



Penyuluhan UMKM pada Manajemen Pemasaran, Manajemen Keuangan, dan Industri Halal di dusunNagrak

Hani Nur Fauziyah¹, Ikhfa Fauzurrahman Z², Vickey Dinara³ Jumadi⁴

¹Universitas Islam Negeri Sunan GunungDjati. e-mail: ekonomisyariahhani@gmail.com

²Universitas Islam Negeri Sunan GunungDjati. e-mail: ifauzurrahman@gmail.com

³Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. email: vickeydin@gmail.com

⁴Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: jumadi@uinsgd.ac.id

Abstrak

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di daerah pedesaan memainkan peran penting dalam mendukung ekonomi lokal dengan menyediakan lapangan pekerjaan, mendorong inovasi, dan mempromosikan diversifikasi ekonomi. Para pelaku usaha ini sering kali berakar di masyarakat, menanggapi kebutuhan dan preferensi unik konsumen lokal sambil memanfaatkan sumber daya dan bakat lokal. Namun, tantangan yang dihadapi UMKM di desa sering kali lebih kompleks dibandingkan UMKM di perkotaan. Sehingga pembelajaran mengenai manajemen pemasaran, manajemen keuangan, dan industri halal sangatlah penting bagi UMKM di desa agar mampu berkembang dan berdaya saing. Pada program kerja kali ini terdapat beberapa metode yang kami lakukan dalam pelaksanaannya, antara lain : Observasi, identifikasi kebutuhan, serta penyuluhan mengenai UMKM. Untuk mengatasi hal tersebut, kami membuat program penyuluhan "Manajemen Pemasaran, Manajemen Keuangan, dan Industri Halal" yang bertempat di Balai Musyawarah Kampung Nagrak. Kegiatan penyuluhan ini dilaksanakan pada minggu ketiga yaitu tepatnya hari Jum'at, 23 Agustus 2024. Dengan masa observasi yang sudah dilakukan beberapa hari sebelumnya, yaitu pada 19-22 Agustus 2024. Implementasi kegiatan tersebut akan memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal, menciptakan lebih banyak peluang kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat di desa.

Kata Kunci: UMKM, Nagrak, Pengabdian masyarakat, KKN

Abstract

Micro, small and medium enterprises (MSMEs) in rural areas play an important role in supporting local economies by providing jobs, encouraging innovation and promoting economic diversification. These businesses are often rooted in communities, responding to the unique needs and preferences of local consumers while leveraging local resources and talent. However, the challenges faced by MSMEs in villages are often more complex than MSMEs in urban areas. So learning about marketing management, financial management and the halal industry is very important for MSMEs in villages to be able to develop and be competitive. In this work program, there are several methods that we use in its implementation, including: Observation, identification of needs, and counseling regarding MSMEs. To overcome this, you created an outreach program "Marketing Management, Financial Management and Halal Industry" which took place at the Nagrak Village Deliberation Hall. This extension activity was carried out in the third week, namely Friday, 23 August 2024. With an observation period that had been carried out several days earlier, namely on 19-22 August 2024. The implementation of this activity will have a significant impact on local economic growth, creating more job opportunities, as well as improving the welfare of people in the village.

Keywords: MSMEs, Nagrak, community service, KKN

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama menjadi tulang punggung perekonomian, khususnya di wilayah pedesaan. UMKM di desa memiliki peran yang krusial dalam menggerakkan ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, tantangan yang dihadapi UMKM di pedesaan sering kali lebih berat dibandingkan dengan usaha yang berlokasi di perkotaan. Akses yang terbatas terhadap pasar yang lebih luas, keterbatasan modal, dan minimnya pengetahuan tentang manajemen bisnis modern menjadi beberapa kendala utama.

Manajemen pemasaran merupakan kunci dalam menghubungkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh UMKM dengan konsumen yang menjadi target pasarnya. Dalam konteks UMKM di daerah pedesaan, pemasaran sering kali dilakukan secara sederhana, biasanya melalui promosi mulut ke mulut atau dengan cara-cara tradisional lainnya. Meskipun metode ini efektif untuk jangkauan lokal, tantangan terbesar yang dihadapi UMKM di desa adalah bagaimana memperluas pasar mereka dan menjangkau lebih banyak konsumen, baik di dalam maupun luar daerah.

