

Kegiatan *Branding* dan Perizinan Halal Sebagai Solusi dari Kemajuan UMKM di Bojong Tengah

Euis Sahara¹, Rianti Dewi², Ghefira Zahira³, Fadilla Ramadania⁴, Gamal Yan Hermana⁵, Alvin Yanuar Rahman⁶

¹UIN Sunan Gunung Djati. e-mail: 1204060026@student@uinsgd.ac.id

²UIN Sunan Gunung Djati. e-mail: riantidewiherryanto@gmail.com

³UIN Sunan Gunung Djati. e-mail: ghefirahandiki@gmail.com

⁴UIN Sunan Gunung Djati. e-mail: ramadaniafadilla29@gmail.com

⁵UIN Sunan Gunung Djati. e-mail: gamalyh99@gmail.com

⁶UIN Sunan Gunung Djati. e-mail: alvinyanuar@uinsgd.ac.id

Abstrak

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan program dari perguruan tinggi yang bertujuan memberdayakan sekaligus mengabdikan kepada masyarakat dalam berbagai aspek. Salah satu bentuk dari pengabdian yang dilakukan yakni dengan melakukan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) agar senantiasa semakin berkembang. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh kelompok KKN 309, tidak hanya bermata pencaharian sebagai petani dan buruh tani, sebagian masyarakat di Desa Bojong Tengah juga merupakan pelaku UMKM. Terdapat beberapa penjual yang secara mandiri memproduksi aneka ragam makanan olahan dari rumahnya masing-masing. Namun dikarenakan masih serba mandiri, pada prosesnya para pelaku UMKM tersebut pun harus menghadapi berbagai persoalan secara mandiri pula. Dalam penelitian ini, penulis hendak menjelaskan bagaimana upaya yang dilakukan untuk memberdayakan UMKM di Desa Bojong Tengah, Kecamatan Pusakajaya, Kabupaten Subang agar dapat lebih dikenal dan semakin berkembang yakni dengan membangun *branding* sekaligus mengurus perizinan halalnya. Paparan terkait Kegiatan *Branding* dan Perizinan Halal Sebagai Solusi dari Kemajuan UMKM di Desa Bojong Tengah ini disusun dalam bentuk tulisan yang berisikan abstrak, pendahuluan, metode pengabdian, pelaksanaan kegiatan, hasil dan pembahasan, serta referensi yang menjadi sumber dari penelitian penulis. Pengabdian ini dilakukan dengan metode SISDAMAS, yakni Sistem Berbasis Pemberdayaan Masyarakat yang meliputi 4 tahapan yakni Sosialisasi awal, rebug warga dan refleksi sosial, Pemetaan dan Pengorganisasian Masyarakat, Perencanaan Partisipatif dan Sinergi Program, Pelaksanaan Program, Monitoring dan Evaluasi. Sedangkan metode yang dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait dengan pentingnya branding dan perizinan halal yakni dengan penyuluhan *door to door* yang dilakukan oleh beberapa anggota kelompok KKN 309 bersama dengan Patriot Desa. Hasil dari kegiatan ini ialah para pelaku UMKM menyadari pentingnya kegiatan *branding* dan adanya perizinan halal sekaligus menerapkannya agar UMKM yang dikelolanya senantiasa semakin

dikenal, maju dan terus berkembang.

