

PENINGKATAN PENDAPATAN BISNIS RUMAHAN (UMKM) MELALUI LITERASI PRODUK BERSERTIFIKASI HALAL DAN HIGIENIS, PELATIHAN PENGEMASAN PRODUK DAN DIGITAL MARKETING DI DESA BUNUT SEBRANG KECAMATAN PULO BANDRING KABUPATEN ASAHAN

¹Hilmiatus Sahla, ²Zulfa Khairina Batubara, ³Dian Ayu Andriani

^{1,2}Universitas Asahan; Jln. Jend. Ahmad Yani, (0623) 42643/fax. 0623-43599

³Program Studi Ekonomi Pembangunan dan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Asahan
e-mail: hilmiasibarani3@gmail.com

ABSTRAK

Kemajuan teknologi pada sektor ekonomi salah satunya adanya keberadaan e-commers. Strategi pemasaran secara online tidak hanya memasarkan produk dengan memiliki toko online namun juga dapat memaksimalkan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. Teknologi sangat membantu sekali bagi pelaku bisnis rumahan (UMKM) jika pelaku usaha tersebut juga memperhatikan aspek lainnya seperti pentingnya pelaku usaha mengurus sertifikasi halal untuk produknya, keamanan dan higienis produk dengan memiliki nomer Irt dari dinas kesehatan atau BPOM, Kemasan yang kekinian yang dapat menarik perhatian konsumen. Masa pandemi covid-19 memberikan dampak penurunan penjualan produk bisnis rumahan karena adanya anjuran atas keharusan melakukan aktivitas dari rumah yang membuat aktivitas di luar berkurang sehingga dapat menurunkan daya beli masyarakat. Oleh karena itu sangat penting untuk memasarkan produk secara online agar konsumen dan pelanggan tidak hanya dari wilayah dimana produk itu diproduksi. Strategi pemasaran online dapat mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan keterampilannya dalam melakukan promosi dengan teknologi sehingga juga bersinergi terhadap hasil penjualan yang akan mengalami peningkatan.

Kata kunci : Pemasaran Online, Sertifikasi halal, Higenis, Kemasan Produk

ABSTRACT

Technological advances in the economic sector, one of which is the existence of e-commerce. The online marketing strategy is not only marketing products by having an online store but also maximizing the use of social media as a promotional medium. Technology is very helpful for home business actors (MSMEs) if these business actors also pay attention to other aspects such as the importance of business actors taking care of halal certification for their products, product safety and hygiene by having an Irt number from the health department or BPOM, contemporary packaging that can attract attention consumer. The COVID-19 pandemic has the impact of decreasing sales of home-based business products because of the recommendation to carry out activities from home which reduces outside activities so that it can reduce people's purchasing power. Therefore, it is very important to market products online so that consumers and customers are not only from the area where the product is produced. Online marketing strategies can encourage business actors to improve their skills in conducting promotions with technology so that they also synergize with sales results that will increase.

Keywords: *Digital Marketing, Halal Certification, Hygenic, Product Packaging*

1. PENDAHULUAN

Pentingnya sertifikasi halal pada produk tentunya menjadi pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan pembelian suatu produk. Anggapan penting label halal juga dikarenakan mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim. Al Farisi, 2020 menjelaskan bahwa bagi konsumen muslim label halal adalah bagian dari sistem kepercayaan, moralitas dan integral dalam aktivitas yang dilakukan setiap hari, adanya batasan bagi konsumen muslim untuk tidak mengkonsumsi produk yang berbahan baku haram karena merupakan kepatuhan pada nilai-nilai agama islam yang diyakininya.

Yuwana, 2021 menjelaskan Literasi sertifikasi halal pada produk masih rendah dipahami oleh sebagian besar masyarakat, Rendahnya kesadaran pelaku bisnis rumahan dalam mengurus dokumen sertifikasi halal berdampak pada hasil penjualan produk, padahal keputusan pembelian yang dilakukan konsumen muslim pada produk misalnya makanan dan minuman, kosmetik dan lain sebagainya yang berbahan baku halal dengan adanya label halal Majelis Ulama Indonesia akan meningkatkan nilai kepercayaan konsumen terhadap produk yang dibelinya.

Peningkatan pendapatan pelaku bisnis rumahan (UMKM) tentunya juga memperhatikan produk yang dijual harus higienis. Konsumen mengharapkan nilai guna dari suatu produk yang dikonsumsinya tidak memberikan dampak negatif bagi kesehatan mental dan fisiknya. Jika produk yang dijual higienis dan bersertifikasi halal selanjutnya yang menjadi strategi untuk meningkatkan penjualan produk melalui pembuatan kemasan yang menarik sebagai media promosi untuk memperluas wilayah pemasaran produk.