Manajemen pemasaran yang baik memungkinkan UMKM di desa untuk membangun strategi yang lebih terarah. Pelaku usaha perlu memahami siapa target pasar mereka, apa yang menjadi kebutuhan dan preferensi konsumen, serta bagaimana cara terbaik untuk berkomunikasi dengan mereka. Misalnya, menggunakan saluran pemasaran digital seperti media sosial atau aplikasi pesan singkat dapat memperluas jangkauan promosi. Di era digital ini, pemasaran tidak lagi terbatas pada toko fisik atau pasar tradisional. Penggunaan alat-alat pemasaran modern seperti katalog online, platform e-commerce, dan promosi di media sosial bisa membantu UMKM di desa bersaing di pasar yang lebih luas, meskipun mereka berada di lokasi yang jauh dari pusat perkotaan.

Selain membantu memperluas jangkauan pasar, manajemen pemasaran juga memungkinkan UMKM untuk menciptakan nilai tambah bagi produk mereka. Banyak UMKM di pedesaan yang mengandalkan produk-produk khas lokal seperti kerajinan tangan, produk pertanian, atau olahan makanan. Dengan strategi pemasaran yang tepat, produk-produk ini dapat dikemas dan dipromosikan sebagai produk bernilai tinggi yang menarik bagi konsumen di luar daerah, bahkan di luar negeri. Branding, diferensiasi produk, dan pengembangan citra usaha menjadi elemen penting dalam membuat produk UMKM lebih kompetitif di pasar yang semakin kompetitif.

Namun, pemasaran yang efektif saja tidak cukup untuk memastikan keberhasilan UMKM di pedesaan. Pencatatan keuangan yang baik juga merupakan aspek fundamental yang harus diperhatikan. Banyak UMKM di desa yang tidak memiliki sistem pencatatan keuangan yang teratur, sehingga mereka sering kali tidak memiliki gambaran yang jelas mengenai kondisi keuangan usaha mereka. Hal ini bisa berakibat fatal, karena tanpa pencatatan yang baik, pelaku usaha tidak dapat memantau arus kas, mengelola pengeluaran dengan efisien, atau membuat keputusan strategis terkait pengembangan usaha.

Pencatatan keuangan yang baik memungkinkan UMKM untuk memonitor setiap transaksi yang terjadi, baik itu pemasukan maupun pengeluaran. Dengan begitu, pelaku usaha dapat mengetahui secara pasti berapa pendapatan yang dihasilkan dari penjualan, berapa biaya yang dikeluarkan untuk bahan baku, upah, atau operasional lainnya, dan berapa keuntungan bersih yang diperoleh. Informasi ini sangat penting dalam perencanaan keuangan, karena membantu UMKM membuat anggaran yang realistis dan mencegah pengeluaran yang tidak perlu. Di desa, di mana akses ke modal sering kali terbatas, pencatatan keuangan yang rapi juga membantu pelaku usaha dalam mengoptimalkan sumber daya yang mereka miliki.

Selain itu, pencatatan keuangan yang baik juga menjadi syarat penting jika UMKM ingin mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan seperti bank atau koperasi. Lembaga keuangan biasanya membutuhkan laporan keuangan yang jelas sebelum memberikan pinjaman atau modal tambahan kepada UMKM. Tanpa adanya bukti bahwa usaha tersebut memiliki keuangan yang sehat dan terkelola dengan baik, UMKM mungkin akan kesulitan mendapatkan dukungan finansial yang diperlukan untuk memperbesar usaha mereka. Oleh karena itu, pelaku usaha di pedesaan perlu menyadari pentingnya menyimpan catatan keuangan yang lengkap dan akurat, meskipun usaha mereka masih kecil atau sederhana.