Kata Kunci: KKN, UMKM, Branding, Halal

Abstract

Real Work Lecture (KKN) is a university program that aims to empower and serve the community in various aspects. One form of service is by empowering Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) so that they continue to grow. Based on observations made by the KKN 309 group, not only do they work as farmers and farm laborers, some people in Bojong Tengah Village are also MSME actors. There are several sellers who independently produce a variety of processed foods from their respective homes. However, because they are still self-sufficient, in the process these MSME actors also have to face various problems independently as well. In this study, the author wants to explain how efforts are being made to empower MSMEs in Bojong Tengah Village, Pusakajaya District, Subang Regency so that they can be better known and develop more, namely by building branding as well as managing halal permits. This presentation regarding Halal Branding and Licensing Activities as a Solution for the Progress of MSMEs in Bojong Tengah Village is arranged in written form which contains an abstract, introduction, method of service, implementation of activities, results and discussion, as well as references which are sources of the author's research. This service is carried out using the SISDAMAS method, namely the Community Empowerment-Based System which includes 4 stages namely initial socialization, community consultation and social reflection, Community Mapping and Organizing, Participatory Planning and Program Synergy, Program Implementation, Monitoring and Evaluation. While the method used to increase public knowledge related to the importance of halal branding and licensing is door to door counseling conducted by several members of the KKN 309 group together with the Village Patriots. The result of this activity is that MSME actors realize the importance of branding activities and the existence of halal permits while implementing them so that the MSMEs they manage are always getting known, advancing and continuing to grow.

Keywords: KKN, MSME, Branding, Halal

A. PENDAHULUAN

Masyarakat desa Bojong Tengah Kab. Subang memanfaatkan kekayaan alam yang dimiliki untuk menjadi penopang perekonomian. Desa Bojong Tengah ini memiliki potensi pertanian, perkebunan, dan peternakan. Sehingga masyarakat disana sebagian besar bekerja di sektor pertanian. Desa bojong tengah juga terkenal karena memiliki kebun mangga yang luas, namun, kebun mangga ini tidak begitu dimanfaatkan oleh masyarakat untuk menjadi sumber usaha atau perekonomian. Meskipun begitu, masyarakat di Desa Bojong Tengah sudah banyak yang menjadi pelaku UMKM.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, terdapat 20 lebih pelaku UMKM di Desa Bojong Tengah. Berdasarkan data yang dimiliki oleh Patriot Desa Bojong Tengah, pelaku UMKM tersebut juga sudah terdata atau sudah memiliki izin halal dan P-IRT. Berbagai UMKM yang terdata ini melakukan berbagai macam jenis usaha, antara lain seperti coffee shop, rempeyek, keripik, kue, abon dan makanan lainnya. Bahkan dari beberapa UMKM tersebut sudah ada yang mengirim produk makanannya ke luar negeri. Di samping itu, realitanya masih juga terdapat banyak pelaku UMKM di Desa Bojong Tengah yang perlu terdata dan belum memiliki izin halal dan P-IRT karena terkendala di beberapa hal seperti dari proses pengelolaan yang masih belum modern, *packaging* yang belum modern, pelaku UMKM yang belum mengerti dengan teknologi, hingga faktor lain seperti masalah internal dari pelaku UMKM itu sendiri.

Menurut, Tatiek Koerniawati (2009), ciri-ciri UMKM seperti sebagai berikut:

1. Jenis barang tidak selalu sama, sehingga setiap waktu bisa berganti
2. Tempat usaha yang selalu berpindah
3. Belum melakukan pembukuan keuangan, meskipun sederhana, dan tidak membedakan keuangan usaha dan keuangan keluarga
4. SDM yang ada belum memiliki jiwa wirausaha
5. Tingkat pendidikan pelaku UMKM rendah
6. Belum memiliki akses ke perbankan, tetapi memiliki akses ke badan keuangan non-bank
7. Umumnya belum memiliki izin usaha ataupun persyaratan legalitas usaha.

Di era seperti sekarang, teknologi sangat mempengaruhi kemajuan aspek kehidupan salah satunya perekonomian, salah satu buktinya yaitu masyarakat sebagai konsumen sudah tidak perlu lagi bertatap muka dengan sang pelaku UMKM karena dapat bertransaksi melalui daring. Hal ini berdampak bagi pelaku UMKM yang belum mengerti teknologi. Maka dari itu pelaku UMKM di Desa Bojong Tengah masih sangat perlu dibantu dan di bimbing oleh pihak-pihak terkait seperti BUMDES yang berada dibawah naungan Desa.

