

Setrategi Pengembangan UMKM Produk Rempeyek dan Kerupuk Puli Desa Bulak Baru Kedung Jepara

Roychan Abdul Aziz ^{1*}, Izatun Nisa ², Nailil Muna ³, Ahmad Wahyudi ⁴,
M. Hendri Saputra ⁵, Ais Kamalia Shofa ⁶, Nuralis Latifatul Maulida ⁷,
Sita Alif Mauliddia ⁸, Widyawati Septiliyani ⁹, Noviani Silkhie Ahilla Aulia ¹⁰,
Ardan Faris Subkhan ¹¹, Tiara Aulia Khikmah ¹², Azifatul Hasanah ¹³,
Lia Fatimah Azzahro ¹⁴, Ayuk Widiyah ¹⁵, Moh. Nasuka ¹⁶

¹⁻¹⁶ Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

* roychanaltsaury@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam memproduksi rempeyek dan kerupuk puli di Desa Bulak Baru, Kedung, Jepara. UMKM di desa ini memainkan peran penting dalam perekonomian lokal, namun menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan teknologi, akses pasar, dan inovasi produk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui survei, wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan yang kuat dari pemerintah dan sektor swasta sangat dibutuhkan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui peningkatan akses terhadap modal, pelatihan, dan teknologi. Pengembangan merek, pemasaran online, dan sertifikasi halal menjadi kunci dalam memperluas pasar dan meningkatkan kualitas produk. Dengan strategi yang tepat, UMKM di Desa Bulak Baru memiliki potensi besar untuk berkembang dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian lokal dan nasional.

Kata Kunci: *UMKM, rempeyek, kerupuk puli, strategi pengembangan, inovasi produk*

Pendahuluan

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian lokal dan nasional di Indonesia. Secara statistik, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia. Hal ini menjadikan UMKM sebagai tulang punggung ekonomi, terutama di daerah-daerah yang jauh dari pusat-pusat industri besar. UMKM berperan tidak hanya sebagai penyedia lapangan kerja, tetapi juga sebagai penggerak ekonomi di tingkat lokal dengan menciptakan nilai tambah dari produk-produk lokal (Laras Wati et al., 2024). Di tingkat lokal, UMKM berkontribusi secara signifikan dalam mendukung keberlanjutan ekonomi masyarakat. Dalam konteks desa atau kawasan pedesaan, UMKM mampu mengangkat potensi lokal yang sering kali kurang tergarap oleh sektor industri besar. Misalnya, produk-produk seperti rempeyek dan kerupuk puli yang merupakan makanan khas daerah dapat diolah dan dipasarkan oleh UMKM, sehingga membuka peluang bagi warga setempat untuk terlibat dalam proses produksi dan distribusi. Dengan demikian,

<https://madaniya.biz.id/journals/contents/article/view/942>

UMKM menjadi instrumen vital dalam mengurangi ketergantungan masyarakat pada sektor formal yang terbatas ketersediaannya di wilayah pedesaan (Pramuktisari & Yuliatmojo, 2023).

Lebih jauh, pada tingkat nasional, keberadaan UMKM yang tersebar di seluruh pelosok Indonesia menjadi faktor penting dalam pemerataan ekonomi. Mereka membantu mengurangi disparitas ekonomi antarwilayah dengan menciptakan pusat-pusat ekonomi baru di daerah-daerah yang sebelumnya kurang berkembang. Selain itu, UMKM juga memberikan kontribusi penting dalam penguatan ekonomi nasional melalui diversifikasi produk dan jasa yang dihasilkan. Dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi global, UMKM berperan sebagai penopang stabilitas ekonomi karena ketahanannya yang lebih tinggi terhadap guncangan ekonomi dibandingkan dengan perusahaan besar (Agustin et al., 2024). Keberadaan UMKM juga memperkaya keragaman budaya ekonomi Indonesia. Produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM sering kali mencerminkan kekayaan budaya lokal, baik dari segi bahan baku yang digunakan, teknik produksi, maupun desain yang diaplikasikan. Hal ini tidak hanya mempertahankan warisan budaya, tetapi juga memperkenalkan keunikan Indonesia ke pasar yang lebih luas, baik domestik maupun internasional. Oleh karena itu, pengembangan UMKM tidak hanya berdampak pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga pada pelestarian budaya dan identitas nasional (Utami, 2021).

Dengan peran strategisnya ini, UMKM memerlukan dukungan yang kuat baik dari pemerintah maupun sektor swasta. Peningkatan akses terhadap modal, pelatihan, dan teknologi merupakan beberapa aspek yang perlu ditingkatkan untuk memastikan bahwa UMKM dapat terus berkembang dan berkontribusi lebih besar lagi terhadap perekonomian Indonesia. Dukungan ini sangat krusial, mengingat UMKM juga dihadapkan pada berbagai tantangan seperti persaingan global, perubahan teknologi, dan fluktuasi permintaan pasar. Oleh karena itu, strategi pengembangan UMKM harus dirancang secara komprehensif dan berkelanjutan untuk memastikan keberlanjutan kontribusi mereka terhadap perekonomian lokal dan nasional (Habib & Sutopo, 2024).