Sebagian besar penduduk Desa Bunut Sebrang bekerja sebagai pengrajin batu bata, penjual bibit buah dan bunga, buruh bangunan, buruh tani, petani, perkebunan karet dan sawit dan sebagian kecil di sektor formal seperti PNS, Honorer, Guru, Tenaga Medis, dan lain sebagainya. Berdasarkan analisis situasi para pelaku bisnis rumahan di desa Bunut Sebrang dalam menjual produknya masih melalui *mouth to mouth*, dan sebagian ada yang diletakkan di agen setempat.

Pada tahun 2020 ketika di berbagai negara di dunia mengalami pandemi, penyebaran virus Corona (Covid 19) membuat pemerintah Indonesia memberlakukan aturan protokol kesehatan dimasa pandemi yaitu aturan larangan untuk berkerumun dan selalu menjaga jarak sehingga daya beli konsumen menurun karena pemerintah menghimbau untuk aktivitas belajar, bekerja dan beribadah dari rumah. (Nunung, 2022) hal ini berpengaruh terhadap penjualan produk rumahan (UMKM). Fakta bahwa Usaha Mikro, kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor dari ekonomi yang memberikan kontribusi terhadap pendapatan nasional yang cukup besar, di tengah masa pandemi juga mengalami penurunan pendapatannya.

Desa Bunut Sebrang pada saat pandemi covid-19 hal yang menarik terjadi yaitu bagi penjual bibit buah dan bunga di masa pandemi bersamaan viral musim bunga, pendapatan pelaku bisnis rumahan menjual bunga justru meningkat diakibatkan oleh suatu keadaan musim bunga pada saat itu. Banyak konsumen diluar berdatangan ke desa tersebut yang membeli bunga di desa bunut sebrang karena merupakan salah satu desa yang cukup banyak menjual bunga dengan beragam jenis dan harga yg bervariasi. Akan tetapi karena sifatnya musiman saat ini terjadi penurunan penjualan bunga namun pelaku usaha tersebut masih konsisten dalam menjalankan usaha tersebut, masalah ini tentunya dapat diatasi jika strategi pemasaran dilakukan secara online juga, hal yang berbeda pada saat pandemi covid 19 terjadi bagi pelaku bisnis rumahan untuk produk makanan dan minuman tentunya karena aktivitas sering dilakukan di rumah, produk yang sudah diproduksi banyak yang tidak terjual sehingga pelaku usaha mengalami kerugian karena sistem pemasaran yang dilakukan tidak secara online.

Neti dalam Hilmiatus, 2021 menjelaskan bahwa pemasaran online selain dengan menjual produk melalui *marketplace online*. tentunya dengan pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran online adalah informasi tentang produk, proyeksi target pasar, interaksi transaksi jual beli.

2. METODE PELAKSANAAN

Pengabdian dilakukan dengan dua cara, yaitu materi Peningkatan Pendapatan Bisnis Rumahan (UMKM) Melalui Literasi Produk Bersertifikasi halal, Pelatihan Pengemasan Produk dan Digital Marketing akan disampaikan oleh pemateri dan selanjutnya terdapat sesi Tanya jawab, pertanyaan diajukan oleh para peserta akan dijawab secara langsung disaat kegiatan sedang dilaksanakan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilaksanakan di Aula Kantor Balai Desa Bunut Sebrang Kecamatan Pulo Bandring Kabupaten Asahan yang dihadiri oleh Kepala desa beserta staf – staf nya, dan pelaku usaha UMKM yang tinggal di desa Bunut Sebrang. Pelaku usaha tersebut perwakilan dari masing-masing dusun. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Kamis pada tanggal 02 Juni 2022 pada pukul 09.00 WIB sampai dengan selesai. Kemudian kegiatan dibuka lebih dulu oleh Mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat seperti terlihat pada gambar berikut



