lain. Berawal dari observasi dan wawancara dengan para pelaku UMKM di desa Banjarejo, mahasiswa KKN menemukan beberapa asset fisik maupun non-fisik yang berpotensi dapat dikembangkan dan sekaligus bisa menadi solusi terhadap problem yang dialami oleh para pelaku UMKM.

Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 10 Agustus 2023 bertempat di balai desa Banjarejo yang diawali dengan breafing tim KKN pada pukul 08.00, dilanjutkan dengan pelaksanaan acara pada pukul 09.30. Sasaran peserta dari kegiatan ini adalah khusus pelaku UMKM desa Banjarejo, Kegiatan ini dihadiri oleh kepala desa banjarejo ibu Sukarmi, S.Pd yang turut mendukung jalannya program kerja dari kelompok KKN, seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Pelatihan Branding Product



Untuk memberikan pemahaman lebih lanjut kepada warga yang mengikuti kegiatan sharing season ini, perwakilan dari kelompok KKN memaparkan penjelasan mengenai branding secara jelas sehingga warga pelaku UMKM dapat memahami makna dan maksud dari branding suatu produk yang mereka pasarkan. Selain penjelasan mengenai branding, perwakilan mahasiswa KKN juga memberi penjelasan mengenai manfaat dari branding produk yang bertujuan agar warga semakin aware tentang pentingnya branding untuk mengenalkan produk mereka kepada masyarakat yang lebih luas sehingga jangkauan pemasaran produk mereka semakin luas.

#### b. Simulasi Branding Product

Setelah warga memiliki pemahaman dasar mengenai branding, mahasiswa KKN kelompok memberikan beberapa trip bagi para pelaku UMKM dapat memberikan ciri pada produk mereka masing-masing, diantaranya yaitu pelaku UMKM harus bisa mendefinisikan produknya dengan baik, hal ini dapat dilakukan salah satunya dengan cara menunjukkan logo pada kemasan, dimana peran dari logo tersebut sebagai bentuk pesan dari produsen kepada konsumen bahwa logo tersebut adalah produk yang dimiliki. Dalam hal ini yang perlu diperhatikan adalah para pelaku UMKM harus memiliki perbedaan antara produk yang dimiliki dengan produk yang dimiliki UMKM, seperti terlihat pada Gambar 4.



**Gambar 4.** Praktik Pemetretan Product

Setelah selesai pemaparan dari nara sumber dan mahasiswa KKN kegiatan berikutnya adalah praktek simulasi para pelaku UMKM. Dalam hal ini peserta dapat menampilkan produknya dengan visual yang menarik dan juga konsisten dalam membuat konten dimedia social mengenai produk yang ditawarkan. Sehubungan dengan adanya logo dan seorang produsen dapat menyajikan visual yang baik, kelompok KKN juga memberikan pesan tentang produk yang dimiliki. Agar produk UMKM dapat terlihat menarik salah cara adalah dengan cara pengambilan foto produk. Ada beberapa hal yang harus disiapkan sebelum melakukan pemetretan terhadap suatu produk diantaranya yaitu menyiapkan HP/kamera, pemilihan latar belakang yang bagus,



memperhatikan pencahayaan, memilih property yang sesuai, dan dapat menemukan posisi yang tepat.

c. Kegiatan Sertifikasi Halal

Sertifikat halal merupakan penegasan kehalalan suatu barang yang diberikan oleh Badan Koordinasi Penjaminan Barang Halal (BPJH) Kementerian agama berdasarkan fatwa halal yang telah disusun oleh MUI/Dewan Fatwa Halal, sedangkan institusi yang diserahi tugas menyelesaikan pemeriksaan produk adalah Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), label halal merupakan tanda kehalalan suatu barang. Tujuan diadakannya sertifikat halal adalah untuk memberikan kepastian kehalalan suatu barang, sehingga meningkatkan kepastian dan kepercayaan konsumen. Selain itu, melalui sertifikat halal, produk UMKM telah lolos verifikasi yang ketat untuk memastikan bahan-bahan yang digunakan halal dan sesuai dengan pedoman halal yang telah ditetapkan.