Metode Pelaksanaan

Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Bulak Baru, Kecamatan Kedung, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. Desa ini dipilih karena merupakan lokasi pusat produksi UMKM mitra yang memproduksi rempeyek dan kerupuk puli, usaha yang dikelola oleh Mak Fuah. Kegiatan berlangsung selama 40 hari, mulai dari 23 Juli 2024 hingga selesai, dengan fokus utama pada peningkatan kapasitas dan kualitas usaha mitra. Peta dan gambar lokasi kegiatan dilampirkan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai area pelaksanaan. Mitra kegiatan dalam program ini adalah UMKM yang memproduksi rempeyek dan kerupuk puli di Desa Bulak Baru. Pemilihan mitra didasarkan pada hasil observasi awal yang menunjukkan bahwa usaha ini mengalami beberapa kendala, terutama dalam hal kemasan produk, pemasaran, dan legalitas (sertifikasi halal). Pemilik usaha, Mak Fuah, menjadi mitra utama dalam program ini karena usahanya merupakan salah satu penggerak ekonomi lokal yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Mitra

ditentukan melalui analisis situasi dan wawancara yang mendalam untuk memastikan bahwa pendampingan yang diberikan akan memberikan manfaat nyata.

Metode Pengabdian

Metode pengabdian yang diterapkan dalam program ini mencakup beberapa tahapan penting. Tim Pengabdian Masyarakat melakukan observasi lapangan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Informasi yang diperoleh digunakan untuk menyusun materi sosialisasi dan pelatihan yang relevan dengan kondisi di lapangan. Persiapan ini juga mencakup pembuatan kemasan baru dan desain logo yang akan digunakan oleh mitra. Kemudian Penyuluhan dan Pelatihan, Tahap ini melibatkan penyuluhan tentang pentingnya personal branding melalui kemasan produk yang menarik. Selain itu, pelatihan diberikan untuk meningkatkan keterampilan pemasaran digital mitra, seperti penggunaan media sosial dan situs jual beli online. Pelatihan ini diharapkan dapat membantu mitra dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan omzet penjualan. Yang terakhir Pendampingan, Setelah pelatihan, tim Pengabdian Masyarakat melakukan pendampingan intensif kepada mitra. Pendampingan ini mencakup proses implementasi dari strategi yang telah diajarkan, termasuk dalam hal produksi kemasan baru, pemasaran produk secara online, dan proses pendaftaran sertifikasi halal dari Kementerian Agama.

Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan dalam program pengabdian masyarakat di Desa Bulak Baru difokuskan pada beberapa aspek utama yang mencerminkan perubahan positif yang diharapkan terjadi pada UMKM mitra, khususnya dalam usaha produksi rempeyek dan kerupuk puli milik Mak Fuah. Setiap indikator dirancang untuk mengukur dampak dari program pengabdian terhadap peningkatan kapasitas, efisiensi, dan daya saing usaha mitra. Indikator-indikator ini tidak hanya berfungsi sebagai alat ukur keberhasilan, tetapi juga sebagai panduan untuk melihat sejauh mana tujuan program telah tercapai. Pertama, peningkatan pengetahuan dan pemahaman mitra mengenai pentingnya personal branding dan pemasaran digital menjadi indikator yang sangat krusial. Personal branding adalah komponen penting dalam membedakan produk mitra dari produk sejenis di pasar. Keberhasilan dalam indikator ini ditandai dengan adopsi desain kemasan baru yang lebih menarik dan profesional, termasuk penggunaan logo dan elemen visual yang konsisten. Selain itu, mitra diharapkan mampu memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Peningkatan ini diukur melalui frekuensi dan efektivitas penggunaan platform digital tersebut serta peningkatan penjualan yang dihasilkan.

Indikator berikutnya adalah perubahan pada kemasan produk, yang sebelumnya sederhana dan kurang menarik, menjadi lebih fungsional dan estetis. Kemasan yang menarik tidak hanya melindungi produk tetapi juga memainkan peran penting dalam menarik perhatian konsumen. Dengan adanya perubahan kemasan, produk mitra diharapkan lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen, yang pada gilirannya akan meningkatkan daya saing produk di pasar. Keberhasilan dalam indikator ini diukur melalui adopsi kemasan baru, termasuk peningkatan kualitas bahan kemasan dan kejelasan informasi yang disajikan pada kemasan.