Branding merupakan sebuah brand yang memiliki arti dari sebuah merek produk. Brand atau merek merupakan sebuah tanda atau simbol pengenalan bagi sebuah produk barang dan jasa. Brand atau merek ini penting karena konsumen akan lebih mudah

mengenali produk tertentu. Menurut Jones (2017) Merek atau brand dapat mengacu pada identitas dan citra dari sebuah perusahaan atau organisasi. Wijaya (2013), menurutnya merek adalah suatu yang tertinggal di pikiran maupun hati konsumen. Merek dapat meninggalkan sebuah makna, perasaan, dan emosi konsumen.

Para pelaku UMKM harus menunjukkan citra yang bagus agar dapat memberi kepercayaan kepada konsumen untuk membeli produk yang dijual. Keberhasilan tidak hanya bergantung pada kualitas produk yang dijual saja tetapi juga strategi, kebijakan dan pelayanan yang tepat dapat menarik perhatian konsumen. Salah satu strategi yang tepat yaitu membuat packaging produk yang menarik agar dapat memikat para konsumen untuk membeli. Maka dari itu, desain packaging harus menjadi hal yang sangat dipertimbangkan. Saat produk sudah memiliki merek, atau brand yang sudah dilabeli para konsumen akan mudah mengenali produk yang ditawarkan oleh para pelaku UMKM. Namun kenyataannya, tidak semua pelaku UMKM sadar bahwasannya packaging produk merupakan hal yang penting. Branding dan packaging sebuah produk sangat mempengaruhi promosi sebuah produk. Pelaku usaha harus dapat menciptakan branding dan packaging yang menarik dan berbeda dari produk lainnya. Tanpa branding dan packaging yang menarik akan mengurangi daya minat konsumen. Seperti yang dikatakan oleh Efer (2017) branding yang kuat akan membuat konsumen lebih percaya dengan produk sebuah perusahaan dan akan lebih loyal terhadap perusahaan. Menurut Musay (2013) brand image berpengaruh signifikan untuk konsumen mengambil keputusan pembelian sebuah produk.

Penduduk Indonesia mayoritas memeluk agama Islam. Dalam agama Islam umatnya diwajibkan memakan dan meminum yang halal. Sehingga dalam untuk memutuskan membeli sesuatu label halal menjadi pertimbangan bagi konsumen, konsumen akan mencari kebutuhan mereka yang sudah ada label halal nya. Menurut Al Farisi (2020) Produk halal harus diakui sebagai tanda kebersihan, keamanan dan kualitas tinggi bagi konsumen yang beragama islam. Salehudin dan Mukhlis (2012), Literasi halal mengajarkan mengenai membedakan produk barang dan jasa yang halal atau haram sehingga memuat pemahaman yang lebih baik tentang Islam atau Syariah.

Label halal menjadi salah satu strategi yang penting juga bagi pelaku usaha. Maka dari itu pelaku usaha harus mendapatkan perizinan usaha untuk mendapatkan sertifikasi

halal. Konsumen akan merasa lebih aman dan lebih percaya jika sebuah produk sudah memiliki label halal. Konsumen merasa terjamin jika produk yang dibeli tidak mengandung sesuatu yang haram. Sertifikasi halal merupakan fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang memberi pernyataan kehalalan suatu produk yang sudah sesuai dengan ajaran agama Islam. Jaminan sebuah produk yang halal diatur didalam UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Berdasarkan kondisi realita UMKM yang ada di Desa Bojong Tengah, bahwasannya UMKM yang ada disini memang harus dibantu dan dibimbing lagi oleh pihak-pihak terkait. Kami melakukan penelitian ini untuk memberdayakan UMKM di Desa Bojong Tengah, Kecamatan Pusakajaya, Kabupaten Subang dengan cara membangun branding sekaligus mengurus perizinan legalitas halalnya agar dapat lebih dikenal dan semakin berkembang.