Pencatatan keuangan yang teratur juga membantu UMKM dalam hal perencanaan pajak. Dalam beberapa tahun terakhir, semakin banyak UMKM yang mulai dikenai kewajiban pajak oleh pemerintah. Tanpa pencatatan yang baik, pelaku usaha mungkin akan mengalami kesulitan dalam menghitung kewajiban pajak mereka dan berisiko terkena sanksi atau denda akibat pelaporan yang tidak tepat. Dengan sistem pencatatan yang baik, UMKM dapat mengelola kewajiban pajak mereka dengan lebih mudah dan memastikan bahwa mereka memenuhi semua persyaratan hukum yang berlaku.

Manajemen pemasaran dan pencatatan keuangan adalah dua hal yang saling melengkapi. Pemasaran yang baik akan membantu UMKM meningkatkan penjualan dan pendapatan, tetapi pencatatan keuangan yang baik diperlukan untuk memastikan bahwa pendapatan tersebut dikelola dengan bijaksana dan berkontribusi pada pertumbuhan usaha. Di daerah pedesaan, di mana banyak UMKM masih beroperasi dengan cara-cara tradisional, mengadopsi strategi pemasaran yang lebih modern dan memperbaiki pencatatan keuangan adalah langkah penting menuju kemajuan.

Dengan adanya pelatihan dan edukasi yang tepat mengenai manajemen pemasaran dan keuangan, UMKM di pedesaan dapat mengatasi berbagai tantangan yang mereka hadapi dan memanfaatkan peluang yang ada untuk berkembang lebih jauh. Pemasaran yang efektif akan membantu mereka memperluas pasar dan menciptakan nilai tambah bagi produk mereka, sementara pencatatan keuangan yang baik akan memastikan bahwa usaha mereka tetap sehat secara finansial dan mampu bertahan dalam jangka panjang. Dengan demikian, keberhasilan UMKM di pedesaan tidak hanya akan memberikan dampak positif bagi pelaku usaha itu sendiri, tetapi juga bagi perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

B. METODE PENGABDIAN

Pada program kerja kali ini terdapat beberapa metode yang kami lakukan dalam pelaksanaannya, antara lain :

1. Observasi : dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai bagaimana masyarakat berinteraksi, bagaimana pola hidup mereka, dan apa saja permasalahan yang mereka hadapi. Melalui observasi yang baik, pengabdian dapat mengenali karakteristik masyarakat, budaya setempat, serta potensi dan tantangan yang ada. Observasi yang kami lakukan adalah berinteraksi langsung dengan masyarakat, mengunjungi lokasi, serta mengamati aktivitas sehari-hari yang dilakukan oleh warga.
2. Identifikasi kebutuhan : mengidentifikasi apa yang menjadi kebutuhan utama masyarakat. Pada tahap ini kami menganalisis data yang diperoleh dari observasi untuk mengetahui permasalahan dan tantangan yang dihadapi oleh masyarakat secara lebih spesifik.
3. Penyuluhan : bentuk edukasi yang diberikan kepada masyarakat sebagai bagian dari solusi atas kebutuhan yang telah diidentifikasi. Dalam praktiknya

kami memberikan informasi yang relevan dengan masalah yang dihadapi oleh masyarakat.

C. PELAKSANAAN KEGIATAN

Setelah berdiskusi dengan kelompok, kami memutuskan untuk membuat program penyuluhan “Manajemen Pemasaran, Manajemen Keuangan, dan Industri Halal” yang bertempat di Balai Musyawarah Kampung Nagrak. Kegiatan penyuluhan ini dilaksanakan pada minggu ketiga yaitu tepatnya hari Jum’at, 23 Agustus 2024. Dengan masa observasi yang sudah dilakukan beberapa hari sebelumnya, yaitu pada 19-22 Agustus 2024. Pada kegiatan ini kami mendapatkan dan antusias yang baik dari masyarakat khususnya para pelaku UMKM di dusun Nagrak.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen pemasaran dan pencatatan keuangan adalah dua pilar penting yang mendukung keberlanjutan dan kesuksesan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di daerah pedesaan. Kedua aspek ini sering kali diabaikan oleh pelaku usaha kecil di desa, yang mungkin lebih fokus pada produksi dan penjualan harian. Namun, untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang, UMKM memerlukan pendekatan yang lebih strategis dalam mengelola pemasaran dan keuangan mereka. Maka dari itu, tujuan dari salah satu program kerja yang diberikan dari KKN Sisdamas Kelompok 415 di Desa nagrak ialah dalam hal menyadarkan dan memberi pemahaman secara lebih jelas terhadap masyarakat disana khususnya ialah pada pelaku usaha melalui penyuluhan ini agar para pelaku usaha menyadari pentingnya Manajemen pemasaran dan pencatatan keuangan dalam perkembangan usaha yang mereka lakukan.