Perluasan pasar melalui platform online juga menjadi indikator penting dalam program ini. Di era digital, kehadiran online menjadi kunci untuk mencapai konsumen yang lebih luas. Mitra diharapkan untuk tidak hanya mengandalkan penjualan langsung di pasar lokal tetapi juga memanfaatkan media digital untuk menjangkau konsumen di luar wilayah mereka. Indikator ini diukur melalui peningkatan jumlah platform digital yang digunakan oleh mitra serta peningkatan volume penjualan yang dihasilkan dari platform tersebut. Keberhasilan dalam memperluas pasar akan tercermin dari peningkatan omset dan jumlah pelanggan baru yang dihasilkan dari penjualan online. Terakhir, pencapaian sertifikasi halal dari Kementerian Agama merupakan indikator keberhasilan yang sangat signifikan. Sertifikasi halal tidak hanya memberikan jaminan kepada konsumen Muslim bahwa produk tersebut sesuai dengan standar syariah, tetapi juga membuka peluang bagi mitra untuk menjual produk mereka di pasar yang lebih luas, termasuk ekspor. Proses pengajuan sertifikasi ini melibatkan pemenuhan berbagai persyaratan yang ketat, dan keberhasilan diperoleh ketika produk mitra secara resmi mendapatkan sertifikasi halal. Dengan pencapaian ini, produk mitra tidak hanya memenuhi standar kualitas dan kebersihan tetapi juga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Secara keseluruhan, indikator keberhasilan ini dirancang untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang dampak positif yang dihasilkan oleh program pengabdian terhadap UMKM mitra. Keberhasilan di setiap indikator akan menunjukkan bahwa program ini tidak hanya berhasil meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mitra tetapi juga memberikan dampak nyata terhadap perkembangan usaha mereka, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat di Desa Bulak Baru.

Metode Evaluasi

Metode evaluasi dalam program pengabdian masyarakat di Desa Bulak Baru dilakukan melalui pendekatan formatif dan sumatif untuk memastikan ketercapaian tujuan program. Evaluasi formatif dilakukan selama pelaksanaan program, melibatkan observasi lapangan dan pengumpulan umpan balik dari mitra. Tujuannya adalah untuk memantau progres, mengidentifikasi hambatan, dan melakukan penyesuaian jika diperlukan. Ini membantu memastikan bahwa program berjalan sesuai rencana dan kebutuhan mitra terpenuhi secara optimal. Setelah program selesai, evaluasi sumatif dilakukan untuk menilai dampak keseluruhan terhadap mitra. Evaluasi ini mencakup survei kinerja, analisis data kuantitatif seperti peningkatan omzet dan produksi, serta wawancara mendalam untuk mendapatkan gambaran perubahan yang lebih mendalam. Hasil evaluasi sumatif memberikan gambaran tentang efektivitas program dan dampaknya terhadap mitra, terutama dalam peningkatan personal branding, pemasaran digital, dan penggunaan kemasan baru. Data yang dikumpulkan dianalisis dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk memberikan gambaran yang menyeluruh tentang hasil program. Hasil evaluasi digunakan untuk pelaporan keberhasilan program, perbaikan program di masa depan, dan memberikan rekomendasi kepada mitra untuk pengembangan lebih lanjut. Dengan metode evaluasi ini, program diharapkan dapat memberikan dampak yang berkelanjutan dan signifikan bagi UMKM mitra di Desa Bulak Baru.

Dengan menggunakan metode evaluasi yang komprehensif ini, tim pengabdian dapat memastikan bahwa program yang dilaksanakan tidak hanya mencapai tujuan yang telah ditetapkan, tetapi juga memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi mitra UMKM

di Desa Bulak Baru. Dan dengan metode pelaksanaan yang sistematis dan terstruktur ini, program pengabdian di Desa Bulak Baru diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan dalam mengembangkan potensi UMKM lokal, meningkatkan daya saing, dan memperbaiki kondisi ekonomi masyarakat setempat.

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Umum tentang UMKM Rempeyek dan Kerupuk Puli

UMKM di Desa Bulak Baru, Kedung, Jepara, memiliki tradisi panjang dalam memproduksi makanan ringan khas Jawa Tengah, khususnya rempeyek dan kerupuk puli. Rempeyek, yang dikenal dengan kerenyahannya dan cita rasa gurihnya, serta kerupuk puli, yang dibuat dari nasi dan terkenal dengan teksturnya yang renyah namun lembut, telah menjadi produk unggulan desa ini. Kedua produk ini tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumsi lokal tetapi juga mulai menembus pasar yang lebih luas, termasuk wilayah sekitar Jepara. Banyak dari UMKM di desa ini adalah usaha rumahan yang dikelola oleh keluarga dengan keterampilan yang diwariskan dari generasi ke generasi. Produksi dilakukan secara tradisional dengan bantuan teknologi sederhana, yang memungkinkan mereka mempertahankan cita rasa otentik dan kualitas produk yang konsisten. Para pelaku UMKM di desa ini umumnya memiliki pengalaman bertahun-tahun dalam mengolah rempeyek dan kerupuk puli. Mereka memanfaatkan bahan baku lokal, seperti kacang tanah, daun jeruk, serta beras dan ketan yang berkualitas, untuk memastikan produk yang dihasilkan memenuhi selera konsumen. Selain itu, mereka juga telah mulai mengadopsi beberapa inovasi, seperti variasi rasa dan bentuk, untuk menambah daya tarik produk di pasar yang lebih luas. Namun, produksi masih terbatas pada skala kecil hingga menengah, dengan distribusi utama melalui pasar tradisional dan jaringan toko-toko kecil di sekitar wilayah Kedung¹.