B. METODE PENGABDIAN

Sejalan dengan jenis KKN yang kami laksanakan, metode pengabdian yang dilakukan pada kegiatan ini merujuk kepada metode Sistem Berbasis Pemberdayaan Masyarakat (SISDAMAS) yang dalam prosesnya meliputi empat tahapan atau empat siklus. Keempat siklus tersebut antara lain:

- 1) Sosialisasi awal, rebug warga dan refleksi sosial
- 2) Pemetaan dan Pengorganisasian Masyarakat
- 3) Perencanaan Partisipatif dan Sinergi Program
- 4) Pelaksanaan Program, Monitoring dan Evaluasi

C. PELAKSANAAN KEGIATAN

1. Siklus I (Sosialisasi Awal, Rembug Warga, dan Refleksi Sosial)

Kegiatan KKN diawali dengan sosialisasi awal yang dilaksanakan pada tanggal 13 Juli 2023 di Gor Desa Bojong Tengah. Kebetulan berbarengan dengan rapat minggon yang diselenggarakan oleh pihak desa untuk menyambut peserta KKN UIN Sunan Gunung Djati di Desa Bojongtengah. Adapun kegiatan ini dihadiri oleh jajaran pemerintah desa Bojong Tengah serta peserta KKN UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Gambar 1. Sosialisasi awal KKN sekaligus Rapat Minggon di Gor Desa Bojongtengah



Adapun pelaksanaan sosialisasi awal ini meliputi pengenalan aparatur pemerintahan desa, dilanjut dengan pemaparan situasi dan kondisi secara keseluruhan yang terdapat di Desa Bojong Tengah kepada peserta KKN UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Selanjutnya, sosialisasi terkait maksud dan tujuan kedatangan mahasiswa melakukan KKN di desa Bojongtengah dengan harapan pemerintah desa beserta jajarannya dapat menerima dan saling membantu dalam kegiatan pemberdayaan yang nantinya akan dilakukan selama 40 hari.

Setelah itu, kegiatan dilanjutkan dengan sosialisasi dengan tokoh masyarakat, tokoh agama, tokoh pendidikan, dan tokoh pemuda yang terdapat atau berdomisili di RT 04, RT 05, dan RT 10 desa Bojong Tengah dengan maksud untuk menjalin silaturahmi serta menyampaikan tujuan mahasiswa untuk melaksanakan KKN Sisdamas yang dijelaskan secara rinci dengan membawakan tema moderasi beragama.

Gambar 2. Rembug Warga RT 04 dan RT 05



Selanjutnya melakukan kegiatan yang dilaksanakan pada hari Kamis 20 Juli 2023 dalam rangka menjalankan siklus I yang meliputi sosialisasi awal, rembug warga dan refleksi sosial bersama dengan masyarakat RT 04 dan RT 05 Desa Bojongtengah yang berlokasi di kediaman rumah Ibu Ijjah selaku Ibu PKK. Adapun kegiatan ini dihadiri oleh tokoh masyarakat, tokoh agama, tokoh pendidikan, tokoh pemuda dan warga desa setempat. Kegiatan ini tak lain memiliki tujuan yaitu untuk menyampaikan maksud dan tujuan dari Mahasiswa KKN UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan membawa Program Sisdamas (Berbasis Pemberdayaan Masyarakat), serta mengetahui apa saja permasalahan dan keluhan yang dirasakan oleh masyarakat Desa Bojongtengah khususnya RT 04 dan RT 05, dan mengetahui harapan-harapan masyarakat kedepannya untuk Desa Bojongtengah ini.