Gambar 1. Pembukaan penyuluhan UMKM “Manajemen Pemasaran, Manajemen Keuangan, dan Industri Halal”

Di era digital ini, teknologi menawarkan solusi bagi UMKM di pedesaan untuk meningkatkan kinerja mereka, terutama melalui pemanfaatan aplikasi digital untuk pemasaran, seperti WhatsApp Business (WA Bisnis), serta pentingnya pencatatan keuangan yang baik, khususnya dalam memisahkan keuangan pribadi dan bisnis.

Dalam dunia bisnis modern, pemasaran adalah salah satu elemen kunci yang menentukan keberhasilan sebuah usaha. Di pedesaan, di mana interaksi antara produsen dan konsumen sering kali terbatas pada lingkup lokal, penting bagi UMKM untuk menemukan cara yang efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Di sinilah peran aplikasi digital, seperti WA Bisnis, menjadi sangat relevan. WhatsApp Business adalah aplikasi yang dirancang khusus untuk memfasilitasi komunikasi antara pelaku usaha dan pelanggan mereka. Aplikasi ini memungkinkan UMKM di pedesaan untuk menjalin komunikasi yang lebih mudah, cepat, dan terstruktur dengan konsumen, baik yang berada di sekitar wilayah mereka maupun yang berada di luar desa.

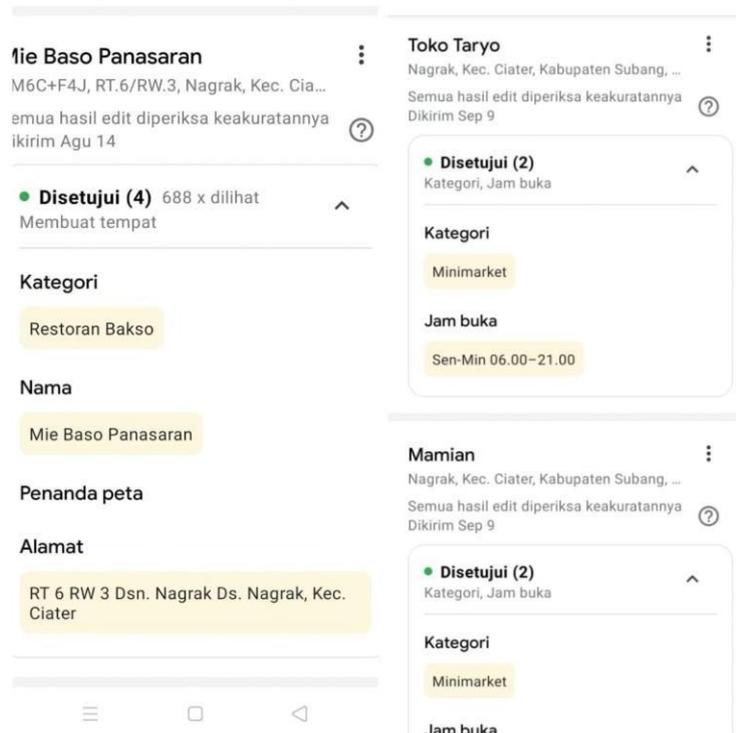
Pemanfaatan WA Bisnis memberikan banyak keuntungan bagi UMKM. Pertama, aplikasi ini memungkinkan pelaku usaha untuk mengelola pesan secara lebih profesional. Fitur-fitur seperti balasan otomatis, katalog produk, serta label untuk mengelompokkan pelanggan memungkinkan UMKM untuk menjalankan operasional pemasaran dengan lebih efisien. Pelaku usaha dapat menampilkan produk mereka dalam bentuk katalog digital, sehingga konsumen dapat melihat dan memilih produk yang diinginkan tanpa perlu datang langsung ke tempat usaha. Ini menjadi solusi yang sangat membantu, terutama bagi UMKM di desa yang memiliki akses terbatas ke pasar fisik yang besar. Selain itu, fitur broadcast di WA Bisnis memungkinkan pelaku UMKM untuk mengirimkan promosi atau informasi terbaru kepada banyak pelanggan sekaligus, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya jangkauan pemasaran mereka.