Masalah Utama yang Dihadapi dalam Pengembangan Produk

Dalam upaya mengembangkan produk rempeyek dan kerupuk puli, UMKM di Desa Bulak Baru, Kedung, Jepara, menghadapi berbagai tantangan yang signifikan. Salah satu masalah utama adalah keterbatasan akses terhadap teknologi modern yang dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi. Banyak pelaku UMKM masih menggunakan metode tradisional yang, meskipun menjaga keaslian rasa, cenderung kurang efisien dan menghasilkan produk dengan standar kualitas yang bervariasi. Teknologi yang lebih canggih, seperti mesin pengolah yang dapat meningkatkan konsistensi produk dan mempercepat proses produksi, masih sulit dijangkau oleh UMKM ini karena keterbatasan modal (Intan et al., 2019). Selain itu, masalah lain yang mendasar adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam hal inovasi produk. UMKM di Desa Bulak Baru cenderung memproduksi rempeyek dan kerupuk puli dalam varian yang sudah ada sejak lama tanpa banyak modifikasi atau diversifikasi. Padahal, tren konsumen terus berkembang, dengan permintaan yang semakin meningkat terhadap produk-produk yang unik, sehat, dan sesuai dengan preferensi modern. Kurangnya pelatihan dan pendampingan

¹ Wawancara dengan petinggi Desa Bulakbaru pada tanggal 12 Juli 2024).

dalam hal inovasi produk membuat UMKM ini sulit untuk mengikuti dinamika pasar yang berubah cepat, sehingga mereka rentan kehilangan daya saing (Marka et al., 2018).

Keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas juga menjadi masalah utama dalam pengembangan produk. Sebagian besar UMKM di desa ini hanya menjual produk mereka di pasar lokal atau melalui jaringan distribusi yang terbatas, seperti toko-toko kecil di sekitar wilayah Kedung. Kesulitan dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran dan distribusi membuat mereka terjebak dalam lingkup pasar yang sempit. Hal ini diperparah oleh minimnya pengetahuan tentang strategi pemasaran yang efektif, seperti branding, pengemasan yang menarik, dan penggunaan media sosial untuk menjangkau konsumen yang lebih luas (Intan et al., 2019). Masalah lain yang tidak kalah penting adalah fluktuasi harga bahan baku. Sebagai produsen rempeyek dan kerupuk puli, UMKM di Desa Bulak Baru sangat bergantung pada pasokan bahan baku lokal seperti kacang tanah, beras, dan ketan. Fluktuasi harga bahan baku ini sering kali tidak dapat diprediksi, sehingga mengganggu kestabilan biaya produksi dan margin keuntungan. Kondisi ini menyebabkan kesulitan dalam menetapkan harga jual yang kompetitif, terutama ketika bersaing dengan produk-produk serupa dari daerah lain atau dari produsen yang lebih besar yang memiliki skala ekonomi yang lebih baik (Intan et al., 2019). Terakhir, masalah regulasi dan birokrasi juga menjadi tantangan dalam pengembangan produk. Meskipun ada dukungan dari pemerintah untuk pemberdayaan UMKM, prosedur administratif untuk mendapatkan izin usaha, sertifikasi halal, atau label kemasan sering kali rumit dan memakan waktu. Hal ini dapat menghambat peluncuran produk baru ke pasar atau memperluas jaringan distribusi ke wilayah yang lebih luas. Selain itu, banyak pelaku UMKM yang kurang memahami pentingnya kepatuhan terhadap standar keamanan pangan, yang dapat menjadi kendala dalam upaya memasuki pasar yang lebih ketat seperti supermarket atau ekspor (Oktanti & Rohman, 2024).

Masalah-masalah ini menghambat upaya UMKM di Desa Bulak Baru untuk mengembangkan produk rempeyek dan kerupuk puli ke tingkat yang lebih tinggi, baik dalam hal kualitas, inovasi, maupun jangkauan pasar. Solusi yang komprehensif dan dukungan yang berkelanjutan dari berbagai pihak sangat diperlukan untuk membantu UMKM ini mengatasi tantangan-tantangan tersebut dan mencapai potensi penuh mereka dalam industri pangan lokal dan nasional².

Hambatan dalam Distribusi, Pemasaran, dan Inovasi Produk

Dalam konteks pengembangan UMKM rempeyek dan kerupuk puli di Desa Bulak Baru, Kedung, Jepara, hambatan dalam distribusi, pemasaran, dan inovasi produk merupakan tantangan yang kompleks dan saling terkait. Salah satu hambatan utama dalam distribusi adalah keterbatasan akses ke infrastruktur yang memadai. Desa Bulak Baru, meskipun memiliki potensi besar dalam produksi pangan tradisional, masih menghadapi masalah infrastruktur jalan yang kurang optimal. Jalan-jalan yang sempit dan kurang terawat membuat distribusi produk menjadi lambat dan tidak efisien. Hal ini tidak hanya meningkatkan biaya logistik tetapi juga berdampak pada kualitas produk, terutama bagi rempeyek dan kerupuk puli yang harus dikirim dalam keadaan segar dan renyah. Keterbatasan akses ke jaringan distribusi yang lebih luas juga menjadi hambatan. Sebagian

² Wawancara dengan Pelaku UMKM Sumber Rejeki Mak Fu'ah Desa Bulakbaru pada tanggal 19 Juli 2024).