Tabel 1. Hasil Rembug Warga dan Refleksi Sosial RT 04 dan RT 05 Desa Bojongtengah

Sumber Daya Manusia	Sumber Daya Ekonomi	Sumber Daya Lingkungan
Kurangnya kesadaran masyarakat untuk bergotong royong	Masyarakat terjerat bank emok	Irigasi kali mataram mengalami kedangkalan
Kurangnya edukasi kreativitas metode pembelajaran di lembaga pendidikan	Manajemen keuangan masyarakat rendah	Aliran kali mataram tidak mengalir dengan baik
Kurangnya kesadaran masyarakat untuk memakmurkan masjid	Sebagian pelaku usaha belum memiliki sertifikat halal	Masyarakat membuang sampah secara sembarangan ke pinggir sungai

	Kurangnya edukasi bagi pelaku usaha terkait ekonomi kreatif	Terjadinya banjir ketika musim hujan
		Tidak ada tempat pembuangan sampah akhir di Desa Bojongtengah

2. Siklus II (Pemetaan Sosial dan Pengorganisasian Masyarakat)

Memasuki siklus II, adapun kegiatannya yaitu melaksanakan pemetaan sosial dan pengorganisasian masyarakat yang dilaksanakan pada hari Senin, 24 Juli 2023 di rumah ketua RT 05 Desa Bojongtengah.

Gambar 3. Pemetaan sosial bersama Ketua RT 05



Pemetaan sosial adalah sebuah penggambaran masyarakat berupa data dan informasi mengenai profil dan masalah sosial sekitarnya di suatu wilayah tertentu. Adapun tujuannya adalah untuk mengetahui kebutuhan masyarakat, potensi sumber daya lingkungan, kondisi sosial masyarakat, dan sumber daya manusia yang digunakan serta dikelola seefektif dan seefisien mungkin.

Gambar 4. Peta wilayah RT 05

Sedangkan, pengorganisasian masyarakat dimaksudkan pada sebuah upaya dalam membangun atau mendirikan suatu organisasi dengan tujuan untuk memaksimalkan potensi sumber daya manusia yang ada untuk mencapai harapan bersama di suatu wilayah tertentu.

3. Siklus III (Perencanaan Partisipatif dan Sinergi Program)

Pelaksanaan siklus III ini yang meliputi perencanaan partisipatif dan sinergi program dilaksanakan pada hari Kamis, 03 Agustus 2023 yang berlokasi di Kantor Desa Bojongtengah. Adapun kegiatan ini dilaksanakan bersama Patriot Desa yang berbincang mengenai pengorganisasian yang sudah dibentuk bersama tokoh masyarakat ketika pelaksanaan siklus I dan siklus II.

Siklus ini adalah keberlanjutan dari pemetaan sosial yang didasarkan bahwa pengurus organisasi atau tokoh masyarakat nantinya yang akan mengambil alih atas keputusan untuk pengembangan program-program dari kebutuhan masyarakat yang menjadi prioritas untuk dikembangkan. Adapun perencanaan partisipatif adalah perencanaan yang melibatkan warga untuk mengembangkan program yang sudah diselaraskan dengan kebutuhan masyarakat dalam konteks sosial, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Program yang dikembangkan berdasarkan hasil dari kajian masalah sosial yang ada di suatu wilayah tertentu dan analisa potensi dalam pemetaan sosial.

Tabel 2. Fokus kegiatan yang dilakukan di RT 05

No	Kegiatan	Lokasi	Pengelola
1	Pembuatan sertifikat halal dan P-IRT bagi pelaku usaha UMKM	RT 05 Desa Bojongtengah	Ibu Romlah (Ceu Ombah), Patriot Desa
2	Edukasi kepada pelaku usaha terkait ekonomi kreatif	RT 05 Desa Bojongtengah	Mahasiswa KKN, Patriot Desa
3	Manajemen keuangan pada anak sekolah dasar di mushola RT 05	RT 05 Desa Bojongtengah	Pak Gugun dan Ibu Awana

4. Siklus IV (Pelaksanaan Program, Monitoring dan Evaluasi)

Pada siklus IV ini melakukan pelaksanaan program yaitu membantu dalam proses *branding* dan perizinan label halal yang dilaksanakan di beberapa rumah pelaku UMKM yang sudah selesai proses perizinannya. Kegiatan ini bertujuan membantu memajukan UMKM yang didampingi pula oleh Patriot Desa.