Penyuluhan produk halal merupakan salah satu dari delapan tugas pokok penyuluh agama Islam non PNS yang telah diatur dalam Surat Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam No. 298 Tahun 2017. Penyuluhan produk halal yang dilakukan KUA Rejoso ini tidak hanya ditujukan kepada masyarakat sebagai konsumen agar tahu, mau dan mampu memilah dan memilih produk yang halal dikonsumsi saja, lebih dari pada itu penyuluhan produk halal yang juga bertujuan untuk memberdayakan UMKM dan usaha lainnya dengan mengedukasi para pelaku usaha untuk melakukan sertifikasi halal bagi produknya agar dapat menarik konsumen muslim lebih banyak lagi.

Kegiatan sosialisasi penyuluhan produk dan sertifikasi halal ini dilakukan pada hari kamis, tanggal 3 Agustus 2023 di Balai Desa Banjarejo, kegiatan sosialisasi penyuluhan yang dilakukan oleh KUA Rejoso diikuti oleh para pelaku UMKM di Desa Banjarejo. Para pelaku UMKM sangat bersemangat dalam mendengarkan penyuluhan yang disampaikan oleh pihak KUA. Materi tentang produk dan sertifikasi halal disampaikan oleh Bapak Samidi selaku bagian penyuluh produk dan sertifikat halal di dalam KUA Rejoso. Beliau menjelaskan tentang Kriteria makanan halal menurut para ahli LPOM MUI yaitu didasarkan pada bahan baku yang digunakan, bahan tambahan, bahan penolong, proses produksi dan jenis pengemasan atau penyimpanan produk, seperti terlihat pada Gambar 5.



**Gambar 5.** Sosialisasi Proses halal oleh Petugas KUA Rejoso

#### d. Pendampingan Sertifikasi Halal

Selain kerja sama dengan KUA Rejoso tentang penyuluhan sertifikasi halal, kelompok KKN mahasiswa melakukan pendampingan dalam proses sertifikasi halal kepada pelaku UMKM. Sebelum proses pendampingan mahasiswa melakukan pendataan terhadap pelaku UMKM terkait produk dan usaha apakah sudah memiliki sertifikat halal atau belum. Setelah itu dilakukan pendampingan kepada pelaku UMKM di dalam mendapatkan sertifikat halal, dengan cara:

- 1) Mendatangi rumah para pelaku UMKM.
- 2) Melakukan wawancara kepada para pelaku UMKM tentang proses sertifikasi halal.
- 3) Membantu memasukkan data yang dibutuhkan pada persyaratan Pembuatan sertifikat halal seperti pembuatan NIB, memasukkan data bahan produk, jenis produk, merk bahan produk, langkah pembuatan produk dan data yang lain yang diperlukan dalam pembuatan sertifikat halal oleh pelaku UMKM.

Pada hakikatnya pembangunan suatu negara berupaya untuk meningkatkan kesejahteraan atau kualitas hidup warga negaranya, namun setiap prosesnya memerlukan cara yang berbeda. Peningkatan kesejahteraan tentu saja tidak terbatas pada satu aspek saja, namun harus tersebar merata di semua sektor, termasuk ekonomi, politik, hukum, sosial budaya, dan keamanan. Pembangunan yang berupaya meningkatkan taraf hidup masyarakat tidak harus bersifat top-down; pendekatan yang berhasil adalah justru pendekatan bottom-up, dengan fokus pada pemberdayaan masyarakat lokal.

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa KKN di Desa Banjarejo hendak mengembangkan potensi masyarakat berbasis pada aset yang dimiliki. Hasil pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa sesungguhnya semua memiliki kelebihan yang potensial mulai dari hal-hal kecil di sekeliling masyarakat sampai pada kemampuan dan ketrampilan individu maupun kelompok, seperti ilustrasi dua pespektif pada gelas berisi air setengah, bisa

dikatakan gelas itu setengah kosong tapi bisa juga dikatakan gelas itu setengah isi.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada pelaku UMKM dengan pemberian pelatihan mengembangkan skill branding dan sertifikasi halal adalah cara untuk mengembangkan UMKM berbasis pada apa yang mereka sudah miliki sebelumnya, seperti adanya produk UMKM, semangat yang tinggi dan memperkuat jaringan sosial kelompok organisasi yang berada di dekat mereka seperti KUA yang memfasilitasi proses sertifikasi halal merupakan cara untuk memperkuat partnership atau kemitraan yang selama ini belum terlaksana. Dengan cara ini diharapkan nantinya produk UMKM bisa lebih bagus dan cara pemasarannya lebih mampu bersaing serta dilengkapi dengan sertifikat halal.