Lebih dari sekadar alat komunikasi, WA Bisnis juga membantu UMKM dalam membangun citra profesional. Pelanggan yang merasa terlayani dengan baik dan mendapatkan informasi yang jelas mengenai produk dan layanan cenderung akan lebih loyal dan memberikan rekomendasi kepada orang lain. Dalam konteks desa, di mana komunikasi dari mulut ke mulut masih menjadi salah satu cara utama dalam memasarkan produk, kepuasan pelanggan yang tinggi menjadi kunci untuk membangun reputasi usaha yang baik. Dengan demikian, aplikasi seperti WA Bisnis tidak hanya memfasilitasi penjualan, tetapi juga membantu UMKM dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.



Gambar 2. Pemaparan materi oleh pemateri pertama terkait dengan Manajemen Pemasaran

Sebagai Langkah lanjut dari manajemen pemasaran kami juga melakukan pendataan informasi UMKM untuk kami masukan ke google maps. Salah satu manfaat utama masuknya usaha ke Google Maps adalah peningkatan visibilitas usaha. Ketika calon pelanggan mencari produk atau layanan tertentu di wilayah mereka, Google Maps akan menampilkan tempat usaha yang relevan dalam radius tertentu, bahkan jika pelanggan tersebut tidak mengetahui nama usaha secara spesifik. Hal ini memberikan peluang besar bagi usaha kecil di daerah untuk ditemukan oleh pelanggan baru, termasuk oleh mereka yang berada di luar komunitas lokal.



Gambar 3. Bukti disetujuinya informasi UMKM oleh google maps.

Selain itu, Google Maps juga memungkinkan usaha untuk menampilkan informasi penting, seperti jam operasional, alamat lengkap, nomor telepon, dan situs web, semuanya dalam satu platform. Informasi ini memudahkan calon pelanggan untuk mengetahui detail bisnis tanpa harus melakukan pencarian lebih lanjut. Fitur ini juga memungkinkan pelanggan untuk menghubungi tempat usaha langsung atau mendapatkan petunjuk arah secara instan. Bagi UMKM yang mungkin belum memiliki situs web atau platform digital yang kuat, kehadiran di Google Maps menjadi solusi yang mudah dan efisien untuk memberikan informasi kepada publik.

Google Maps juga menawarkan manfaat dalam hal ulasan dan reputasi bisnis. Pelanggan yang telah mengunjungi tempat usaha dapat memberikan ulasan dan peringkat, yang kemudian dapat dilihat oleh calon pelanggan lain. Ulasan yang positif akan membantu meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong lebih banyak orang untuk mengunjungi tempat usaha tersebut. Selain itu, ulasan juga menjadi alat yang berharga bagi pelaku usaha untuk menerima umpan balik dan memperbaiki layanan jika diperlukan.



Gambar 4. Pendataan informasi UMKM untuk dimasukkan ke google maps sebagaibentuk pemasaran digital.

Namun, selain strategi pemasaran, salah satu aspek penting lain yang sering kali diabaikan oleh UMKM di pedesaan adalah pencatatan keuangan yang baik. Salah satu masalah umum yang dihadapi oleh banyak pelaku UMKM, terutama di pedesaan, adalah pencampuran keuangan pribadi dan bisnis. Pencampuran ini dapat menyebabkan berbagai masalah, mulai dari kesulitan dalam memantau arus kas hingga kebingungan dalam menghitung keuntungan atau kerugian usaha. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM untuk memahami dan menerapkan pemisahan keuangan pribadi dan bisnis secara ketat.