Gambar 5. Pemberian sertifikat Halal



5.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Di samping metode pengabdian yang diterapkan pada keseluruhan kegiatan KKN yakni metode SISDAMAS, terdapat juga beberapa tahapan yang penulis lakukan pada proses pemberdayaan UMKM melalui kegiatan branding dan perizinan halal ini. Tahapan sekaligus hasil dari tiap tahapan tersebut antara lain sebagai berikut:

Tahapan pertama yang dilakukan ialah Observasi awal. Tahapan ini dilakukan untuk mengetahui sekaligus bersilaturahmi dengan masyarakat yang menjadi pelaku UMKM di Bojong Tengah. Tahapan ini dilakukan dengan mengadakan kunjungan ke rumah para warga yang menjadi pelaku UMKM. Pada kesempatan ini pula, kami berbincang untuk mengetahui latar belakang dari tiap-tiap pelaku UMKM tersebut, dan mereka pun secara terbuka menerima kunjungan kami.

Tahapan yang kedua ialah mengidentifikasi masalah, tahap ini dilakukan untuk mengetahui apa saja yang masih menjadi kekurangan ataupun hambatan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di Desa Bojong Tengah ini untuk kemudian dicari solusinya secara bersama-sama. Pada tahapan ini pun para pelaku UMKM secara terbuka menceritakan permasalahan yang kiranya pernah mereka hadapi selama menjalani usahanya.

Selanjutnya ialah tahap perencanaan tindak lanjut, tahap ini merupakan tahap yang dilakukan dengan cara berdiskusi terkait rencana seperti apa yang akan dilakukan agar permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM tersebut, khususnya yang berada di wilayah RT 4 dan RT 5. Selain mencari solusi dari permasalahan, pada tahapan ini juga dilakukan diskusi agar UMKM dapat semakin berkembang ke arah yang lebih baik.

Berdasarkan hasil diskusi tersebut, didapat hasil bahwa salah satu solusi yang dapat dilakukan ialah dengan menginfokan ataupun mengenalkan terkait keberadaan UMKM yang belum terdaftar ini kepada patriot desa, mengurus perizinan halal dari MUI serta P-IRT. Tidak hanya itu, agar para UMKM tersebut dapat semakin dikenal secara luas maka hal yang akan dilakukan kedepannya ialah dengan melakukan kegiatan *branding* dengan cara membuat label pada kemasan produk. Sebab, label menjadi salah satu faktor yang penting dalam pemasaran sebuah produk.

Setelah dilakukan tahap penyusunan rencana tindak lanjut tersebut, selanjutnya dilakukan tahap pelaksanaan kegiatan dari rencana yang sudah disusun sebelumnya. Yang pertama ialah dengan menghubungkan pelaku UMKM yang belum terdaftar tersebut kepada patriot desa, kemudian mendaftarkan perizinan halal sekaligus P-IRT nya. Selain itu pada tahap pelaksanaan kegiatan ini pula dilakukan kegiatan penyuluhan mengenai pentingnya *branding* dan perizinan halal kepada beberapa pelaku UMKM. Penyuluhan ini dilakukan agar para pelaku UMKM teredukasi terkait pentingnya perizinan halal dan *branding* tersebut.

Kegiatan penyuluhan dilakukan secara *door to door* agar setiap pelaku UMKM yang dituju dapat mendapatkan pemahaman yang maksimal. Pada tahapan ini juga dilakukan proses pembuatan contoh desain label yang nantinya dapat dijadikan sebagai label kemasan produk. Kegiatan ini dilakukan untuk mendukung usaha *branding* yang dilakukan.