### **3. Evaluasi Kegiatan**

Evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dilihat dari dua aspek, yaitu pada proses kegiatan dan setelah adanya kegiatan. Pada saat kegiatan bisa dilihat dari antusiasme yang sangat tinggi dari peserta pelatihan mulai dari kegiatan FGD wawancara mendalam sampai pada komitmen bersama antara mahasiswa KKN dengan masyarakat khususnya pelaku UMKM untuk melaksanakan agenda kegiatan pelatihan dan praktik langsung atau simulasi dari teknik branding dan proses sertifikasi halal. Sedangkan evaluasi setelah kegiatan adalah bertambahnya pengetahuan dan teknik dalam branding product serta pengetahuan proses sertifikasi halal dari semua peserta pelatihan pelaku UMKM.

Dengan mewawancarai beberapa warga khususnya para pelaku UMKM mereka menyampaikan pengalamannya selama mengikuti kegiatan bersama mahasiswa KKN bahwa dengan adanya pelatihan yang diberikan baik dalam hal branding product maupun proses sertifikasi halal mereka sangat terkesan dan merasa semakin bertambah semangat untuk memproduksi dan memasarkan produksinya. Dari seluruh peserta pelatihan sebanyak 100% mereka terlibat aktif dan antusias mengikuti proses pelatihan sampai selesai, sedangkan untuk evaluasi hasil peningkatan skill praktik branding dan sertifikasi halal sebanyak 80% mereka telah bisa melakukan sesuai dengan materi pada pelatihan sebelumnya. Mereka menyadari bahwa selama ini mereka telah memiliki sesuatu yang sangat berharga seperti ketrampilan membuat makanan olahan yang bisa menambah income mereka. Mereka juga menyadari pentingnya menjalin kemitraan dengan berbagai lembaga lain yang bisa mendukung kelancaran usaha mereka. Beberapa aspek perubahan yang mereka rasakan bisa dikelompokkan dalam bagian sebagaimana pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Reduksi Hasil Wawancara dan Kesimpulan dari Peserta UMKM

No	Kondisi Sebelum Pelatihan	Kondisi sesudah Pelatihan	Kesimpulan
1	Peserta belum memiliki pengetahuan (konsep) tentang branding product dan sertifikasi halal	Peserta memiliki pengetahuan (konsep) tentang branding product dan mengetahui pentingnya sertifikat halal	Transfer pengetahuan dari peserta KKN kepada peserta UMKM
2	Peserta belum memiliki strategi dalam marketing	Peserta memiliki skill dan strategi yang bervariasi dalam marketing dan branding product	Kegiatan berhasil meningkatkan keterampilan UMKM dalam mengadopsi strategi dan teknik sehingga lebih kompetitif
3	Peserta belum memiliki sikap optimis dalam berusaha	Peserta telah memiliki sikap optimis dan semangat yang tinggi dalam berusaha	Perubahan mindset yang positif
4	Peserta belum memiliki rumah pusat kegiatan	Peserta memiliki rumah pusat kegiatan, papan nama untuk kelancaran berusaha	Kegiatan berhasil mewujudkan aset fisik yang menjadi simbol kemajuan mereka
5	Peserta belum memiliki jejaring sosial	Peserta memiliki banyak jaringan sosial seperti UMKM lain lembaga pemerintah formal maupun non formal	Kegiatan berhasil mewujudkan aset sosial yang sangat strategis untuk pengembangan