Pencatatan keuangan yang baik dan pemisahan keuangan pribadi dan bisnis memberikan berbagai keuntungan. Pertama, pemisahan ini memungkinkan pelaku usaha untuk memantau secara akurat kondisi keuangan usaha mereka. Dengan mencatat setiap transaksi bisnis secara terpisah dari transaksi pribadi, pelaku UMKM dapat mengetahui secara pasti berapa pendapatan yang diperoleh dari usaha mereka dan berapa biaya yang dikeluarkan untuk operasional. Hal ini sangat penting dalam menentukan keberlanjutan usaha, karena dengan pemahaman yang jelas tentang arus kas, pelaku usaha dapat membuat keputusan yang lebih tepat dalam hal pengelolaan keuangan, pengembangan usaha, atau investasi.

Selain itu, pencatatan keuangan yang baik juga mempermudah UMKM dalam mengakses sumber pembiayaan eksternal, seperti pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya. Ketika pelaku UMKM memiliki pencatatan keuangan yang rapi dan teratur, mereka akan lebih mudah memenuhi persyaratan administrasi yang sering kali menjadi syarat untuk mengajukan pinjaman. Dengan adanya akses ke modal tambahan, UMKM dapat memperluas usaha mereka, meningkatkan kapasitas

produksi, atau melakukan inovasi produk untuk memenuhi permintaan pasar yang lebih luas. Sebaliknya, tanpa pencatatan keuangan yang baik, banyak UMKM yang kesulitan mendapatkan dukungan finansial karena tidak mampu menunjukkan laporan keuangan yang transparan dan dapat dipercaya.

Pencatatan keuangan yang baik juga membantu UMKM dalam menghadapi risiko keuangan. Dalam dunia bisnis, risiko kerugian selalu ada, dan tanpa pencatatan keuangan yang baik, pelaku usaha sering kali tidak menyadari kerugian tersebut hingga terlambat. Dengan mencatat setiap pemasukan dan pengeluaran secara teratur, pelaku UMKM dapat mendeteksi masalah keuangan sejak dini dan mengambil langkah-langkah untuk mengatasinya. Misalnya, jika terlihat bahwa biaya operasional mulai meningkat tanpa diimbangi dengan peningkatan pendapatan, pelaku usaha dapat segera mencari solusi untuk menekan biaya atau meningkatkan penjualan.

Dalam konteks desa, di mana akses terhadap pendidikan keuangan dan teknologi sering kali terbatas, penting bagi pelaku UMKM untuk mendapatkan pelatihan dan pendampingan dalam hal manajemen keuangan dan pemasaran digital. Dukungan dari pemerintah, lembaga non-pemerintah, dan komunitas lokal sangat diperlukan untuk memberikan pelatihan yang relevan bagi UMKM di pedesaan, agar mereka mampu memanfaatkan teknologi dan menerapkan prinsip-prinsip manajemen keuangan yang baik. Dengan adanya pengetahuan yang memadai, UMKM di pedesaan dapat memanfaatkan aplikasi digital seperti WA Bisnis untuk memasarkan produk mereka secara lebih efektif dan melakukan pencatatan keuangan yang baik untuk memastikan keberlanjutan usaha mereka.



Gambar 5. Pemaparan materi oleh pemateri kedua terkait dengan Pencatatan Keuangan

Selain pemaparan manajemen pemasaran dan pencatatan keuangan, kami juga berkolaborasi dengan teman kami yang mengambil KKN Tematik – Sertifikasi halal untuk mengisi materi industri halal.

Sertifikasi halal memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di berbagai sektor, terutama dalam industri makanan, minuman, dan produk konsumsi lainnya. Sertifikasi ini tidak hanya menjadi alat untuk memastikan kepatuhan terhadap standar syariah bagi produk yang dikonsumsi oleh umat Muslim, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing UMKM. Di tengah masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya produk halal, sertifikasi halal menawarkan banyak manfaat yang signifikan, baik dari sisi kepercayaan konsumen, regulasi, maupun peluang bisnis.