Selain terkait dengan label, upaya untuk membangun *branding* pun dilakukan dengan mendaftarkan informasi mengenai UMKM di google maps. Kegiatan ini dilakukan agar UMKM yang ada di Desa Bojong Tengah ini dapat diketahui secara lebih luas. Tahap akhir yang dilakukan ialah dengan melakukan monitoring dan evaluasi. Pada tahap perencanaan tindak lanjut, UMKM yang belum terdaftar ini secara jangka panjang akan didampingi oleh patriot desa. Oleh karena itu, di akhir pertemuan kami telah membicarakan terkait monitoring dan evaluasi secara jarak jauh dengan patriot desa yang akan mendampingi para UMKM tersebut.

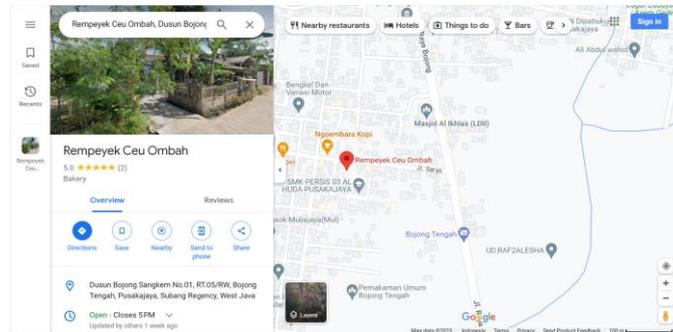


Gambar 1. Tampilan kemasan sebelum dilakukan *branding* dan ada perizinan halal



Gambar 2. Penyuluhan *door to door* mengenai pentingnya *branding* dan perizinan halal kepada pelaku UMKM



Gambar 3. Bentuk kemasan setelah dilakukan *branding***Gambar 4. Informasi terkait UMKM yang sudah didaftarkan pada google maps**

Sejalan dengan tujuan dilakukannya penelitian ini, yaitu untuk memajukan UMKM yang ada di Desa Bojong Tengah, penulis memperoleh beberapa hasil sebagai berikut:

1) Para pelaku UMKM menyadari pentingnya kegiatan *branding*.

Setelah dilakukan penyuluhan secara *door to door*, para pelaku UMKM telah mengetahui bahwa aktivitas *branding* seperti halnya dengan memberikan nama ataupun merek terhadap produk, memiliki desain ataupun bentuk kemasan khas yang konsisten merupakan hal yang penting agar produk yang dijual dapat semakin dikenal di pasaran.

Merek pada UMKM memiliki peran sebagai *branding* produknya. Desain dan penggunaan merek menjadi salah satu identitas dalam memperkenalkan produk UMKM ke pasaran. (Sitorus, et al., 2022)

2) Para pelaku UMKM menyadari pentingnya memiliki izin halal dan P-IRT

Pada dasarnya, sebagian besar pelaku UMKM telah menerapkan produksi secara baik, baik itu secara proses maupun pemilihan bahan. Namun sebagian besar dari mereka pula, belum mengetahui seberapa penting dan apa kaitannya antara adanya perizinan tersebut dengan pemasaran serta bagaimana cara mengurus perizinan tersebut.

Setelah dilakukan penyuluhan secara *door to door*, para pelaku UMKM telah mengetahui bahwa adanya perizinan halal serta P-IRT dapat mempermudah mereka dalam berkembang menjadi usaha yang lebih maju lagi.

3) Para pelaku UMKM mulai menggunakan merek dan label pada kemasan

Selain menyadari mengenai pentingnya kegiatan *branding* dan adanya perizinan halal tersebut, sebagian pelaku UMKM pun mulai mencoba untuk menerapkan hal-hal yang dibahas ketika pelaksanaan penyuluhan. Diantaranya ialah mulai memberikan nama merek produk serta mulai membuat produk yang memiliki label pada kemasannya.

Pencetakan merek dapat dibuat dalam bentuk stiker atau label kemasan. Merek menjadi sebuah identitas yang memuat profil produk, sedangkan desain dibuat menarik agar mampu menarik minat konsumen (Sukanteri, 2021)

Walaupun memang belum bisa menerapkan hal tersebut secara merata karena faktor adanya cost lebih untuk kemasan dan label tersebut, sehingga mereka baru akan menggunakan label pada kemasan yang akan dijual jauh, namun setidaknya para pelaku UMKM tersebut sudah mulai menerapkan apa yang telah mereka ketahui dan pelajari dari penyuluhan yang dilakukan sebelumnya.