besar UMKM masih mengandalkan distribusi lokal melalui pasar tradisional dan toko-toko kecil, dengan jangkauan yang sangat terbatas (Habib & Sutopo, 2024). Dari sisi pemasaran, UMKM di Desa Bulak Baru menghadapi kendala besar dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar. Meskipun era digital telah membuka peluang besar melalui platform e-commerce dan media sosial, banyak pelaku UMKM di desa ini yang masih belum terampil dalam menggunakan alat-alat digital tersebut. Kurangnya pengetahuan tentang teknik pemasaran digital, seperti pembuatan konten yang menarik, pengelolaan iklan online, dan optimisasi mesin pencari (SEO), membuat UMKM ini kesulitan untuk menarik perhatian konsumen di luar komunitas lokal mereka. Branding dan pengemasan produk juga menjadi masalah, di mana banyak UMKM masih menggunakan kemasan yang sederhana dan kurang menarik, sehingga produk mereka kurang kompetitif dibandingkan dengan produk lain yang lebih profesional dalam hal presentasi (Widiati, 2020).

Hambatan dalam inovasi produk juga menjadi isu yang krusial. Banyak UMKM di Desa Bulak Baru masih terjebak dalam pola produksi tradisional dengan varian produk yang sangat terbatas. Meskipun pasar terus berkembang dengan selera konsumen yang semakin beragam, kemampuan untuk berinovasi dalam hal rasa, bentuk, dan nilai tambah produk masih sangat terbatas. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk kurangnya akses ke informasi tentang tren pasar terbaru, minimnya pelatihan dalam pengembangan produk baru, serta keterbatasan modal untuk menguji dan memproduksi varian produk baru. Inovasi produk juga terkendala oleh ketidakpastian pasar, di mana pelaku UMKM khawatir bahwa produk baru yang mereka kembangkan tidak akan diterima dengan baik oleh konsumen, yang pada akhirnya dapat menimbulkan kerugian (Haq, 2016). Hambatan-hambatan ini menimbulkan tantangan besar bagi UMKM di Desa Bulak Baru dalam upaya mereka untuk berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas. Distribusi yang terbatas, pemasaran yang kurang efektif, dan minimnya inovasi produk membuat UMKM ini rentan terhadap persaingan dan sulit untuk mempertahankan kelangsungan usaha mereka dalam jangka panjang. Diperlukan intervensi yang holistik dan terkoordinasi dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga pendidikan, dan swasta, untuk membantu mengatasi hambatan-hambatan ini dan mendorong pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan di desa tersebut.

Peran Tim Pengabdian Masyarakat dalam Meningkatkan UMKM di Desa Bulak Baru

Program pengabdian yang dilakukan oleh tim Pengabdian Masyarakat di Desa Bulak Baru, Kecamatan Kedung, Jepara, menargetkan UMKM produsen rempeyek dan kerupuk puli sebagai mitra utama. UMKM ini dikelola oleh Mak Fuah, seorang pengusaha lokal yang telah lama menggeluti produksi camilan tradisional tersebut. Selama kegiatan Pengabdian Masyarakat, berbagai upaya telah dilakukan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing usaha ini. Berikut adalah hasil dari pengabdian yang telah dilaksanakan oleh tim Pengabdian Masyarakat, yang mencakup aspek pengembangan brand, perluasan strategi pemasaran, serta perolehan sertifikasi halal.

1. Pengenalan Nama Brand, Desain Logo, dan Kemasan yang Menarik

Salah satu pencapaian penting dari program Pengabdian Masyarakat ini adalah pengembangan identitas merek (*brand identity*) yang lebih kuat untuk produk rempeyek dan kerupuk puli Mak Fuah. Dalam dunia bisnis, terutama bagi UMKM, memiliki brand yang

kuat adalah fondasi utama untuk membedakan produk dari pesaing dan menarik perhatian konsumen. Sebelum adanya program pengabdian ini, produk Mak Fuah dijual secara sederhana, dengan kemasan yang minimalis dan tanpa identitas visual yang jelas. Namun, melalui program pengabdian masyarakat, tim berhasil membantu mitra dalam menciptakan nama brand yang mencerminkan kualitas dan keunikan produk. Selain itu, desain logo yang dibuat oleh tim Pengabdian Masyarakat berfungsi sebagai elemen visual utama yang merepresentasikan brand tersebut. Logo ini didesain dengan mempertimbangkan nilai-nilai lokal dan estetika yang relevan dengan target pasar. *Branded packaging* yang dilengkapi dengan logo dan desain kemasan yang menarik bukan hanya sekadar pelindung produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif. Sebuah kemasan yang dirancang dengan baik akan meninggalkan kesan mendalam pada konsumen, memudahkan mereka untuk mengingat dan mengenali produk di pasar yang semakin kompetitif. Penelitian sebelumnya menegaskan bahwa kemasan yang menarik dan logo yang menonjol dapat meningkatkan pengenalan merek dan loyalitas konsumen (Kusumah et al., 2019). Tim Pengabdian masyarakat juga memberikan inspirasi tentang bagaimana kemasan bisa dikembangkan lebih lanjut agar lebih ramah lingkungan dan fungsional. Misalnya, kemasan yang bisa didaur ulang atau yang bisa digunakan kembali dapat menambah nilai produk dan menarik segmen konsumen yang peduli terhadap isu keberlanjutan. Dengan adanya pengembangan brand ini, diharapkan produk rempeyek dan kerupuk puli Mak Fuah dapat menembus pasar yang lebih luas, dengan daya tarik visual yang kuat dan identitas yang jelas.