Salah satu aspek utama dari pentingnya sertifikasi halal bagi UMKM adalah peningkatan kepercayaan konsumen. Di negara dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Indonesia, kebutuhan akan produk yang memenuhi standar halal sangat tinggi. Konsumen Muslim cenderung lebih memilih produk yang memiliki jaminan halal karena sesuai dengan keyakinan agama mereka. Sertifikasi halal memastikan bahwa

produk yang ditawarkan oleh UMKM telah melalui proses produksi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, termasuk bahan baku, cara pengolahan, hingga distribusinya. Dengan adanya sertifikasi ini, UMKM dapat membangun reputasi yang lebih baik di mata konsumen, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memperkuat citra positif usaha mereka.

Selain itu, sertifikasi halal juga penting untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan meningkatnya permintaan global akan produk halal, pasar halal kini bukan hanya terbatas di negara-negara mayoritas Muslim, tetapi juga di negara-negara dengan populasi Muslim yang signifikan seperti Eropa, Amerika Serikat, dan Australia. Sertifikasi halal menjadi kunci bagi UMKM untuk bisa bersaing di pasar internasional ini. Banyak negara dan konsumen global yang kini mensyaratkan produk yang mereka beli memiliki sertifikasi halal sebagai bagian dari standar kualitas dan etika konsumsi. Dengan memperoleh sertifikasi halal, UMKM memiliki peluang besar untuk menembus pasar global dan mengakses jaringan distribusi yang lebih luas, baik melalui ekspor langsung maupun melalui platform e-commerce internasional.

Selain memperluas pasar, sertifikasi halal juga dapat membantu UMKM dalam memenuhi persyaratan regulasi yang semakin ketat di berbagai negara. Beberapa negara memiliki regulasi khusus yang mewajibkan produk-produk tertentu, terutama produk makanan dan minuman, memiliki sertifikasi halal sebelum bisa dipasarkan. Dengan memenuhi persyaratan ini, UMKM tidak hanya akan mematuhi peraturan lokal dan internasional, tetapi juga menghindari risiko sanksi hukum atau pembatasan akses ke pasar yang lebih luas. Sertifikasi halal juga memberikan keuntungan kompetitif bagi UMKM dalam berpartisipasi dalam tender-tender besar atau kerjasama dengan mitra bisnis yang mensyaratkan produk halal.

Lebih jauh lagi, sertifikasi halal juga berkaitan dengan peningkatan standar kualitas produksi. Dalam proses sertifikasi, UMKM harus melalui berbagai tahapan pemeriksaan dan audit yang memastikan bahwa produk mereka tidak hanya halal, tetapi juga aman dan higienis untuk dikonsumsi. Hal ini berarti bahwa sertifikasi halal secara tidak langsung mendorong UMKM untuk meningkatkan kualitas produk dan proses produksi mereka. Dengan mengikuti standar yang lebih tinggi, UMKM dapat meningkatkan efisiensi, mengurangi risiko kesalahan produksi, dan pada akhirnya menghasilkan produk yang lebih baik dan lebih kompetitif di pasar.

Sertifikasi halal juga dapat menjadi instrumen penting dalam menjaga keberlanjutan bisnis UMKM. Dalam jangka panjang, UMKM yang telah memperoleh sertifikasi halal memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang di industri yang mereka geluti. Sebagai contoh, di sektor makanan dan minuman, perubahan tren konsumen menuju produk-produk yang lebih aman, sehat, dan halal akan terus berkembang. Sertifikasi halal membantu UMKM menyesuaikan diri dengan tren ini, serta memastikan bahwa mereka selalu relevan di pasar yang semakin kompetitif.

Namun, tantangan yang sering dihadapi oleh UMKM dalam mendapatkan sertifikasi halal adalah biaya dan prosedur yang dianggap rumit. Bagi beberapa pelaku UMKM, terutama yang masih dalam tahap awal, biaya untuk mendapatkan sertifikasi halal bisa menjadi beban tersendiri. Selain itu, proses sertifikasi yang melibatkan audit,

verifikasi, dan pemenuhan berbagai standar mungkin memerlukan waktu dan upaya yang tidak sedikit. Tetapi KKN Tematik sertifikasi halal membawa solusi untuk permasalahan ini dengan program SEHATI (Sertifikasi Halal Gratis) yang mana para pelaku UMKM tidak usah membayar sepeserpun untuk mendapatkan sertifikat halal, dan untuk prosesnya dibantu dari awal sampai akhir hingga sertifikat Halal yang dibutuhkan terbit.