4) Tercantumnya informasi terkait UMKM di google maps

Selain dengan upaya memberikan merek dan memperbaharui kemasan produk, upaya *branding* yang telah dilakukan ialah dengan mengunggah informasi terkait dengan UMKM di google maps. Sehingga di kemudian hari, jika ada calon konsumen yang ingin membeli dapat mencari informasi mengenai lokasi ataupun nomor yang bisa dihubungi dari UMKM tersebut, dapat melihatnya langsung melalui google maps.

E. PENUTUP

Setelah melaksanakan Kegiatan KKN yang dilaksanakan selama kurang lebih selama 40 hari, setelah dilaksanakan berbagai tahapan siklus sehingga telah diketahui berbagai permasalahan sekaligus solusinya, yang mana salah satunya ialah terkait dengan UMKM ini, kami selaku peneliti sekaligus penulis berharap bahwa kegiatan *branding* dan adanya perizinan berupa sertifikat halal serta P-IRT ini mampu menjadi salah satu solusi yang dapat memajukan UMKM di Desa Bojong Tengah. Diharapkan kepada seluruh masyarakat Desa Bojong Tengah, khususnya kepada para perangkat Desa dan para pelaku UMKM agar mampu bersinergi demi memajukan UMKM yang ada di Desa Bojong Tengah. Diharapkan agar para pelaku

ataupun calon pelaku UMKM senantiasa proaktif dan giat untuk selalu belajar dan mengeksplor bagaimana untuk terus memajukan usahanya dengan cara aktif dalam mengikuti berbagai kegiatan seperti pelatihan, aktif berbaur dengan pelaku UMKM lainnya, dan lainnya.

F. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

- Kepala LP2M Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- Bapak Alvin Yanuar Rahman, S.Pd., M.Or. Selaku Dosen Pembimbing Lapangan
- Bapak H. Rosidin Sebagai Kepala Desa Bojong Tengah
- Bapak Mahya Mulyana sebagai Sekretaris Desa Bojong tengah
- Bapak Sutardi Sebagai Ketua RT 04
- Bapak Rudi sebagai Patriot Desa Bojong Tengah
- Ibu Siti Romlah atau Ceu Ombah Sebagai Pemilik UMKM Rempeyek
- Kelompok 309 KKN SISDAMAS Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Bambang D. Prasetyo, Nufian S. Febriani. 2020. *strategi Branding Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB Press. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=whoIEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=pengertian+branding&ots=nyvyVzYJhB&sig=1mT5IDSc-c-oiry-X6YwiYiHFdDk&redir_esc=y#v=onepage&q=pengertian%20branding&f=false.
- Mega Novita Syafitri, Rania Salsabila, Fitri Nur Latifah. 2022. "Urgensi Sertifikasi Halal Food dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam." *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam* 10 (Januari). <https://jurnal.stai-alazharmenganti.ac.id/index.php/AlIqtishod/article/view/305/175>.
- Ni Made Dwi Sanjiwani I Gst. A. KGd. Suasana. 2019. "Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian." *Manajemen* 8. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2023.v12.i08>.
- Sitorus, Sunday A. 2022. *Brand Marketing: The Art of Branding*. Bandung, Jawa Barat: Media Sains Indonesia.
- Sukanteri, Ni P., n.d. "Pemberdayaan KWT Ayu Tangkas pada Program Pengembangan Desa Mitra Mandiri Pangan." *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 48-55.
- Sulistiono, Mumuh Mulyana. 2020. "Pelatihan Pengembangan Merek dan Kemasan Bagi UMKM Kota Bogor." *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan* 1 (Desember). 10.374/jadkes.v1i2.512.