Gambar 1. Hasil desain branding dan kemasan yang lebih menarik

2. Perluasan Sasaran Konsumen Melalui Pemasaran Online

Di era digital, pemasaran online telah menjadi salah satu metode yang paling efektif untuk memperluas jangkauan konsumen, terutama bagi UMKM yang ingin berkembang di tengah persaingan yang ketat. Tim Pengabdian Masyarakat Desa Bulak Baru memahami pentingnya transformasi digital ini dan telah membantu Mak Fuah untuk memasuki pasar digital melalui pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan platform e-commerce serta media sosial. Sebelum program Pengabdian Masyarakat, pemasaran produk Mak Fuah terbatas pada penjualan langsung dari warung ke warung di sekitar Desa Bulak Baru. Namun, melalui program ini, mitra memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam mengelola situs jual beli online, seperti Tokopedia, Shopee, dan media sosial seperti

Instagram dan Facebook. Dengan memanfaatkan platform ini, produk Mak Fuah kini dapat diakses oleh konsumen dari berbagai daerah tanpa batasan geografis. Literatur menunjukkan bahwa pemasaran online tidak hanya membuka peluang baru untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga memungkinkan pelaku usaha untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, memahami kebutuhan mereka, dan menyesuaikan produk serta strategi pemasaran sesuai dengan tren yang sedang berkembang. Selain itu, pemasaran melalui media online juga memberikan fleksibilitas lebih dalam hal waktu dan tempat, memungkinkan Mak Fuah untuk tetap menjalankan operasional harian sembari mengelola penjualan online (Tambunan, 2020).

Program pengabdian masyarakat juga membantu dalam pengembangan konten digital yang menarik, seperti foto produk yang profesional, deskripsi produk yang informatif, dan strategi penggunaan hashtag yang efektif untuk meningkatkan visibilitas di platform media sosial. Dengan ini, diharapkan produk rempeyek dan kerupuk puli Mak Fuah dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan beragam, meningkatkan penjualan, serta memperkuat posisi pasar di luar lingkup lokal.



Gambar 2. *Pelatihan dalam penggunaan platform jual beli online*

3. Sertifikasi Halal Produk

Sertifikasi halal adalah salah satu aspek krusial dalam industri makanan di Indonesia, yang mayoritas penduduknya adalah Muslim. Sertifikasi ini menjadi jaminan bahwa produk yang dikonsumsi telah memenuhi standar kehalalan yang diakui oleh otoritas resmi, dalam hal ini Kementerian Agama. Bagi UMKM seperti yang dikelola oleh Mak Fuah, mendapatkan sertifikasi halal adalah langkah penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pasar. Sebelum adanya intervensi dari tim Pengabdian masyarakat, produk Mak Fuah belum memiliki sertifikasi halal, yang bisa menjadi kendala dalam menarik konsumen Muslim yang sangat peduli dengan aspek kehalalan makanan yang mereka konsumsi. Tim pengabdian masyarakat kemudian melakukan pendampingan dalam proses pendaftaran sertifikasi halal, termasuk membantu dalam memenuhi persyaratan administratif dan teknis yang diperlukan. Pendampingan ini meliputi pelatihan tentang standar produksi halal, cara menjaga kebersihan dan kehalalan dalam proses produksi, serta langkah-langkah untuk mendapatkan sertifikasi halal dari Kementerian Agama. Dengan diperolehnya sertifikasi halal, produk rempeyek dan kerupuk puli Mak Fuah kini

memiliki nilai tambah yang signifikan di mata konsumen. Sertifikasi ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim, tetapi juga membuka peluang bagi produk ini untuk memasuki pasar yang lebih besar, termasuk toko-toko retail modern dan pasar ekspor. Sertifikasi halal juga memberikan jaminan kualitas dan keamanan produk, yang penting dalam membangun loyalitas pelanggan dan memastikan keberlanjutan usaha jangka panjang (Suganda & Eriyanti, 2024).



Gambar 3. Sertifikasi Halal dari Pegawai Kementerian Agama

Kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat Desa Bulak Baru telah memberikan dampak yang nyata dan signifikan terhadap pengembangan UMKM rempeyek dan kerupuk puli milik Mak Fuah. Pengenalan brand yang kuat, strategi pemasaran online, dan perolehan sertifikasi halal menjadi tonggak penting dalam upaya memperkuat posisi usaha ini di pasar. Melalui brand yang terdefinisi dengan baik dan kemasan yang menarik, produk Mak Fuah kini memiliki daya tarik visual yang lebih besar dan dapat bersaing di pasar yang lebih luas. Pemasaran online memungkinkan produk ini menjangkau konsumen dari berbagai daerah, sementara sertifikasi halal memastikan bahwa produk ini memenuhi standar yang diinginkan oleh konsumen Muslim. Hasil dari program pengabdian ini menunjukkan bahwa intervensi strategis dari program pengabdian masyarakat dapat secara signifikan meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM lokal, yang pada gilirannya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat di Desa Bulak Baru.