Gambar 6. Pemaparan materi oleh pemateri ketiga terkait dengan Industri Halal Di

sisi lain, kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya sertifikasi halal juga perlu ditingkatkan. Banyak pelaku usaha yang belum sepenuhnya memahami bahwa sertifikasi halal bukan sekadar label, melainkan aset berharga yang bisa membantu mereka memenangkan kepercayaan konsumen dan memperluas pasar. Sosialisasi yang lebih intensif dari pihak pemerintah, lembaga sertifikasi, dan asosiasi UMKM sangat diperlukan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai manfaat strategis dari sertifikasi halal. Dengan pemahaman yang lebih baik, diharapkan semakin banyak UMKM yang terdorong untuk mengambil langkah menuju sertifikasi halal sebagai bagian dari strategi pengembangan bisnis mereka.



Gambar 7. Penyerahan Piagam penghargaan atas kolaborasi narasumber penyuluhan UMKM.

Pada akhirnya, sertifikasi halal bukan hanya soal kepatuhan terhadap aturan agama, tetapi juga soal membangun usaha yang berkelanjutan, kompetitif, dan dapat diandalkan. Bagi UMKM, sertifikasi halal membuka pintu menuju pasar yang lebih luas, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta mendorong peningkatan kualitas produk. Dengan terus berkembangnya industri halal di tingkat global, memiliki sertifikasi halal menjadi salah satu langkah krusial bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang dalam industri yang semakin dinamis.



Gambar 8. Sesi foto bersama para pemateri dan panitia dengan masyarakat pelaku UMKM didusun Nagrak.



Gambar 9. Foto bersama para pemateri dan panitia.

E. PENUTUP

Secara keseluruhan, manajemen pemasaran melalui pemanfaatan aplikasi digital, pentingnya pencatatan keuangan yang baik, khususnya pemisahan keuangan pribadi dan bisnis, dan industry halal melalui sertifikasi halal yang sangat penting bagi perkembangan bisnis merupakan aspek krusial yang tidak boleh diabaikan oleh UMKM di daerah pedesaan. Dengan mengintegrasikan teknologi digital dan manajemen keuangan yang baik, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka, memperluas jangkauan pasar, dan memastikan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Implementasi kedua aspek ini akan memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal, menciptakan lebih banyak peluang kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat di desa.

F. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji serta Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT., karena atas limpahan Rahmat-Nya sehingga Artikel ini dapat terselesaikan. Artikel yang berjudul "Penyuluhan UMKM pada Manajemen Pemasaran, Manajemen Keuangan, dan Industri Halal di dusun Nagrak" merupakan salah satu tugas untuk memenuhi syarat nilai Mata Kuliah "Kuliah Kerja Nyata (KKN)".

Terwujudnya artikel ini tidak lepas dari partisipasi dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan Terima Kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Jumadi, ST., MCs., selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL)
2. Kepada Orang tua kami yang kami cintai dan hormati yang tak henti-hentinya memberikan dukungan baik moral dan morilnya.
3. Kepada teman-teman sekelompok KKN Sisdamas 415 Desa Nagrak. Atas Kerjasama kalian artikel ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Asyeu Anugrah, sebagai pemateri dan kolaborasinya untuk penyuluhan ini.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Qadariyah, Lailatul, Sarkawi, Sarkawi. (2023).Paradoks Halal: Strategi UMKM Pangan Indonesia yang Tangguh. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry*.
- Achmad Daengs Gatot Soeherman, Roymon Panjaitan. (2022). Strategi Produk Religio-centric: Kemampuan Literasi Halal dan Manajemen Merek Terhadap Kinerja Bisnis. *Universitas Islam Indonesia*.
- Batubara, Chuzaimah, Harahap, Isnaini. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL: Respon Umat Islam dan Kepatuhan Syariah di Indonesia. *Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel*
- Sianturi, R. D. (2020). Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Business and EconomicsResearch*