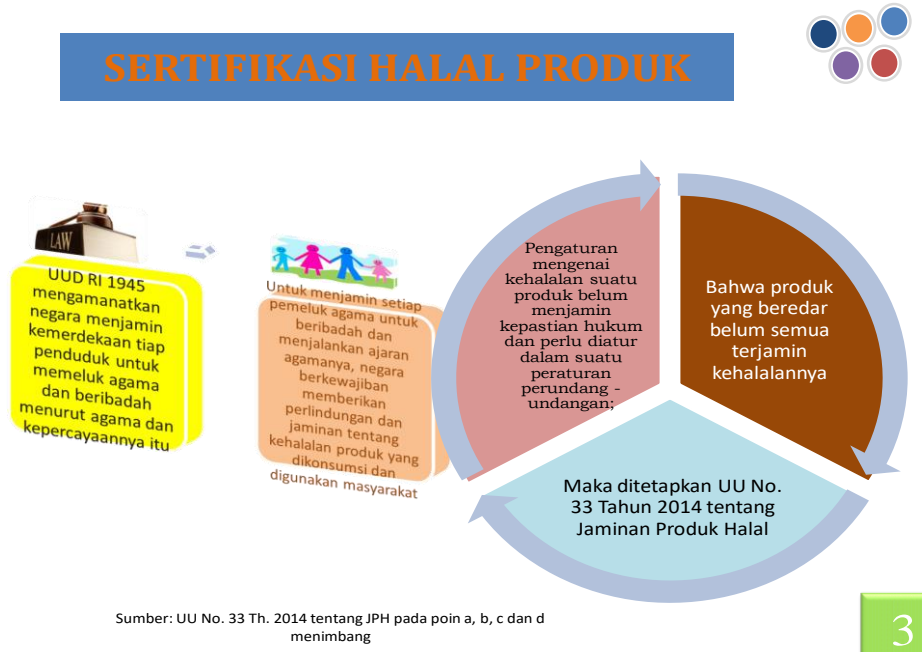
Gambar 1. Kegiatan pengabdian Masyarakat

Tahap Pertama, menyampaikan materi tentang peningkatan pendapatan bisnis rumahan (UMKM) melalui literasi produk bersertifikasi halal dan higienis pelatihan pengemasan produk dan digital marketing pada para pelaku usaha Desa Bunut Sebrang.



Gambar 2. Materi disampaikan oleh Pemateri

Pemateri memaparkan tentang pentingnya produk yang bersertifikasi halal dari MUI dengan logo halal didalam kemasan produk, dan Nomer IRT dari Dinas Kesehatan / BPOM atas produk tentunya akan memberikan dampak yang lebih pada hasil penjualan produk, karena pengambilan keputusan pembelian dan minat melakukan pembelian ulang akan suatu produk yang dilakukan konsumen tentunya dengan memperhatikan lebih dulu produk tersebut halal dan higienis, ada batasan bagi konsumen muslim untuk tidak mengkonsumsi produk yang berbahan baku haram karena merupakan kepatuhan pada nilai-nilai agama yang diyakininya sebagai seorang muslim, tentunya dengan adanya label halal pada produk tersebut akan menjadi lebih mudah untuk membuat keputusan untuk membeli produk tersebut. Produk yang higienis tentunya para konsumen mengharapkan nilai guna dari suatu produk yang dikonsumsinya tidak memberikan dampak negatif bagi kesehatan mental dan fisiknya. Dampak positifnya bagi pelaku bisnis rumahan (UMKM) dan membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk-produk mereka.



• **Kewajiban bersertifikat halal untuk produk mulai berlaku 5 (lima) tahun**

sejak UU JPH diundangkan

Gambar 3. Slide Materi Literasi Sertifikasi Halal pada Produk

Kemudian pemateri juga menyampaikan bahwa melatih *skill* para pelaku bisnis rumahan (UMKM) untuk membuat kemasan produk yang menarik. Kemasan juga bagian dari promosi produk jika dibagian kemasan diberikan informasi tentang produk tidak seperti kemasan biasa hanya berbungkus plastik polos saja. Kemasan merupakan salah satu alat yang efektif. Jika produk yang dipasarkan memiliki kemasan yang unik dan berbeda dari toko lain, pembeli akan secara tidak langsung mempromosikan produk dengan cara menguploadnya di akun media sosial atau mempromosikannya dari mulut ke mulut. Produk yang dikemas dengan tampilan yang menarik juga berpotensi mempunyai nilai jual tinggi.



Fungsi Kemasan

- 1 • Sebagai wadah
- 2 • Sebagai Penjaga dan Pelindung
- 3 • Memudahkan pengiriman dan pendistribusian
- 4 • Memudahkan penyimpanan
- 5 • Memudahkan penghitungan
- 6 • Sebagai upaya standarisasi takaran
- 7 • Sebagai media informasi dan promosi

Gambar 4. Slide Materi Kemasan Produk

Selanjutnya pemateri juga memberikan edukasi tentang digital marketing sebagai salah satu strategi pemasaran produk secara online. Pemanfaatan penjualan produk secara online dapat melalui memasarkan produk aplikasi komunikasi secara online. Tidak hanya menggunakan media sosial, tentunya adanya *marketplace online* yang merupakan bagian e-commerce di Indonesia tentunya dapat membantu pelaku usaha dalam meningkatkan volume penjualan produknya. *marketplace online* juga memberikan layanan bebas ongkir untuk toko online dan promo diskon pada produk yang bervariasi persentase bagi pelaku usaha tersebut sebagai upaya menarik perhatian konsumen untuk berbelanja di tokonya.