Kesimpulan

UMKM di Desa Bulak Baru, Kedung Jepara, memiliki peran strategis dalam perekonomian lokal melalui produksi rempeyek dan kerupuk puli, dua produk makanan khas Jawa Tengah yang telah dikenal akan kelezatan dan kualitasnya. Produk-produk ini tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar lokal tetapi juga berpotensi besar untuk menembus pasar yang lebih luas. Namun, meskipun memiliki potensi yang signifikan, UMKM di desa ini menghadapi berbagai tantangan yang menghambat perkembangan mereka ke skala yang lebih besar.

Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan akses terhadap teknologi modern. Banyak pelaku UMKM masih menggunakan metode produksi tradisional yang meskipun dapat menjaga keaslian rasa produk, cenderung kurang efisien dan menghasilkan produk dengan kualitas yang tidak konsisten. Keterbatasan ini membuat UMKM sulit untuk meningkatkan volume produksi dan bersaing dengan produsen lain yang lebih besar dan lebih maju secara teknologi. Selain itu, inovasi produk menjadi masalah krusial yang dihadapi oleh UMKM di Desa Bulak Baru. Banyak dari mereka yang masih mempertahankan varian produk yang sudah ada sejak lama tanpa adanya modifikasi atau diversifikasi yang signifikan. Padahal, dengan perubahan tren konsumen yang semakin mengarah pada produk yang lebih unik, sehat, dan sesuai dengan gaya hidup modern, kebutuhan akan inovasi menjadi semakin mendesak. Kurangnya pelatihan dan pendampingan dalam pengembangan produk baru menyebabkan UMKM ini tertinggal dalam persaingan pasar yang semakin ketat. Keterbatasan dalam hal pemasaran juga menjadi salah satu hambatan besar bagi UMKM ini. Banyak dari mereka yang masih bergantung pada pemasaran tradisional dengan jangkauan yang terbatas, seperti penjualan langsung di pasar lokal dan melalui toko-toko kecil di sekitar wilayah Kedung. Keterampilan dalam menggunakan platform digital untuk pemasaran dan distribusi produk masih sangat minim, sehingga mereka kesulitan dalam menjangkau konsumen di luar daerah tersebut. Hal ini membuat UMKM ini terjebak dalam lingkup pasar yang sempit dan kurang mampu memanfaatkan peluang yang lebih besar di pasar digital.

Fluktuasi harga bahan baku juga menjadi kendala yang signifikan bagi keberlanjutan produksi. UMKM sangat bergantung pada pasokan bahan baku lokal seperti kacang tanah, daun jeruk, beras, dan ketan yang sering kali mengalami fluktuasi harga yang tidak dapat diprediksi. Ketidakstabilan ini menyebabkan kesulitan dalam menetapkan harga jual yang kompetitif dan mengelola margin keuntungan, terutama ketika bersaing dengan produsen lain yang memiliki skala ekonomi lebih besar. Terakhir, masalah regulasi dan birokrasi menjadi tantangan tambahan bagi pengembangan UMKM. Proses administratif untuk mendapatkan izin usaha, sertifikasi halal, dan label kemasan sering kali rumit dan memakan waktu, sehingga menghambat peluncuran produk baru dan memperluas jaringan distribusi. Kurangnya pemahaman akan pentingnya kepatuhan terhadap standar keamanan pangan juga menjadi kendala bagi UMKM ini dalam memasuki pasar yang lebih besar dan lebih ketat, seperti supermarket atau ekspor.

Rekomendasi

Dari tantangan-tantangan yang dihadapi, terlihat bahwa diperlukan pendekatan yang holistik dan terintegrasi untuk mendukung pengembangan UMKM di Desa Bulak Baru. Dukungan yang lebih kuat dari pemerintah dan sektor swasta dalam bentuk akses terhadap teknologi, pelatihan dalam inovasi produk, dan pengembangan pemasaran digital sangatlah krusial. Selain itu, penyederhanaan regulasi dan birokrasi akan sangat membantu UMKM dalam mempercepat proses pengembangan dan pemasaran produk mereka. Program-program intervensi seperti yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat juga menunjukkan hasil yang positif. Upaya mereka dalam memperkuat identitas merek, memperluas pemasaran melalui platform digital, dan membantu mendapatkan sertifikasi halal telah memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan daya saing UMKM lokal. Dengan identitas merek yang kuat, pemasaran yang lebih luas, dan jaminan kualitas melalui sertifikasi halal, UMKM ini kini memiliki fondasi yang lebih kokoh untuk

berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Secara umum, kesuksesan dalam pengembangan UMKM produk rempeyek dan kerupuk puli di Desa Bulak Baru akan bergantung pada keberhasilan dalam mengatasi tantangan-tantangan ini melalui strategi pengembangan yang komprehensif dan berkelanjutan. Dengan demikian, UMKM ini tidak hanya akan mampu bertahan, tetapi juga berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat di Desa Bulak Baru, Kedung Jepara.