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Desa Banjarejo kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk memiliki aset baik aset fisik maupun non fisik, awalnya tidak semua masyarakat meyadarinya. Sehingga proses untuk memberikan penyadaran sangat penting sehingga bisa merubah mindset mereka, meskipun proses itu tidak bisa dilakukan dalam waktu singkat. Salah satu aset yang dominan yang mereka miliki adalah skill individu dan kelompok dalam memproduksi makanan olahan yang tergabung dalam kelompok pelaku UMKM yang selanjutnya bersama-sama mahasiswa KKN dieksplorasi dan dikembangkan dengan pelatihan peningkatan skill branding product dan sosialisasi produk halal. Hasil pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan keberhasilan kegiatan yaitu tingkat partisipasi masyarakat sebesar 100% sedangkan tingkat keberhasilan dalam peningkatan skill branding dan sertifikasi halal sebesar 80%. Untuk keberlangsungan kegiatan masyarakat yang bagus dan terjaga kontinuitasnya maka diperlukan kontribusi dan keterlibatan dari berbagai pihak seperti pemerintah desa, tokoh masyarakat dan tokoh agama.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada lembaga Peneliti dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Ampel Surabaya yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan KKN sebagai bentuk tanggung jawab akademik terhadap masyarakat, terima kasih kepada Kepala Desa Banjarejo dan jajarannya atas fasilitas yang telah diberikan dan seluruh masyarakat khususnya pelaku UMKM yang dengan penuh antusias mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pelatihan sehingga kegiatan berjalan dengan lancar.

## DAFTAR RUJUKAN

- Debbi, N. (2018). Implementasi Sertifikasi Halal Pada Produk Pangan. *Qiyas*, 3(1), 154–166.
- Dewi, S. R. (2021). *Pendampingan dan Penguatan UMKM Desa Kenongo Melalui Branding dan Legalitas Produk Di Masa Pandemi Covid-19*. 7(1).905-101
- Fathimah, E. (2018). Jaminan Produk Halal Bagi Perlindungan Konsumen Telaah RUUJPH (Rancangan Undang-Undang Jaminan Produk Halal) Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam. *Muamalah*, 3(1), 73–86.
- Forijati, R. (2022). Pelatihan Digital Marketing Ibu Rumah Tangga Pelaku Usaha Mikro Di Kelurahan Pojok Kota Kediri. *JABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(3), 573–580
- Fuadi dkk. (2022). Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk UJurnal. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, 6(1).118-125
- Hamid, R. S., & Iqbal, M. (2017). Analisis Dampak Kepercayaan pada Penggunaan Media Pemasaran Online (E-Commerce) yang Diadopsi oleh UMKM: Perspektif Model DeLone & McLean,. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 16(3), 310–337.
- Pakpahan, A. K. (2020). *COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. 20(April), 1–6.
- Peristiwa, H. (2019). Indonesian Halal Food Industry: Development, Opportunities and Challenges on Halal Supply Chains. *Journal of Islamic Studies and Humanities*, 4(2). 218 - 245
- Pujiyono, A. (2018). Strategi Pengembangan Umkm Halal Di Jawa Tengah Dalam Menghadapi Persaingan Global. *Strategi Pengembangan Umkm Halal Di Jawa Tengah Dalam Menghadapi Persaingan Global*, 8(1).1-8
- Rasyid, A. (2019). Dinamika Pelaksanaan Sertifikasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Di Kota Medan, Sibolga dan Padangsidimpuan. *MIQOT: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 43(2), 167–201.
- S Soesilowati, E. (2018). *Business opportunities for Halal Products in the Global Market: Muslim Consumer Behaviour and Halal food Consumption*. *Journal of Indonesian Social Sciences and Humanities*,. 3(1), 151–160.
- Sahdan Maulana dkk. (2017). Ekspor dan Impor Barang Serta Perpajakan Bagi Pelaku Usaha UMKM. *Dinamisa*, 1(1 Desember), 113–119.
- Sukesti, F. (2014). the Influence Halal Label and Personal Religiosity on Purchase. International. *Journal of Business, Economics and Law*, 3(1), 2012–2015.
- Wibowo. (2015). Analisis strategi UMKM (Studi pada Batik Di Jeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1).56-66
- Zuhairi. (2016). *Hukum Perlindungan Konsumen & Problematikanya*. Sinar Grafika.