Gambar 5. Slide Materi *Digital Marketing*

Toko online Shopee misalnya yang biasanya digunakan hanya sebagai konsumen, di dalam kegiatan pengabdian dijadikan bagian praktik bagi para pelaku usaha untuk membuat toko online dengan akun atas nama mereka. Melalui aplikasi ini pemateri menyampaikan kepada para pelaku usaha dapat memaksimalkan penggunaan teknologi dengan mengupload foto produk kearifan lokal desa Bunut Sebrang dengan tampilan kemasan yang menarik pada akun Shopee. Untuk meningkatkan strategi pemasaran produk secara online para pelaku usaha yang sebelumnya tidak mengenal aplikasi Shopee kini memiliki akun Shopee sendiri untuk menjual produk mereka dikalangan lebih luas.



Gambar 6. Slide Materi Langkah membuat toko online di Shopee

Tahap ketiga adalah melakukan sesi tanya jawab setelah materi selesai disampaikan oleh pemateri dibantu oleh Mahasiswa yang terlibat dan dibantu juga dengan anggota pelaksana Kegiatan ini memberi kesempatan kepada para peserta untuk bertanya langsung kepada pemateri seperti terlihat pada gambar berikut :



Gambar 7. Sesi Tanya Jawab Setelah Penyampaian Materi

Pada tahap ini, peserta sangat antusias untuk bertanya dan bercerita masalah yang sedang dihadapi terkait dengan pengetahuan tentang berbagai produk olahan dari Pelaku Usaha Kecil yang terdapat di Desa Bunut Sebrang, mayoritas warga Desa Bunut Sebrang adalah pelaku usaha seperti penjual makanan, tanaman, dan peternak. Beberapa peserta pengabdian yang merupakan pelaku usaha kue basah menanyakan bagaimana prosedur mengajukan nomer Surat Izin Berusaha untuk administratif legalitas usahanya dan pengurusan sertifikasi produk halal dan higienis. Pemateri memberikan solusi kepada para pelaku usaha tersebut dengan memberikan pengetahuan cara mengajukan permohonan dokumen dengan dinas terkait dan juga menghimbau untuk bergabung dengan Rumah Kreatif UMKM kabupaten Asahan, dengan bergabung dikomunitas tidak hanya menambah relasi juga dapat memperoleh informasi sosialisasi dan edukasi yang dapat bermanfaat bagi kemajuan usaha mereka.

Kegiatan pengabdian masyarakat diakhiri dengan foto bersama dengan peserta pengabdian, staf desa, kepala desa, dan mahasiswa



Gambar 8. Foto bersama dengan Tim Pengabdian dan Para Pelaku Usaha

4. KESIMPULAN

Literasi harus ditingkatkan agar pelaku bisnis rumahan memiliki kesadaran diri untuk segera mengurus dokumen sertifikasi halal pada produk mereka, demikian pula dengan nomer IRT dinas kesehatan untuk menunjukkan bahwa produk mereka higienis dan layak untuk

dikonsumsi. Digital Marketing bagian dari strategi pemasaran online, Pelatihan peningkatan skill pelaku usaha dalam membuat kemasan yang menarik juga merupakan media promosi. Peserta pengabdian diberikan pengetahuan dan pelatihan agar dapat meningkatkan jumlah penjualan produk kearifan local dari desa Bunut Sebrang.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis sampaikan kepada LPPM Universitas Asahan dan Mitra Pengabdian Masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

- Al farisi, M.S. 2020. *Preferensi Masyarakat Terhadap Pembelian Produk Makanan Halal Di Dusun Mlangi Yogyakarta*. Vol.1 No.2 hal 60-75. E-ISSN: 2798-5687.
- Yuwana, S.I.P & Hikmatul Hasanah.2021. *Literasi Produk Bersertifikasi Halal dalam Rangk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani. hal 104-112.
- Nunung, dkk. 2022. *Pelatihan Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Untuk Peningkatan Skala Usaha Bagi Pelaku UMKM Di Kota Tangerang Selatan*. Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat. Vol.2 No.2 hal:159-162.
- Sahla, H & Aris Siregar.2021. *Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Pengembangan Jiwa Pembisnis Di Kalangan Remaja Desa Suka Makmur Kecamatan Pulo Bandring Kabupaten Asahan*. Rambate: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Vol.1 No.1 hal 50-55. E-ISSN: 2797-4960.