Ucapan Terimakasih

Kami menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam kesuksesan program pengabdian masyarakat ini. Terima kasih yang tulus kami haturkan kepada Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara yang telah memberikan dukungan penuh dan kesempatan kepada kami untuk menjalankan program ini di Desa Bulak Baru. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Ibu Siti Marfu'ah sebagai mitra utama dalam program ini, yang dengan penuh antusias dan semangat telah bekerja sama dengan tim untuk mengembangkan UMKM rempeyek dan kerupuk puli di Desa Bulak Baru. Kami juga tidak lupa menyampaikan rasa terima kasih kepada Bapak Purwoko, Petinggi Desa Bulak Baru, atas dukungan dan fasilitas yang diberikan sehingga program ini dapat berjalan dengan lancar. Penghargaan kami juga kepada seluruh Perangkat Desa Bulak Baru yang telah membantu dalam berbagai aspek teknis dan administratif, sehingga kegiatan pengabdian ini dapat dilaksanakan dengan baik. Dan tentu saja, kami sangat berterima kasih kepada para pelaku UMKM di Desa Bulak Baru yang telah menerima kami dengan hangat, serta aktif berpartisipasi dalam setiap kegiatan yang kami selenggarakan. Tanpa dukungan dan kerja sama dari semua pihak, program pengabdian ini tidak akan dapat mencapai hasil yang memuaskan. Semoga kerjasama yang baik ini dapat terus terjalin di masa mendatang untuk keberhasilan program-program lainnya.

Referensi

- Agustin, A., NPD Darma Wahana, A., Dini Aditia, M., Saefudin Wahid, F., & Linda Antika, T. (2024). Upaya Peningkatan Perekonomian Nelayan Garam Melalui Diversifikasi Produk. *Era Abdimas: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Multidisiplin*, 2(1), 12–21. <https://jurnal.eraliterasi.com/index.php/eraabdimas/article/view/176>
- Habib, M. A. F., & Sutopo, S. (2024). Pembinaan Umkm Dalam Aspek Komunikasi Pemasaran Sebagai Wujud Pemberdayaan Perempuan Di Sekitar Kawasan Wisata Pantai. *Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy*, 4(1), 85–100. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v4i1.9640>
- Haq, K. (2016). Pengaruh Pelatihan Komunikasi Efektif Terhadap Kemampuan Komunikasi. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(1), 32–39. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v4i1.3928>
- Intan, T., Revia, B., & Erwita, A. (2019). Peningkatan daya saing produsen minuman herbal melalui pembuatan konten kreatif media sosial berbasis pemasaran e-marketing. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 3(2). <https://doi.org/10.25139/JKP.V3i2.1982>
- Kusumah, W. I., Kusumawati, D. N. I., Wibisono, W., & Darma, A. D. (2019). Desain Kemasan Produk Umkm Bir Pletok Sebagai Branding Meningkatkan Citra Minuman Khas

- Tradisional Jakarta Di Masa Covid-19. *Prosiding SNADES*, 11(2), 50–57.
- Laras Wati, D., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Quraish Al-Qorni, Z. (2024). Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 265–282. <https://doi.org/10.61930/JEBMAK.V3I1.576>
- Marka, M. M., Azis, N., & Alifiana, M. A. (2018). Pengembangan UMKM Madumongso Melalui manajemen Usaha dan Legalitas Usaha. *Seminar Nasional Kolaborasi Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 108–113. <https://proceeding.unnes.ac.id/snkppm/article/view/44>
- Oktanti, R. A., & Rohman, A. (2024). Analisis Tata Kelola Aspek Legalitas dan Kehalalan pada Usaha Catering Makanan di Kecamatan Kenjeran Kota Surabaya (Tinjauan Pada Aspek Legalitas Usaha dan Kesehatan). *Jurnal Media Akademika*, 2(6). <https://doi.org/10.62281/v2i6.577>
- Pramuktisari, N., & Yuliatmojo, W. (2023). Partisipasi Masyarakat Dalam Akuntabilitas Pengelolaan Dana Sebagai Percepatan Pembangunan Desa Di Desa Tuban Kecamatan Gondangrejo. *ProBank: Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 8(1), 27–36. <https://doi.org/10.36587/PROBANK.V8I1.1449>
- Suganda, Y., & Eriyanti, F. (2024). Tingkat Kesadaran Pelaku IKM Perikanan Dalam Sertifikasi Pirt dan Halal di Kabupaten Pesisir Selatan. 05(02), 1–14. <https://doi.org/10.47134/villages.v5i2.116>
- Tambunan, E. S. (2020). Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Wirausaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Tiban Sunday Morning UGM. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 9(3), 239–247. <https://journal.student.uny.ac.id/ekonomi/article/view/15398>
- Utami, D. P. (2021). Strategi Branding Untuk Membangun Image Positif Pangan Lokal Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Journal of Food Technology and Agroindustry*, 3(1), 26–35. <https://doi.org/10.24929/JFTA.V3I1.1208>
- Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2), 67–76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>